

コロナ禍における生活の変化 ～アンケートの結果から～

2020年2月頃から新型コロナウイルス感染症が拡大し、9カ月が経過しました。地域の皆さまの消費・生活行動の変化をとらえるため、2020年9月～10月にかけて「コロナ禍における生活」に関するアンケートを実施しました。今回のトークでは、アンケート結果と、総務省の家計調査報告、家計消費状況調査をもとに消費・生活行動の変化についてレポートにしました。

※アンケートの回答は全てネットであり、ネットショッピングの利用率が92.6%であることから、一定のデジタルサービスを利用できる人の回答結果となっております。



「コロナ禍における生活」に関するアンケート

1. 実施方法 インターネット方式(主にスマートフォンで回答)
2. 実施期間 2020年9月18日～10月4日
3. 有効回答者数 811人(男性481人、女性330人、50歳以上513人、50歳未満298人)

<概要>

- コロナ禍における生活支出額が「変わらない」43.4%、ネットショッピングの利用が「変わらない」44.8%、新しい生活を「特に変わらない」と感じているが29.6%となっています。
- 生活支出額について「増えた」27.3%、「減った」24.9%と大きく二つに分かれていますが、ネットショッピングの利用は、「増えた」41.4%で、「減った」は5.1%と少数派です。
- 在宅で利用するもの(ゲームソフト等、チューハイ・カクテル、冷凍調理食品など)は増加、外出時の消費は減少という結果が総務省の家計調査において報告されています。

1. コロナ禍で生活支出額に変化がありましたか。

	件数	割合
変わらない	352	43.4%
増えた	221	27.3%
減った	202	24.9%
わからない	36	4.4%
合計	811	100.0%

2. ネットショッピングの利用に変化がありましたか。

	件数	割合
変わらない	363	44.8%
増えた	336	41.4%
減った	41	5.1%
わからない	11	1.4%
利用していない	60	7.4%
合計	811	100.0%

3. ネットショッピングでどんなものを購入していますか。 (複数回答可)

	件数	割合
飲食料品	319	39.3%
衣類・服飾雑貨	293	36.1%
家電・PC周辺機器	262	32.3%
化粧品・医療品	202	24.9%
家具・インテリア・雑貨	179	22.1%
書籍	161	19.9%
事務用品・文房具	120	14.8%
映像・音楽ソフト	117	14.4%
自動車パーツ	67	8.3%
その他	237	29.2%
合計	1,957	241.3%

4. 新たな体験・利用をしましたか。(複数回答可)

	件数	割合
特にしていない	401	49.4%
飲食店のテイクアウト	188	23.2%
スマートフォンの新しい活用	95	11.7%
有料動画配信サービス	92	11.3%
テレワーク	82	10.1%
手間のかかる料理	53	6.5%
DIY	46	5.7%
時差出勤	45	5.5%
食事の宅配サービス	44	5.4%
菓子・パンづくり	41	5.1%
キャンプ	15	1.8%
その他	56	6.9%
合計	1,158	142.8%

1. アンケート結果

- 「1. コロナ禍で生活支出額に変化がありましたか」の質問に対し、「変わらない」43.4%が最も多く、「増えた」27.3%、「減った」24.9%と回答が分されました。
- 「2. ネットショッピングの利用に変化がありましたか」の質問に対し、「変わらない」44.8%が最も多く、「増えた」は41.4%ありました。「利用していない」は7.4%でした(ネットショッピング利用率92.6%)。
- 「3. ネットショッピングでどんなものを購入していますか(複数回答可)」の質問に対しては「飲食料品」39.3%、「衣類・服飾雑貨」36.1%、「家電・PC周辺機器」32.3%が回答者の3割を超える品目となりました。
- 「4. 新たな体験・利用をしましたか(複数回答可)」の質問に対し、「飲食店のテイクアウト」23.2%、「スマートフォンの新しい活用」11.7%、「有料動画配信サービス」11.3%、「テレワーク」10.1%の回答がある一方、「特にしていない」は49.4%ありました。
- 「5. コロナ禍における新しい生活をどう感じていますか」の質問に対し、36.5%が「不自由だけである」と回答していますが、「不自由だが新しい楽しみがあった」28.9%、「特に変わらない」29.6%と回答が分されました。
- 「6. コロナ禍で何かチャレンジしたいこと、買いたいものがありますか」の質問に対し、「ない」と「わからない」の回答合計は86.4%、「ある」は13.7%と少数派となりました。

5. コロナ禍における新しい生活をどう感じていますか。

	件数	割合
特に変わらない	240	29.6%
不自由だけである	296	36.5%
不自由だが新しい楽しみがあった	234	28.9%
わからない	41	5.1%
合計	811	100.0%

6. コロナ禍で何かチャレンジしたいこと、買いたいものがありますか。

	件数	割合
ない	513	63.3%
わからない	187	23.1%
ある	111	13.7%
合計	811	100.0%

※端数を四捨五入しているため、割合の合計が合致しない場合があります。

2. 家計消費支出の変化(総務省の家計調査報告より)

(1) 消費行動に大きな影響が見られた品目

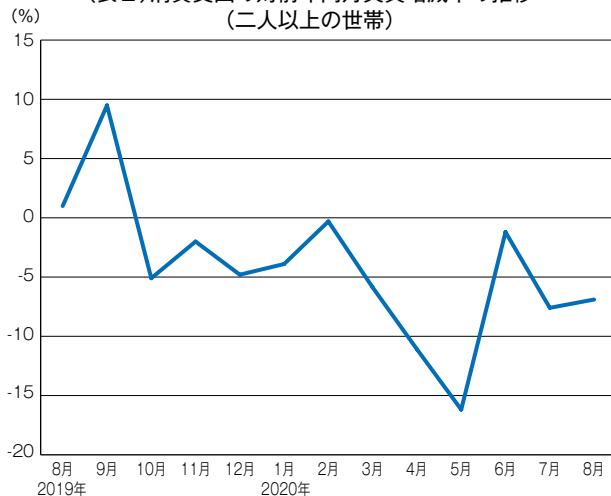
コロナ禍において、消費行動に大きな影響が見られた主な品目などを挙げると、表1のとおりとなっています。2020年8月の消費支出が1年前と比べて、航空運賃▲95.9%、バック旅行費▲87.3%、鉄道運賃▲79.0%、背広服▲82.3%と大きく減少する品目がある反面、保健用消耗品146.9%、ゲームソフト等79.5%、チューハイ・カクテル44.4%、冷凍調理食品21.6%の品目は大きく増加しました。在宅勤務などによる巣ごもり需要や、外出自粛による影響などがうかがえます。

(2) 消費支出(二人以上の世帯)の推移

2020年8月の消費支出(二人以上の世帯)は、1世帯当たり276,360円(前年同月比▲6.9%)となりました。今年5月を底として回復のきざしがみられます。

当金庫のアンケートでは、生活支出額が「増えた」の回答と「減った」の回答がかなり拮抗していますが、消費支出が大きく増えた品目と大きく減った品目とがあったことから、回答が分かれたものと思われます。

(表2)消費支出の対前年同月実質増減率の推移
(二人以上の世帯)



出所：総務省 家計調査報告

(表1) 2020年8月の消費行動に大きな変化が見られた主な品目など (%)

品目	2020年8月
	対前年同月実質増減率
食料	
パスタ	17.0
即席麺	18.7
生鮮肉	16.0
チーズ	13.1
冷凍調理食品	21.6
チューハイ・カクテル	44.4
食事代	▲ 33.4
飲酒代	▲ 64.7
被服及び履物	
背広服	▲ 82.3
保険医療	
保健用消耗品(マスク、ガーゼを含む)	146.9
交通・通信	
鉄道運賃	▲ 79.0
バス代	▲ 67.1
航空運賃	▲ 95.9
教養娯楽	
ゲームソフト等	79.5
バック旅行費	▲ 87.3
映画・演劇等入場料	▲ 74.9
その他の消費支出	
ファンデーション	▲ 40.8
口紅	▲ 59.7

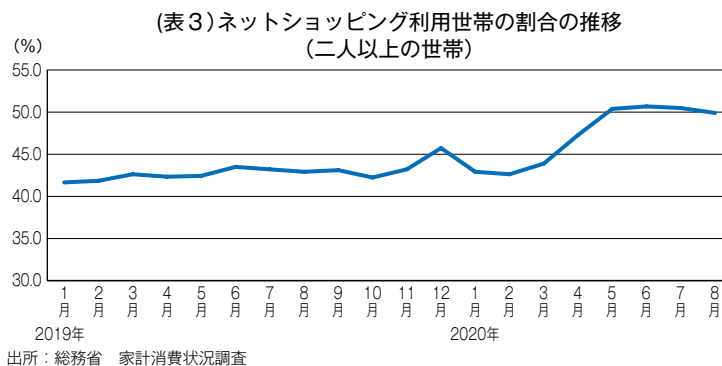
出所：総務省 家計調査報告より抜粋



3. ネットショッピングの状況について(総務省の家計消費状況調査より)

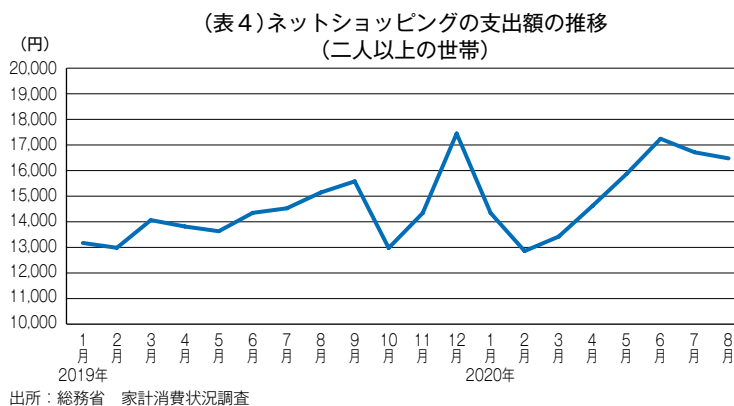
(1) ネットショッピング利用世帯の割合の推移

コロナ禍を機に初めてインターネットを通じて買い物をする人が増えています。ネットショッピング利用世帯の割合は2020年5月に初めて5割を超えました。



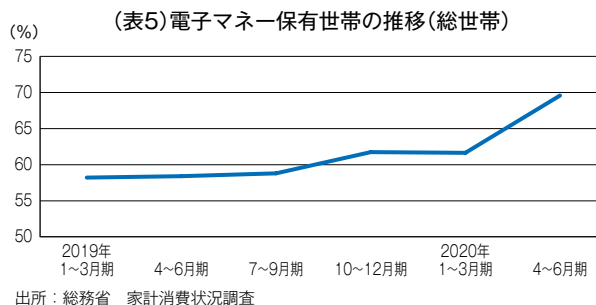
(2) ネットショッピングの支出額の推移

ネットショッピングの支出額は増加傾向にあり、2020年8月は16,483円となっています。4月以降前年同月を上回って推移しており、特に食料、家電、衣類・履物の増加が大きく寄与しています。



4. 電子マネー保有世帯の推移

コロナ禍において、買い物支払時の非接触が重視されています。電子マネーの保有世帯は2020年4 - 6月期に69.7%となっており、1 - 3月期と比べ8.1ポイント増加、コロナ以前と比べ保有世帯が大きく増えたことが分かります。政府のマイナポイント事業が2020年9月から2021年3月にかけて実施されていることから、さらに保有世帯が増えることが予想されます。



最後に

コロナ禍における生活の変化について、総じて変わらないと回答した人が一定数を占めています。今回のアンケートが一定のデジタルサービスを利用できる人の回答であることを考慮すると、デジタルサービスが生活の変化を最小限にした効果があったともいえますが、生活スタイルの現状維持バイアスが強い面があったとも考えられます。

消費回復を目指す経済対策としてGo Toキャンペーンが実施されている一方で、新型コロナウイルス感染動向は不透明な情勢が続いています。感染防止のための三密を避ける行動が重視される中、ネットを活用したサービスやステイホーム・サービスが今後どれだけ台頭するかわかりませんが、日常生活の中でちょっとした「新しいこと」や「楽しみ」を探る行動をしたいものです。