

## 日本人の43%が「必需品も節約」 「シノベイト 経済に関するグローバル意識調査」

グローバル・マーケティング・リサーチ会社のシノベイトは、2008年11月、世界21ヶ国の13,000名(日本を含む)を対象に、景気・経済に関する意識調査を実施いたしました。

### 主な調査結果

- 1) 景気動向：悲観的なイギリス人、楽観的なブラジル人
- 2) 日本の懸念は「老後の貯蓄の目減り」
- 3) 日本人の43%が「必需品も節約」
- 4) 最も出費を抑えるようになったのは「ソフトドリンク」
- 5) 心配はしても使わずにいられない：日本は42%



### ◆調査概要

実施機関：シノベイト 実施時期：2008年11月

対象国(21カ国)：オーストラリア、ベルギー、ブラジル、ブルガリア、カナダ、デンマーク、フランス、ギリシャ、香港、日本、マレーシア、メキシコ、オランダ、ニュージーランド、ルーマニア、ロシア、セルビア、台湾、トルコ、イギリス、アメリカ

対象者：13,000名

### 1) 景気動向に悲観的なイギリス人、楽観的なブラジル人

景気の動向は、人々の感情次第で変わると言っても過言ではないだろう。気分が高揚していればお金を使うし、落ち込んでいれば節約する。どの国が景気に関して最も楽観的で、どこが最も悲観的なのか、世界規模での調査結果から明らかになった。

悲観的な人が最も多かったのはイギリスで、4分の3が自国の経済状態は後退局面にあり、回復するよりむしろさらに悪化すると考えていることがわかった。次いで悲観的な人が多かったのはアメリカ(69%)、ベルギー(66%)、フランス(65%)であった(日本：56%)。

さらに、個人レベルでの経済状況が今後1年間で悪化すると考えている人の割合が多かったのは、トルコ(56%)、イギリス(46%)、フランス(44%)であった(日本：43%)。また、国の経済が今後一年間で悪化するかどうか、という質問に対しては、全調査対象者の半数が「悪化する」と答えており、国別に見ると、同様に回答した人の割合が多かったのは、香港(74%)、イギリス(73%)、ギリシャ(70%)であることがわかった(日本：59%)。

一方、景気に関して楽観的な国々は、デンマーク(20%が現在の自国の経済状況は好調であると回答)、ブラジル(13%)、マレーシア(12%)であった。同様に、個人レベルでの今後1年間の経済状況についても、ブラジル人のおよそ3分の2(65%)がさらに上向くと考えており、デンマーク人の52%が同レベルを保つだろうと予想していることがわかった。今後1年間の自国の経済状況については、ブラジル人の52%、マレーシア人の44%、デンマーク人の31%が良くなると回答している。

シノベイトブラジルのマネージングディレクター、マニュエル・ロペスはこう語る。「ブラジル人が景気に関して楽観的なのは、過去5年間の経済成長の実績と、政府が2009年もブラジルの経済は成長し続けると保証している事実が背景にあります。従って、ブラジル人は現在の世界規模での不況の影響を直接受けていないと感じているのです。」

また、シノベイトマレーシアのマネージングディレクター、スティーブ・マーフィはこう語っている。「一般的に、アジアは他の国々と比べると、経済に関し、より楽観的であると言えます。今のところ、世界で起こっている金融危機による直接の影響はほとんど受けていませんし、1997年から1998年にかけて起こった経済危機をうまく乗り越えてきたことも人々の記憶に新しいということが、この調査結果に現れたと言えるでしょう。」

シノベイトデンマークのマネージングディレクター、クラウス・ミケルセンは、デンマークの結果について、同国の負債の少なさと失業率の低さが関係していると指摘し、こう語っている。「例えば2009年1月1日付けで実施される減税措置など、デンマーク政府の政策が国民の感情や行動に大きく影響を与えていると結論づけられるでしょう。」

## 2) 日本の懸念は「老後の貯蓄が目減り」

現在の経済状況下で最も心配なことは何か、一つ答えてもらったところ、全調査対象者の3分の1が、「一家の稼ぎ手が職を失うこと」を挙げた(日本:17%)。次いで多かったのが、「特に何も心配していない」という回答で、全調査対象者の14%の人々がこれを挙げた(日本:14%)。また、「家族に十分な食事をさせてあげられなくなることを」挙げた人は全調査対象者の12%であった(日本:5%)。

人々の懸念事項については、国別に結果が大きく異なることがわかった。日本では、最も懸念することとして、「老後のための貯蓄ができなくなることを」が一番多い回答(27%)であった(他の国々では11%以下)。また、カナダでは「投資に失敗し、損失を出すこと」を挙げた人(23%)が最も多かった(日本:8%)。

香港は、人々が懸念するものの上位2つに「ぜいたくをあきらめる」(16%)が入っていた唯一の国であった(日本:15%)。シノベイト香港のマネージングディレクター、ブレンダン・シェアはこの結果に関し、2つの要因が関係していると分析し、こう語っている。「香港には、ぜいたくがあふれています。香港の人々の多くは、日常生活において、まだ今回の金融危機の影響を直接受けていないようです。調査結果では、彼らが将来に関してかなり悲観的な見方をしていることが現れているものの、まだ彼らには仕事もあり、蓄えもあるのです。従って、現時点では香港の人々は従来どおり消費しており、ぜいたくをあきらめるまでは至っていないと言えます。」

## 3) 日本人の43%が「必需品も節約」

不況を乗り切る対策として、人々は何か行動を起こしているのだろうか？調査対象者に対して、過去6ヶ月間で節約をしたか、また貯蓄や消費、投資の仕方が変わったかどうか尋ねてみた。全調査対象者の60%が過去6ヶ月間で「出費を控えた」と回答した。この傾向が強かった国々は、トルコ(80%)、アメリカ(78%)、ギリシャ(77%)、ブルガリア(75%)、日本(73%)であった。

トルコでは、さらに、55%が6ヶ月前に比べ必需品の出費を控えたと答えている。シノベイトトルコのマネージング・ディレクター、アリ・ムハレモグルはこう語る。「ここ15年間でトルコは3つの大きな経済危機を経験したため、人々はこのような状況に素早く反応し、必需品も含む全ての出費を控えようとするのです。」日本でも、6ヶ月前に比べ必需品の出費を控えたと回答した人は43%に上り、調査対象国の内、トルコに次いで2番目に高かった。

一方、フランス人は、出費は控えているものの、40%が今までにも増して貯蓄をしているという結果が出ている(日本11%)。シノベイトフランスのマネージング・ディレクター、ティエリー・パイユは、これをフランス人の典型的な反応とし、こう語っている。「伝統的に、フランスは世界でも高い貯蓄率を誇っています。従って、このような景気減退期には、彼らはさらなる悪化に備えて、反射的により多く貯蓄しようとするのです。フランスの金融システムは、株式投資よりも生命保険をベースにした投資を支援しているのです。」

ぜいたく品への出費を控えた人が多かったのは、アメリカ(82%が控えたと回答)とイギリス(78%)であった(日本:56%)。また、この2ヶ国は「衝動買い」に関しても「控えるようになった」人が多く、アメリカでは83%、イギリスでは76%が同様の回答をしている(日本:55%)。人々は家計を引き締めざるを得ない状況にあるようだ。

また、全調査対象者の半数以上(52%)が、商品購入時に「値段を比べるようになった」と回答しており、この傾向が強いのは、ギリシャ(70%)、ベルギー(68%)、フランス、イギリス(共に67%)とアメリカ(66%)であった(日本:48%)。

消費行動にあまり変化が見られなかった国はデンマークと香港であった。

#### 4) 最も出費を控えるようになった商品カテゴリーは「ソフトドリンク」

人々の節約行動に関連して、商品カテゴリー別にどのような違いがあるかを調査してみた。調査対象者に、12の消費財カテゴリー(乳製品、アルコール、缶詰、化粧品など)への出費に関し、以前より増えたか、控えるようになったか、または従来通りかを尋ねてみた。

全調査対象者の30%(日本:37%)がソフトドリンクへの出費を控えるようになったと回答しており、出費を控えるようになった商品カテゴリーのトップに挙げられている。ソフトドリンクに次いで、化粧品(27%、日本:25%)、アルコール(26%、日本:27%)が挙げられている。

シノベイトのナレッジ・マネージメント/インサイト部門のグローバル・ディレクターであるマイク・シャーマンはこう語っている。「例えば、アルコールに関して出費を控えた人が最も多かったのは、フランス(48%)とイギリス(46%)でしたが(日本:27%)、これらの国々では、アルコールを飲むことが文化の一部となっています。彼らはアルコール摂取を控えるようになったというよりも、より安価なアルコール飲料を選ぶようになったのではないかと私は推測します。中には、香水や新しい音楽CDなど、小さな贅沢はあきらめていない人も存在します。彼らは、例えば日用品にはブランドにこだわらずPB商品などを購入し、余った予算で自分の好きなものに少し贅沢をするのです。」

#### 5) お金について心配はしても使わずにいられない: 日本は42%

いくつかの記述を使って、調査対象者の経済に対する意識を探った。「経済には興味がないので、あまり気にしていない」という記述に同意した人の割合は全調査対象者の27%であった(日本:15%)。この記述に同意した人が最も多かったのは香港(44%)で、次いでトルコ(42%)、ロシア(40%)であった。しかし、この結果を裏返せば、全調査対象者の10人中7人(70%)が経済に注目していることになる。この割合が多かったのは、アメリカ(89%)で、次いで台湾(86%)、日本(85%)であった。

「お金について心配はしているが使わずにはいられない」という記述に同意した人は、全調査対象者では33%。メキシコが61%と最も高かったが、日本でも42%がこれに同意している。まだまだ消費意欲があることの現れであろうか。

全調査対象者の18%が、「物価上昇に備えて、食料品の買いだめを始めた」という記述に同意し、食料庫いっぱいの食品が彼らを安心させることがわかった。この傾向が強かったのは、メキシコ(37%)、アメリカ(33%)、ブラジル(32%)であった(日本:22%)。

前出のボブ・マイケルズはこう語る。「アメリカでは、会員制の大型ディスカウントショップやスーパーのセールコーナーが普及しつつあります。また、昨今の物価上昇に伴い、アメリカ人の3分の1が食料の買いだめを始めています。」

不安定な経済状況は人々の生活を変えつつあるようだ。全調査対象者の3分の1以上が「現在の経済状況のために、人生に関わる大きな決断を変更した」と回答している(日本:14%)。

#### シノベイトについて [www.synovate.com](http://www.synovate.com)

シノベイトはAegis Group plcのマーケティング・リサーチ部門として、世界63カ国に広がるネットワークを駆使し、クライアントに必要なグローバル・サポートと総合的なマーケティング・リサーチ・サービスを提供しております。

#### [内容のお問い合わせ]

シノベイト株式会社 担当: 山口 真理子

〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-18-19

TEL 03-5408-3853

FAX 03-5408-3851

E-mail [japan@synovate.com](mailto:japan@synovate.com)