

## 長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2020年7月調査)～

## 新型コロナウイルスへの不安から慎重な消費行動が続く

本調査は、県内の消費動向や消費意識に関わるテーマに対する考え方を分析するため、県内1,000世帯を対象に実施している(年4回、3カ月ごと実施)。

 調査結果のポイント

## &lt;新型コロナウイルスに対する意識や消費行動の変化について&gt;

新型コロナウイルスについて9割超が不安を感じている

- 新型コロナウイルス(以下、新型コロナという)については、「とても不安を感じている」(57.6%)と「やや不安を感じている」(36.4%)を合わせた9割超が不安を感じている。ただ、「とても不安を感じている」の回答割合は、感染が拡大していた20年4月に実施した調査(以下、前回調査という)に比べ16.7ポイント減少し、強い不安感は弱まっている。

新型コロナへの不安から半数以上が消費行動を抑制

- 新型コロナの感染拡大前と比べた消費行動の変化については、「抑制的になった」(16.4%)と「やや抑制的になった」(38.5%)を合わせた半数以上が消費行動を抑制している。

県外旅行や大人数での宴会などへの抵抗感が強い

- 抵抗を感じる消費行動については、「県外旅行」が最も多く、「大人数での宴会やパーティー」、「海外旅行」、「コンサート・ライブ」などが続いた。

新型コロナの影響が無くなった後も、節約志向や非接触、安心安全への意識が続く

- 新型コロナの影響が無くなった後の買い物行動の意識については、「節約志向」に加え、「キャッシュレス決済の利用」、「買い物に行く頻度を減らす」、「人混みが少ない時間帯を選ぶ」などが上位となり、節約志向や非接触、安心安全への意識が続くとみられる。

## &lt;特別定額給付金について&gt;

半数以上が特別定額給付金を生活費に使用

- 特別定額給付金のうち実際に消費する予定の割合については、「10割(全額消費)」が42.0%と最も多くなった。一方「消費しない・全額預貯金」が21.6%、「受給しない」が1.6%となった。
- 主な使い道については、生活費が51.6%と最も多かった。

- 前回調査から新型コロナに対する強い不安感はやや弱まっているが、足元では感染が再拡大しており、再び不安感が強まることが予想される。また、新型コロナの影響が無くなった後も、消費者は、節約志向に加え、買い物の頻度を減らしたり、人混みの少ない時間帯を選んで買い物をし、決済もキャッシュレスで済ませるなど、節約をした上で「非接触」を前提にした消費行動を続ける可能性が高い。

## &lt;お問い合わせ先&gt;

一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501  
 担当：調査部 上席研究員 桑井 裕至  
 研究員 佐藤 翔胤

## 【調査の概要】

### 「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2020年7月上旬～中旬

調査対象： 長野県内在住の1,000世帯

回答属性： 単独世帯 208世帯  
二人以上世帯 792世帯

性別 男性 50.0% 女性 50.0%  
年齢別

20代	9.7%
30代	14.0%
40代	20.1%
50代	24.0%
60代	19.6%
70代以上	12.6%

調査方法： インターネット調査

※ 四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。

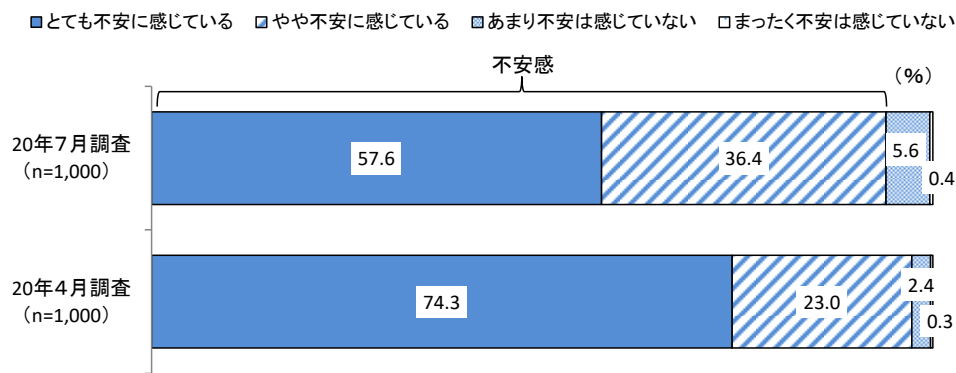
詳細な調査結果は経済月報9月号をご覧ください。

## <新型コロナに対する意識や消費行動の変化について>

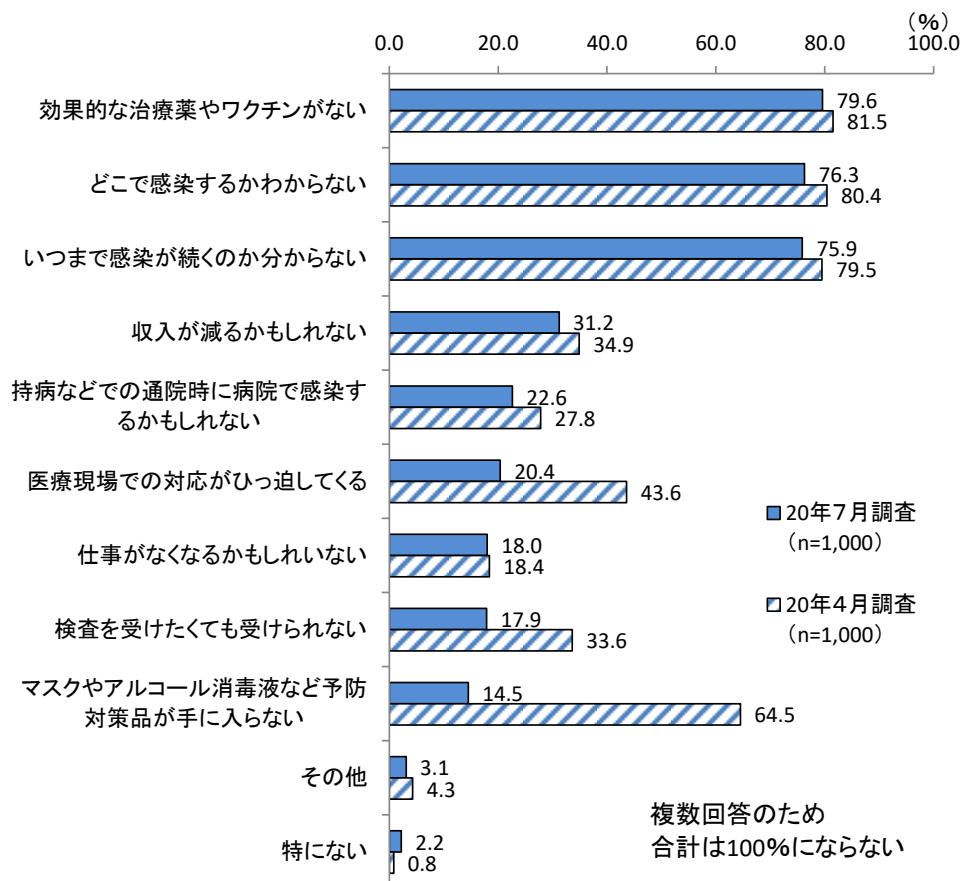
### ◆ 新型コロナについて9割超が不安を感じている

- 新型コロナについては、**図表1**のように、「とても不安を感じている」(57.6%)と「やや不安を感じている」(36.4%)を合わせた9割超が不安感を抱いている。ただ、「とても不安を感じている」の回答割合は、感染が拡大していた前回調査に比べ16.7ポイント減少し、強い不安感は弱まっている。
- 新型コロナを不安に感じる理由については、**図表2**のように上位の項目は前回調査と変化がなかった。ただ、「マスクやアルコール消毒液など予防対策品が手に入らない」や「医療現場での対応がひっ迫してくる」、「検査を受けたくても受けられない」などの回答割合は前回調査に比べ減少した。

図表1 新型コロナに対する意識



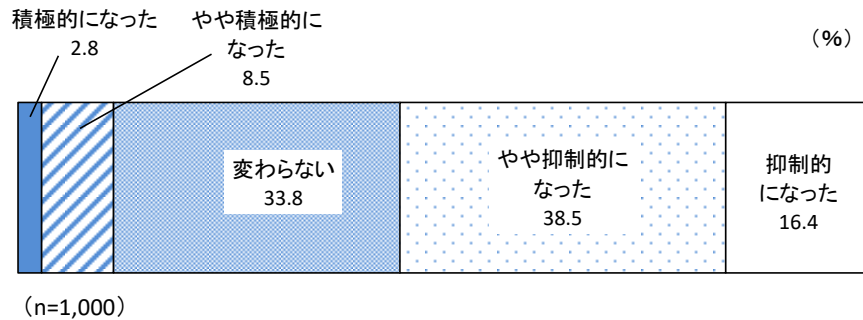
図表2 新型コロナを不安に感じる理由



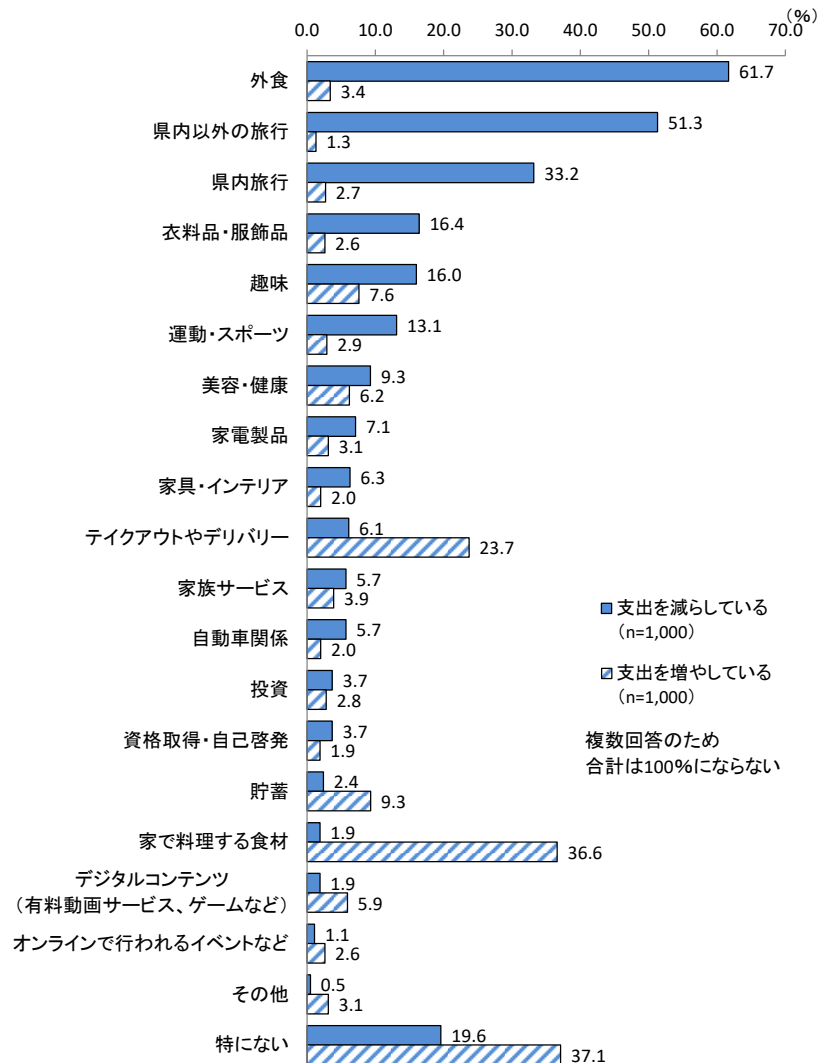
◆ 新型コロナへの不安から半数以上が消費行動を抑制

- ・ 新型コロナの感染拡大前と比べた消費行動の変化については、**図表3**のとおり、「抑制的になった」(16.4%)と「やや抑制的になった」(38.5%)を合わせた半数以上が、消費行動を抑制している。
- ・ 具体的な支出費目の変化については、**図表4**のように、支出を減らしている費目では、「外食」が61.7%と最も多く、「県内以外の旅行」(51.3%)や「県内旅行」(33.2%)などが上位となった。一方、支出を増やしている費目では、「家で料理する食材」(36.6%)や「テイクアウトやデリバリー」(23.7%)など、いわゆる「巣ごもり消費」関連が上位となった。

図表3 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動



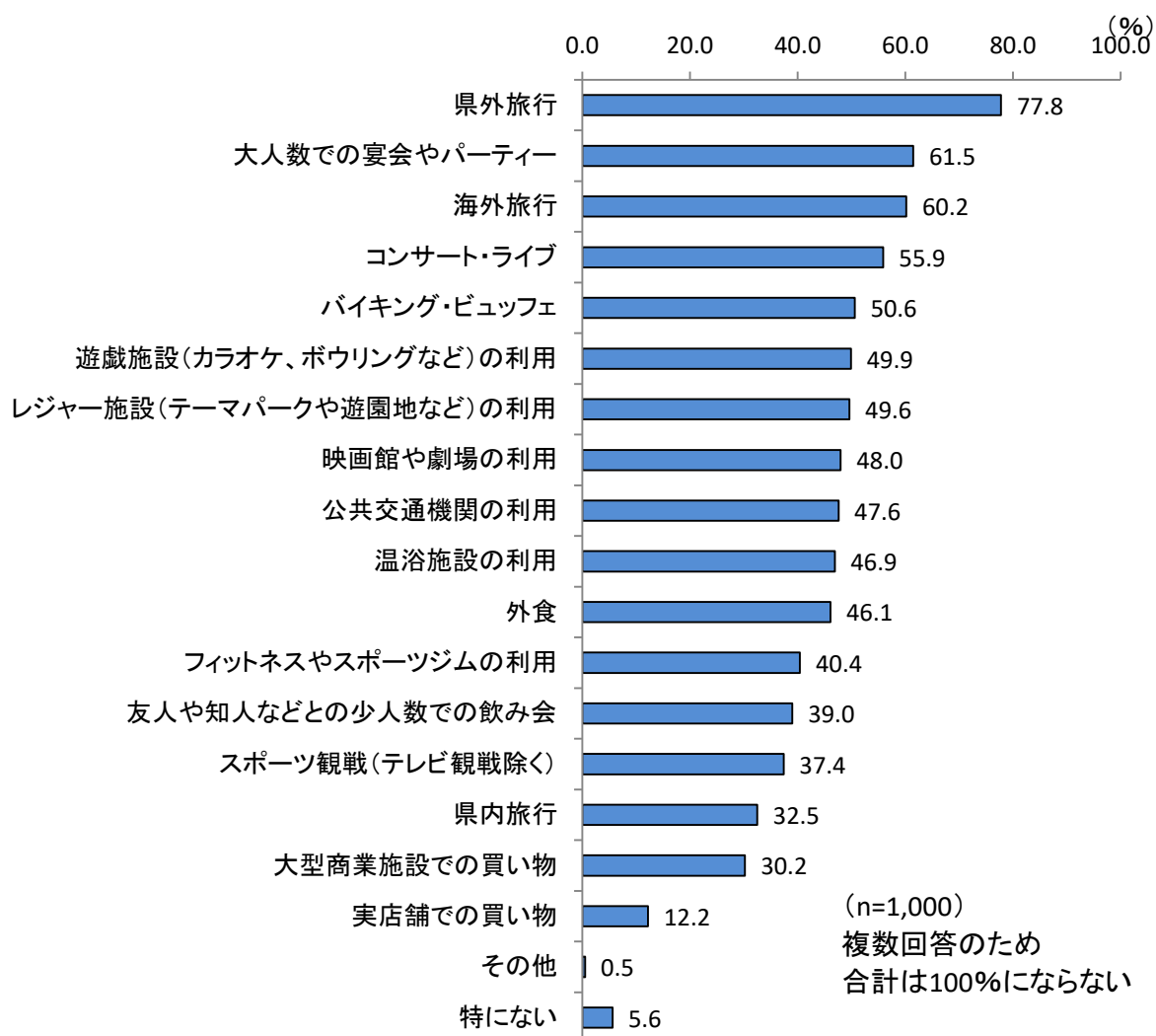
図表4 新型コロナの影響による支出費目の変化



◆ 県外旅行や大人数での宴会やパーティーなどへの抵抗感が強い

- 抵抗を感じる消費行動については、図表5のように、「県外旅行」が77.8%と最も多く、次いで「大人数での宴会やパーティー」が61.5%、「海外旅行」が60.2%、「コンサート・ライブ」が55.9%などとなり、県外への移動や大人数が集まるイベントへの抵抗感が強くなっている。
- 一方、「実店舗での買い物」は12.2%、「大型商業施設での買い物」は30.2%、「県内旅行」は32.5%にとどまるなど、買い物や県内旅行への抵抗感はそれほど強いものとはなっていない。

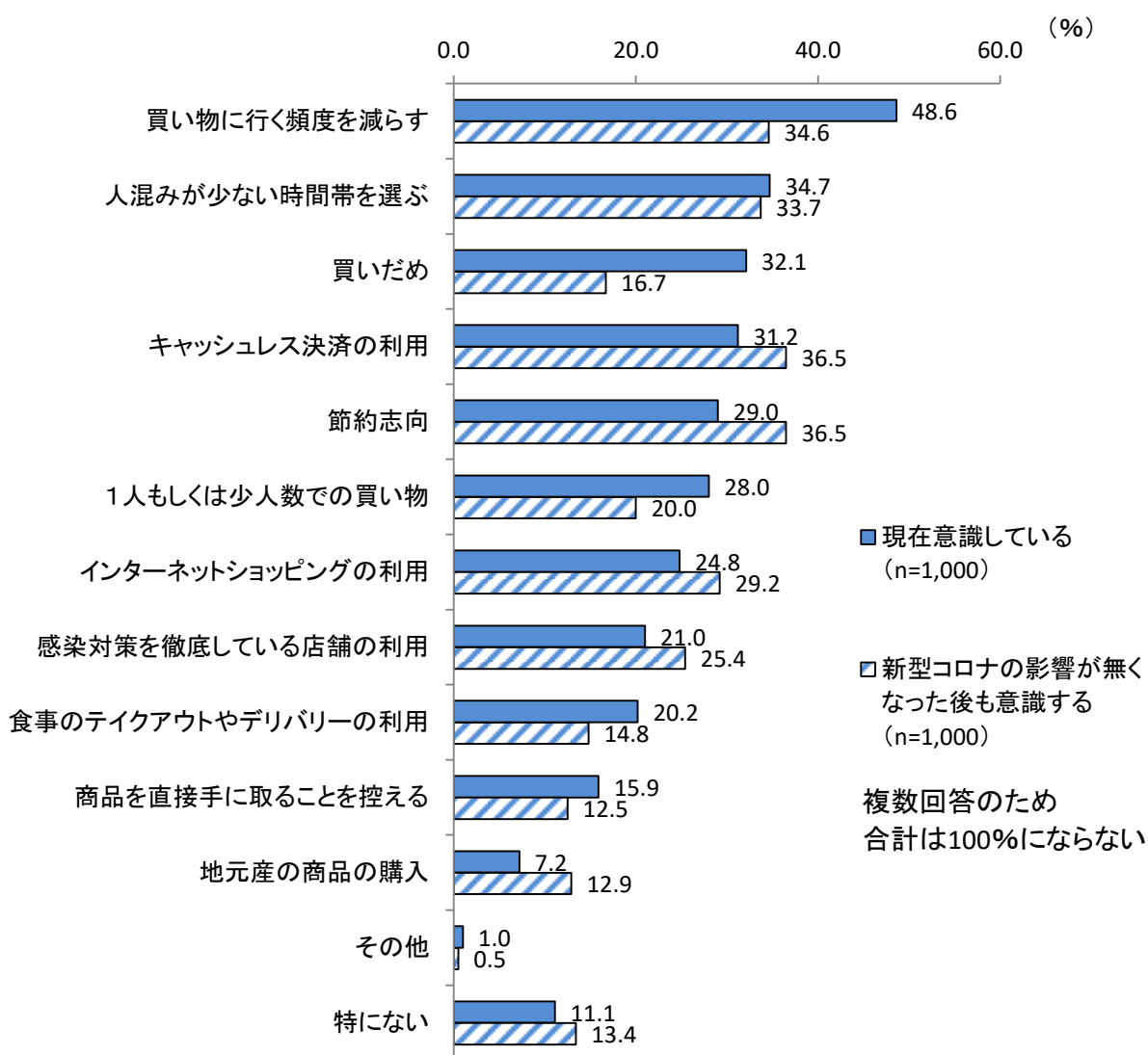
図表5 抵抗を感じる消費行動



◆ 新型コロナの影響が無くなった後も、節約志向や非接触、安心安全への意識が続く

- ・ 新型コロナの影響がある現在、買い物で意識していることは、**図表6**のように、「買い物に行く頻度を減らす」が48.6%と最も多く、次いで「人混みが少ない時間帯を選ぶ」が34.7%、「買いだめ」が32.1%、「キャッシュレス決済の利用」が31.2%などとなった。
- ・ 新型コロナの影響が無くなった後の買い物意識は、「節約志向」(36.5%)に加え、「キャッシュレス決済の利用」(36.5%)や「買い物に行く頻度を減らす」(34.6%)など「非接触」に関する意識が上位となった。

図表6 新型コロナの影響による買い物意識の変化

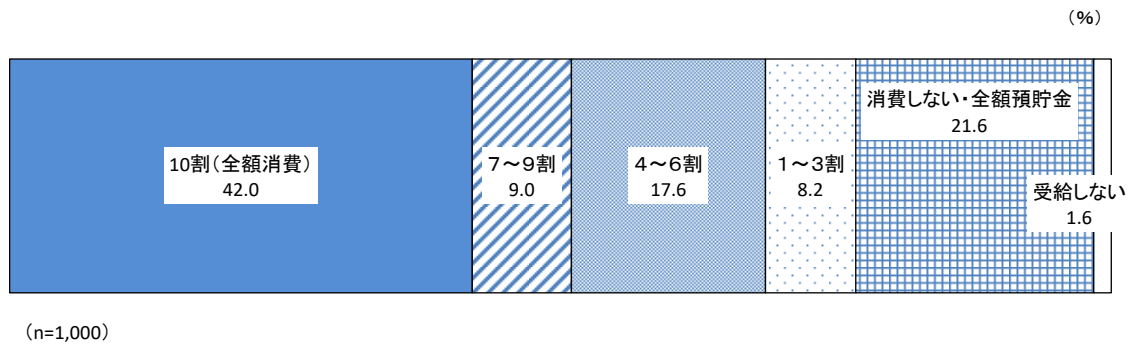


<特別定額給付金について>

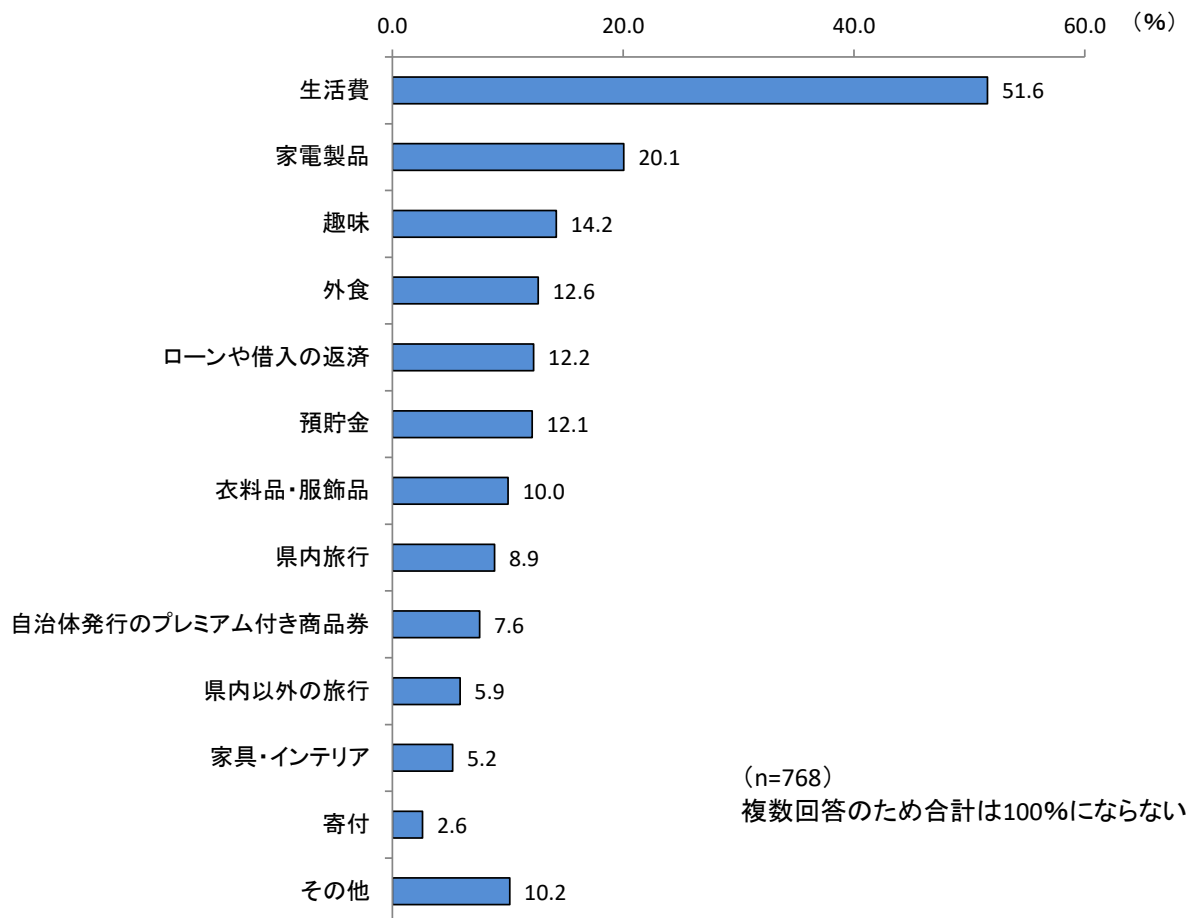
◆ 半数以上が特別定額給付金を生活費に使用

- ・ 給付額 10 万円の消費予定の割合については、**図表 7**のように、「10 割（全額消費）」が 42.0%と最も多くなった。一方で、「消費しない・全額預貯金」が 21.6%、「受給しない」が 1.6%となった。
- ・ 特別定額給付金の主な使い道は、**図表 8**のように、「生活費」が 51.6%と最も多く、次いで「家電製品」（20.1%）などとなった。

図表 7 特別定額給付金の消費割合



図表 8 特別定額給付金の主な使い道  
(受給しない、消費しない・全額預貯金を除く)



以上