

NEWS RELEASE

•HAKUHODO•

博報堂 広報室

Corporate Public Relations Division

Tel:03-6441-6161 Fax:03-6441-6166

www.hakuhodo.co.jp

2020年4月16日

博報堂生活綜研(上海)「新型コロナウイルス流行による生活者意識調査」を実施

前を向く中国生活者

- ・74%が「家族を大切にしたいと思うようになった」と回答
- ・「自分の生活を見直したい(57.2%)」>「将来への不安(35.8%)、物足りなさ(30.9%)」
- ・「料理法やメニューの工夫増(57.4%)」>「冷凍食品などの即席食品の利用増(28.1%)」
- ・「スマホ閲覧時間が増えた(70%)」ことで「SNS投稿を見るようになった(51%)」

博報堂生活綜研(上海)〔以下、生活綜研(上海)〕は「新型コロナウイルス流行による生活者意識調査」として、中国の生活者の意識・行動に関する調査・研究を2月24日～3月4日の期間で実施。このたび、その結果をまとめました。

4月8日に湖北省の省都・武漢が、75日ぶりに封鎖を解かれたことを機に、中国は少しずつ通常を取り戻そうとしています。

上海で2012年から活動している博報堂生活綜研(上海)では、長期にわたる感染拡大防止の為の自宅待機生活が、中国生活者のライフスタイルや意識・行動にどのような変化を与えていたのかアンケートを実施し、その結果をまとめました。

浮き彫りになったのは、厳しい制限のもとで不自由な生活を余儀なくされながらも、自分や家族の生活をポジティブに見つめなおし前に進もうとする逞しい中国生活者の姿でした。

【生活意識・行動の変化】

- ・自宅滞在時間が増える中、「家族を大切にしたいと思うようになった」との回答(74%)がトップになった。
- ・健康への意識の高まりが、「家族」に続き2、3位を占めた—「健康を意識した食生活をするようになった」(63%)、「健康のために運動を意識して行うようになった」(62%)。
- ・「将来の生活に対して漠然とした不安を感じるようになった」(35.8%)や「今の生活に物足りなさを感じるようになった」(30.9%)といったネガティブな回答より、「自分の生活の在り方を見直したいと思うようになった」(57.2%)といった前向きな回答が上回った。

【消費意識・行動の変化】

- ・外食できない期間が長期化するなか、「自宅での料理方法やメニューを工夫するようになった」(57.4%)と回答した人は、「冷凍食品などの即食を利用する機会が増えた」と回答した人(28.1%)を上回った。
- ・「家の外より、中でできるレジャーの利用機会が増えた」(63.4%)、「オンラインスーパーを利用する機会が増えた」(56.2%)、「ECを利用する機会が増えた」(54.6%)といった回答が上位を占め、あら

たな“インドア消費”が生まれているのがわかる。その一方で、「デリバリー利用が増えた」との解答は31.7%に留まった。

- ・「買い物をするときはできるだけ節約したいと思うようになった」（49.2%）、「衝動買いすることが少なくなった」（45.1%）、「買い物をする時は時間をかけて選ぶようになった」（41.1%）と、慎重な消費姿勢が強まる。

【情報に関する意識・行動の変化】

- ・「スマホを見る時間が増えた」と回答した人が69.7%で、それにより50.8%の人が「SNSの他の人の投稿をよく見るようになった」と回答した。
- ・オンライン／アプリサービス利用の変化としては、「ショート動画」（53.4%）、「ネットショッピング」（51.5%）、「O2Oサービス」（50.5%）の利用が増加したと回答した人が上位を占めた。

今回のレポートでは、新型コロナウィルス流行に伴う中国生活者の意識や行動の変化をご紹介しました。生活綜研(上海)はこれからも引き続き、新型コロナウィルス流行がもたらした中国生活者の意識・行動の変化を捉え、分析し、皆様にご報告するとともに、クライアント企業の中国における企業のマーケティング活動を支援してまいります。

【報道関係者様のお問い合わせ】

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

【報道関係者様以外の方からのお問い合わせ】

博報堂生活綜研(上海)：news@hakuhodo-shzy.cn

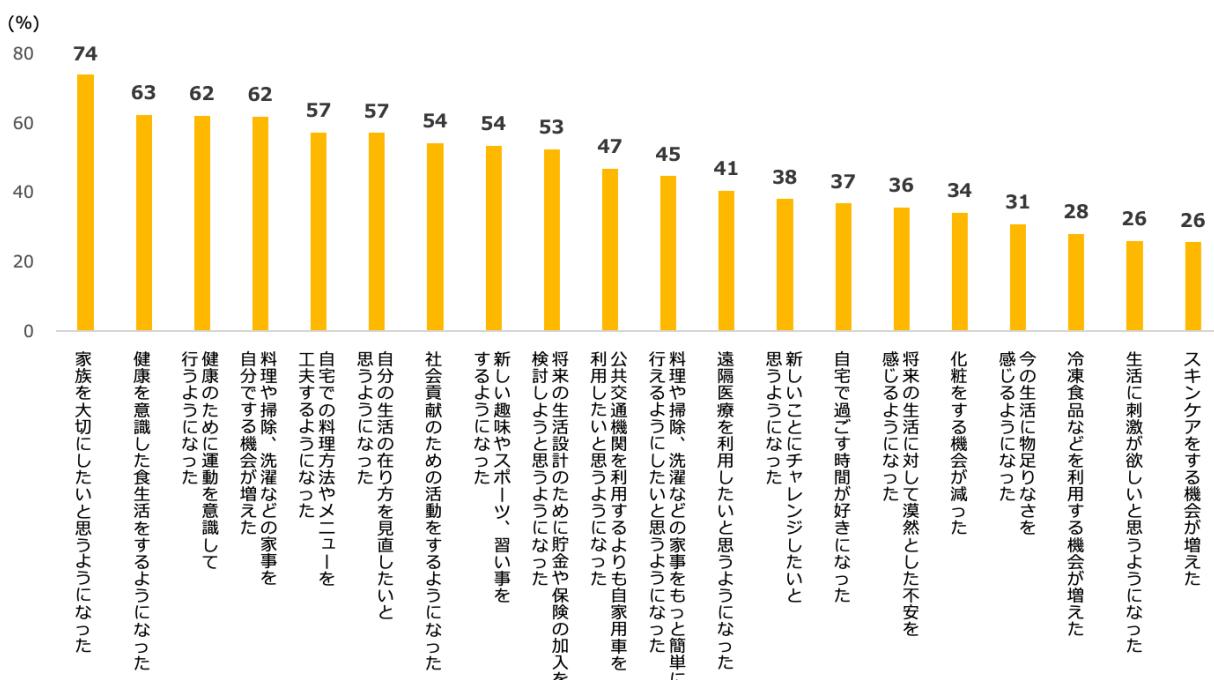
(参考データ)

■生活意識・行動の変化：データ①

- 「家族を大切にしたいと思うようになった」（74%）がトップになった。
- 健康への意識の高まりが、「家族」に続き2、3位を占めた—「健康を意識した食生活をするようになった」（63%）、「健康のために運動を意識して行うようになった」（62%）。

Q：「新型コロナウイルス流行」の影響によって、あなたご自身が新しく始めた生活習慣や行動はありますか。

最大5つまで具体的にお教えください。（自由回答）

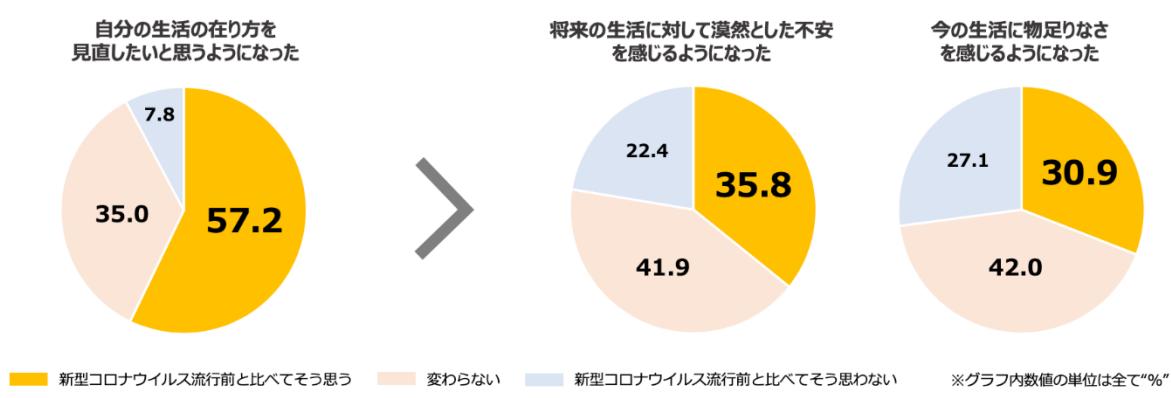


■生活意識・行動の変化：データ②

「将来の生活に対して漠然とした不安を感じるようになった」（35.8%）や「今の生活中に物足りなさを感じるようになった」（30.9%）といったネガティブな回答より、「自分の生活の在り方を見直したいと思うようになった」（57.2%）といった前向きな回答が上回った。

Q:「新型コロナウイルス流行」の前と比べて、あなたの生活意識・行動が変化していると思うことはありますか。

あてはまるものをそれぞれ1つだけお選びください。（単一回答）

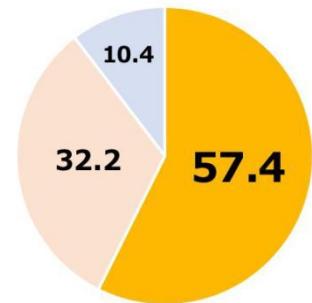


■消費意識・行動の変化：データ①

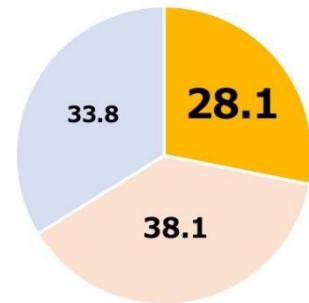
外食できない期間が長期化するなか、「自宅での料理方法やメニューを工夫するようになった」（57.4%）と回答した人は、「冷凍食品などの即食を利用する機会が増えた」（28.1%）を上回った。

Q: 「新型コロナウイルス流行」の前と比べて、あなたの消費意識・行動が変化していると思うことはありますか。
あてはまるものをそれぞれ1つだけお選びください。（単一回答）

自宅での料理方法や
メニューを工夫するようになった



冷凍食品などの即食を利用する
機会が増えた



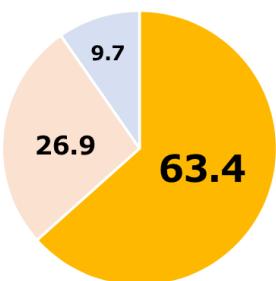
※グラフ内数値の単位は全て“%”

■消費意識・行動の変化：データ②

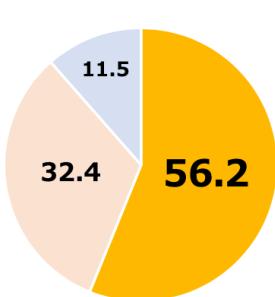
「家の外で行うレジヤーよりも、家の中でできるレジヤーを利用する機会が増えた」（63.4%）、「オンラインスーパーを利用する機会が増えた」（56.2%）、「ECを利用する機会が増えた」（54.6%）といった解答が上位を占め、あらたな“インドア消費”が生まれているのがわかる。その一方で、「デリバリー利用が増えた」との解答は31.7%に留まった。

Q: 「新型コロナウイルス流行」の前と比べて、あなたの消費意識・行動が変化していると思うことはありますか。あてはまるものをそれぞれ1つだけお選びください。（単一回答）

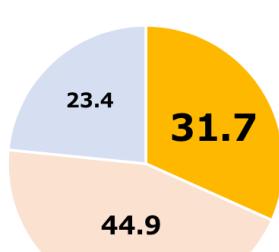
家の外で行うレジヤーよりも
家の中でできるレジヤーを
利用する機会が増えた



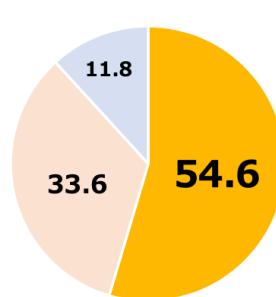
オンラインスーパーを
利用する機会が増えた



「外卖」で外食デリバリーを
利用する機会が増えた



ECを利用する機会が増えた



※グラフ内数値の単位は全て“%”

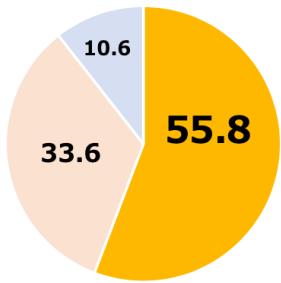
4

■消費意識・行動の変化：データ③

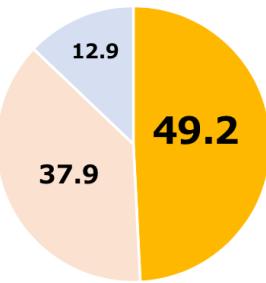
「買い物をするときはできるだけ節約したいと思うようになった」（49.2%）、「衝動買いすることが少なくなった」（45.1%）、「買い物をする時は時間をかけて選ぶようになった」（41.1%）と、慎重な消費姿勢が強まる。

Q: 「新型コロナウイルス流行」の前と比べて、あなたの消費意識・行動が変化していると思うことはありますか。あてはまるものをそれぞれ1つだけお選びください。（単一回答）

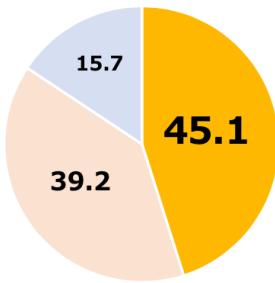
万が一の時に備えて普段から買い物をしてもおきたいと思うようになった



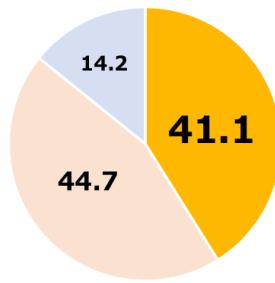
買い物をする時ができるだけ節約したいと思うようになった



衝動買いをすることが少なくなった



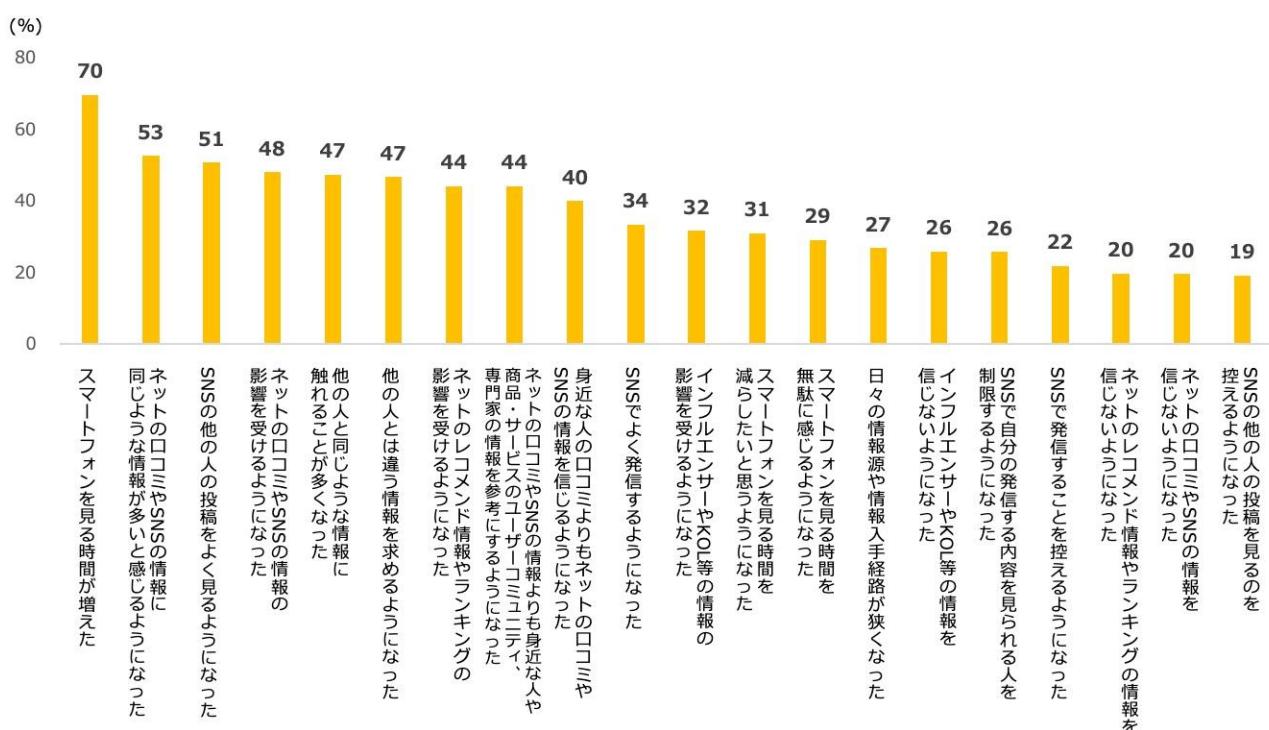
買い物をする時は時間をかけて選ぶようになった



■情報に関する意識・行動の変化：データ①

「スマートフォンを見る時間が増えた」と回答した人が70%で、それにより51%の人が「SNSの他の人の投稿を見るようになった」

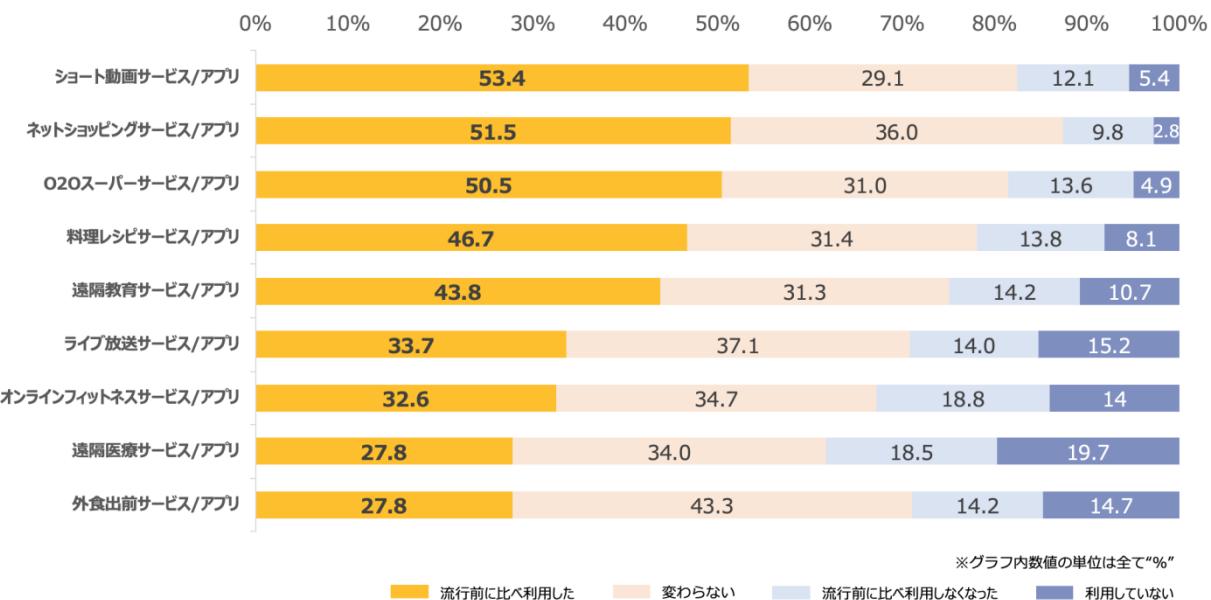
Q: 「新型コロナウイルス流行」の前と比べて、あなたの情報に関する意識・行動が変化していると思うことは、ありますか。あてはまるものをそれぞれ1つだけお選びください。（単一回答）



■情報に関する意識・行動の変化：データ②

- ・オンライン／アプリサービス利用の変化としては、「ショート動画」（53.4%）、「ネットショッピング」（51.5%）、「O2O サービス」（50.5%）の利用が増加したと解答した人が上位を占めた。

Q:「新型コロナウィルス流行」の前と比べて、あなたの情報に関する情報に関する意識・行動が変化していると思うことはありますか。あてはまるものをそれぞれ1つだけお選びください。（単一回答）



【調査概要】

調査企画： 新型コロナウィルス影響把握調査（2020年2月）

調査手法： インターネット調査

対象地域： 一級都市（北京、上海、広州、深圳）

準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）

対象者： 20歳～59歳の男女 1440人

実査時期： 2020年2月24日～3月4日

■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ともに、これからの中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。