

2007年5月15日

<中国女性パワー生活者の注目層：上海の「中国パワービューティー」調査>

おしゃれに関心が高い高収入女性 「中国パワービューティー」は消費リーダー。

おしゃれ関連はもちろん、耐久財の保有にも積極的。

積極的なライフスタイルをサポートするのは半数近くが雇っている「お手伝いさん」。

博報堂研究開発局では、中国の中でも消費の活性化が著しく、おしゃれに関心が高いとされる上海の女性に注目し、2006年9月に上海で調査を行いました。この度、その分析結果がまとまりましたのでご紹介いたします。

現在中国では年々著しい経済成長が注目されていますが、経済成長と商品の多様化に伴い生活者の消費もますます活性化しています。博報堂では、中国の消費リーダー層を「中国パワー生活者」*と名付け、これまで調査・研究して参りました。今回はこの中で、特におしゃれ意識の高い女性層を「中国パワービューティー」**と名づけ、彼女たちの消費意識について調査・分析を行いました。その結果、「中国パワービューティー」がおしゃれに対する関心が高いだけでなく、それ以外でも積極的な消費をしている実態が明らかになりました。

博報堂では、「中国パワービューティー」を女性の中国パワー生活者の先端層として今後も注目し、クライアントのマーケティングに活用していきます。

*中国パワー生活者

- ・博報堂が提唱する中国の消費リーダー層 世帯月収 6,000 元以上 25～44 歳の男女
- ・消費性向が高いだけでなく、積極的なライフスタイル、高い情報感度など、マーケティング上重要なパワーのある消費リーダー層。

**中国パワービューティー

- ・比較的高収入で、自身のファッションや化粧品等にお金をかけており、それらについて情報発信する女性層。
- ・世帯月収 6,000 元以上で、「よく友人や同僚にファッションや化粧品などの新しい情報を教えてあげることが多い」、「高級ブランドの化粧品を使用」、「洋服・靴・バッグにお金をかけている」に該当する人
- ・本調査対象者の中で、「中国パワービューティー」に相当する人は 14% で、未既婚はほぼ半々。
- ・外資系企業勤務が 35% を占める。
- ・平均世帯月収は 8,769 元で、平均個人月収は 3,369 元。1 カ月の平均お小遣いは 1,862 元で、平均個人月収の 55% を占める。

<調査結果のポイント>

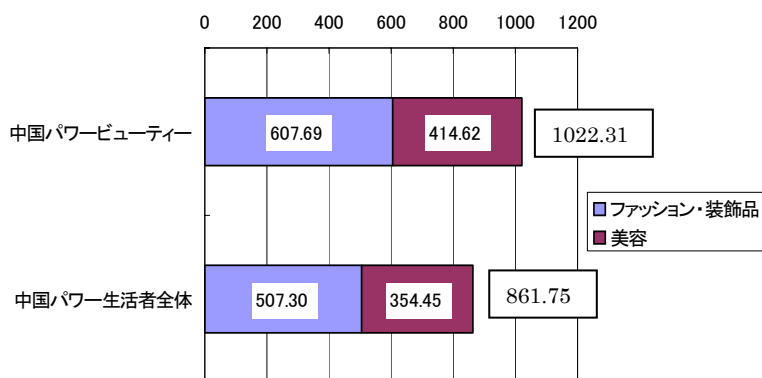
- 「ファッション・装飾品」「美容」に平均個人月収の 3 割に及ぶ 1,000 元(約 15,000 円)を費やす「中国パワービューティー」。「外食」「レジャー」にも 1 ヶ月 1,000 元以上(約 15,000 円)を消費。
- 「エステティックサロン」を利用する「中国パワービューティー」は全体の半数以上。「スパ」は 5 人に 1 人、「ネイルサロン」も 15% と美容サービスを積極的に取り入れている。
- 「中国パワービューティー」がファッションで最も注目しているのは「香港のファッション」。
- 「中国パワービューティー」にとって、「仕事」が重要なおしゃれ TPO のひとつに。
- おしゃれ関連のみならず、幅広い領域に関心を持つ「中国パワービューティー」。「外国旅行経験者」も 5 割以上。
- 「中国パワービューティー」は、耐久財の消費にも積極的。「ノート型パソコン」、「薄型テレビ」、「自動車」で高い保有率。
- 積極的なライフスタイルをサポートするのは 5 割近くが雇っている「お手伝いさん」

添付資料：調査データ

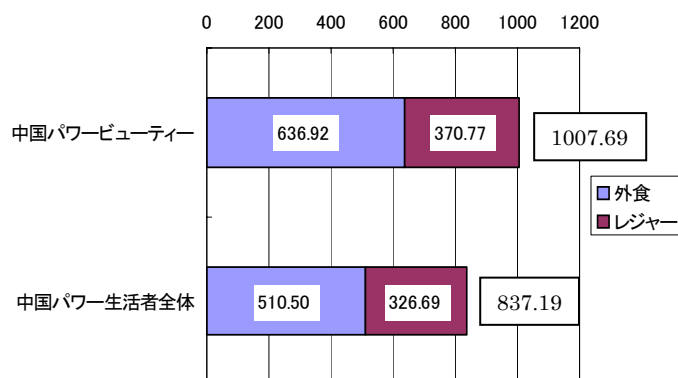
◇「ファッション・装飾品」「美容」に平均個人月収の3割に及ぶ1,000元以上(約15,000円)を費やす「中国パワービューティー」。「外食」「レジャー」にも1ヶ月1,000元以上(約15,000円)を消費。

1ヶ月に消費する「ファッション・装飾品」や「美容」について聞いたところ、「中国パワービューティー」は、平均個人月収の3割(1カ月平均1,022元(約15,000円))をおしゃれ関連に費やしていることが分かりました。また、「中国パワービューティー」は、「外食」や「レジャー」にも平均月収の3割(1ヶ月平均1,008元(約15,000円))を費やしており、女性の中国パワー生活者全体を上回り積極的に「ファッション・美容」や「レジャー」などに消費をしていることが分かりました。(1元=15円で計算)

1ヶ月に「ファッション・装飾品」にかかるお金平均(元)



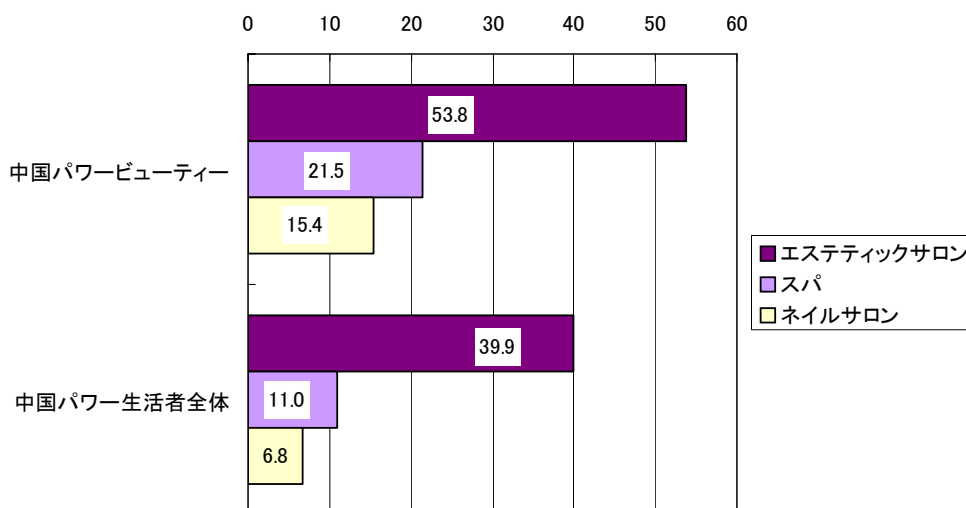
1ヶ月に「外食」「レジャー」にかかるお金平均(元)



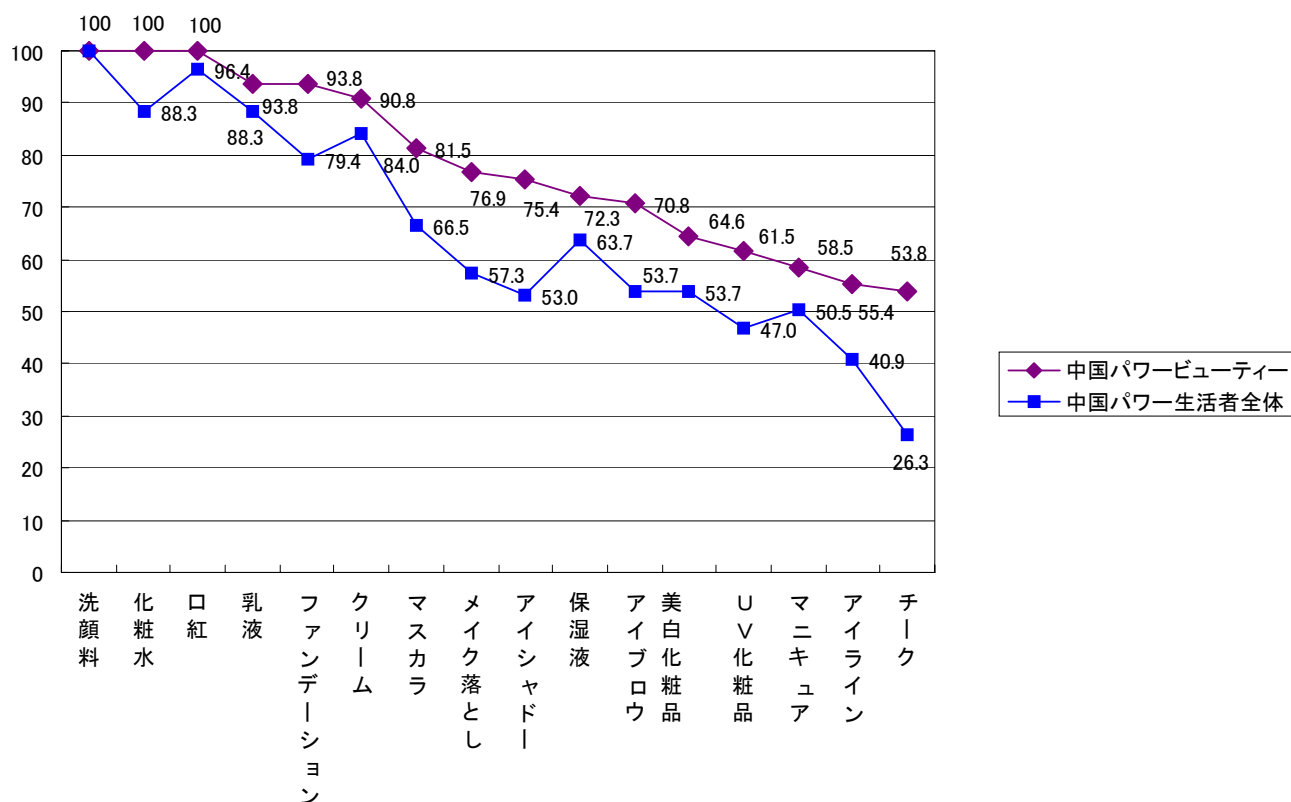
◇「中国パワービューティー」の半数以上が「エステティックサロン」を既に利用。「スパ」は5人に1人、「ネイルサロン」も15%と美容サービスを積極的に取り入れている。

今回の調査で「どんな美容サービスを利用したことがありますか」と聞いたところ、「中国パワービューティー」については既に半数以上が「エステティックサロン」を利用したことがあり、「スパ」は21.5%、「ネイルサロン」も15.4%でした。また、化粧品、スキンケア製品の使用率もほぼ全てにおいて中国パワー生活者全体を上回っていました。

「美容サービス」利用状況(%)



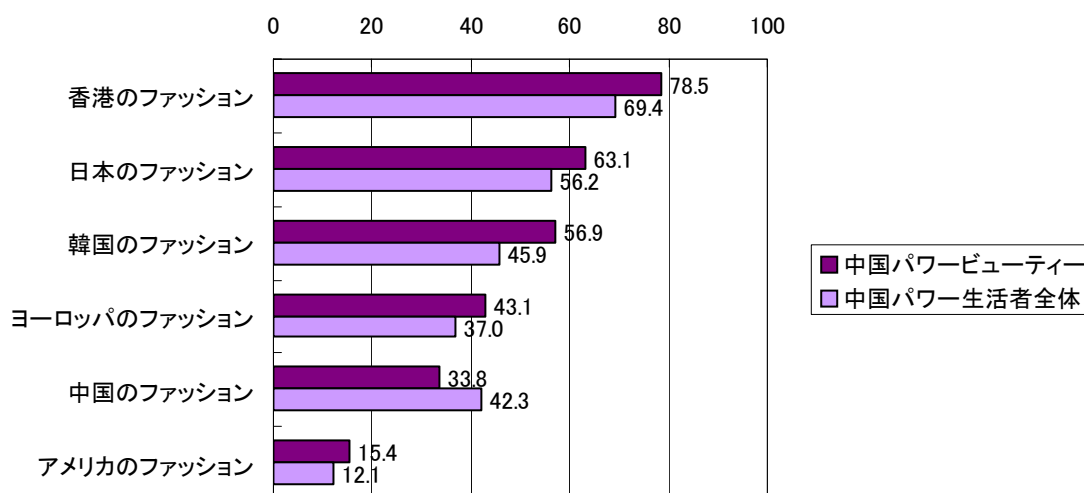
化粧品・スキンケアの使用状況



◇「中国パワービューティー」がファッションで最も注目しているのは「香港のファッション」。

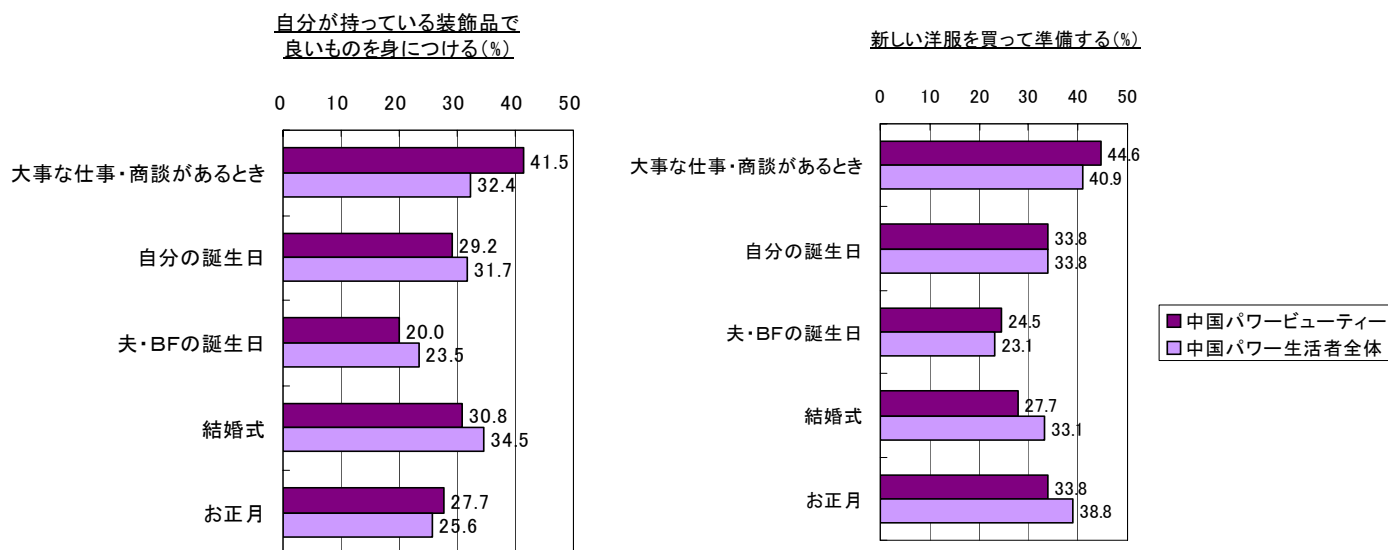
「中国パワービューティー」に「どの国のファッションに関心がありますか」と聞いたところ「香港のファッション」が78.5%と他の国のファッションへの関心を大きく上回る結果となりました。また、中国パワー生活者全体に比べ、自国の「中国のファッション」に対しては低い結果がでました。

どの国のファッションに関心があるか(%)



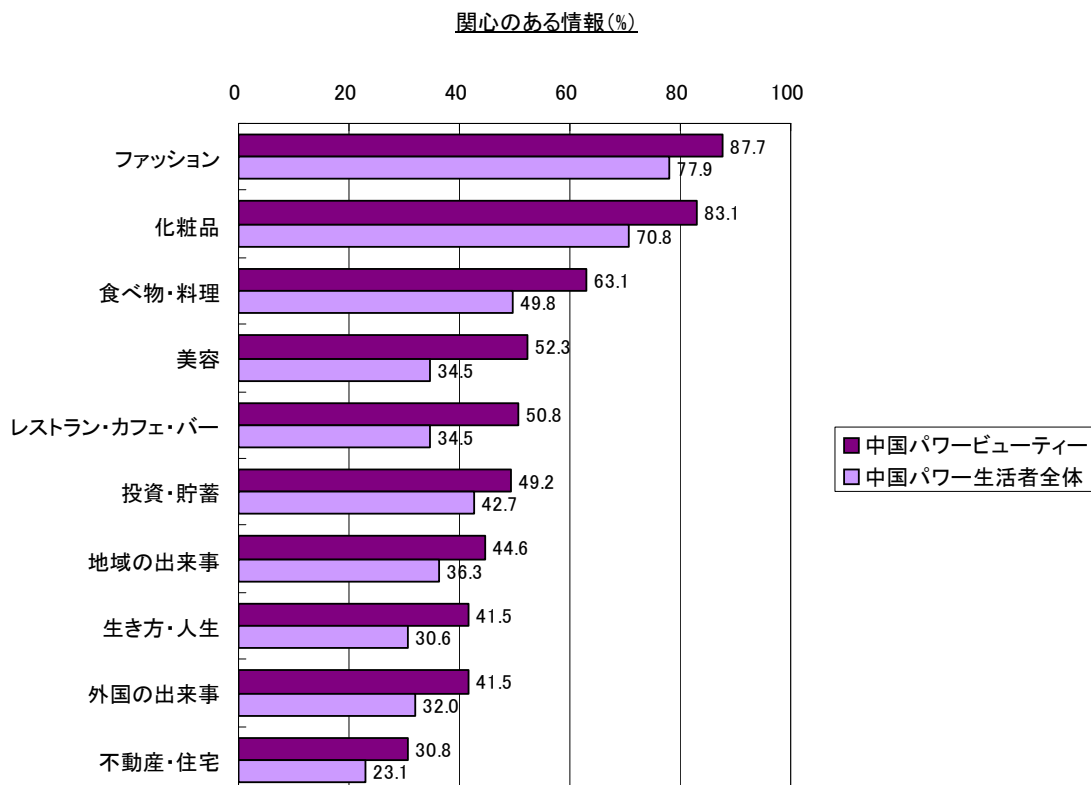
◇「中国パワービューティー」にとって、「仕事」が重要なおしゃれTPOのひとつ。

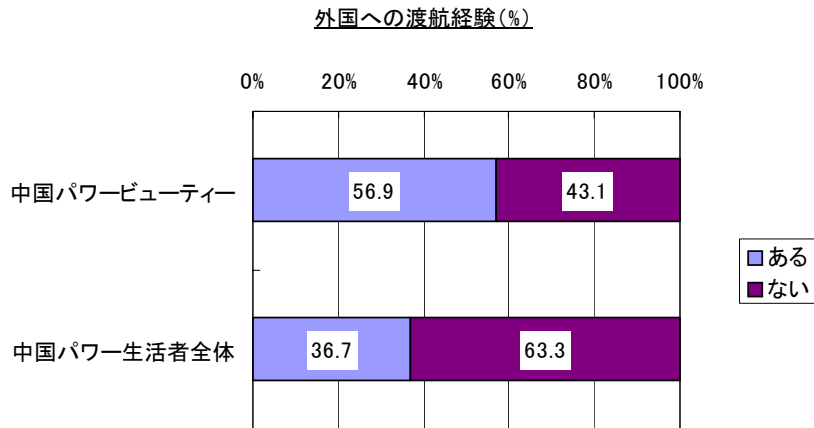
どんな時におしゃれをするかについて聞いたところ「大きな仕事・商談があるとき」が「自分が持っている洋服・靴・バッグ・アクセサリの中で一番品質の良いものを身につける」と「新しい洋服を買って準備する」でトップという結果がでました。尚、中国パワー生活者全体をみても「新しい洋服を買って準備する」のは「大きな仕事・商談があるとき」がトップであることから、中国女性にとって「仕事」が重要なおしゃれTPOのひとつとなっていることが分かりました。



◇おしゃれ関連のみならず、幅広い領域に関心を持つ「中国パワービューティー」。「外国旅行経験者」も5割以上。

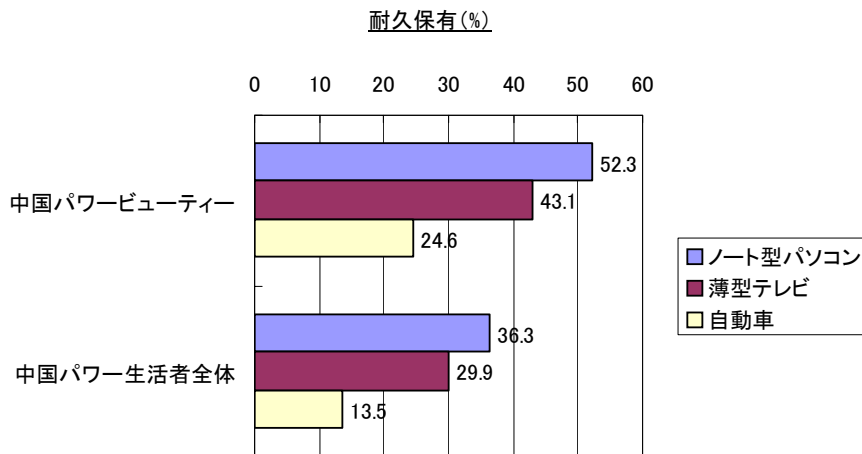
おしゃれに高感度な「中国パワービューティー」ですが、「ファッション」「化粧品」「美容」といったおしゃれ関連以外にも幅広い領域に関心があります。「食べ物・料理」「レストラン・カフェ・バー」といったグルメ関連、「地域の出来事」「外国の出来事」、「生き方・人生」への関心度が女性の中国パワー生活者を上回っています。また、「中国パワービューティー」の外国への渡航経験は6割近くに達し、中国パワー生活者全体を大きく上回っています。





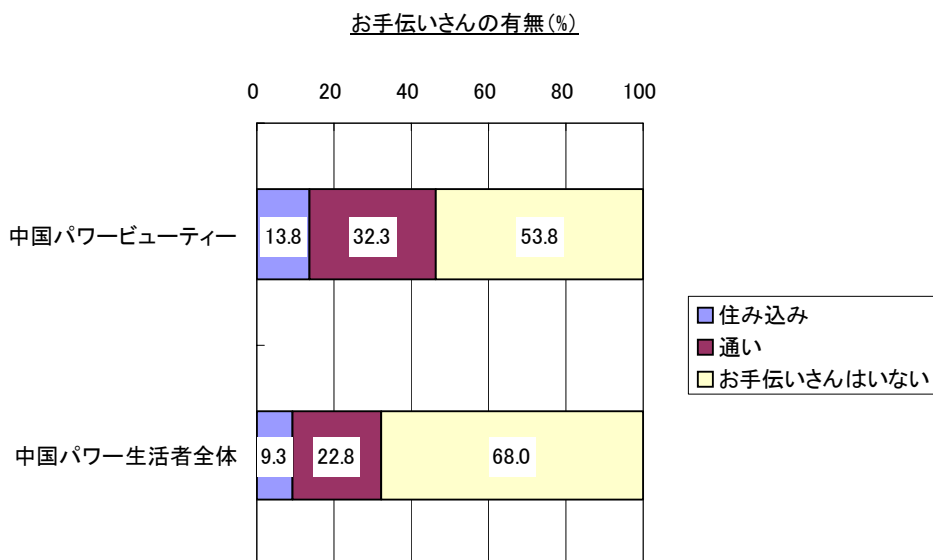
◇「中国パワービューティー」は、耐久財の消費にも積極的。「ノート型パソコン」、「薄型テレビ」、「自動車」で高い保有率。

「中国パワービューティー」の消費はおしゃれ関連だけにとどまりません。「ノート型パソコン」、「薄型テレビ」、「自動車」といった比較的高額な耐久財の保有が、中国パワー生活者全体を大きく上回っています。



◇積極的なライフスタイルをサポートするのは5割近くが雇っている「お手伝いさん」

「中国パワービューティー」は、半数近くが通いまたは住み込みの「お手伝いさん」を雇っています。このような家事のアウトソーシングが、「中国パワービューティー」の積極的なライフスタイルをサポートしているようです。



<博報堂「中国パワービューティー」調査 調査概要>

調査都市:上海

調査対象者:20~34 歳 女性 個人月収 1,500 元以上* 大専卒以上(日本の短大卒以上に相当)

サンプル数:457 名

割付:

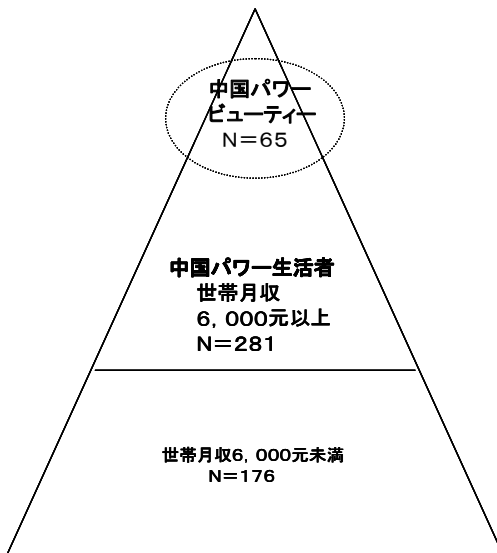
	20-24 歳	25-29 歳	30-34 歳
1,500-1,999 元	50	51	51
2,000-2,999 元	51	50	51
3,000 元以上	51	51	51

* 上海の女性(20~34 歳)の 57%に相当
(中国CNRS 2006 1-6 月データより)

調査時期:上海 2006 年 9 月

<参考資料>

「中国パワービューティー調査」の人数分布



本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室	藤本・宮川	Tel 03-5446-6161
研究開発局	大橋	Tel 03-5445-6153