

長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2021年4月調査)～

ワクチン接種が進めば、消費行動積極化の動きも

本調査は、県内の消費動向や消費者意識を把握するため、県内1,000世帯を対象に、3カ月ごとに実施している。

調査結果のポイント

<新型コロナウイルスについて>

不安の理由はコロナ禍の長期化が7割

- 新型コロナウイルス（以下、新型コロナという）に対する意識は、21年1月調査（以下、前回調査という）に比べ「とても不安に感じている」の回答割合（52.6%）は減少したが、「やや不安に感じている」（41.3%）を合わせた9割が不安を感じており、感染拡大から1年を経過した今も不安感の高止まりの状態にある。
- 新型コロナに不安を感じている理由では、「いつまで感染が続くのか分からない」が71.8%と最も多く、次いで「どこで感染するか分からない」（68.6%）、「効果的な治療薬がない」（55.8%）などとなった。

高い高齢層のワクチン接種意向

- 新型コロナワクチン接種意向は、「様子を見てから接種したい」が46.0%と最も多かった。一方、「すぐにでも接種したい」は29.1%と前回調査に比べ18.1ポイント増加し、接種に前向きな消費者が増えた。
- これを年代別にみると、年代が高いほど「すぐにでも接種したい」の回答割合が高い傾向にあり、70代以上は54.6%、60代は41.7%と、それぞれ前回調査に比べ38.1ポイント、26.9ポイント増加した。
- 今後、国内でワクチン接種が進んだ場合の消費行動は、6割が調査時点と「変わらない」と回答しているが、積極的（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）の回答割合は31.3%と、前回調査（24.4%）に比べ増加した。

<エシカル消費について>

エシカル消費の認知度は4割

- エシカル消費の認知度（「聞いたことがあり、意味も知っている」＋「聞いたことはあるが、意味は知らない」）は40.6%となり、19年7月調査の21.3%を上回ったが、まだ6割が認知していない状況にある。
 - エシカル消費の認知度を高めるために必要な情報は、「どのような行動がエシカル消費に該当するのか」が57.8%と最も多く、次いで「エシカル商品にはどのようなものがあるのか」（51.1%）、「エシカル消費が社会や地域に貢献している具体的な内容」（46.3%）などとなった。
- コロナ禍の長期化への不安はあるが、前回調査に比べ、ワクチン接種への意向が高まり、消費に積極的になる意向もみえ始めた。今後、接種が進んでいる高齢層や地域で、新規感染者数が減少するといったような明確な効果が表れてくれば、消費行動に積極的な動きも増えるとみられる。

<お問い合わせ先>

一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501
 担当：調査部 主任研究員 寺嶋 孝太郎
 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： 2021年4月中旬～下旬

調査対象： 長野県内在住の1,000世帯

回答属性： 単独世帯 234世帯
二人以上世帯 766世帯

性別 男性 50.0% 女性 50.0%
年齢別

20代	9.3%
30代	14.5%
40代	19.6%
50代	22.6%
60代	19.9%
70代以上	14.1%

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。

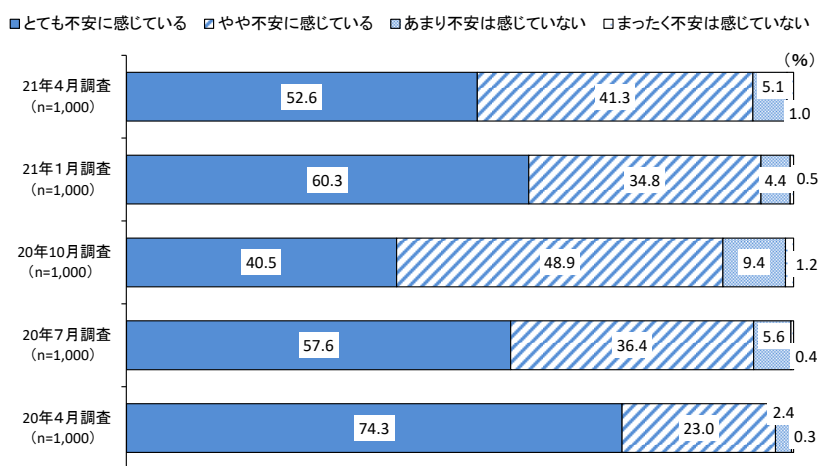
詳細は経済月報7月号をご覧ください。

<新型コロナウイルスについて>

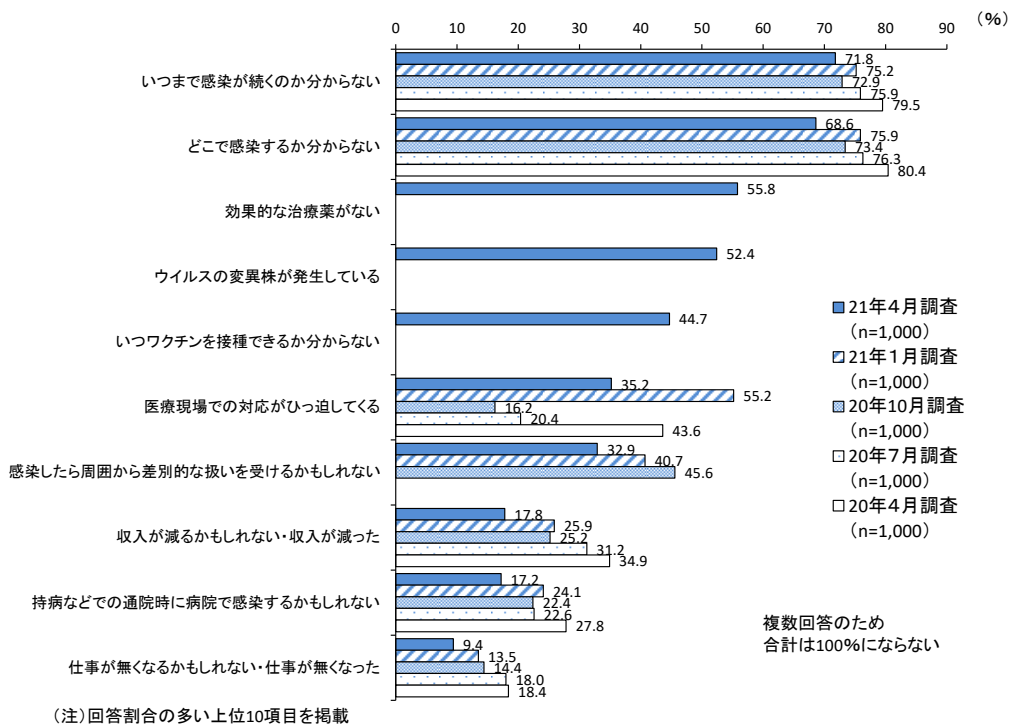
◆ 不安の理由はコロナ禍の長期化が7割

- ・ 新型コロナに対する意識は、**図表1**のように、「とても不安に感じている」の回答割合は52.6%と前回調査に比べ減少したが、「やや不安に感じている」(41.3%)を合わせた9割が引き続き不安を感じている。
- ・ 新型コロナに不安を感じている理由では、**図表2**のように、「いつまで感染が続くのか分からない」が71.8%と最も多く、次いで「どこで感染するか分からない」(68.6%)、「効果的な治療薬がない」(55.8%) などとなった。
- ・ また、足元の感染状況から「ウイルスの変異株が発生している」も52.4%と、半数以上が不安の理由として挙げている。

図表1 新型コロナに対する意識



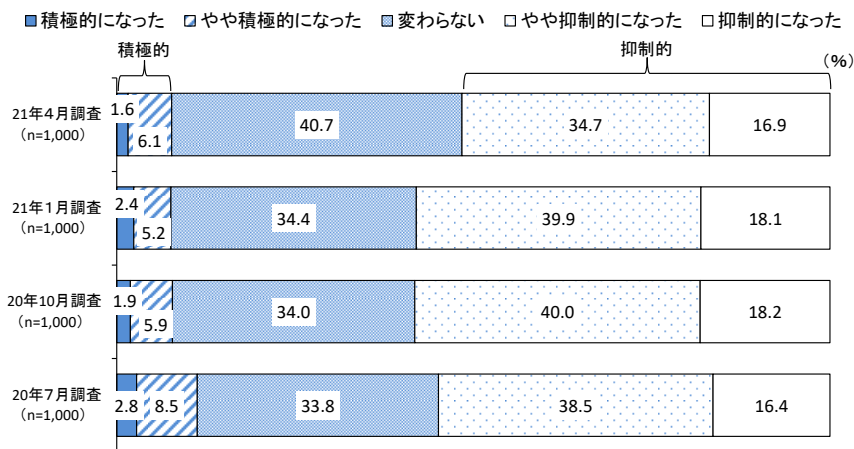
図表2 新型コロナに不安を感じている理由



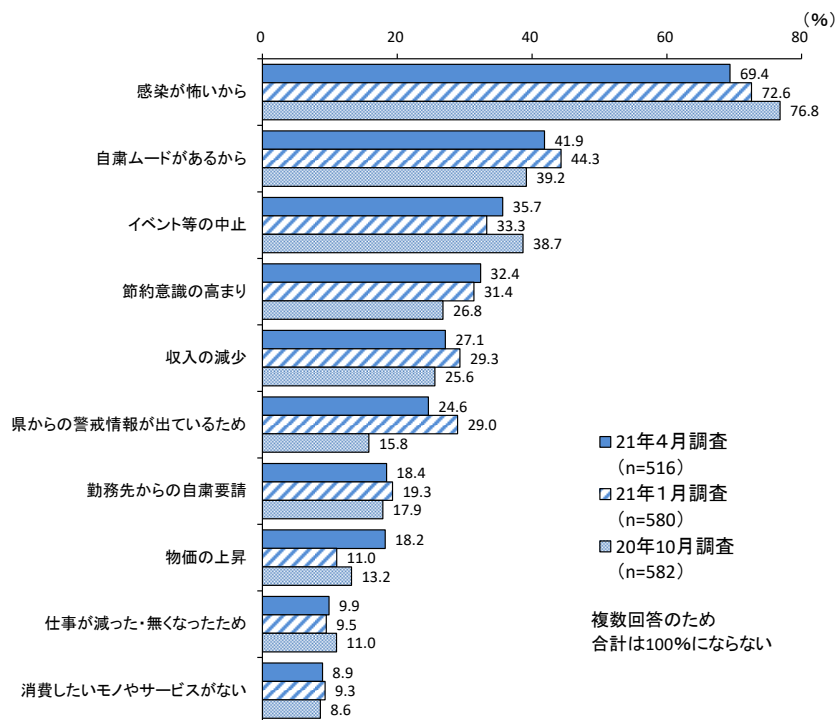
◆ 引き続き半数以上が消費行動を抑制

- ・ 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、**図表3**のように、「抑制的」（「抑制的になった」＋「やや抑制的になった」）の回答割合が51.6%と前回調査（58.0%）に比べ減少したものの、引き続き半数を超えている。
- ・ 消費行動を抑制する理由は、**図表4**のように「感染が怖いから」が69.4%と最も多く、次いで「自粛ムードがあるから」（41.9%）、「イベント等の中止」（35.7%）などとなり、これまでの調査と上位の項目に変化はみられなかった。

図表3 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動



図表4 消費行動を抑制する理由

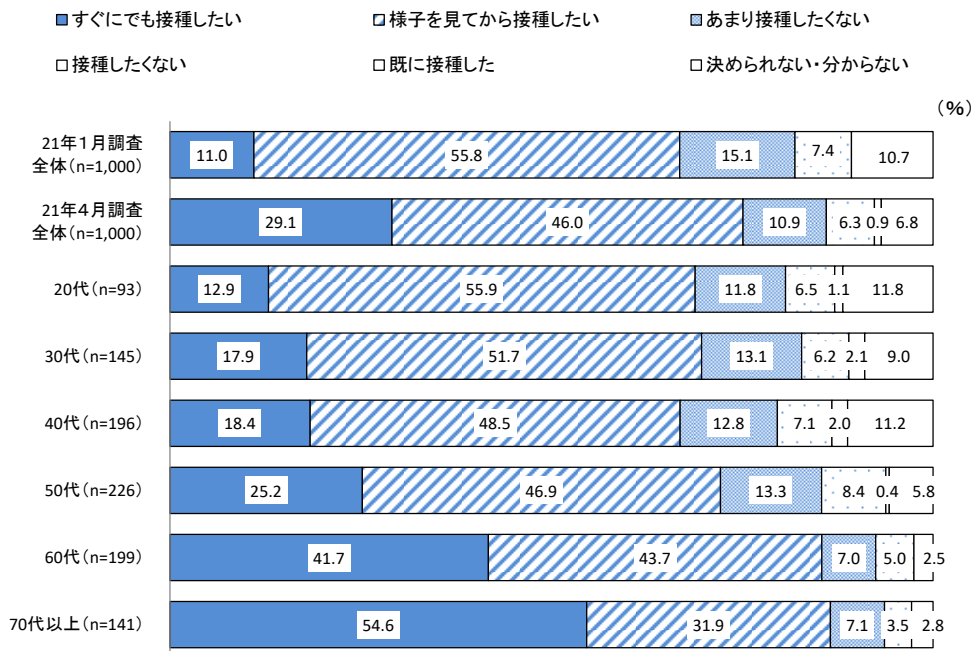


(注)回答割合の多い上位10項目を掲載

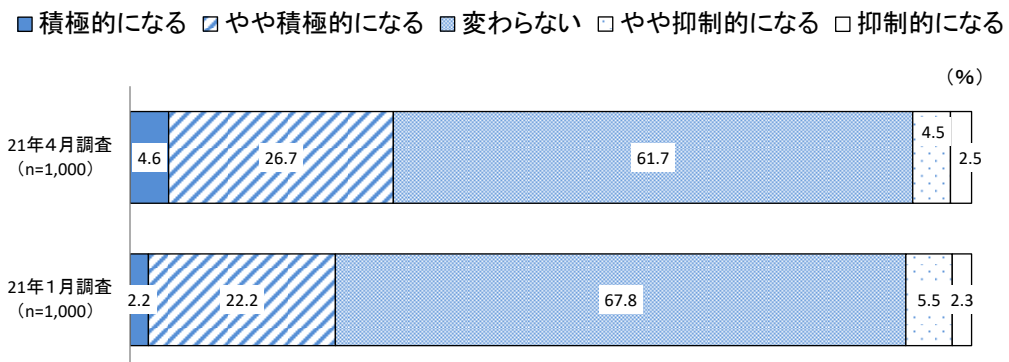
◆ 高い高齢層のワクチン接種意向

- ・ 新型コロナワクチンの接種意向については、図表5のように、全体では「様子を見てから接種したい」が46.0%と最も多かった。一方、「すぐにでも接種したい」の回答割合は29.1%と、前回調査に比べ18.1ポイント増加した。
- ・ これを年代別にみると、年代が高いほど「すぐにでも接種したい」の回答割合が高い傾向にあり、70代以上は54.6%、60代は41.7%と、それぞれ前回調査に比べ38.1ポイント、26.9ポイント増加した。
- ・ 今後、国内でワクチン接種が進んだ場合の消費行動は、図表6のように、6割が調査時点と「変わらない」と回答しているが、積極的（「積極的になる」+「やや積極的になる」）の回答割合は31.3%と、前回調査（24.4%）に比べ増加した。

図表5 新型コロナワクチン接種の意向



図表6 国内でワクチン接種が進んだ場合の消費行動

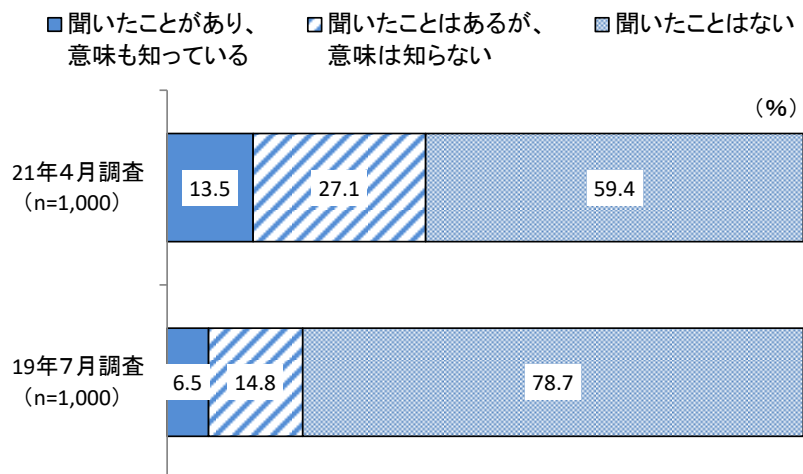


<エシカル消費について>

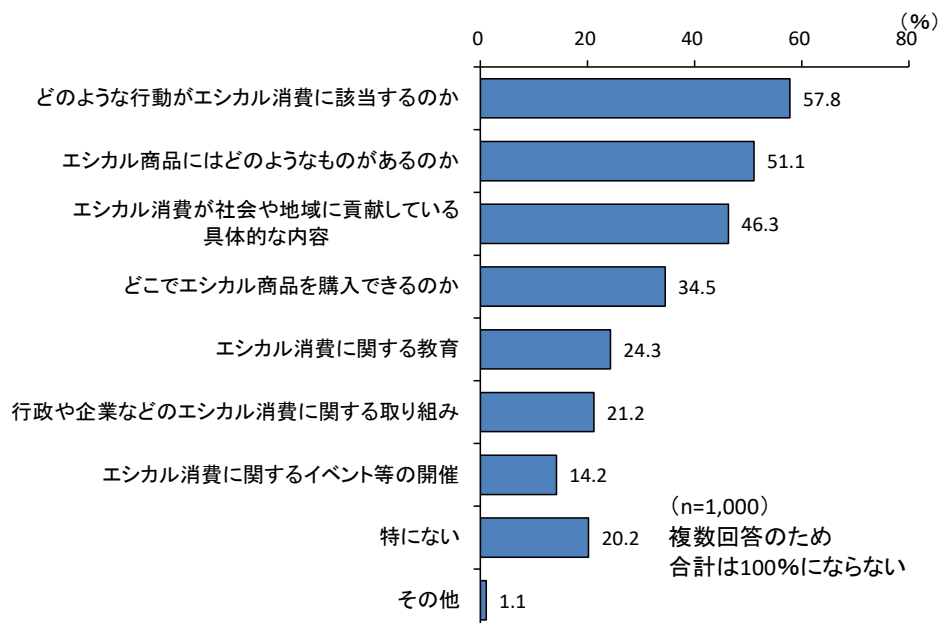
◆ エシカル消費の認知度は4割

- エシカル消費とは、倫理的消費ともいい、「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境、地域などに配慮した消費」のことである。つまり、消費者自らが社会的課題の解決を考え、そうした課題に取り組む事業者を応援する消費行動のことである。
- エシカル消費の認知度（「聞いたことがあり、意味も知っている」＋「聞いたことはあるが、意味は知らない」）は、**図表7**のように、は40.6%となり、19年7月調査の21.3%を上回った。しかし、まだ6割が認知していない状況にある。
- エシカル消費の認知度を高めるために必要な情報は、**図表8**のように「どのような行動がエシカル消費に該当するのか」が57.8%と最も多く、次いで「エシカル商品にはどのようなものがあるのか」（51.1%）、「エシカル消費が社会や地域に貢献している具体的な内容」（46.3%）などとなった。

図表7 エシカル消費の認知度



図表8 エシカル消費の認知度向上に必要な情報



以上