

2020年6月22日

博報堂生活総研(上海)「アフターコロナの中国生活者 行動意識調査」

## 中国生活者のマインドは、いまだ「アンダーコロナ」

- ・「防衛」の持続と「先手」意識の芽生え
- ・消費意欲は回復するも、消費行動は消極的

博報堂生活総研(上海) [以下、生活総研(上海)] は「アフターコロナの中国生活者の意識・行動変化調査」として、新型コロナ収束後の中国の生活者の意識・行動に関するインターネット調査を、5月に実施しました。このたび、その研究成果をまとめましたので、お知らせいたします。

今年4月に発表しました「新型コロナウイルス流行による生活者意識調査」(2020年2月・3月実施)では、厳しい生活行動制限の中でも変化に順応し、前向きに生きようとする中国生活者の姿をご紹介しました。今回は、世界に先駆けて流行の収束を迎え、約3ヵ月経った中国生活者に起きている意識・行動の変化に関する調査結果をお知らせします。

中国では、新規感染者の発生が落ち着いた3月以降から既に外食やショッピングモールなどの再開が相次ぎ、企業による生活者の消費刺激策が非常に活発です。しかし、今回の調査結果からは、中国生活者の多くは感染の第2波に対する警戒心を強く抱いており、防衛と将来の備えを重視することに注力し、消費意識や行動も消極的で慎重になっていることが浮き彫りになりました。

アフターコロナ期を世界に先駆けて迎えていると言われながらも、生活者のマインドは、いまだ「アンダーコロナ」な状態です。

### 【生活意識・行動の変化】

#### 「防衛」の持続と「先手」意識の芽生え

- ・「うがい・手洗い・消毒の衛生習慣を続けていきたい」(86%)と、高い防衛意識が続く。
- ・「将来のことを考えて暮らしの備えをしたい」(69%)と、先手を打つ意識が芽生えている。
- ・投資・資産運用・貯金といった行動がコロナ流行前より伸びている(51%→55%)ことに、将来に備える意識が見られる。

### 【消費意識・行動の変化】

#### 消費意欲は回復するも、消費行動は消極的

- ・毎月実施している「消費晴雨表調査」※1によると、生活者の消費意欲指数※2は2月時点で62.8ptsで前月より大きく落ち込み、4月73.5pts→5月73.6pts→6月73.9ptsとコロナ前の水準に回復した。
- ・一方で、消費行動の傾向としては、「節約を気にすることが増えた」(57%)、「コスパの良いものを選ぶ」(53%)、「金額の大きな買い物を控える」52%という回答が、「我慢していた欲しいものを買った」(35%)、「お金をかけて良いものを買った」(21%)、「高級ブランド品を買いたい」(10%)といった

物欲を満たそうとする回答を上回った。

・お金をかけたい品目の上位は、「医薬品/保健品」57%、「食品」54%、「保険/運用商品」49%、「バス・トイレ用品」38%、「キッチン用品」37%という生活必需品が占め、節約したい品目の上位は、「外食」53%、「時計/宝飾品/香水」48%、「旅行」48%、「エンターテインメント」36%、「飲料/アルコール」32%と娯楽や贅沢品がランクインした。

※1「消費晴雨表調査」：生活綜研（上海）が毎月定点で実施している、生活者の消費意欲に関する調査。

※2 消費意欲指数：消費意欲(モノを買いたい、サービスを利用したいという欲求)が最高に高まった状態を100点とするとあなたの来月の消費意欲は何点くらいですか？と質問し、その解答を数値化したもの。

生活綜研(上海)では、アフターコロナの生活者に関して各種研究を実施しており、今後の生活者の変化を捉えたいと考える企業の皆さまに向けて、オンラインセミナーなどでのレポートサービスを提供しております。皆さまのお問合せをお待ちしております。

---

**【報道関係者様からのお問い合わせ】**

株式会社博報堂 広報室：寺村・大野 koho.mail@hakuodo.co.jp

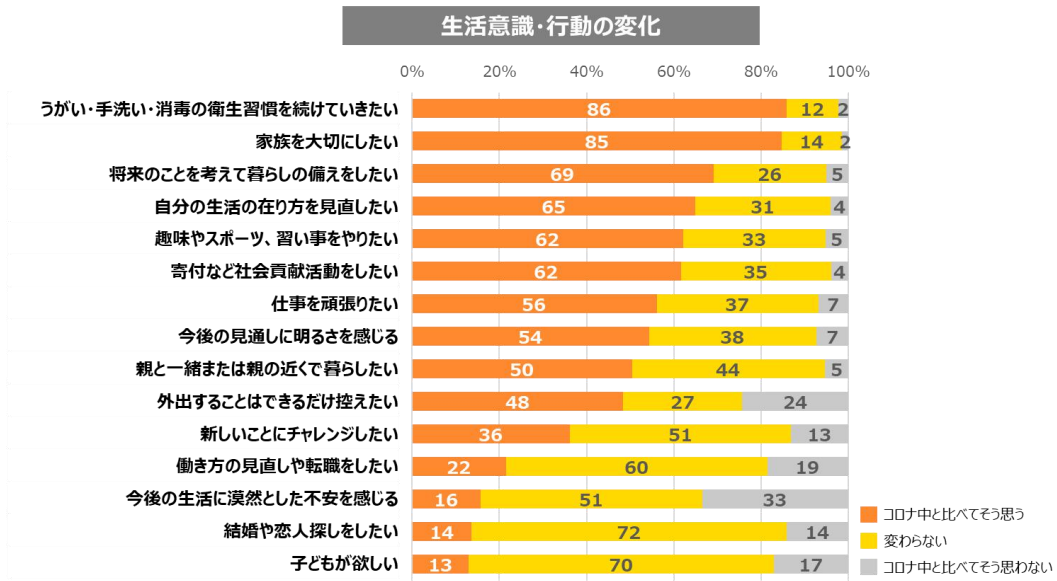
**【報道関係者様以外からのお問い合わせ】**

博報堂生活綜研(上海)：news@hakuodo-shzy.cn

<参考データ>

【生活意識・行動の変化のデータ①】

- ・「うがい・手洗い・消毒の衛生習慣を続けていきたい」（86%）と、高い防衛意識が続く。
- ・「将来のことを考えて暮らしの備えをしたい」（69%）と、先手を打つ意識が芽生えている。



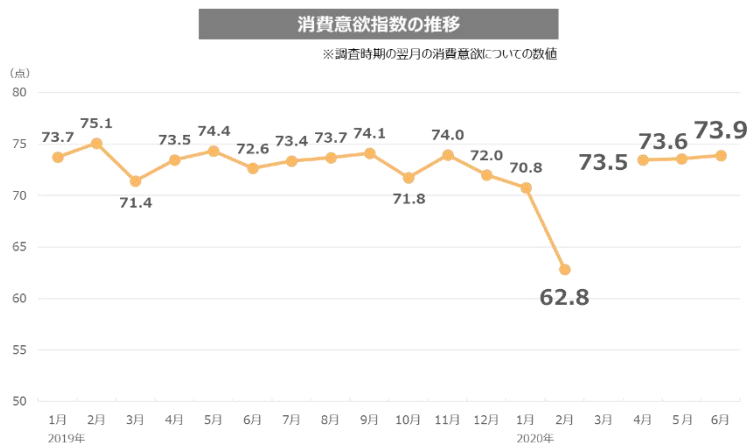
【生活意識・行動の変化のデータ②】

・投資・資産運用・貯金といった行動がコロナ流行前より伸びている（51%→55%）ことに、将来に備える意識が見られる。



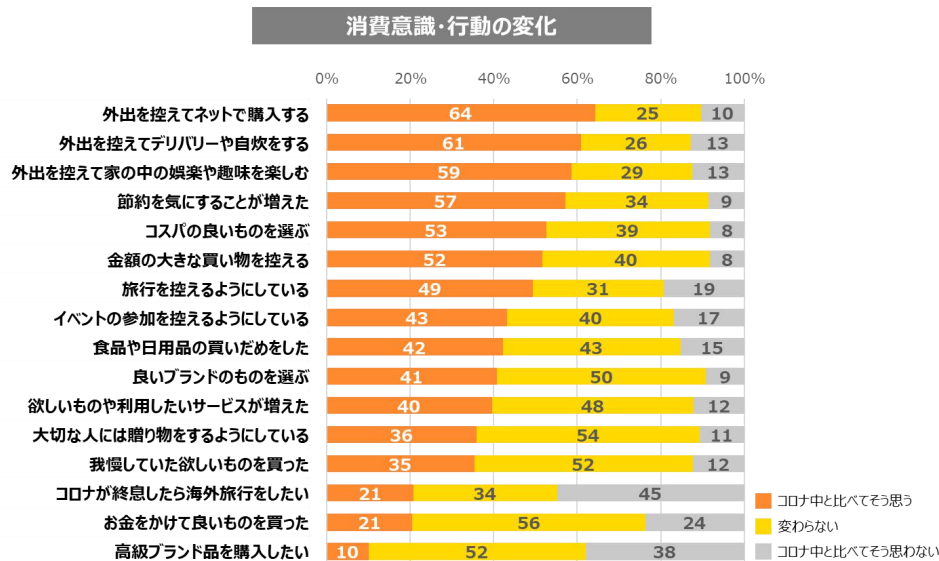
【消費意識・行動の変化のデータ①】

・毎月実施している「消費晴雨表調査」※1によると、生活者の消費意欲指数※2は2月時点で62.8ptsで前月より大きく落ち込み、4月73.5pts→5月73.6pts→6月73.9ptsとコロナ前の水準に回復した。



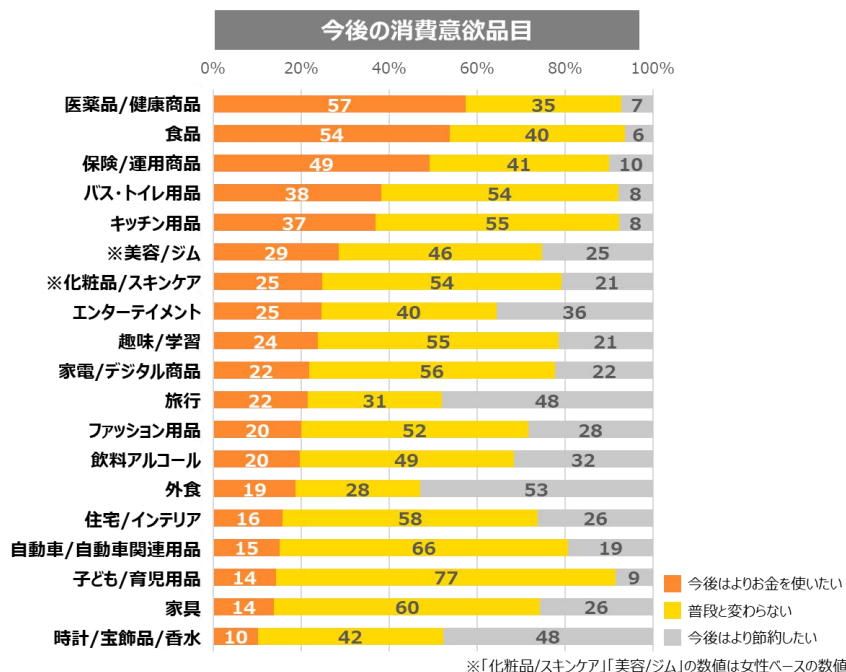
### 【消費意識・行動の変化のデータ②】

・消費行動の傾向としては、「節約を気にすることが増えた」（57%）、「コスパの良いものを選ぶ」（53%）、「金額の大きな買い物を控える」52%という慎重派が、「我慢していた欲しいものを買った」（35%）、「お金をかけて良いものを買った」（21%）、「高級ブランド品を買いたい」（10%）といった物欲を満たそうとする積極派を上回った。



### 【消費意識・行動の変化のデータ③】

・お金をかけたい品目の上位は、「医薬品/保健品」57%、「食品」54%、「保険/運用商品」49%、「バス・トイレ用品」38%、「キッチン用品」37%という生活必需品が占め、節約したい品目の上位は、「外食」53%、「時計/宝飾品/香水」48%、「旅行」48%、「エンターテインメント」36%、「飲料/アルコール」32%と娯楽や贅沢品がランクインした。



## ■調査概要①

調査名：「アフターコロナの中国生活者の意識・行動変化調査」

調査手法：インターネット調査

調査都市：1級都市（北京・上海・広州・深圳）

新1級都市（天津、青島、南京、蘇州、杭州、鄭州、武漢、長沙、東莞、成都、重慶、西安）

調査対象：20～69歳の一般男女個人 1,600名

調査実施時期：2020年5月8日～22日

## ■調査概要②

調査名：「消費晴雨表調査」

調査手法：インターネット調査

調査都市：1級都市（北京・上海・広州・深圳）

新1級都市（天津、青島、南京、蘇州、杭州、鄭州、武漢、長沙、東莞、成都、重慶、西安）

調査対象：20～69歳の一般男女個人 1,600名

調査実施時期：毎月中旬

※注1 2020年2月の消費意欲指数は、新型コロナウイルス流行の影響で、消費晴雨表調査の数値ではなく、博報堂生活総研(上海)実施「新型コロナ影響把握調査2020年2月」の調査結果の数値を参考数値として使用。

※注2 2020年3月の消費意欲指数は、新型コロナウイルス流行の影響で、2020年2月に調査を実施することができなかったため、数値がありません。

※注3 2020年4月実施の消費晴雨表調査より調査対象者を変更しています。調査対象者は2020年3月までは「北京、上海、広州居住の20～59歳男女」でしたが、2020年4月から「1級都市～新1級都市の計16都市居住の20～69歳男女」と変更しています。

## ■博報堂生活総研(上海)

Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai

博報堂生活総研(上海)は、株式会社博報堂の独資子会社として2012年に上海に設立された、中国の博報堂グループのシンクタンクです。日本で蓄積してきた生活者研究のノウハウを生かし、中国における企業のマーケティング活動をサポートしていくと同時に、これからの中国の新しい暮らしのあり方を、中国現地で洞察・提言する活動を行っています。

現在の主要業務は、以下の通りです。

- ・生活者の本質的な欲求を洞察し、新しい暮らしのあり方を提言する「生活者動察」
- ・企業のマーケティング活動に資する新手法を開発する「新手法開発」
- ・生活者やマーケットの新しい見方を提示する「新視点提案」

これらの活動成果は、博報堂グループ拠点を介して顧客に提供しています。また、一部の内容は、発表会、博報堂生活総研(上海)ウェブサイト、出版物などの形式で対外的な発表も行っています。