

コロナ期の消費者変化にあわせて、ライフライン関連のサービスにも価格 + αの戦略を

マーケティングサイエンスコンサルティング部 副主任コンサルタント 中田 壮星

新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、生活者の消費意識は大きく変化した。生活に必要なライフライン関連のサービスに対する意識も変わっているのであろうか。NRIが定期的実施している生活者アンケート調査（関東 20～60代の男女 3,000人規模を対象）から見えてきた内容を紹介する。

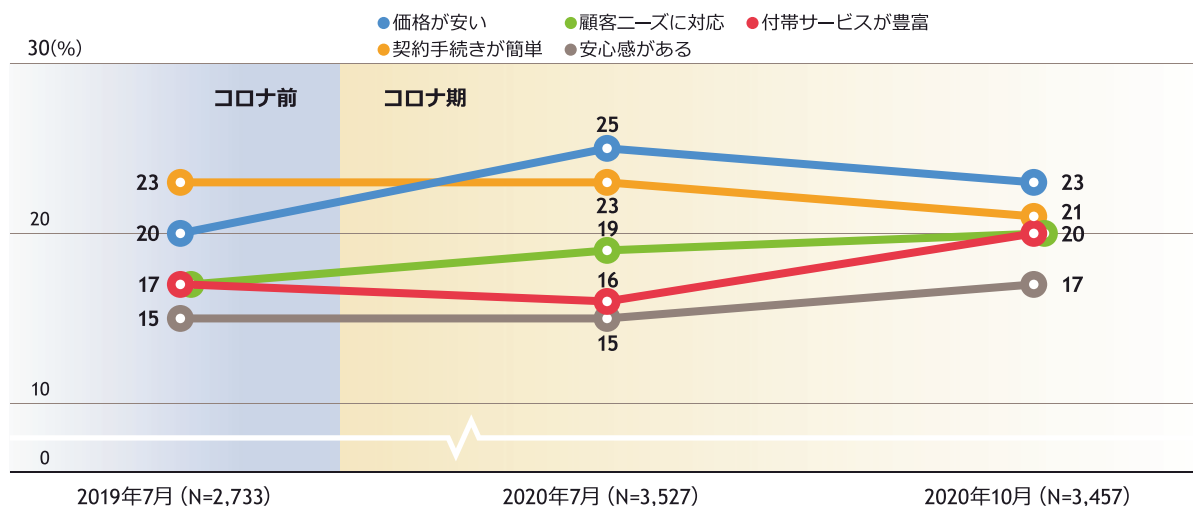
緊急事態宣言下においては、生活者の節約意識が上昇し、常にかつブランド・商品を決めている層が増加した。雇用・経済の不透明感に不安を覚えた生活者が、支出をできるだけ抑えながら、失敗しない買い物を心掛けたことが背景として考えられる。ところが直近では状況が変わっている。価格と品質のバランスを重視する層や、しっかりと情報収集をしたうえで買う商品を決める層などが増えてきている。コロナとは長期的な闘いになることを認識した生活者が、短期的な不安を強く意識するのではなく、ニューノーマルな生活において自分自身に必要なものを見極め、かけるところにお金をかけるという意識が強まっていると考えられる。

ライフライン関連のサービスでも同様のことが言えそうだ。例えば、電力サービスは、2016年に小売市場の全面自由化が行われてからは安さが重視されており、各社ともに期間限定の値下げやキャンペーンを軸に販促活動を行ってきた。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、生活者のニーズが変化していることがわかっている。

下図は、電力サービスを選択する際に重視する点を整理したものだ。緊急事態宣言を解除して約1カ月の時点（2020年7月）では、従来から重視度が高かった「価格が安い」ことがより重視されるようになった。経済不安から、固定費として家計から出ていくライフライン関連のサービスについても安さを求める傾向が強くなった形だ。一方、直近の結果を見ると、絶対値の水準では「価格が安い」ことが最も重視されているものの、重視度は頭打ちとなっている。代わりに重視されるようになっているのが、「顧客ニーズに対応」や「付帯サービスが豊富」など、サービスの“質”の部分である。一般の消費価値観の変化と同様に、単なる価格だけではなく、自身のライフスタイルにあったサービスを見極めようとしていることがうかがえる。

新型コロナウイルスの影響により、生活者の消費価値観は大きく変化した。ライフラインを提供する事業者・自治体は、これらの価値観変化を柔軟にとらえ、生活者ニーズに合致した、価格 + αのサービスを提供することが求められる。

電力サービスを選択する際に重視する点



注) 各値は、主要電力サービスについて対応するイメージを持つ人の利用意向保有率を算出し、サービス間で平均をとったもの（主要項目のみ掲載）
出所) NRI生活者アンケート調査（関東男女20～60代）