



～世界 11 か国 11,000 人の消費者に調査 (2) 個人の経済状況～
経済的な困難に直面している人が世界的に増加傾向
 ～Z世代では回復の兆しも～

GLOBAL CONSUMER TRENDS

Consumer Finances 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 1 年後」、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します。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。

■国別比較：個人の経済状況について

世界的には、39%の人が、過去 1 年間に自分の経済状況に変化がないと回答しています。そのうち、改善した (28%) よりも悪化した (33%) と回答した人の方が多く結果となりました。反面、日本では 54%が変化はないと回答しています。

A DIVIDED PICTURE OF PERSONAL FINANCES

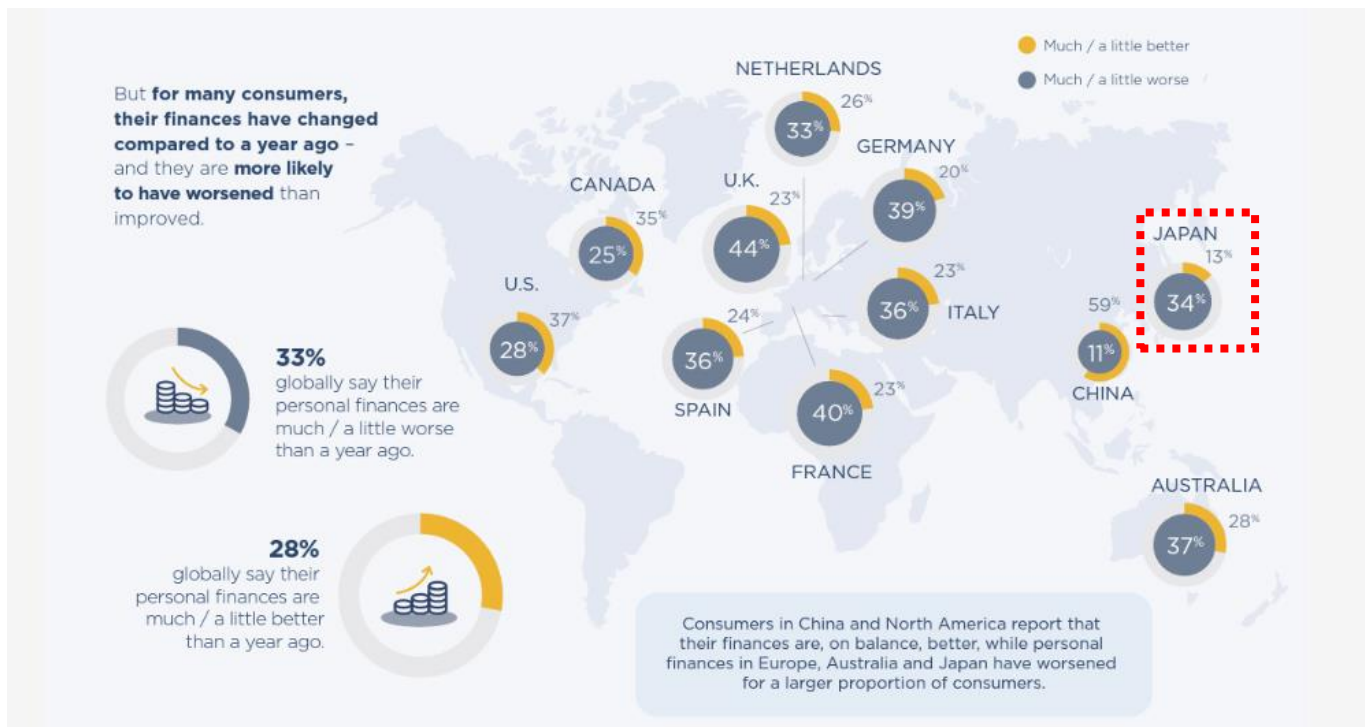
Globally, **39%** of consumers say their personal finances are about the same as a year ago.



In Japan, **more than half (54%)** say their finances are unchanged.

In the U.K. and China, this is the case for only a third of consumers (33% and 30% respectively).

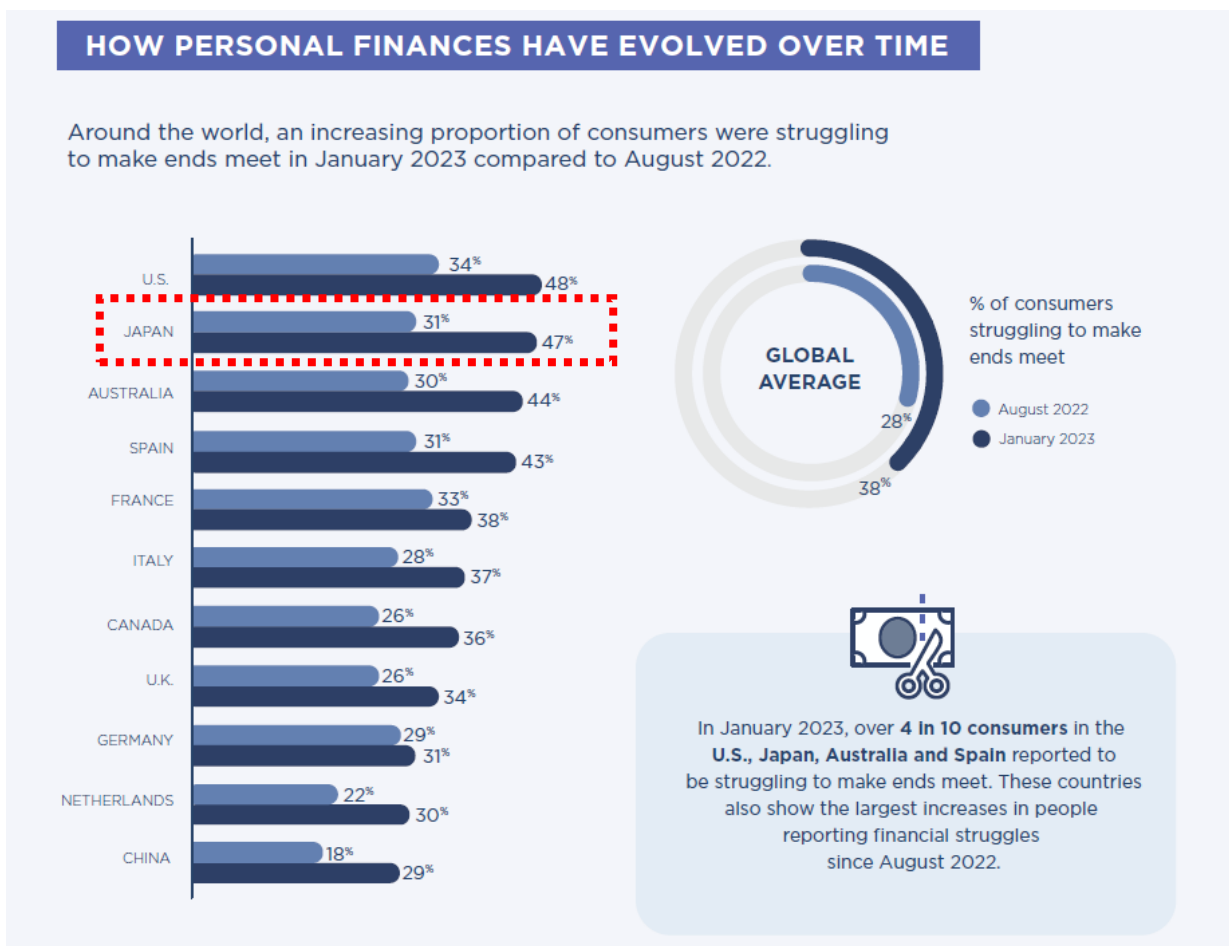
また、各国の状況を見てみると、北米、中国では改善しているという回答が、悪化しているという回答を上回っていますが、ほかの国ではいずれも悪化していると回答しています。日本では、13%の回答者が家計が改善していると回答していますが、34%が悪化していると回答しています。(以下の図の黄色は改善傾向、グレーは改善傾向)



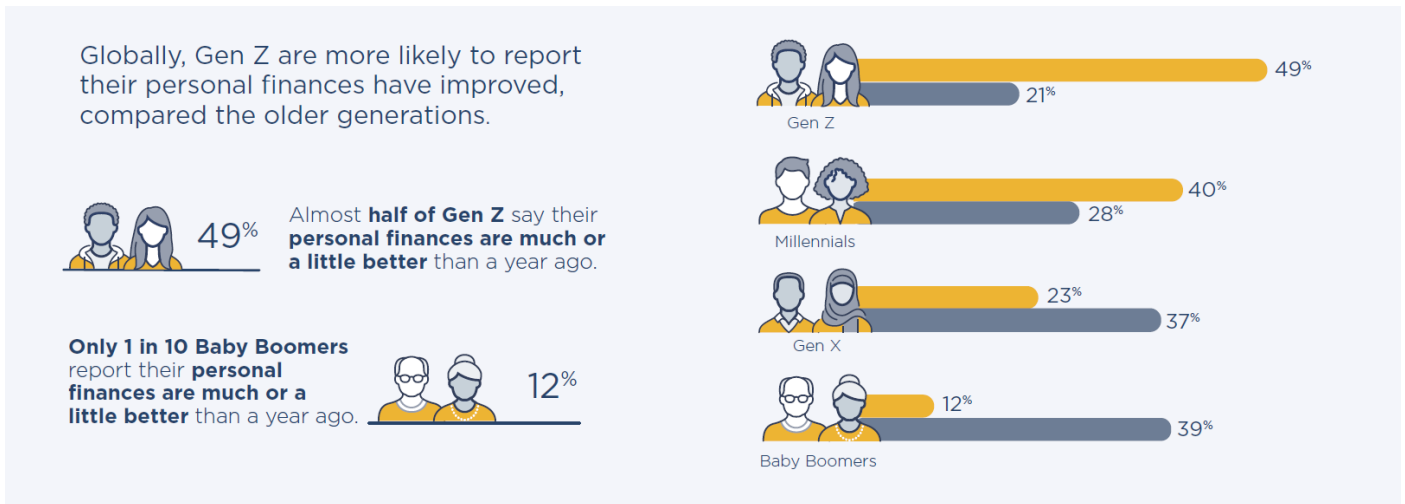
世界中で、生計を立てるのに苦労している消費者の割合が増えており、さらに多くの人が借金に陥っています。すべての国において、これらの意見に同意する人の割合が前回調査よりも増加しました。特に日本では、前回調査（2022年8月）よりも16ポイント高く、31%の人が、経済的な困難に直面していると回答し、調査国11か国中では最も変化がありました。

急激な物価高、インフレの影響、昨年度の円安危機などの影響が考えられます。

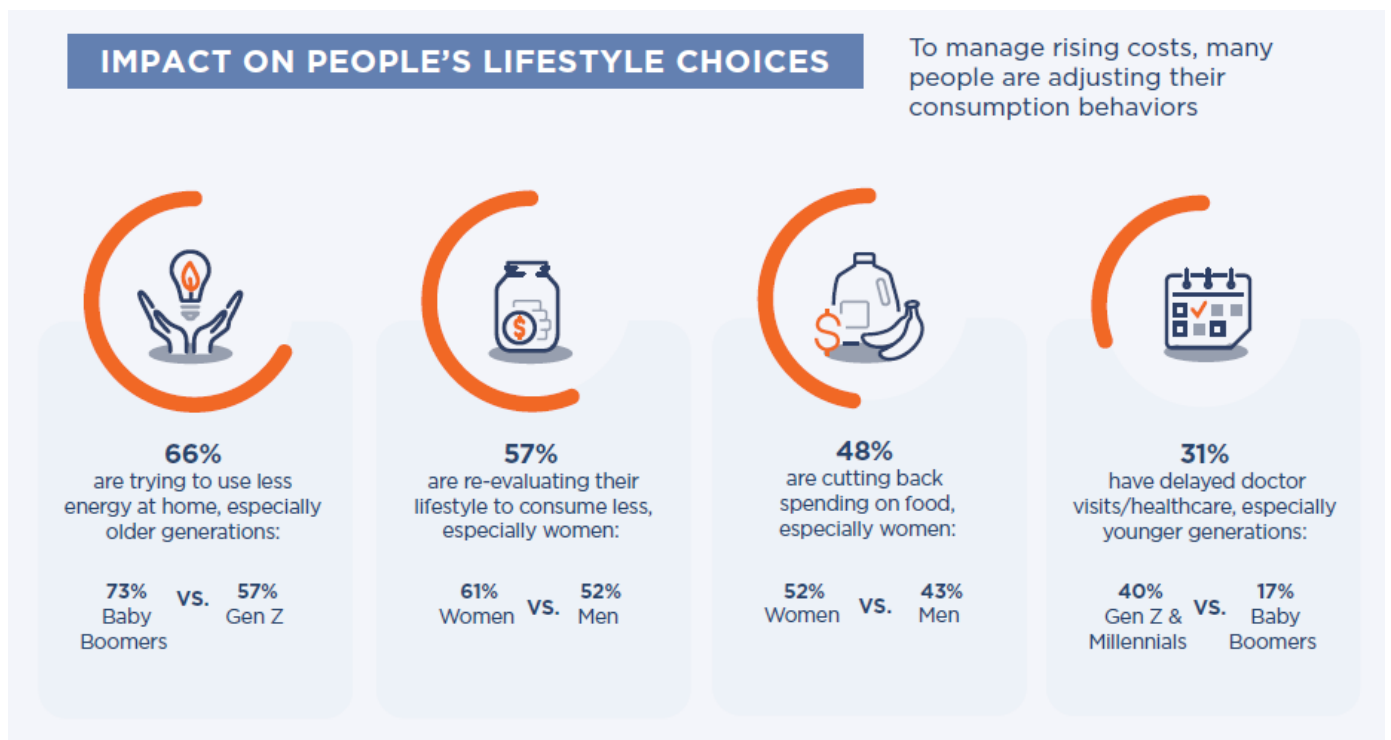
また、日本（47%）を含む、米国（48%）、オーストラリア（44%）、スペイン（43%）の人々は、年初に収支を合わせるのに苦労しそうだと回答しています。（以下の図は前回調査（2022年8月）との比較。棒グラフ、上段：2022年8月、下段：2023年1月）



■ **世代別の比較** : 世代別にみると、Z 世代、ミレニアル世代は経済的に回復傾向の回答が多く、特に Z 世代に関しては、49%が 1 年前よりも回復傾向にあると回答しています。(以下の図の黄色は改善傾向、グレーは改善傾向)



■ **世代別、性別での消費行動の違い** : 個人消費において、電気代などの光熱費を節約して過ごそうというのは、ベビーブーマー世代 (58~76 歳) で顕著にみられました。また、男性に比べて、女性のほうが生活費や食費を見直すなどの消費行動の変化がありました。病院に行くことを控えるという回答は、若い世代に比較的多いようです。



【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 개국

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】

Dynata Japan Office Sales&Marketing Team Info.Japan@Dynata.com

東京都中央区新川 1 - 8 - 5 KKビル 3 階
<https://www.dynata.com/>