

報道関係者各位

(本資料は、2017年6月28日に中国で発表されたプレスリリースの抄訳です)

2017年7月5日

ボストンコンサルティンググループ

【参考資料】

## 中国の個人消費は2021年に6.1兆ドルへ、 2016年から1.8兆ドル増加～BCG調査

上位中間層・富裕層の急増と、その層における「ワンランク上の消費」の広がり、  
若年層の消費意欲の向上が個人消費の拡大を牽引

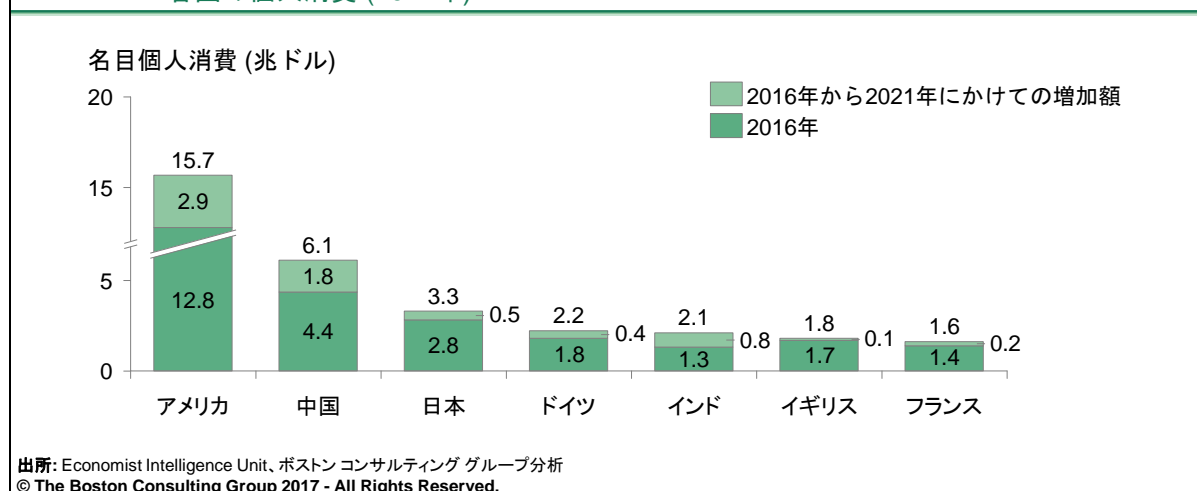
大連発、2017年6月28日 —— 経営コンサルティングファームのボストンコンサルティンググループ(以下、BCG)とアリババ・グループの調査機関であるアリ・リサーチは、中国の個人消費の今後のトレンドに関するレポート、「Five Profiles That Explain China's Consumer Economy」を発表しました。

中国全体のGDP成長は減速しているものの、個人消費の成長率は年率約10%と高い水準にあります。上位中間層・富裕層と若年層が牽引し、中国の個人消費は2021年には6.1兆ドルと、2016年の水準から1.8兆ドル増加すると予測されます。1.8兆ドルという金額は、2016年のドイツの個人消費と同等、日本の個人消費の約6割に相当します。

### 中国の2021年の個人消費は6.1兆ドル

中国では経済の構造変化により、GDP成長率が7%弱で推移している中、個人消費の成長率は依然として10%を超えています。今後の中国のGDP成長率を現在より低く5.5%と仮定しても、個人消費は2021年に6.1兆ドルになると推計されます(図表1)。上位中間層・富裕層と、消費意欲が向上する若年層が個人消費を牽引すると考えられるためです。

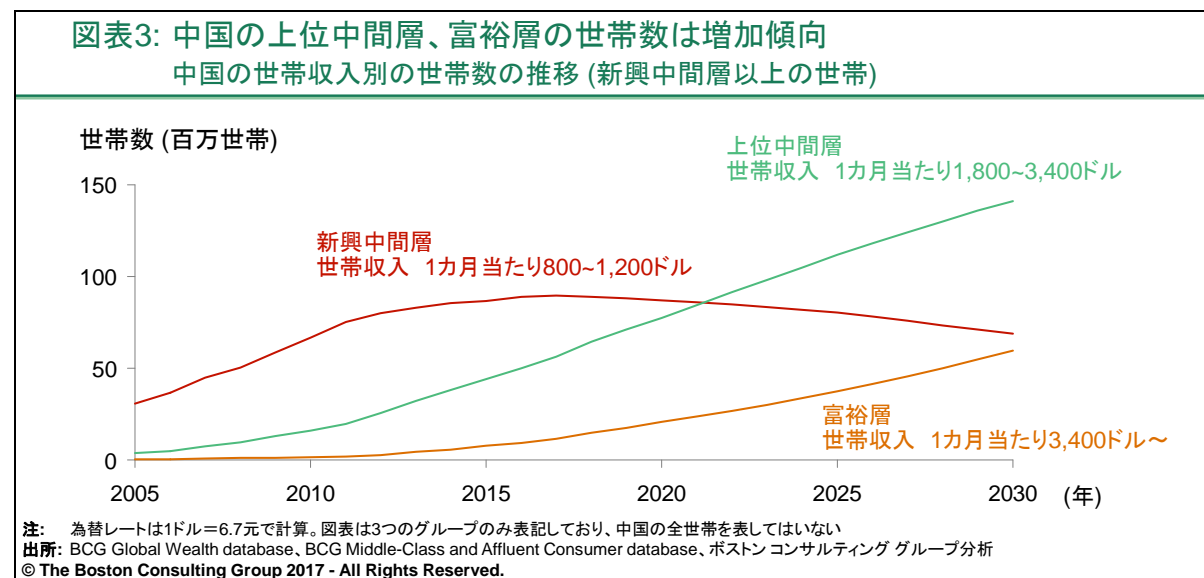
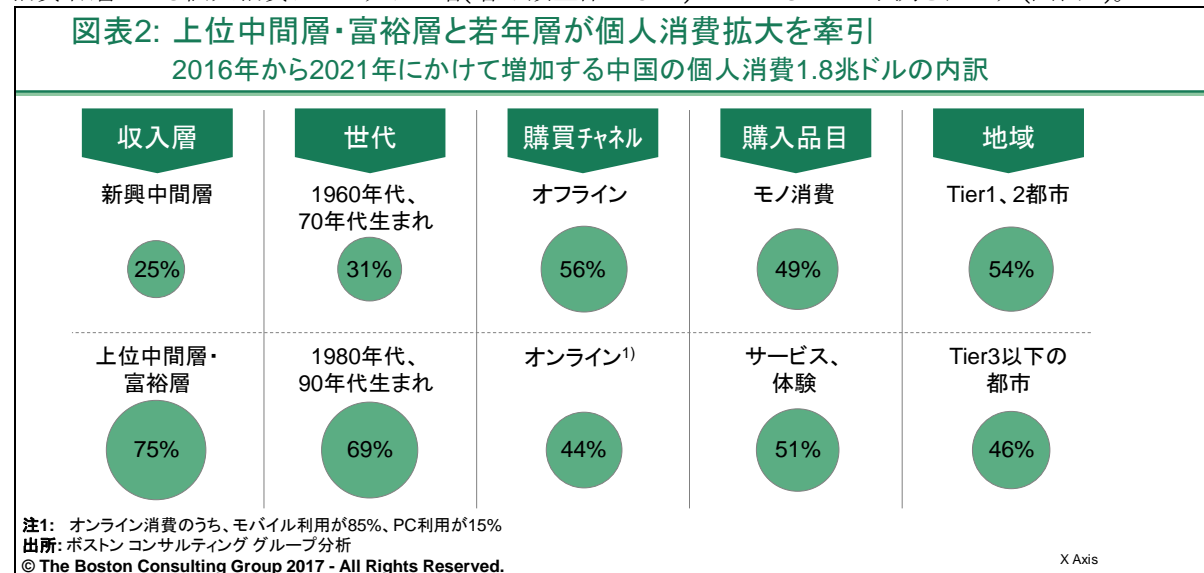
図表1: 中国の個人消費は2021年に6.1兆ドルへ、2016年から1.8兆ドル増加  
各国の個人消費 (2021年)



**個人消費拡大要因 1: 上位中間層・富裕層** 世帯数が増加するだけでなく、「ワンランク上の消費」も広がる  
2021年の上位中間層・富裕層による個人消費は2016年に比べて1.4兆ドル増加し、増加額全体の75%を占めると推計されます(図表2)。上位中間層・富裕層の世帯数が、今後も増加し続けると予測されることに加えて、今よりもより良いものを購入する「ワンランク上の消費」が広まることで、個人消費は拡大すると予測されます(図表3)。

## 個人消費拡大要因 2: 若年層 前の世代よりも消費意欲が向上

若年層の消費意欲向上も、個人消費拡大の1つの要因です。80年代・90年代生まれの消費者層による2021年の個人消費は、2016年に比べて1.2兆ドル増加(増加額全体の69%)する一方、60年代・70年代生まれの消費者層による個人消費は0.6兆ドル増(増加額全体の31%)にとどまることが予測されます(図表2)。



消費者の多様化は進み、性別・年代による分類ではなく、消費者の嗜好性やニーズによる分類が企業にとつては重要に。本レポートでは多様化する消費者の5つの特徴を解説

中国経済の成熟度が増すにつれ、消費者の多様化が進むと考えられます。企業は、性別・年代による分類だけでなく、嗜好やニーズによって分類し、深く理解することで、消費者の変化に対応することが重要であると考えます。本レポートでは多様化する消費者の5つの特徴、1)情報通の消費者、2)独身の消費者、3)エコに関心のある消費者、4)流行りに敏感な消費者、5)インターネットにつながる消費者、について詳しく解説しています。

### ■調査レポート

「Five Profiles That Explain China's Consumer Economy」

<https://www.bcg.com/publications/2017/globalization-accelerating-growth-consumer-products-five-profiles-that-explain-chinas-consumer-economy.aspx>

## ■ 日本における担当者

森 健太郎



シニア・パートナー&マネージング・ディレクター  
BCG 消費財・流通・運輸グループの日本リーダー  
ケンブリッジ大学卒業。モニターカンパニー、BCG ポストン・オフィスを経て現在に至る。

木山 聡



シニア・パートナー&マネージング・ディレクター  
BCG グローバル・アドバンテージ・グループの日本リーダー  
中部・関西オフィス管掌  
東京大学経済学部卒業。伊藤忠商事株式会社を経て現在に至る。

## ■ ボストン コンサルティング グループ (BCG) について

BCG は、世界をリードする経営コンサルティングファームとして、政府・民間企業・非営利団体など、さまざまな業種・マーケットにおいて、カスタムメイドのアプローチ、企業・市場に対する深い洞察、クライアントとの緊密な協働により、クライアントが持続的競争優位を築き、組織能力(ケイパビリティ)を高め、継続的に優れた業績をあげられるよう支援を行っています。

1963 年米国ボストンに創設、1966 年に世界第 2 の拠点として東京に、2003 年には名古屋に中部・関西オフィスを設立しました。現在世界 48 ヶ国に 85 拠点を展開しています。

<https://www.bcg.com/ja-jp/default.aspx>

bcg.perspectives サイトでは、さまざまな業界・分野に関する BCG の知見をまとめたレポート、記事およびインタビュー映像などをご紹介します。<https://www.bcgperspectives.com/>

## ■ 本件に関するお問い合わせ

ボストン コンサルティング グループ マーケティング 伊原・嶋津

Tel: 03-5211-0600 / Fax: 03-5211-0333 / Mail: [press.relations@bcg.com](mailto:press.relations@bcg.com)