

～世界 11 か国 11,000 人の消費者に調査 (1) 消費者がとらえた 2023 年～

世界的なインフレや物価高騰の状況下で 中国、北米の消費者の 50%超が「2023 年は楽観的」と回答 日本は 28%にとどまる

GLOBAL CONSUMER TRENDS

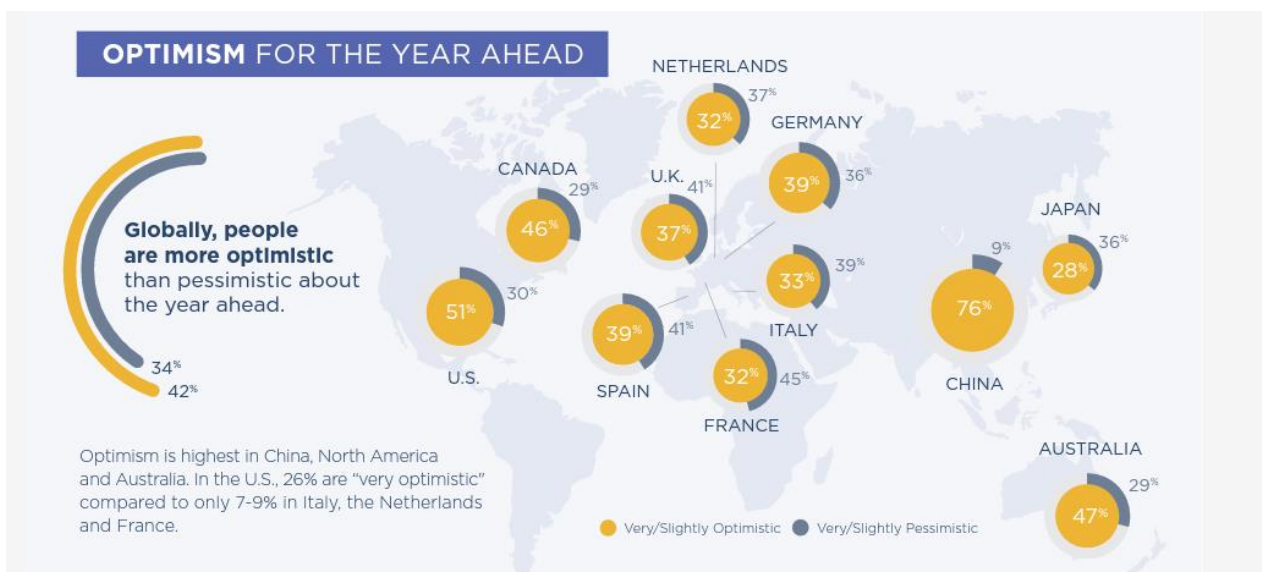
Consumer Outlook 2023

全世界、約 6200 万人のファーストパーティデータを活用したオンラインリサーチサービスを提供する Dynata LLC (ダイネータ/本社：アメリカ テキサス州、日本オフィス：東京都中央区、以下ダイネータジャパン)は、日本を含む 11 か国約 11,000 人に対して調査したレポート「Global Consumer Trend 2023」を発表しました。このレポートは、経済的および社会的な要因の変化について、よりよく理解することを目的として、実施しました。そのレポートの中から、第 1 回「消費者がとらえた 2023 年」、第 2 回「個人の経済状況」、第 3 回「メンタルヘルス」とテーマ別で 3 回に分けてお知らせする予定です。今回は皆さまでも分析ができるように、データテーブルを共有する予定です。お問合せにございますメールアドレス (Info.Japan@Dynata.com) までご連絡ください。

第 2 回のレポート公開は 4 月 13 日を予定しています (全 3 回)

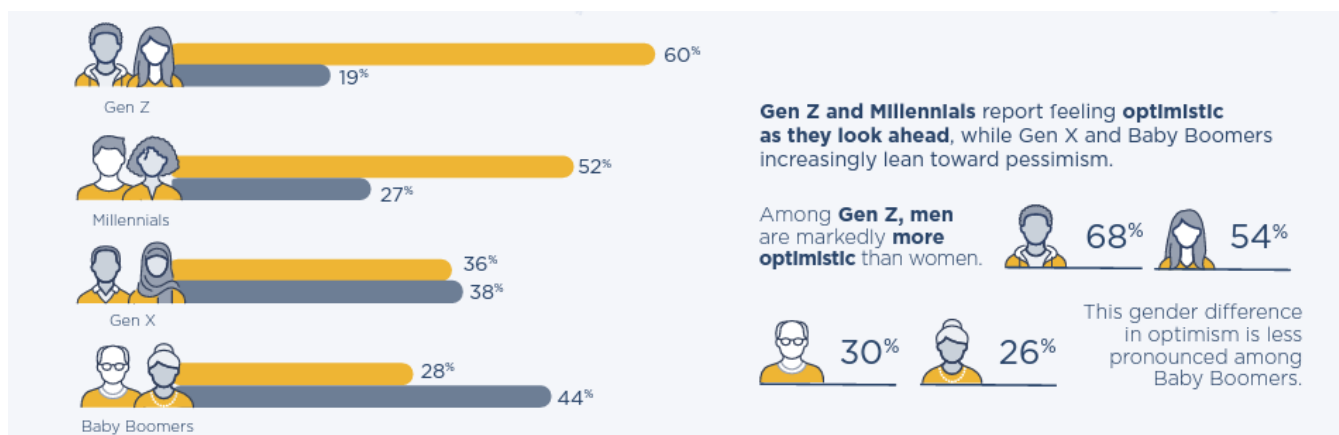
■国別の比較：世界的な平均値として、今後 1 年について悲観的にとらえている人は 34%、楽観的にとらえている人は 42%

楽観的にとらえている回答者の世界的な平均値は 42%でした。その平均値よりも楽観的な回答が多かったのは、中国 (76%)、米国 (51%)、オーストラリア (47%)、カナダ (46%) でした。特に米国では 26% が「非常に楽観的」と回答しています。反面、ヨーロッパの各国では (フランス、オランダ、イタリア) での楽観的な回答は平均値よりも少ない傾向でした。日本に関しては、28%が「とても楽観的」、「少し楽観的」と回答しているのに対して、36%が「少し悲観的」「とても悲観的」にこの先 1 年をとらえており、悲観的にとらえている人のほうが 8 ポイント多いという結果でした。



■ **世代別の比較：16～40 歳にあたる Z 世代とミレニアル世代は、その上の世代である X 世代とベビーブーム世代よりも楽観的に 2023 年をとらえています**

Z 世代（16～25歳）およびMillennial世代（26～40歳）は過半数が楽観的と回答しています。特にZ世代の男性に顕著です。X世代（41～57歳）およびBabyboomers（58～76歳）では、2023年を悲観的であると回答している人が楽観的にとらえている人を上回る傾向となりました。

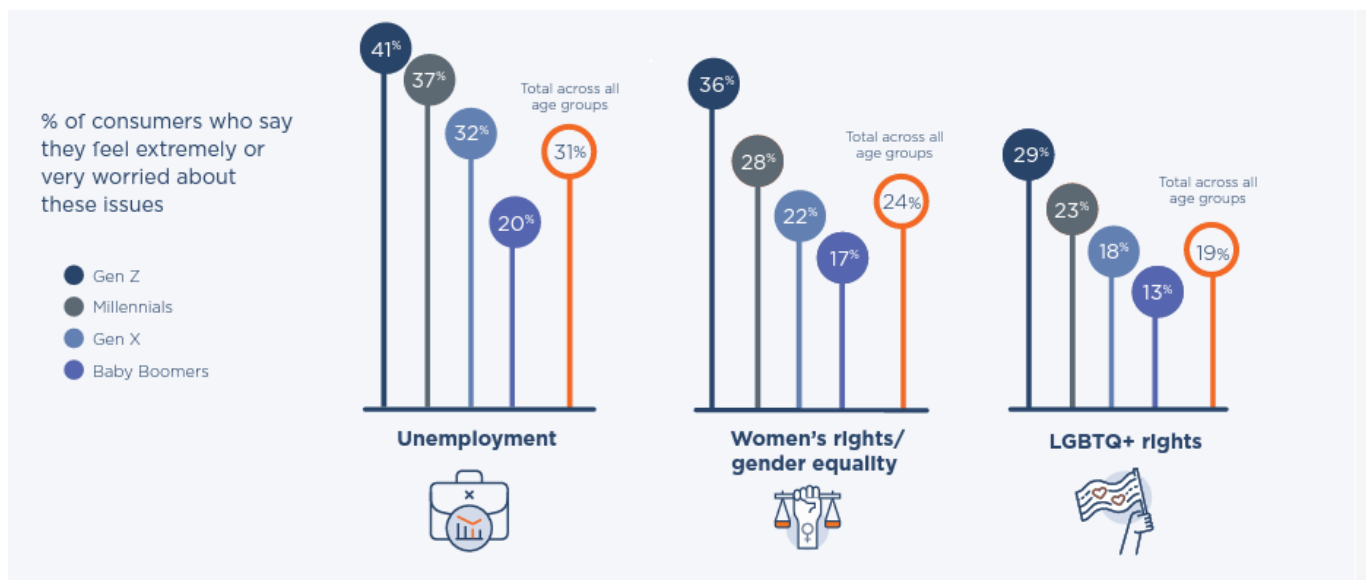


■ **消費者の懸念：世界中のすべての年齢層にとって、インフレと戦争は最大の懸念材料です**

消費者にとって、もっとも懸念されることは、60%が物価高、インフレと回答しています。これまで社会の中心的な話題の一つであったCovid19について心配するという声は、31%にとどまり、以前ほどの社会的な懸念はないようです。ただし、中国の消費者が、最も懸念していることはCovid19の影響という回答でした。



また、若い世代ほど、失業について、男女平等や LGBTQ+ の権利について懸念をしているという傾向がみられました。



【調査概要】

調査期間：2023年1月5日～1月10日

調査国：米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、オランダ、中国、日本、オーストラリアの11か国

調査対象：16歳以上の消費者 11,000人から得た回答に基づいています。

世代別：

Z世代：16～25歳

ミレニアル世代：26～40歳

X世代：41～57歳

ベビーブーマー世代：58～76歳

サイレント世代：77歳以上

※Dynataのオンラインリサーチパネル全体から選ばれたサンプルは、年齢、性別、地域の人口を反映するよう割り当てが制御されています。誤差範囲（95%の信頼水準）は、国レベルで +/- 3%、全体レベルで +/- 1% です。

【会社概要】

Dynata（ダイネータ）について

Dynataは、世界最大規模のファーストパーティータを活用するオンラインリサーチ企業です。世界中の約7,000万人の消費者や、ビジネスプロフェッショナルにリーチし、調査を通じて収集された個々のプロフィール属性の広範なライブラリを備えています。

また、堅牢なファーストパーティータサービスを中心に革新的なデータサービスとソリューションを構築し、インサイトの発見からキャンペーンの活性化、クロスチャネルマーケティングROIの測定まで、マーケティングの連続体全体に顧客の声を届けています。

Dynataは、北米、南米、ヨーロッパ、およびアジア太平洋地域の6,000以上の市場調査、メディアおよび広告代理店、出版社、コンサルティングおよび投資会社、法人顧客にサービスを提供しています。

詳細については、www.dynata.com をご覧ください。

【お問合せ先：Info.Japan@Dynata.com（広報担当宛）】

Dynata Japan Office セールス&マーケティングチーム
（旧社名：サーベイサンプリングジャパン合同会社）
東京都中央区新川1-8-5 KKビル 3階
<https://www.dynata.com/>