

**50%がこれまでになく最もプライベートブランドを購入していると回答
- 世界でシェアを伸ばすプライベートブランド -**

NIQ/GfK Japanは、グローバルで行った世界市場におけるプライベートブランドの消費動向に関するレポートを発表した。

【概要】

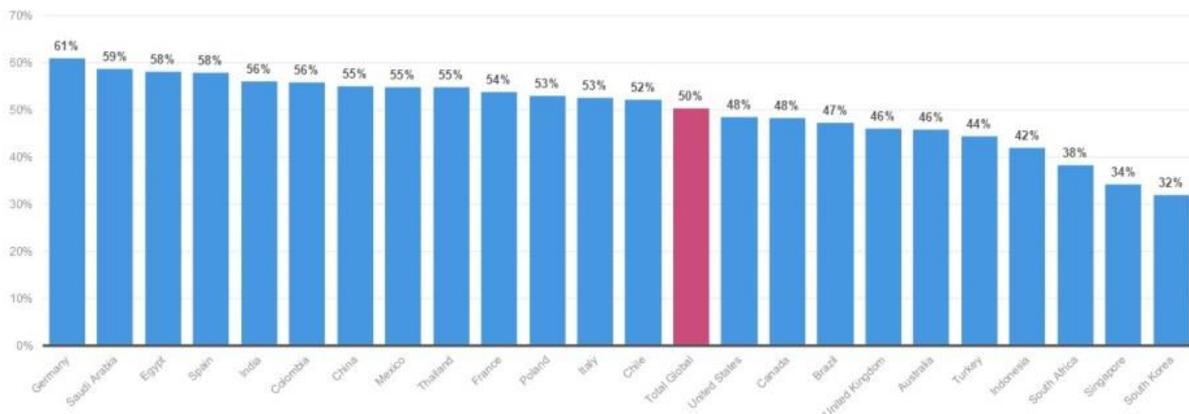
- プライベートブランドの利用意向の高まりが多くで見られ、特にドイツ、サウジアラビア、エジプトなどで顕著だった
- ミレニアル、Z世代は他世代よりも価格にこだわらずプライベートブランドに消費する傾向
- エリア別では中東・アフリカと中南米でプライベートブランドを購入する層が増加

【世界的なプライベートブランド 人気の高まり】

これまでプライベートブランドはヨーロッパ地域での普及が進んでいたが、現在、ヨーロッパを含む世界の様々な国や地域でプライベートブランドの人気が高まっている。2024年8月に実施された調査*によれば、ドイツで61%の回答者がこれまで以上にプライベートブランド商品を購入していると回答。また、サウジアラビア（59%）、インド（56%）、コロンビア（56%）において、調査対象国平均である50%を上回る結果となった(図1)。

図 1 : プライベートブランドの人気が世界的に上昇

これまで以上にプライベートブランド商品を購入している回答者率



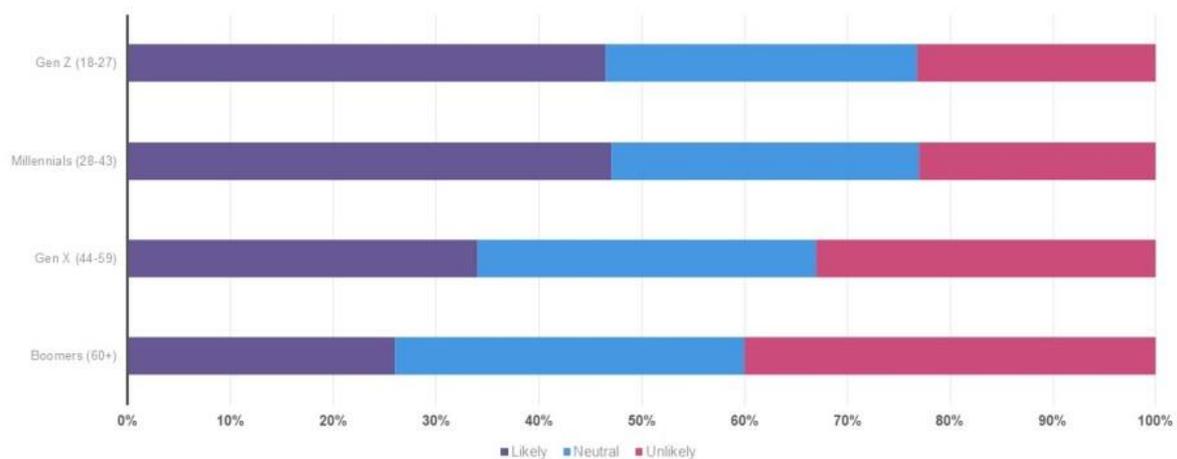
Source: NIQ 2024 Mid-Year Consumer Outlook Survey

【価格にこだわらない消費者】

調査結果から明らかになった事は、“値段が高くて、自分が気に入ったプライベートブランド商品を買う”と回答した消費者属性である。“プライベートブランド商品にもっとお金をかけてもいい”と回答したミレニアル世代(46%)とZ世代(46%)の割合は、同じ質問に“いいえ”と回答したベビーブーマー世代(23%)の2倍であった(図2)。NIQが2024年に発表した「Spend Z」レポート¹でも明らかのように、該当の二世帯は価格にこだわらずプライベートブランド商品を購入している。またミレニアル世代とZ世代の購買客が、今後数年のうちに驚異的な消費力を持つようになり、商品の嗜好やブランドロイヤリティの形成は彼らの中ですでに始まっている。

1: <https://nielseniq.com/global/en/landing-page/spend-z/>

図 2 : 若年層の消費者は、自分の好きなプライベートブランド商品に多くの支出を惜しまない
世代別回答者比率



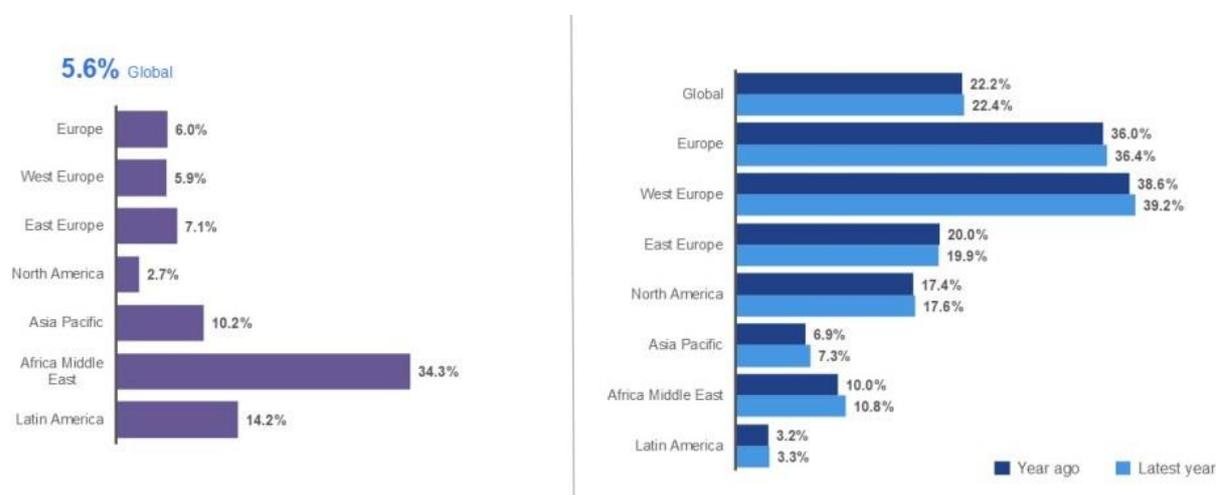
Source: NIQ 2024 Mid-Year Consumer Outlook Survey - "How likely or unlikely are you to buy a private label product you enjoy, even if it costs more?"

【プライベートブランドは世界的にシェアを拡大】

2025年に向けて、世界の消費者の消費活動は改善の兆しを見せているが、各国でのインフレの影響により、消費者の購買における商品・サービスへの吟味の目は厳しくなっている。その結果、購買客は自分が支払う金額に見合うと思われる商品の特性を見極めた上で、より意図的に消費するようになると想定される。今回発表の販売データの推移は、消費者がプライベートブランド商品に独自の価値を見出して購入していることを証明している(図3)。2024年第2四半期のNIQ RMSのデータによると、プライベートブランドは世界における12ヶ月間で+5.6%の金額売上成長を達成した。中東・アフリカ(34.3%増)と中南米(14.2%増)がインフレ水準の上昇に牽引され、最も速い伸びを示した。より緩やかではあるが、世界の金額シェアもこの期間に伸びており、購買客がこれまで以上にプライベートブランド商品を購入しているという主張を裏付けている。

図3：プライベートブランド商品の各国別の傾向

左：売上高（対2023年） 右：売上高シェア（今年対昨年）



Source: NielsenIQ RMS data up to Q2 2024

NIQ

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All rights reserved.

市場におけるプライベートブランド商品の種類やクオリティ、品ぞろえは国によって異なり、それぞれの国や地域の消費動向は異なるが、ターゲットとなる消費者にとって重要な要素を理解することが、企業が市場で成功するために最も重要であることは共通である。

Go Global with NIQ

NIQでは世界に展開を予定している、あるいは既に世界展開を行っているすべての企業に、100年近く世界で展開してきた経験を基に、信頼あるデータと調査の面からサポートをご用意しております。

<https://nielseniq.com/global/jp/landing-page/japan-pr-and-insights/>

* NIQ 2024 Mid-Year Consumer Outlook Survey

調査対象国：UK、ドイツ、フランス、スペイン、イタリア、ポーランド、トルコ、アメリカ、カナダ、メキシコ、コロンビア、ブラジル、チリ、中国、韓国、インド、タイ、インドネシア、シンガポール、サウジアラビア、エジプト、南アフリカ共和国、オーストラリア

本リリースに関するお問い合わせ先

GfK/NIQ Japan
Marketing & Communications
平川 己津子

Email: mitsuko.hirakawa@nielseniq.com