

博報堂生活綜研(上海)、「生活者“動”察 2020」研究成果を発表

アフターコロナの中国に出現した、新しい買い物意識と行動 「度物（ドゥオ・ウ）」 ～自分らしい自由な尺度で、買物生活を謳歌する生活者～

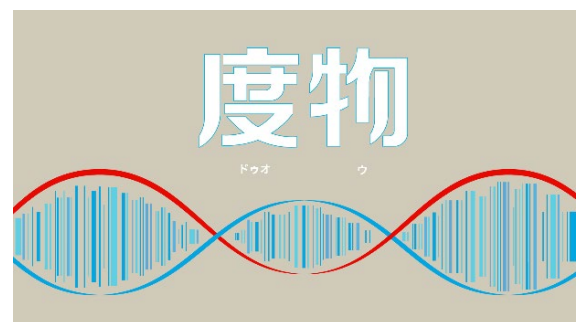
博報堂生活綜研(上海)は、中国伝媒大学広告学院と共同研究を行い、「生活者“動”察」の第8回となる研究成果を本日発表しました。今年の研究テーマは、「アフターコロナの中国に出現した、新しい買い物意識と行動」です。

世界に先駆けアフターコロナを迎えた中国では、4月以降の買物意欲が高い水準で推移し続けており（データ1）、旺盛な生活者の買物熱は、今年のECセールス期間中に軒並み叩き出された“過去最高”の売上記録にも表れています。また、「買物の楽しさが以前よりも増した」と回答する人が40%と、アメリカ（27%）、日本（10%）と比べて突出した高さとなっていることから、生活綜研(上海)では中国生活者の「**買物愛が高まっている**」と分析しています。（データ2）

買物熱の高まる一方、「以前よりもお金をかけて良い商品やサービスを買うようになった（70%）」（データ3）という声が示すように、“本当に良質なモノを求める動き”も活発化しています。

また、「以前より周囲の評価よりそれが自分に合っているかを重視するようになった（66%）」（データ3）と回答した人も7割近く存在し、コロナ禍による自粛期間に自分自身を見つめなおす期間を経た中国生活者は、他人の評価を気にせず本当に必要なものを購入する「**自由な尺度で買物をする**」意識が芽生えています。

生活綜研(上海)では、「高まる買物愛」を持ちながら「自由な尺度で買物をする」ようになった生活者の「買物」に対する意識の変化を「**度物（ドゥオ・ウ）**」と名付けました。「**度物**」の出現は、従来、中国市場において「年齢・地域・経済力」に代表される“外面的尺度”という属性で捉えられていた生活者の買物尺度が、「**買物の時間のかけ方・お金のかけ方・お得の感じ方**」※といった、個々の生活者の中で揺れ動く複雑な“内面的尺度”へシフトしていることを意味しています。



※【**度物（ドゥオ・ウ）**で変わった、生活者の買物尺度】

・「**時間の尺度が変わる**」

⇒安価なモノは時間をかけて吟味するのに、高価なモノは即、購入する。

・「**お金のかけ方の尺度が変わる**」

⇒普段はお金を節約するのに、自分が本当に必要なモノにはお金をかける。

・「**お得の尺度が変わる**」

⇒生活必需品は“価格”でお得感を判断するのに、好きなモノは1回あたりの“使用価値”に置き換えてお得感を判断する。

生活綜研(上海)では、企業が「度物」生活者を正しく捉えた上で新しい信頼関係を築き、高い買物欲を持続させていくことが、これからの中国市場で持続的な成長を実現する鍵と考えています。

【本件に関するお問い合わせ】

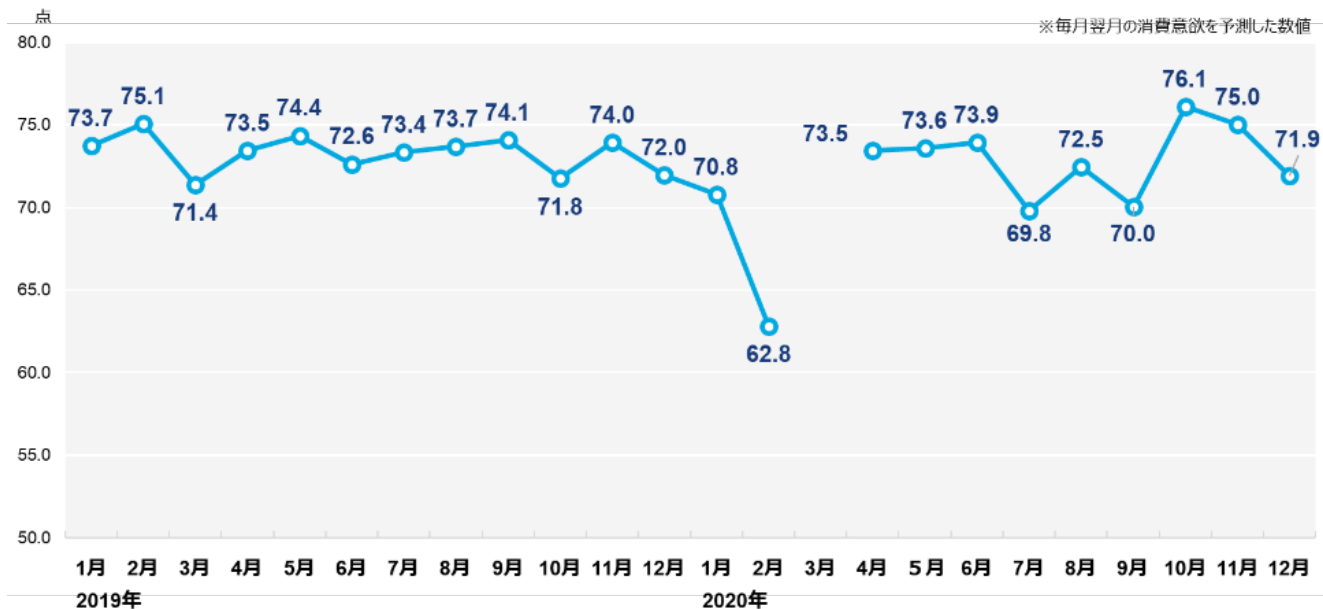
株式会社博報堂 広報室 寺村・大野 koho.mail@hakuodo.co.jp 03-6441-6161

【データ編】

データ 1. 4月以降、生活者の買物欲はV字回復し、現在も高水準を維持

生活総研(上海)が毎月実施している「消費晴雨表調査」によると、新型コロナの新規感染者数のピークを迎えた2月の消費意欲は大きく低下しましたが、すぐに以前の水準に回復し、その後も高い水準を維持しています。

消費意欲予測指数推移

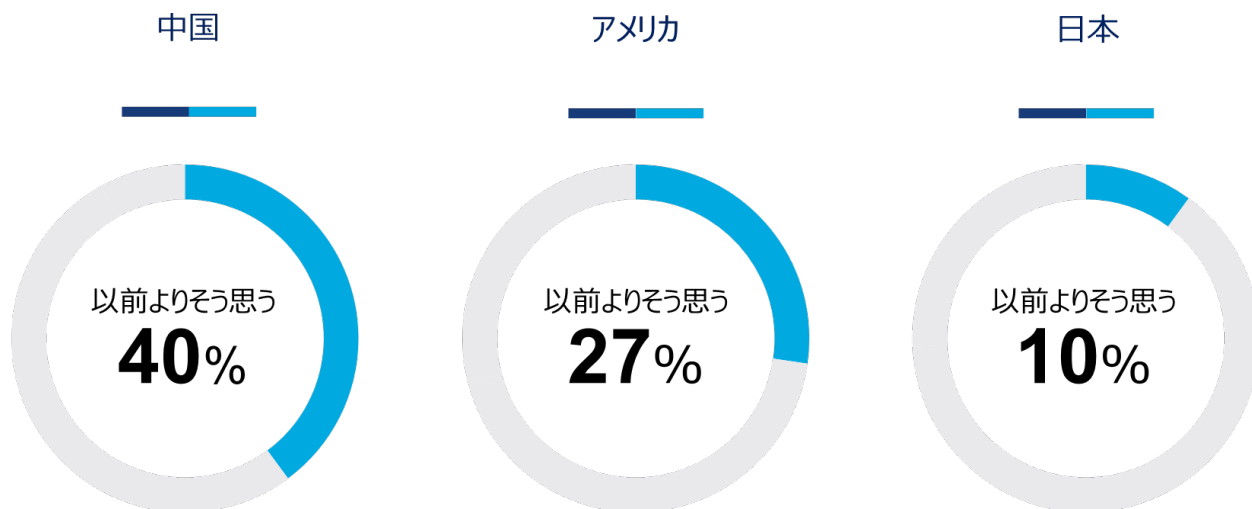


(博報堂生活総研(上海) 消費晴雨表調査)

データ 2. 「買物愛が高まる」中国生活者

「買物の楽しさが以前よりも増した」と回答する人が40%と、アメリカ(27%)、日本(10%)を引き離しました。買物へのポジティブな気持ち「買物愛」が高まっていることがうかがえます。

買物がこの1年間でより楽しかった



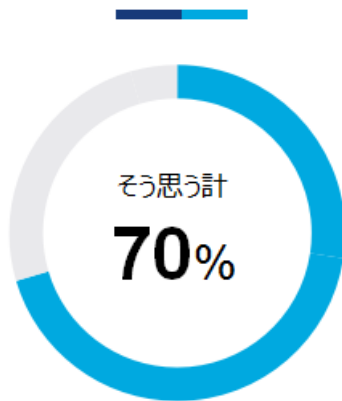
(博報堂生活総研(上海) 買物生活調査 2020年)

データ3. 「自由な尺度で買物をする」中国生活者

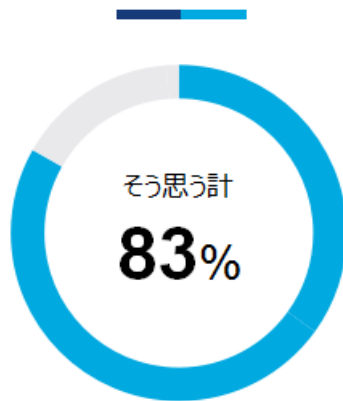
以前よりも「お金をかけて良い商品やサービスを買うようになった」(70%)という“本当に良質なモノを求める動き”が活発化する一方、「節約を意識することが増えた」(83%)といった節約意識の高まりもおこっています。コロナ禍を経て「周囲の評価よりそれが自分に合っているかを重視するようになった(66%)」と、「自由な尺度で買物をする」意識が芽生えています。

この1年間の買物意識の変化

お金をかけて良い商品・サービスを買うようになった

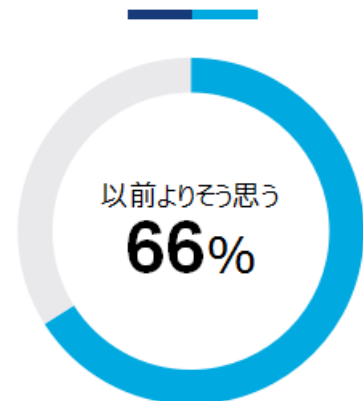


節約を意識することが増えた



この1年間の生活意識の変化

周りからの見られ方よりも自分に合っていることを重視するようになった



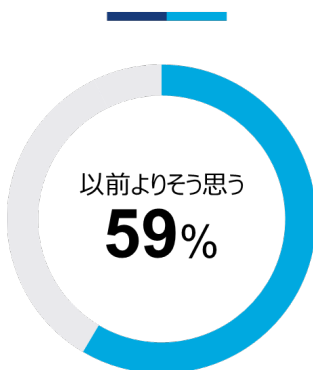
(博報堂生活総研(上海) 消費晴雨表調査 2020年11月)

【その他参考データ】

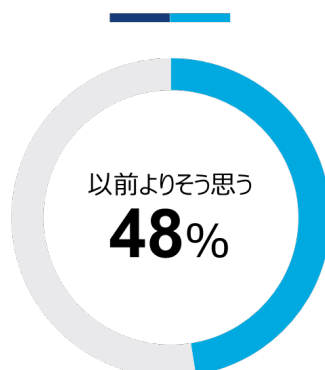
◆旺盛な消費意欲の中で慎重な買物意識も併せ持つ「度物」生活者

自由な買物尺度を操りながら買物を楽しむ「度物」生活者は、従来の爆買いのように闇雲に大量消費していた状況から変容し、旺盛な消費意欲の中にも自分の買物が本当に必要かどうかを考える慎重な買物意識が高まっていることがうかがえます。また、テクノロジーの進化によって買物が高速化しており、広告や割引にあおられて衝動買いをしないように気をつける意識が高まっていることもわかります。

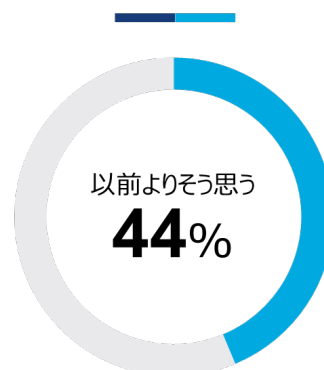
買うものが自分にとって本当に必要かどうか考えることが増えた



買物が高速化するようになった



広告や割引にあおられて衝動買いをしないように気をつけるようになった



(博報堂生活総研(上海) 消費晴雨表調査 2020年11月)

◆「お金をかけたい」品目、「節約したい」品目のメリハリがついてきた

「今後1年間の買物品目」については

・「お金をかけたい」>「節約したい」

「生鮮食品」「医薬・保健品」「キッチン用品」「バストイレ用品」の必需品に加え、「ファッション」「化粧品・スキンケア・香水」の自分を彩る品目

・「節約したい」>「お金をかけたい」

「エンタメ」「旅行」「雑貨・おもちゃ」「家具・インテリア」の必需性の低い品目という結果となり、かつて“爆買い”と言われていた中国生活者が、お金のかけ方にメリハリをつけようとする変化が表れていることが伺い知れます。

これから1年間の買物品目の変化

お金をかけたいが上回る品目 ▶



40%
生鮮食品



35%
化粧・スキンケア・香水
(女性)



35%
ファッション



31%
医薬・保健品



30%
育児・子ども用品



28%
キッチン用品



27%
バス・トイレ用品

節約が上回る品目 ▶



32%
エンタメ



29%
旅行



25%
雑貨・おもちゃ



21%
家具・インテリア

(博報堂生活総研(上海) 買物生活調査 2020年)

【参考資料】

■「買物生活調査 2020」 調査概要

対象国：

- ・中国： 1-4 級都市 計 3,000 サンプル
- ・日本： 関東、関西、東海エリア 計 1,000 サンプル
- ・アメリカ： ニューヨーク、ロサンゼルス、シカゴ 計 1,000 サンプル

3 か国合計 5,000 サンプル

対象者条件：スマートフォンを個人で所有する 20～59 歳男女

※中国は、家庭月収 6,000 元～29,999 元の収入条件（注：「1 級都市」のみ家庭月収「8,000 元～49,999 元」）

※日本、アメリカは収入条件はなし

調査手法：インターネット調査

調査時期：2020 年 11 月

調査機関：株式会社マクロミル

■「消費晴雨表調査」 調査概要

調査手法：インターネット調査

調査対象：スマートフォンを個人で所有する中国 1 級都市、新 1 級都市の 20～69 歳男女 1,600 名

家庭月収 7,000 元～29,999 元 ※注「60～69 歳」のみ、世帯月収 4,000 元～9,999 元

調査機関：問巻網

■博報堂生活綜研(上海)

Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai

博報堂生活綜研(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、博報堂生活綜研(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。

「生活者”動”察」は博報堂生活綜研(上海)と中国伝媒大学広告学院との共同研究発表です。毎年 1 回の「生活者”動”察」の研究発表は、中国の生活者の行動と欲求の変化を分析し、独自のキーワードを提言します。今回の「度物(ドゥオ・ウ)」は、2013 年の「創漩(そうせん)」、2014 年の「信蜂(しんほう)」、2015 年の「出格消費(しゅっかくしょうひ)」、2016 年の「銜能(げんのう)」、2017 年の「余楽(よらく)」、2018 年の「数自力(すうじりょく)」、2019 年の「熱活族(ねっかつぞく)」に続く 8 回目の研究成果となります。

上記資料に関するお問い合わせ：博報堂生活綜研(上海) news@hakuhodo-shzy.cn