

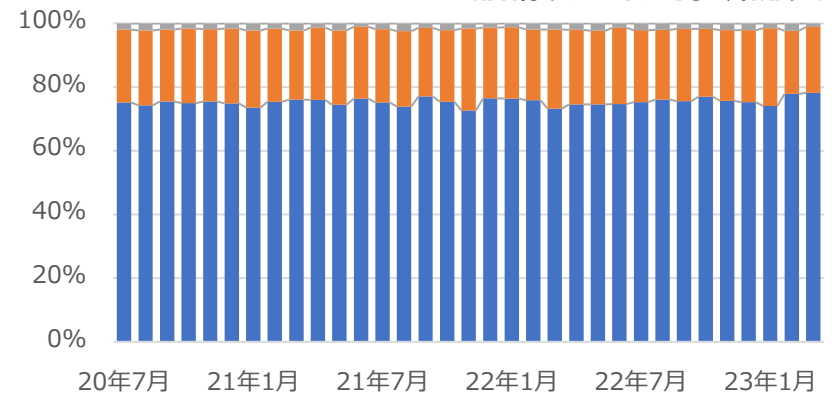
ウォーミングアップ

- いいえ
- どちらともいえない
- はい

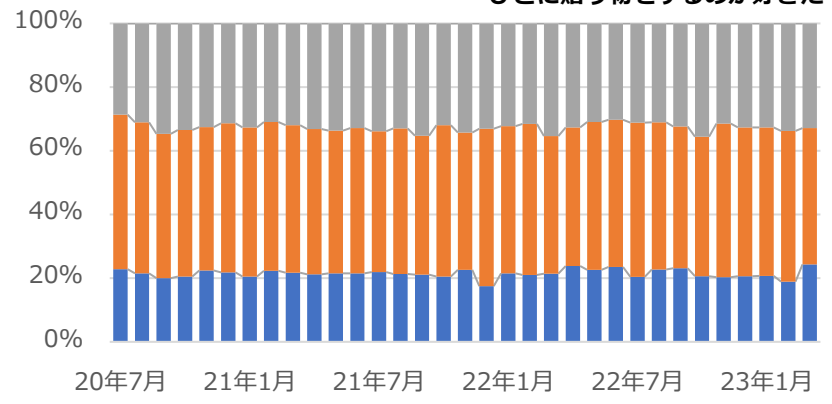
マクロミル「ASIA MONTHLY INDEX」に提供中のデータを独自に集計・分析。集計方法はマクロミルと異なる場合があります。詳細や、日本、アジアとの比較はマクロミルまでお問い合わせください



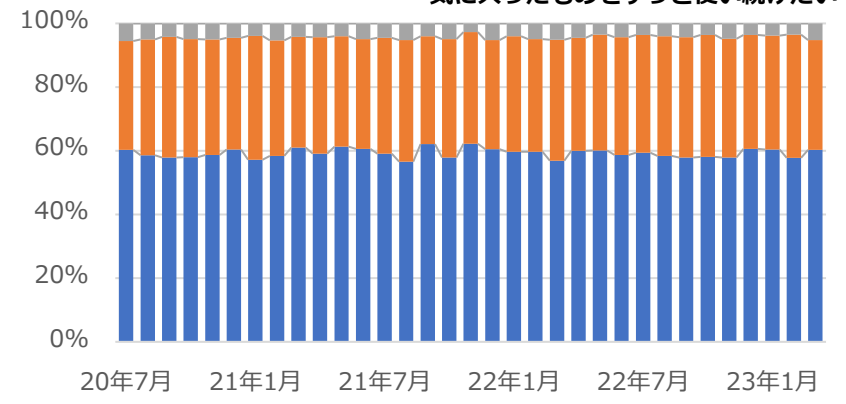
割引券やクーポンをよく利用する



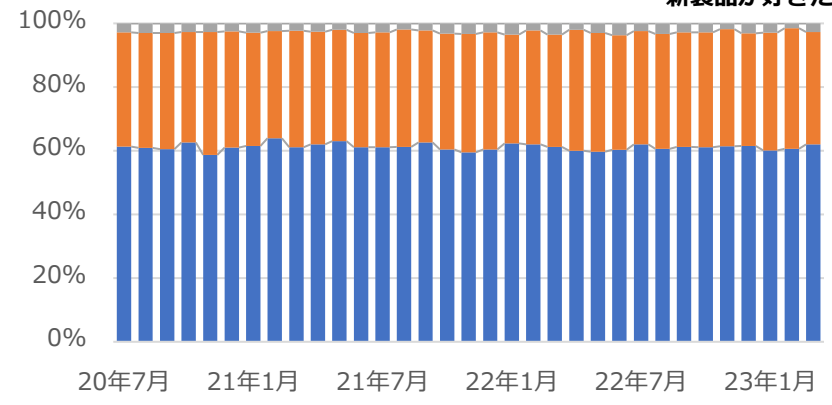
ひとに贈り物をするのが好きだ



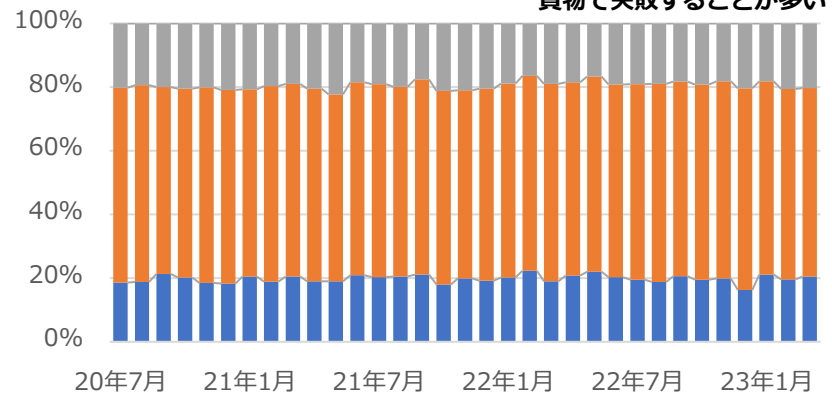
気に入ったものをずっと使い続けたい



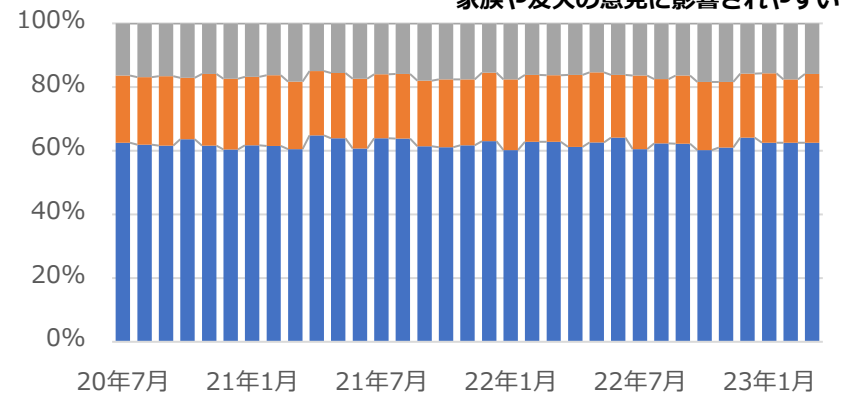
新製品が好きだ



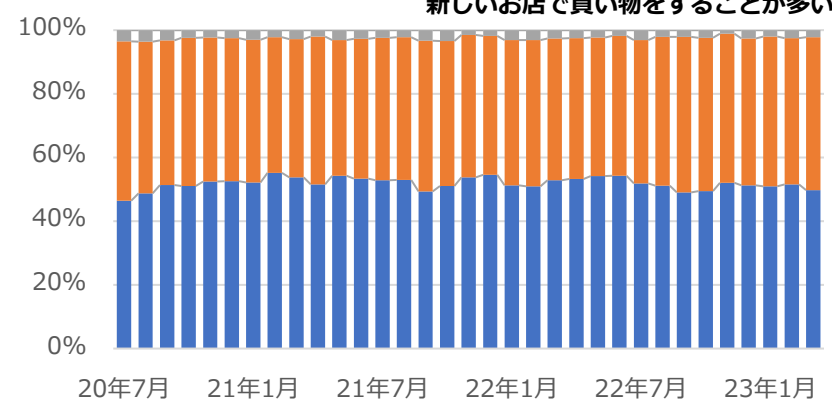
買物で失敗することが多い



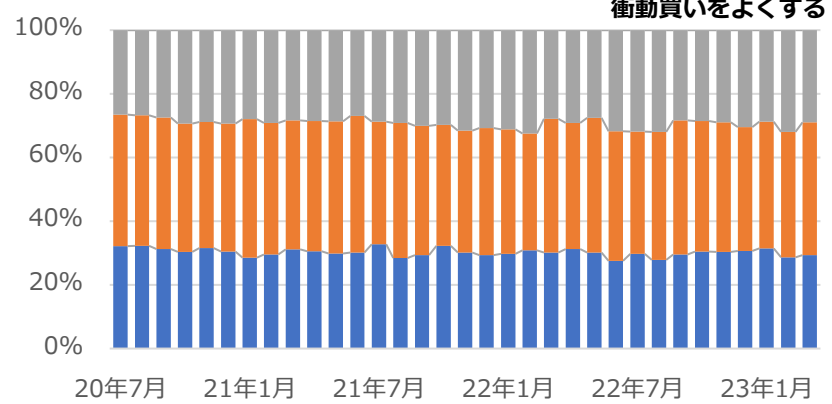
家族や友人の意見に影響されやすい



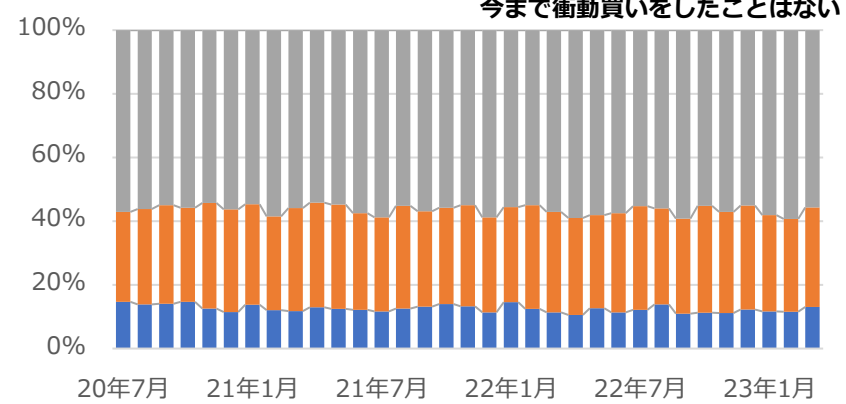
新しいお店で買い物をすることが多い



衝動買いをよくする



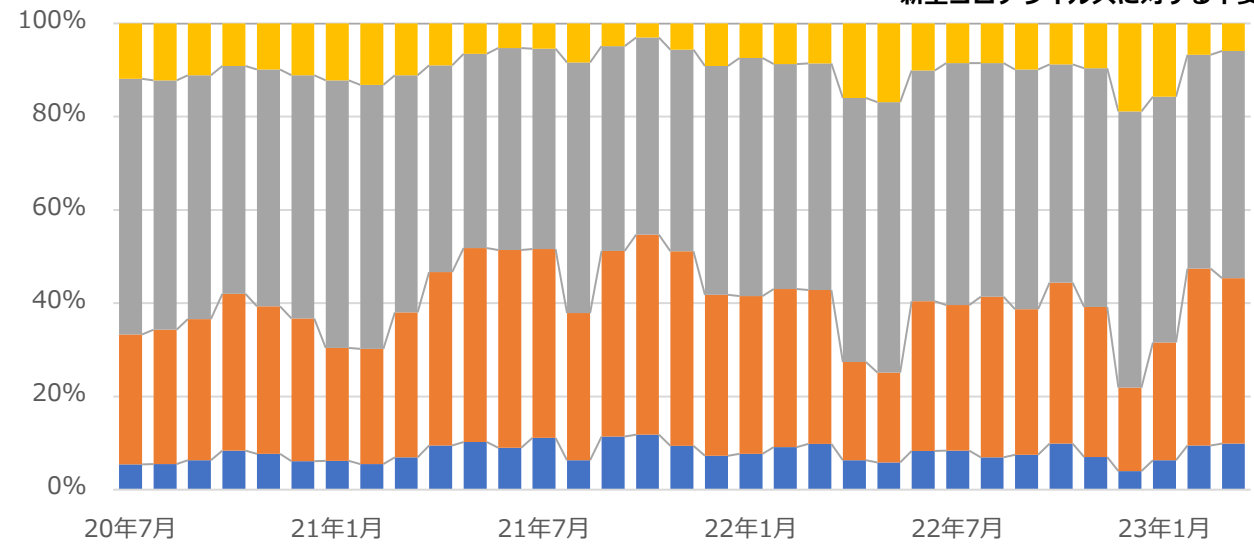
今まで衝動買いをしたことはない



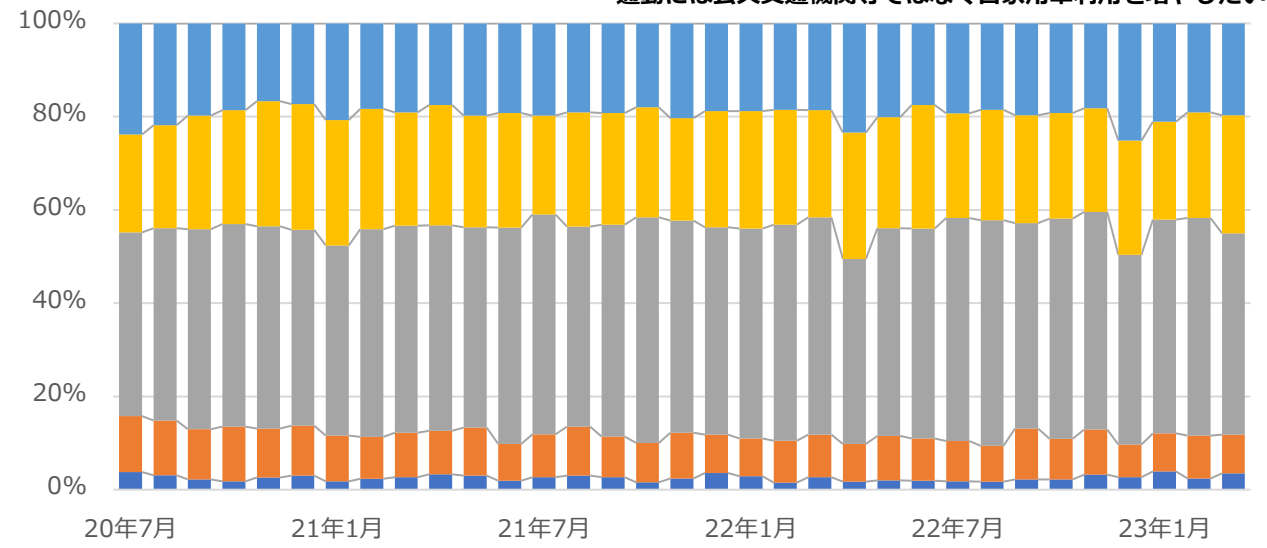
生活・消費に対する評価

マクロミル「ASIA MONTHLY INDEX」に提供中のデータを独自に集計・分析。集計方法は insights
マクロミルと異なる場合があります。詳細や、日本、アジアとの比較はマクロミルまでお問
い合わせください

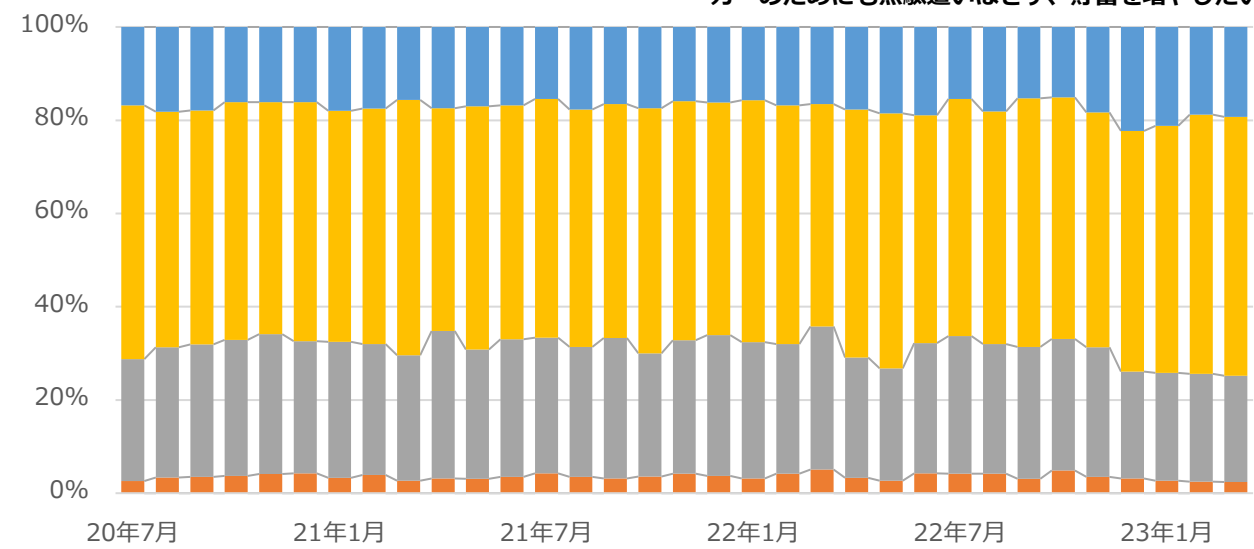
新型コロナウイルスに対する不安



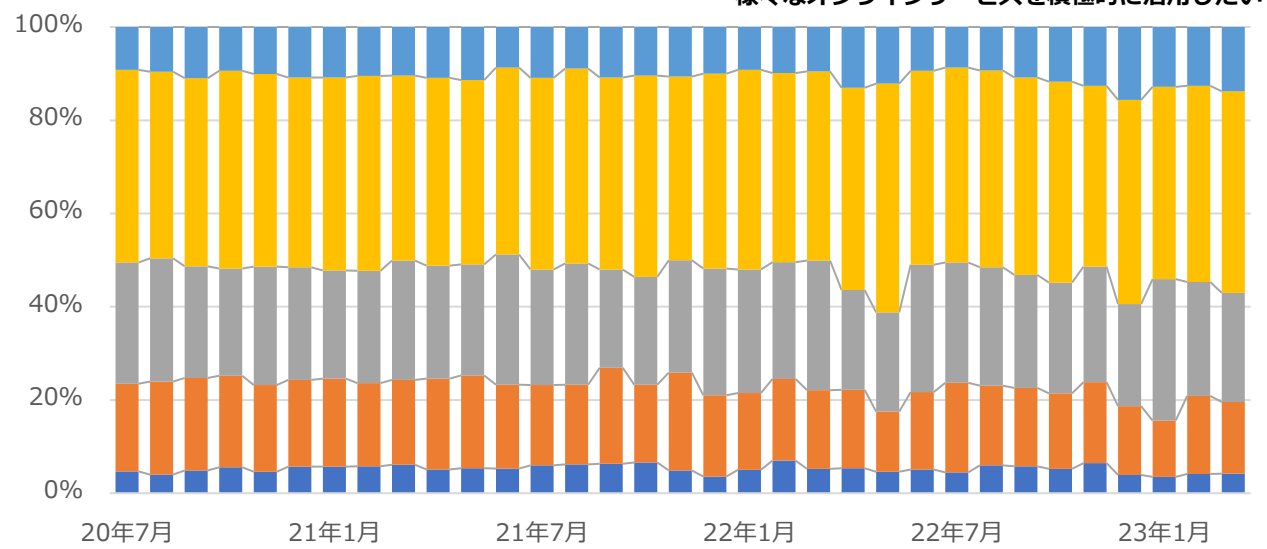
通勤には公共交通機関等ではなく自家用車利用を増やしたい



万一のためにも無駄遣いはせず、貯蓄を増やしたい



様々なオンラインサービスを積極的に活用したい

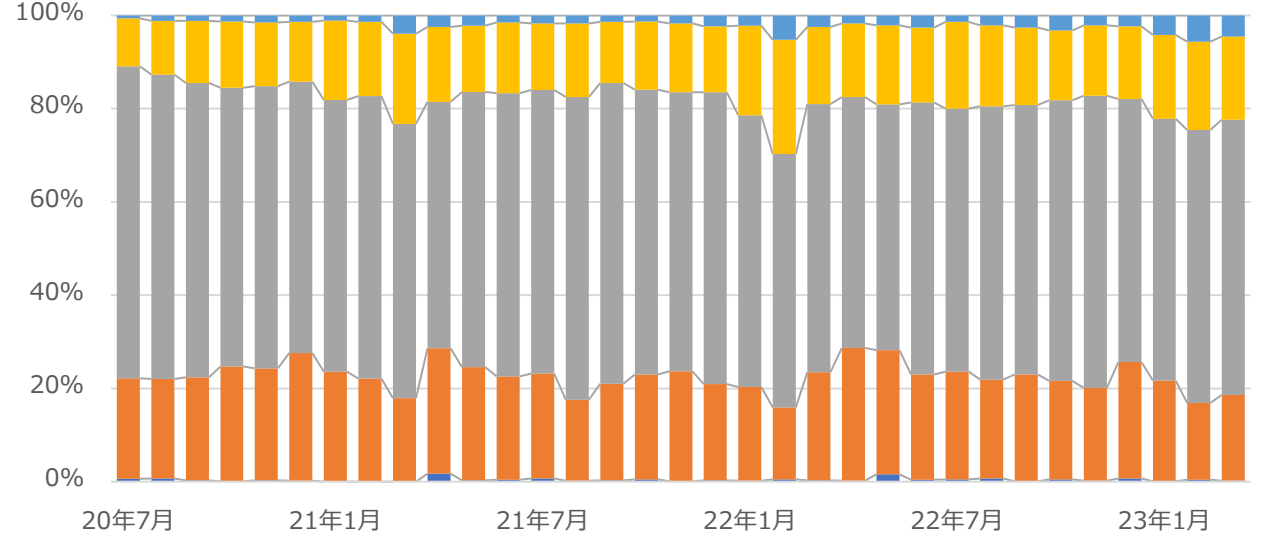


世帯収入・支出、過去と今後

マクロミル「ASIA MONTHLY INDEX」に提供中のデータを独自に集計・分析。集計方法はマクロミルと異なる場合があります。詳細や、日本、アジアとの比較はマクロミルまでお問い合わせください

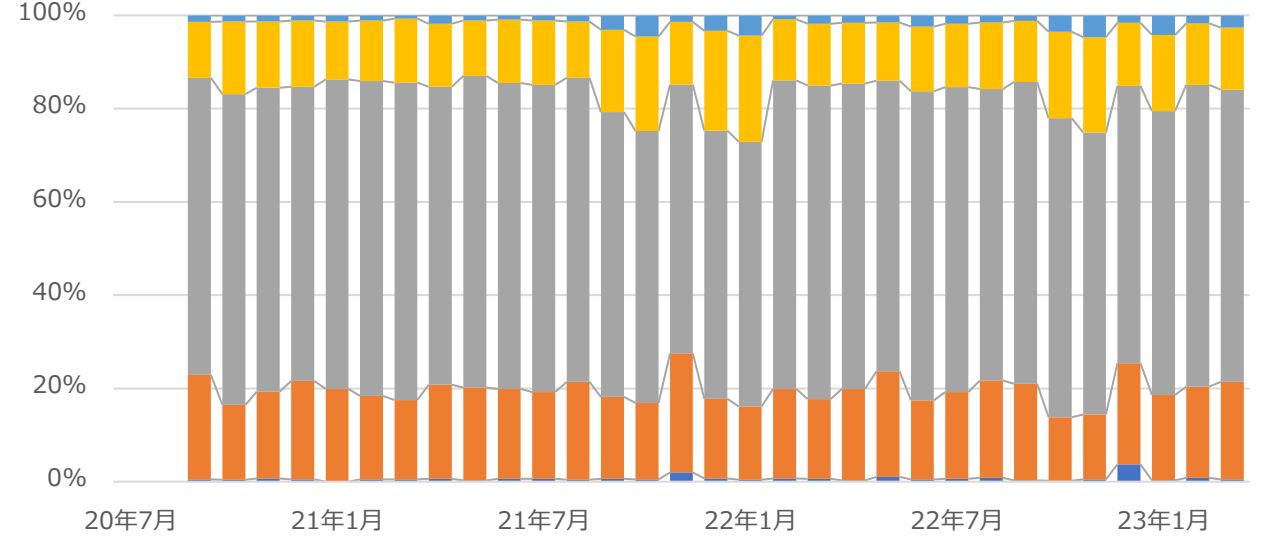


世帯収入(1ヶ月前と比べて)



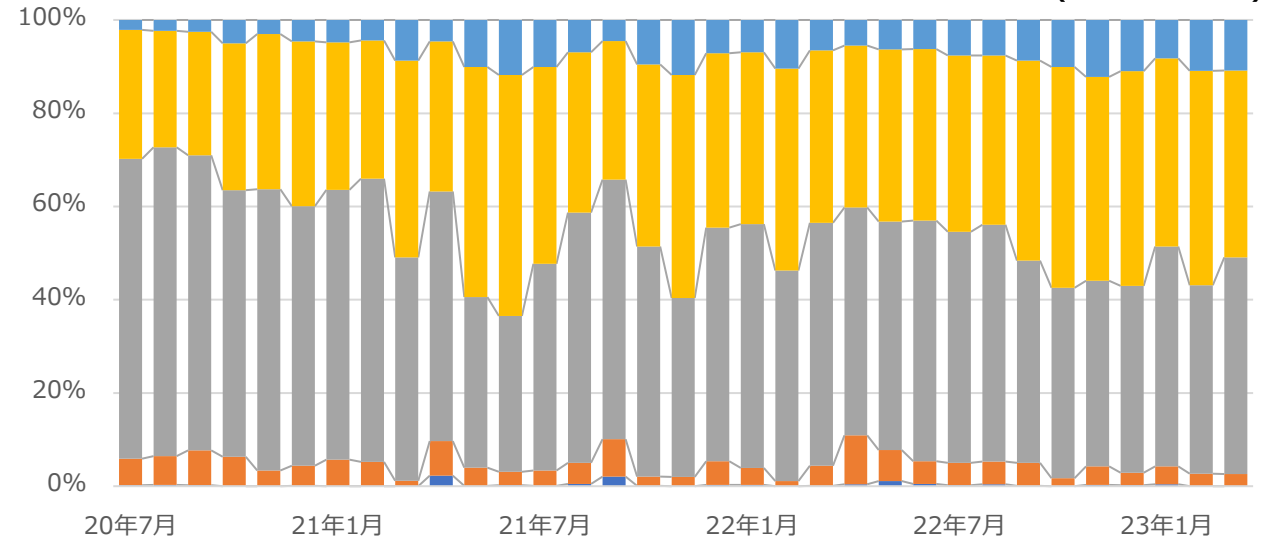
■ 大幅に減った ■ やや減った ■ 変わらない ■ やや増えた ■ 大幅に増えた

世帯収入(3ヶ月～半年後にどうなる)



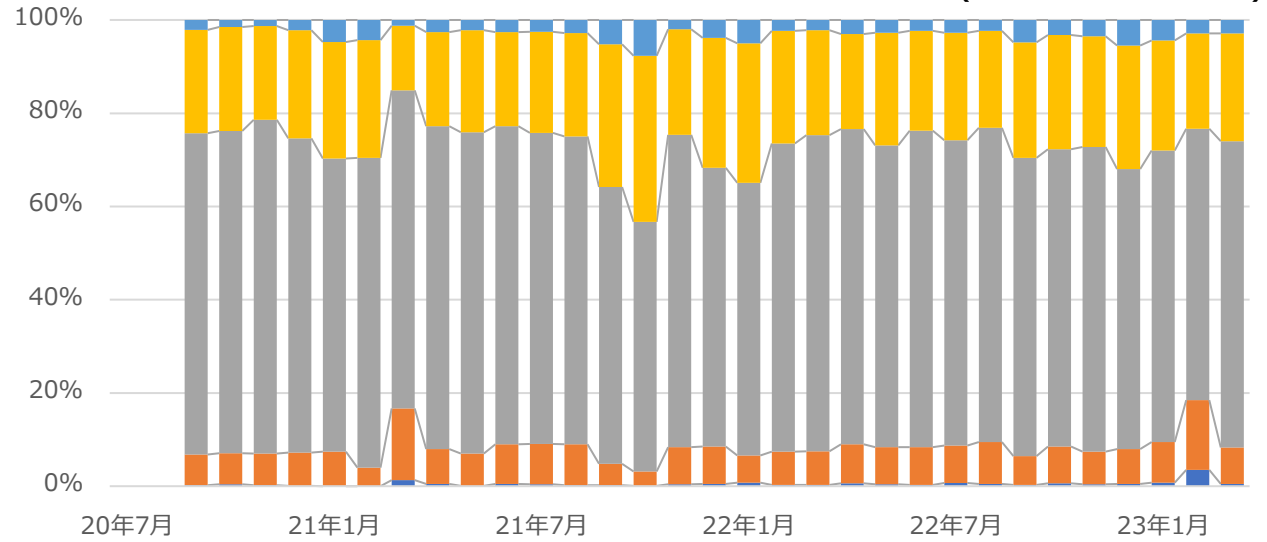
■ 大幅に減る ■ やや減る ■ 変わらない ■ やや増える ■ 大幅に増える

世帯支出(1ヶ月前と比べて)



■ 大幅に減った ■ やや減った ■ 変わらない ■ やや増えた ■ 大幅に増えた

世帯支出(3ヶ月～半年後にどうなる)

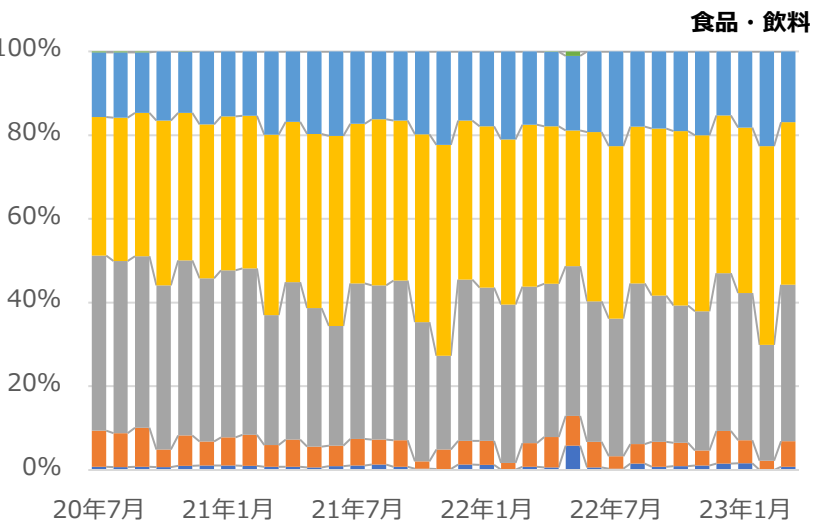


■ 大幅に減る ■ やや減る ■ 変わらない ■ やや増える ■ 大幅に増える

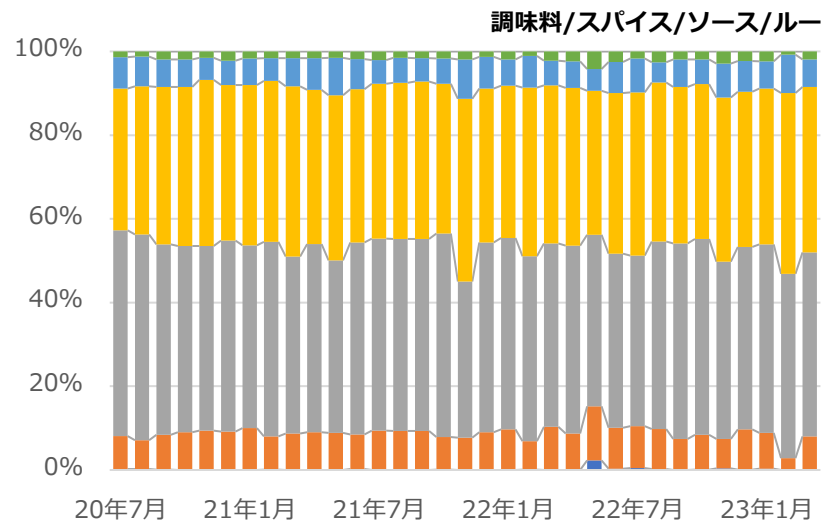
日用品の購入量

この1ヶ月間に買った品数や量は、
1ヶ月前と比較してどう変化？

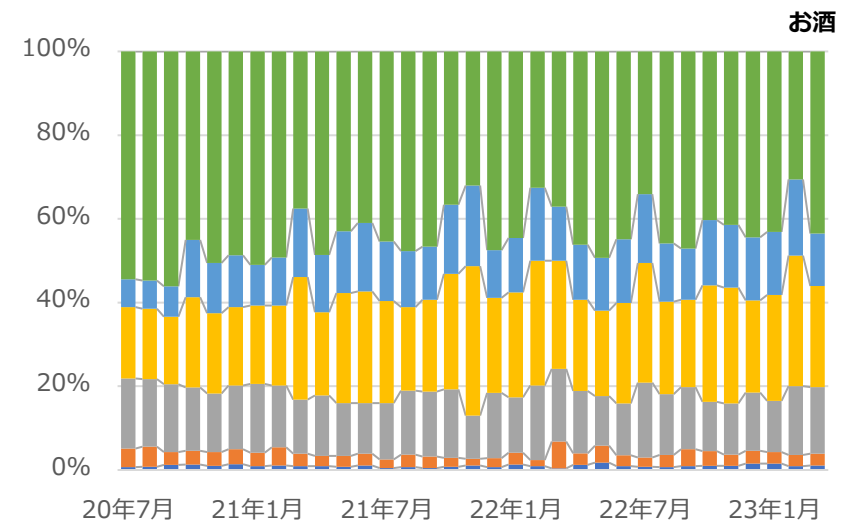
マクロミル「ASIA MONTHLY INDEX」に提供中のデータを独自に集計・分析。集計方法はマクロミルと異なる場合があります。詳細や、日本、アジアとの比較はマクロミルまでお問い合わせください



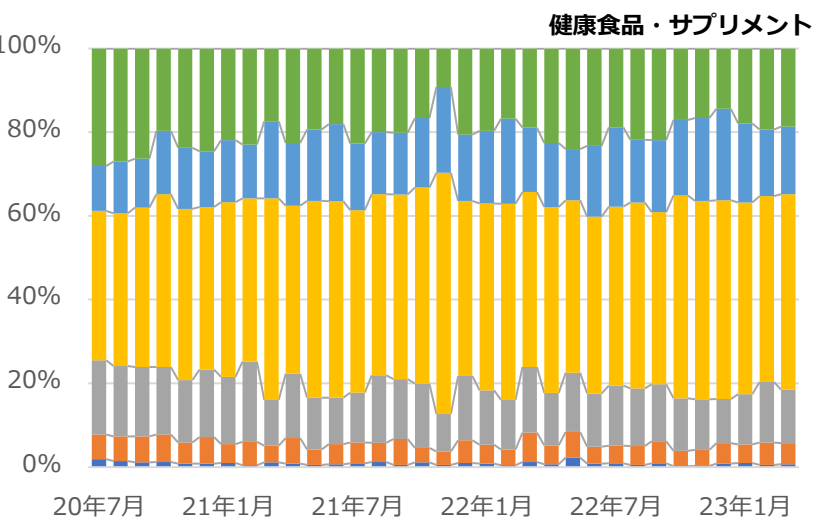
■ 大幅に減った ■ やや減った ■ 変わらない
■ やや増えた ■ 大幅に増えた ■ 買わなかった



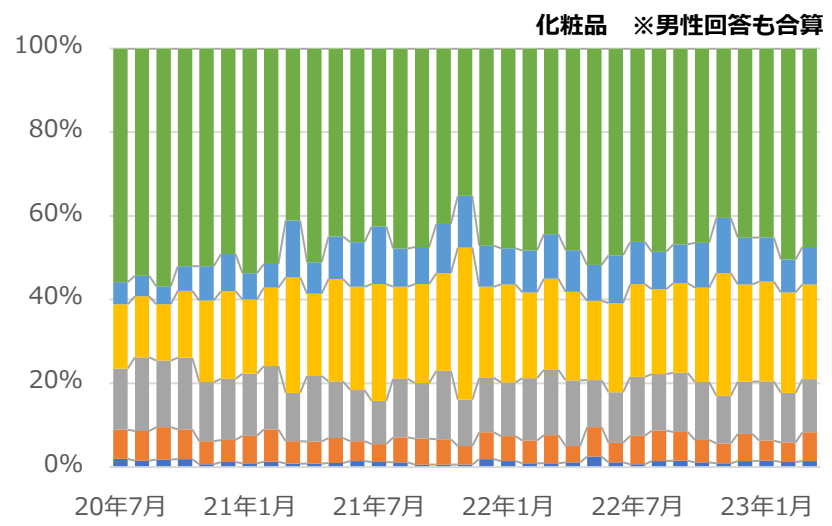
■ 大幅に減った ■ やや減った ■ 変わらない
■ やや増えた ■ 大幅に増えた ■ 買わなかった



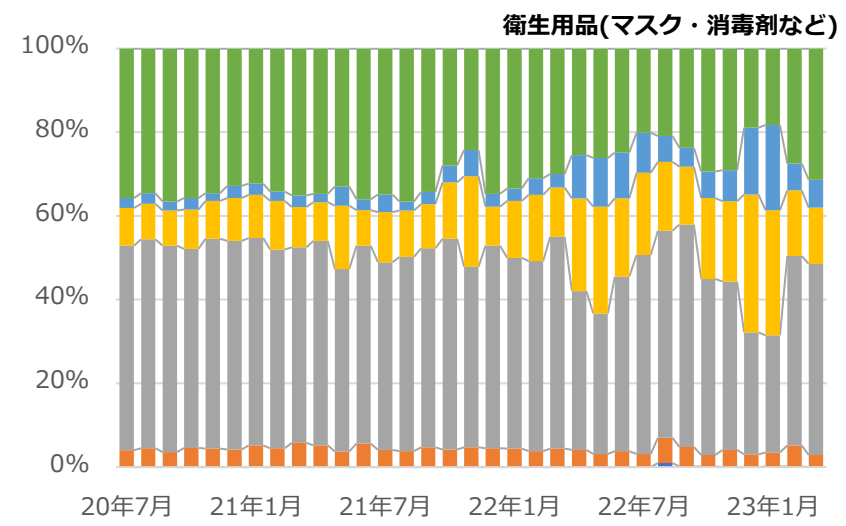
■ 大幅に減った ■ やや減った ■ 変わらない
■ やや増えた ■ 大幅に増えた ■ 買わなかった



■ 大幅に減った ■ やや減った ■ 変わらない
■ やや増えた ■ 大幅に増えた ■ 買わなかった



■ 大幅に減った ■ やや減った ■ 変わらない
■ やや増えた ■ 大幅に増えた ■ 買わなかった



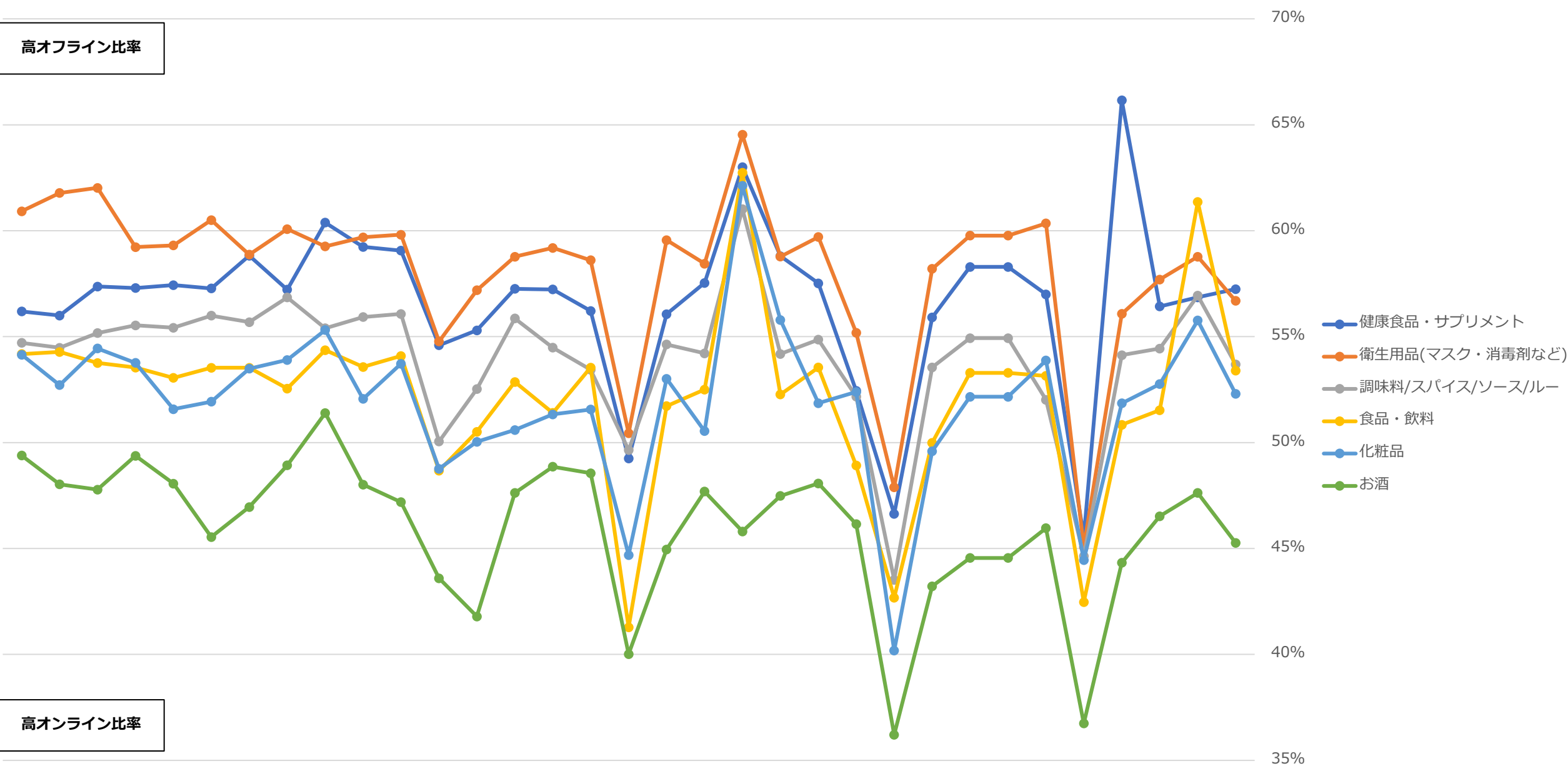
■ 大幅に減った ■ やや減った ■ 変わらない
■ やや増えた ■ 大幅に増えた ■ 買わなかった

日用品のオフライン購入比率

マクロミル「ASIA MONTHLY INDEX」に提供中のデータを独自に集計・分析。集計方法はマクロミルと異なる場合があります。詳細や、日本、アジアとの比較はマクロミルまでお問い合わせください



高オフライン比率



高オンライン比率

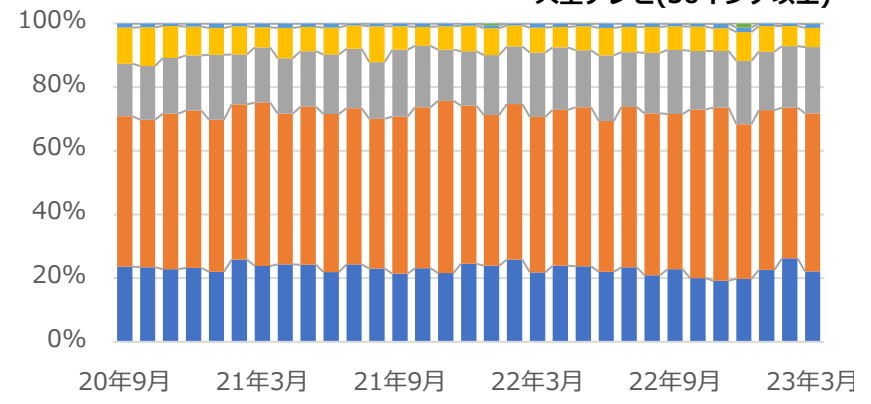
消費材の購入意向

- 1ヶ月以内予定
- 3ヶ月以内予定
- 半年以内予定
- 1年以内予定
- 時期不明
- 買う予定なし

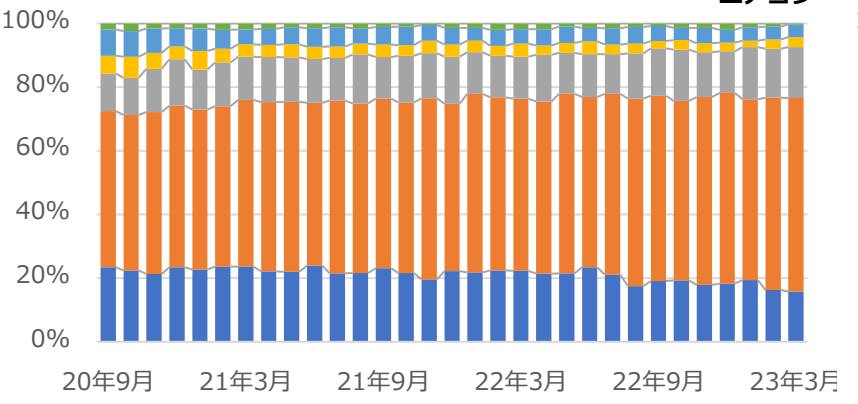
マクロミル「ASIA MONTHLY INDEX」に提供中のデータを独自に集計・分析。集計方法はマクロミルと異なる場合があります。詳細や、日本、アジアとの比較はマクロミルまでお問い合わせください



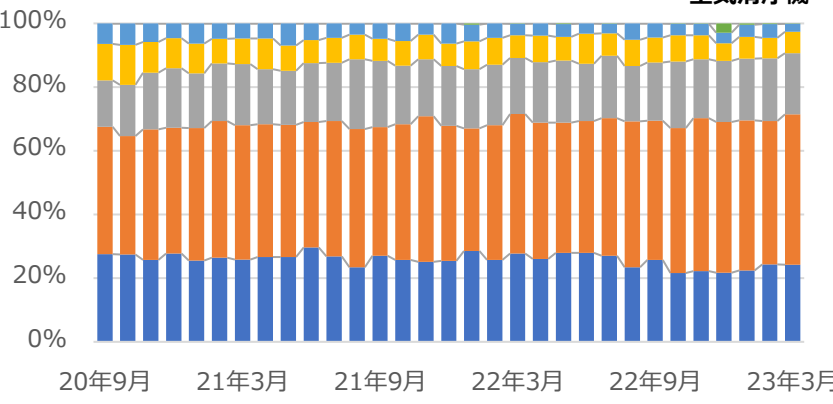
大型テレビ(50インチ以上)



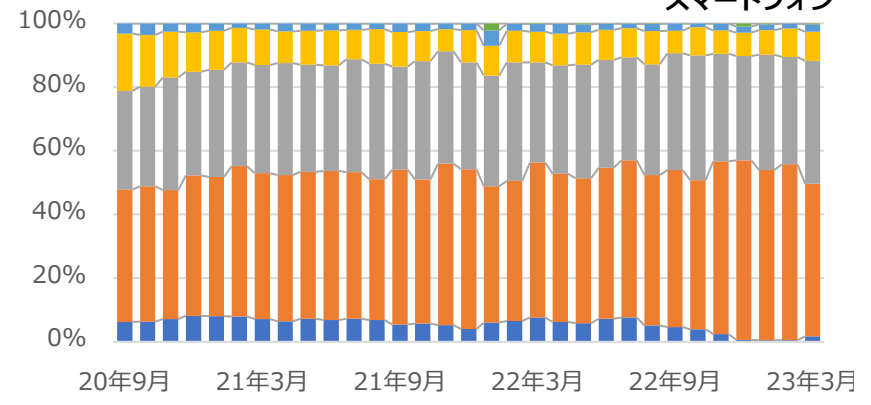
エアコン



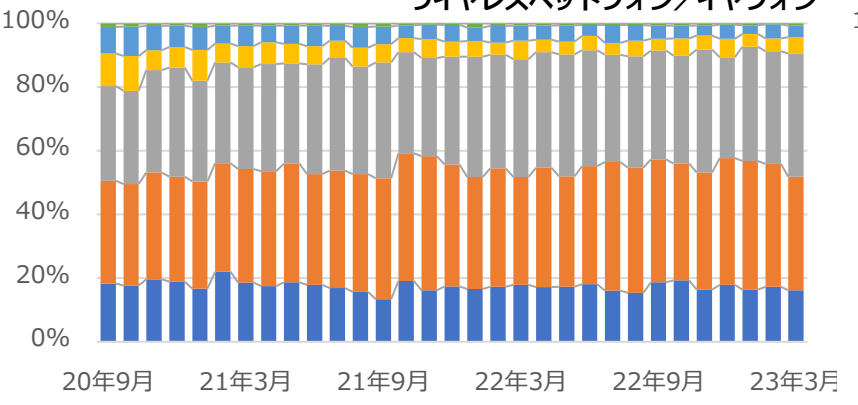
空気清浄機



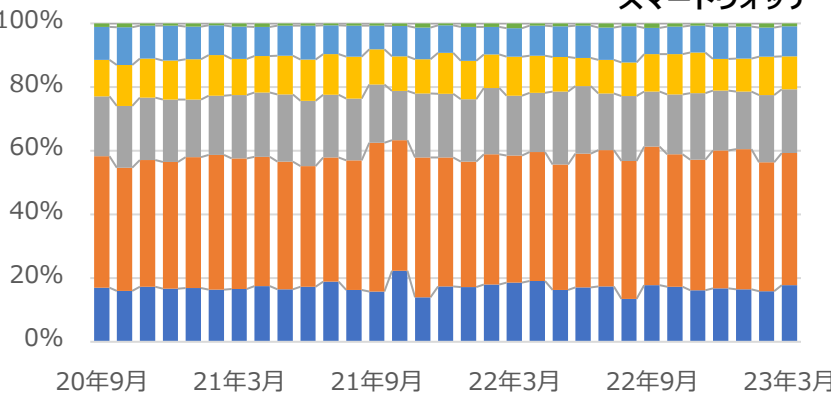
スマートフォン



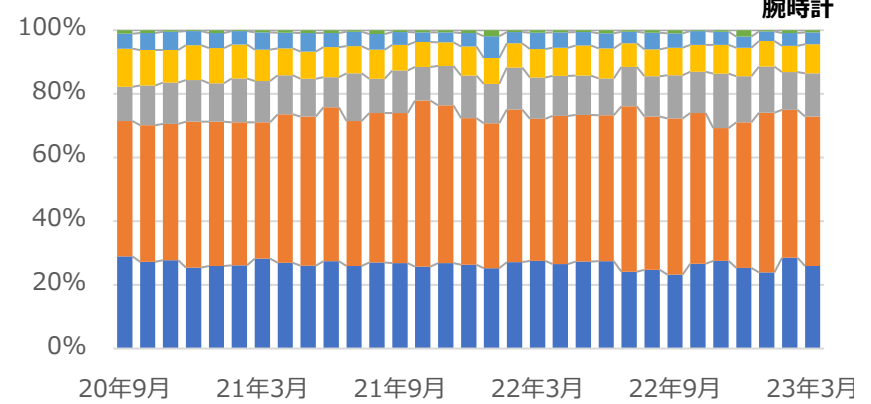
ワイヤレスヘッドホン/イヤホン



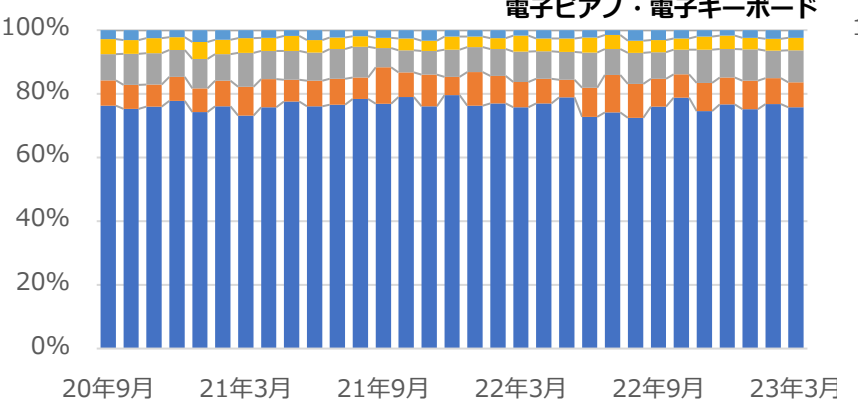
スマートウォッチ



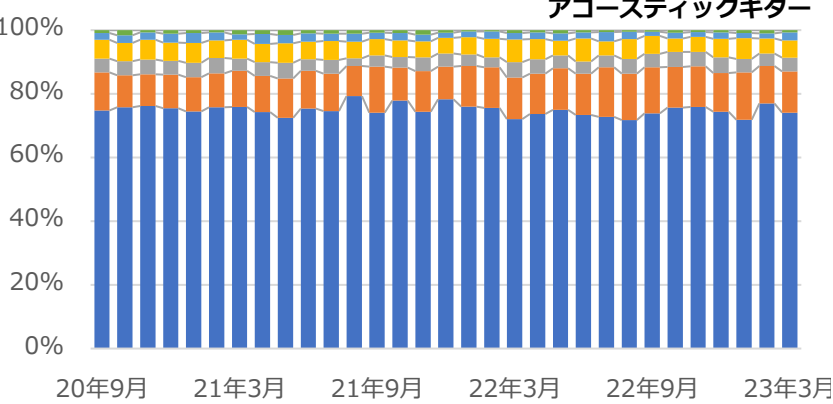
腕時計



電子ピアノ・電子キーボード



アコースティックギター

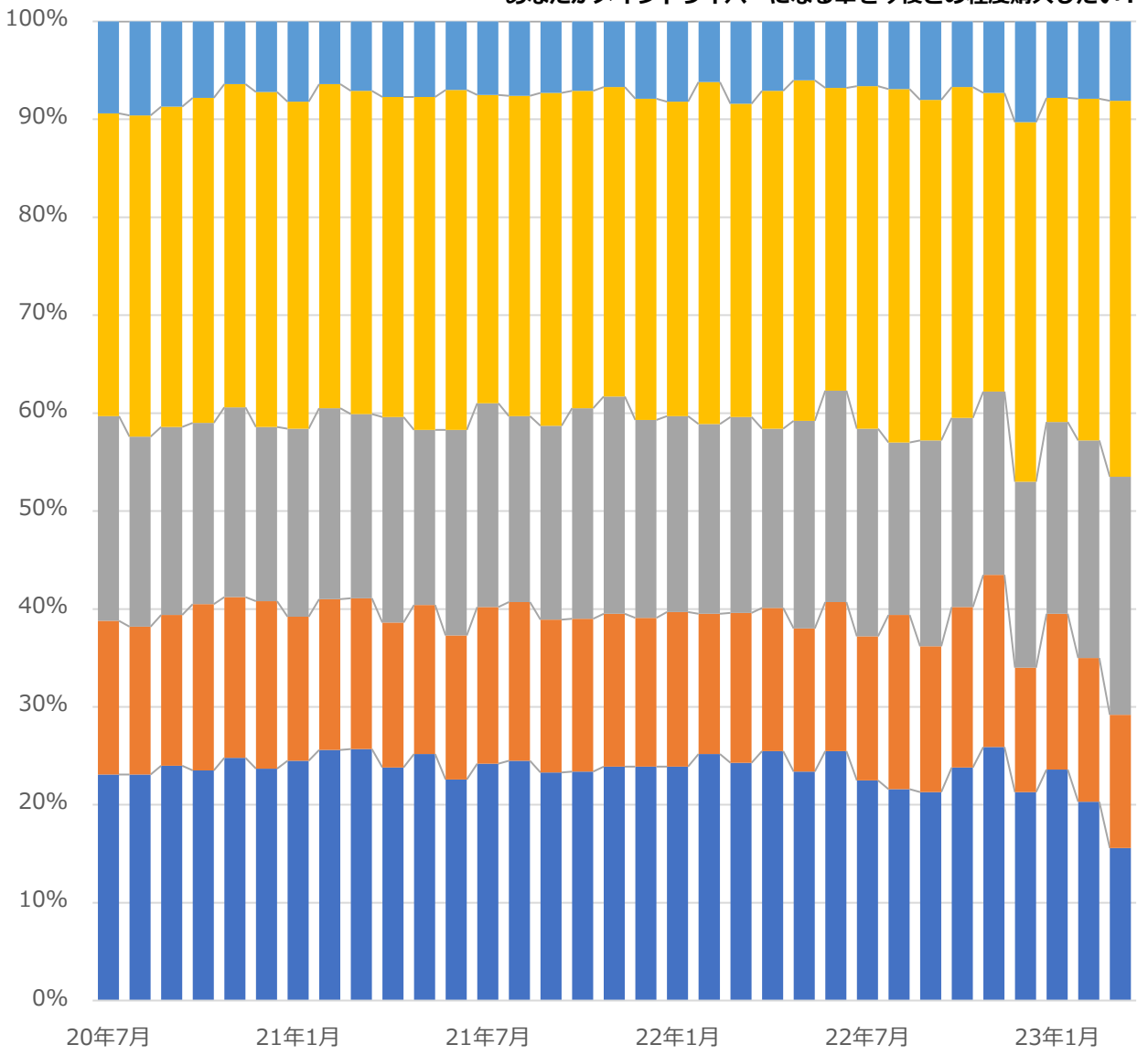


自動車購入意欲・予定

マクロミル「ASIA MONTHLY INDEX」に提供中のデータを独自に集計・分析。集計方法はマクロミルと異なる場合があります。詳細や、日本、アジアとの比較はマクロミルまでお問い合わせください

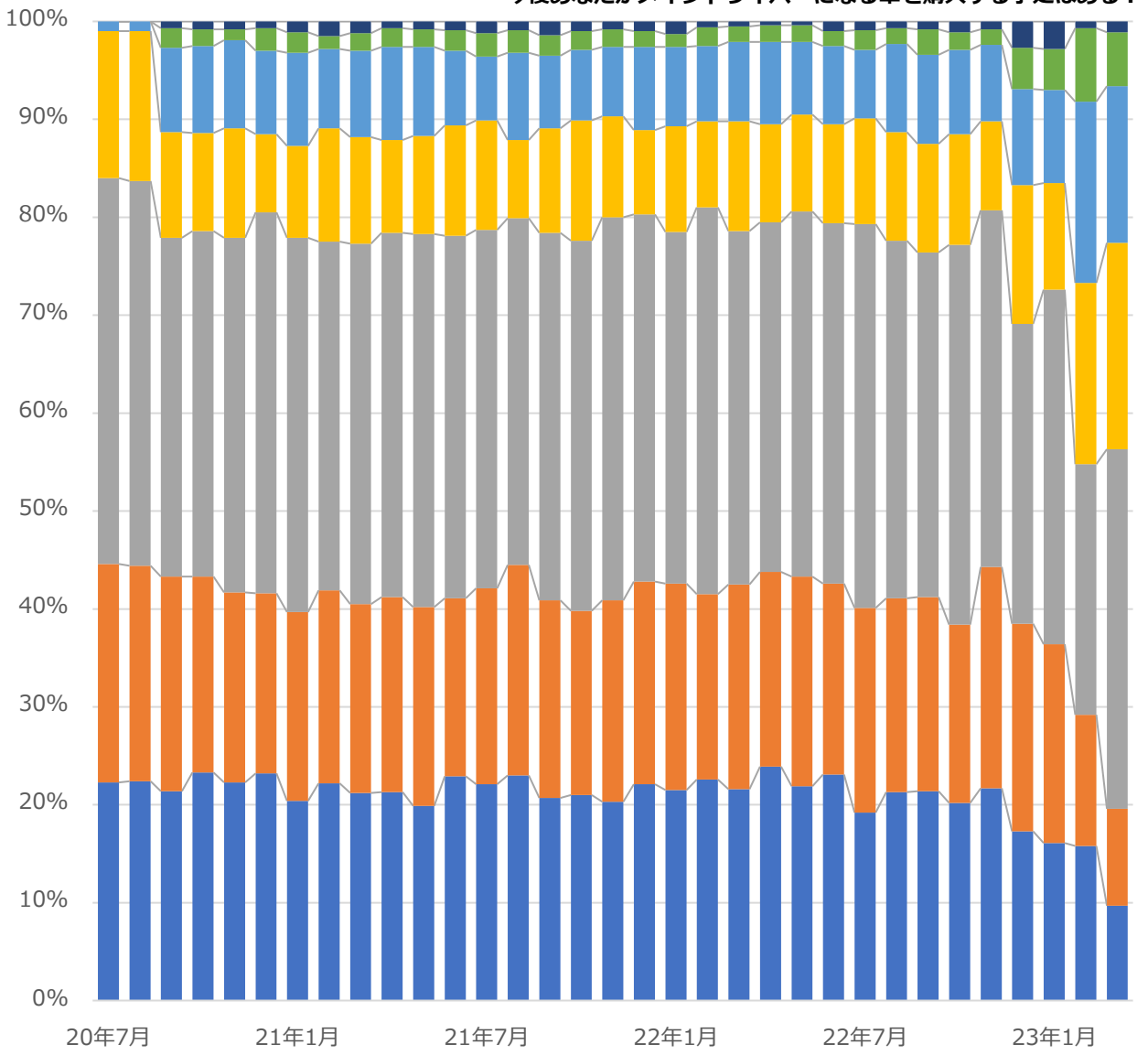


あなたがメインドライバーになる車を今後どの程度購入したい？



- 全く購入したいと思わない
- あまり購入したいと思わない
- どちらともいえない
- やや購入したい
- 非常に購入したい

今後あなたがメインドライバーになる車を購入する予定はある？



- 買う予定はない
- 5年以内に予定
- 3年以内に予定
- 1年以内に予定
- 半年以内に予定
- 3ヶ月以内に予定
- 1ヶ月以内に予定

1回1時間以上の外出

マクロミル「ASIA MONTHLY INDEX」に提供中のデータを独自に集計・分析。集計方法はマクロミルと異なる場合があります。詳細や、日本、アジアとの比較はマクロミルまでお問い合わせください

