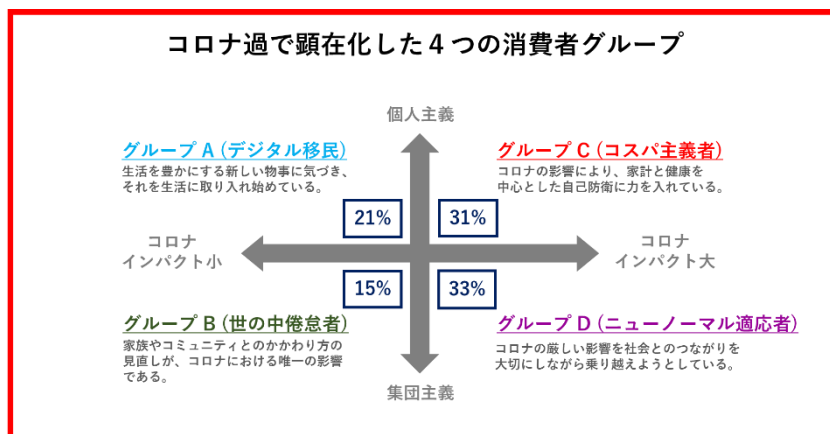


ブランドが対応すべき with コロナ時代の4つの消費者グループ 消費を牽引する「コスパ主義者」と「ニューノーマル適応者」の攻略がカギ

株式会社 BBDO JAPAN（本社：東京都中央区、取締役社長：伊藤 治彦）は、新型コロナウイルスによって変化した国内における消費マインドを理解するために、BBDO Worldwide の独自メソッドを用いて消費者分析を行い、その結果をまとめました。



□ コロナ過で変わる消費マインド：4つの消費者グループ

グループ A：デジタル移民（構成比 21%）

- デモグラフィックの特徴：40- 50 代層および正規雇用者の割合が相対的に高い。
- ・新型コロナウイルスの影響を特に受けておらず、以前と同じように消費活動を楽しんでいる。
- ・唯一の変化は、在宅時間の増加に伴い、インターネットの便利さに気づいたこと。

グループ B：世の中倦怠者（構成比 15%）

- デモグラフィックの特徴：50 代層と学生、および非正規雇用者の割合が相対的に高い。
- ・新型コロナウイルスの影響は特に受けていないが、暗いニュースばかりの社会に辟易している。
- ・また他のグループと比較し消費意欲が低い。

グループ C：コスパ主義者（構成比 31%）

- デモグラフィックの特徴：20 代層と非正規雇用者の割合が相対的に高い。また未婚率も高い。
- ・新型コロナウイルスによって経済的影響を受けているものの、消費意欲は高い。
- ・節約への意識が高く、コストパフォーマンスの良い商品に目を向けている。

グループ D：ニューノーマル適応者（構成比 33%）

- デモグラフィックの特徴：20-30 代層と非正規雇用者の割合が相対的に高い。
- ・新型コロナウイルスによって物事の優先順位が大きく変わった消費者グループ。消費意欲が最も高い。
- ・ただし消費に対しては検討を重ねる傾向があり、計画的にお金を費やす。

□ それぞれの消費者グループに対し取り組むべきマーケティングコミュニケーション

対 グループ A：デジタル移民

- ・インターネット利用頻度の増加に合わせ、オンラインでのコミュニケーションを強化する。

対 グループ B：世の中倦怠者

- ・積極的に情報収集を行わない消費者層のため、まずは認知を獲得することに集中する。

対 グループ C：コスパ主義者

- ・製品またはサービスのコストパフォーマンスや機能的便益をアピールする。

対 グループ D：ニューノーマル適応者

- ・ライフスタイルや人生プランの変化に合わせ、規模の大きな提案（金額、期間ともに）を行う。

The Work. The Work. The Work.

BBDO JAPAN は、BBDO Worldwide の一員として、グローバルなネットワークに蓄積された実績・ノウハウを活用し、世界レベルの戦略的な広告・マーケティングサービスを国内で提供しています。

BBDO Worldwide は、世界 81 カ国 289 拠点で活動している、Omnicom (NYSE: OMC) グループのマーケティングエージェンシーです。カンヌ・ライオンズ（国際クリエイティブフェスティバル）では、年間最優秀広告代理店ネットワークに 6 回選出されるなど、世界で最もクリエイティブなエージェンシー・ネットワークと評されています。

BBDO JAPAN : <https://www.bbdojapan.com/>

□ 本件に関するお問い合わせ

BBDO JAPAN

株式会社 BBDO JAPAN

プランニンググループ 伊藤

TEL : 03-6221-8040

E-Mail : info@bbdojapan.com

項目	詳細
調査方法	オンライン定量調査（4段階評価）
調査日	2020年2月8・9日 n=400 *全国
サンプル	20代（男性 50、女性 50） 30代（男性 50、女性 50） 40代（男性 50、女性 50） 50代（男性 50、女性 50）
調査パネル	クロスマーケティング オンライン調査パネル
分析手法	非階層的クラスター分析（k平均法）
グルーピング手法	BBDOグローバルメソッド - BBDO KNOWS's 4 グループフレームワーク

本調査は、全国の 20 代～50 代の男女合計 400 名（各年代の男性 50 名、女性 50 名）に対して実施しました。

（調査期間：2021 年 2 月 8 日、9 日、調査パネル：クロス・マーケティング オンライン調査パネル）

また 2008 年に起きたリーマンショック（世界的経済危機）の直後に BBDO Worldwide が実施した消費者分析フレームワークを活用し消費者グループを定義しました。