

長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2020年4月調査)～

新型コロナウイルスの影響により3割の県内消費者が消費を減少させている

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
新型コロナウイルスにより「外食」、「国内旅行」、「飲み会や宴会」などを自粛

- ・ 新型コロナウイルスの影響による消費の変化は、減少(「減少した」+「やや減少した」)が32.4%となり、増加(「増加した」+「やや増加した」)(26.8%)を上回った。
- ・ 新型コロナウイルスの影響により自粛したことは、「外食」が57.4%と最も多く、次いで「国内旅行」(54.0%)、「飲み会や宴会」(52.0%)などと続いた。
- ・ 一方、新型コロナウイルスの影響により支出が増加した商品やサービスは、「マスク」が46.8%と最も多く、次いで「保存食品(冷凍食品、レトルト食品など)」(30.1%)、「除菌・抗菌用品(スプレー、シートなど)」(28.8%)などとなった。

新型コロナウイルスの国内感染終息に1年以上かかるとの見通しが5割を超える

- ・ 新型コロナウイルスの国内感染の終息時期の見通しは、「1年後(21年3月)」が29.2%と最も多く、「2年後(22年3月)以降」(11.7%)、「1年半後(21年9月)」(11.3%)と合わせ、終息に1年以上かかるとの見通しが5割を超えた。
- ・ 新型コロナウイルスの影響による今後の世帯収入の見通しは、「減少する」(33.5%)と「やや減少する」(25.6%)を合わせた59.1%が減少を見込んでいる。

新型コロナウイルスが落ち着いた後、約4割が消費を増やす見通し

- ・ 新型コロナウイルスが落ち着いた後の消費の見通しは、増加(「増加する」+「やや増加する」)が39.4%と、減少(「減少する」+「やや減少する」)(17.0%)を上回った。
- ・ 新型コロナウイルスが落ち着いた後に消費を増やしたいことは、「国内旅行」が54.7%と最も多く、次いで「外食」(49.4%)、「買い物」(32.4%)などとなった。

- 新型コロナウイルスの感染が県内でも拡大している中、消費者は手洗い・アルコール消毒や3密を避けるなどで感染防止に努めている。マスクなどの感染対策品や外出自粛に備える食料品などへは支出の増加がみられるが、外食や国内旅行のほか、飲み会や宴会の自粛などにより、3割の消費者が消費を減少させている。国内感染の終息には1年以上かかるとの見通しが5割を超えているなど、消費の落ち込みはしばらく続くとみられる。

<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 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4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 198世帯
二人以上世帯 802世帯

性別 男性 50.0% 女性 50.0%
年齢別

20代以下	5.9%
30代	12.7%
40代	23.0%
50代	26.1%
60代	20.7%
70代以上	11.6%

調査方法： インターネット調査

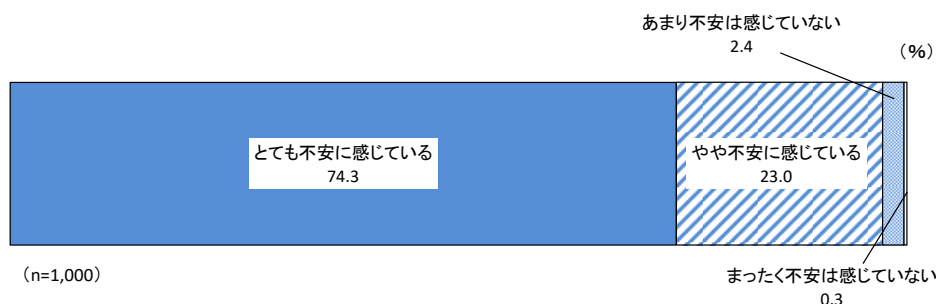
本調査は、全国に緊急事態宣言が発令される以前に実施したものである。

※ 四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。

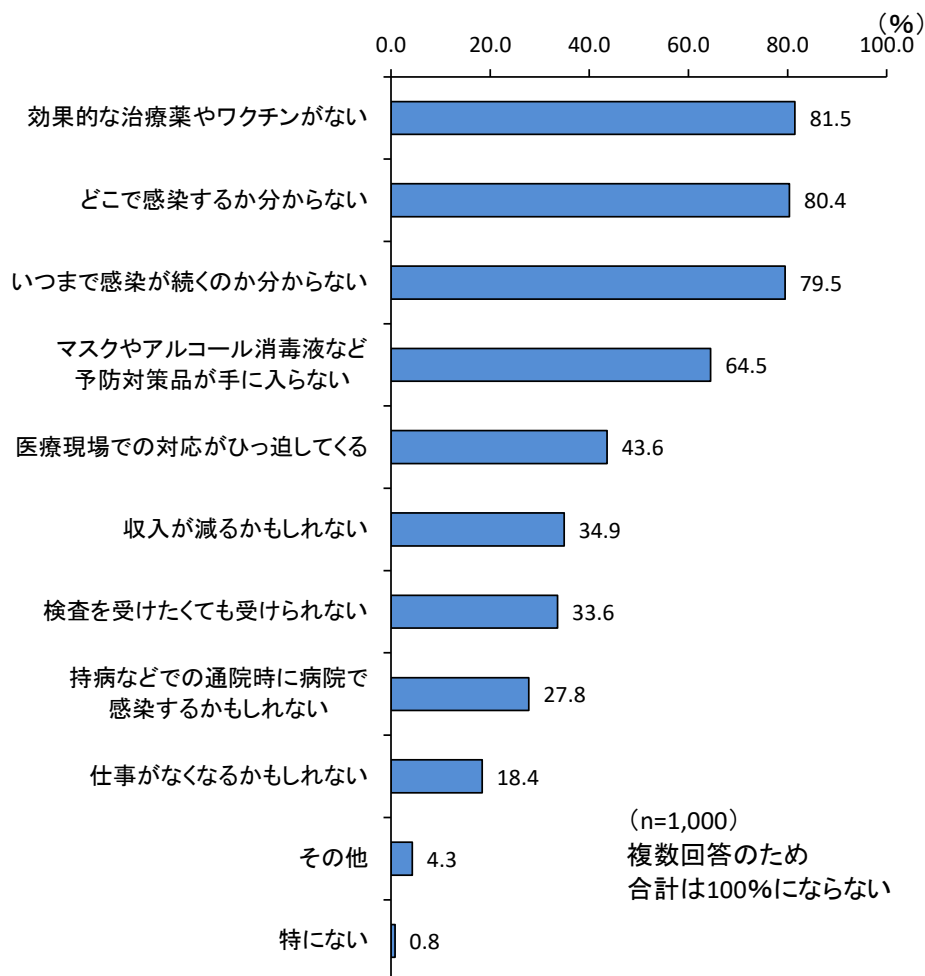
◆ 9割以上が新型コロナウイルスを不安に感じている

- 新型コロナウイルスに対する意識については、「とても不安に感じている」が74.3%と最も多く、「やや不安に感じている」(23.0%)を合わせた9割以上が不安を感じている(図表1)。
- 新型コロナウイルスを不安に感じる具体的な理由については、「効果的な治療薬やワクチンがない」が81.5%と最も多く、次いで「どこで感染するか分からない」(80.4%)、「いつまで感染が続くのか分からない」(79.5%)などとなった(図表2)。

図表1 新型コロナウイルスに対する意識



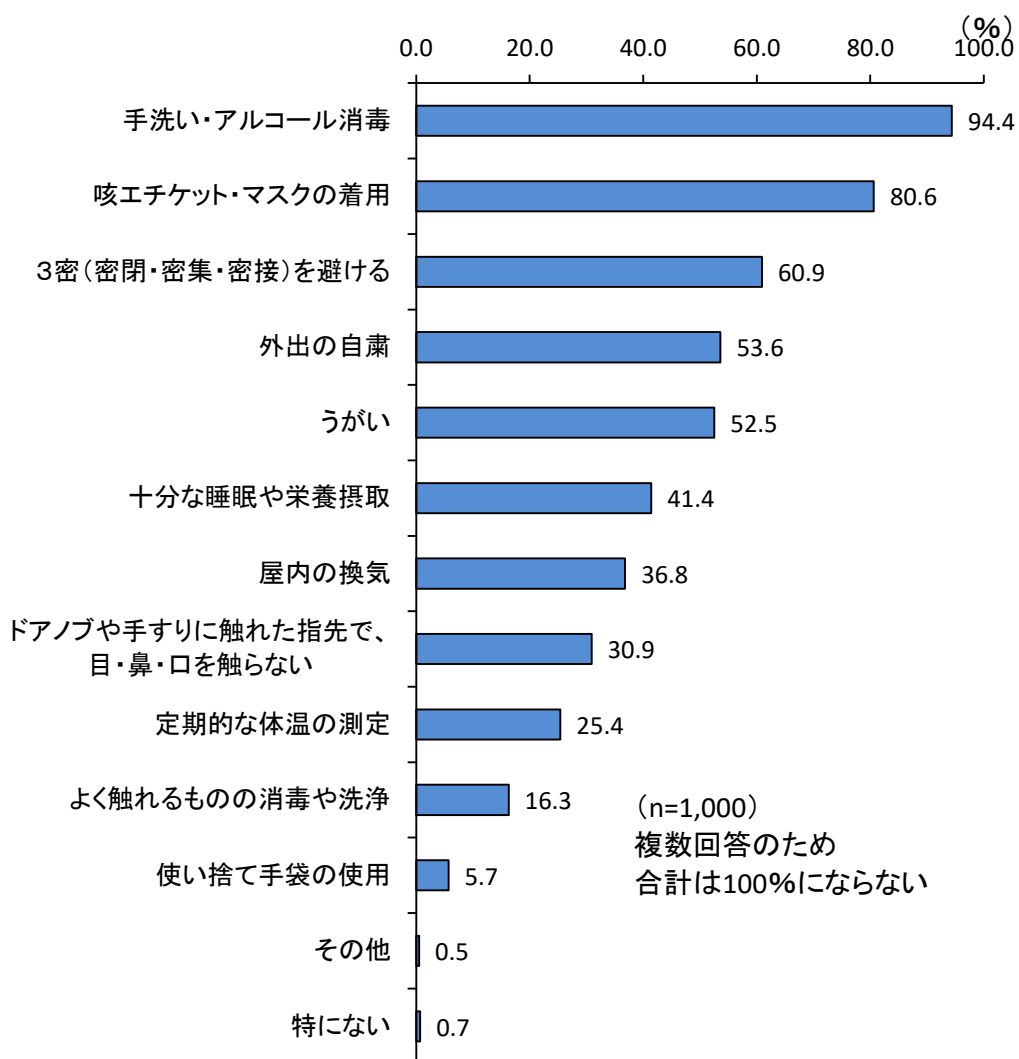
図表2 新型コロナウイルスを不安に感じる具体的な理由



◆ 感染防止のために心掛けて実践していることは、「手洗い・アルコール消毒」がトップ

- ・ 新型コロナウイルス感染防止のために心掛けて実践していることは、「手洗い・アルコール消毒」が 94.4%と最も多く、次いで「咳エチケット・マスクの着用」(80.6%)、「3密(密閉・密集・密接)を避ける」(60.9%) などとなった(図表3)。

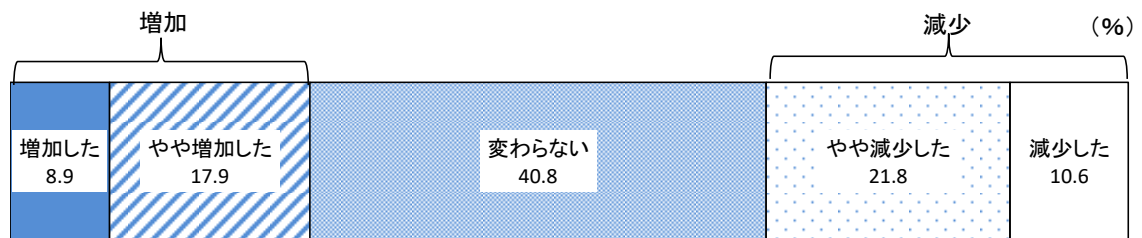
図表3 新型コロナウイルス感染防止のために心掛けて実践していること



◆ 新型コロナウイルスにより「外出」「国内旅行」「飲み会や宴会」などを自粛

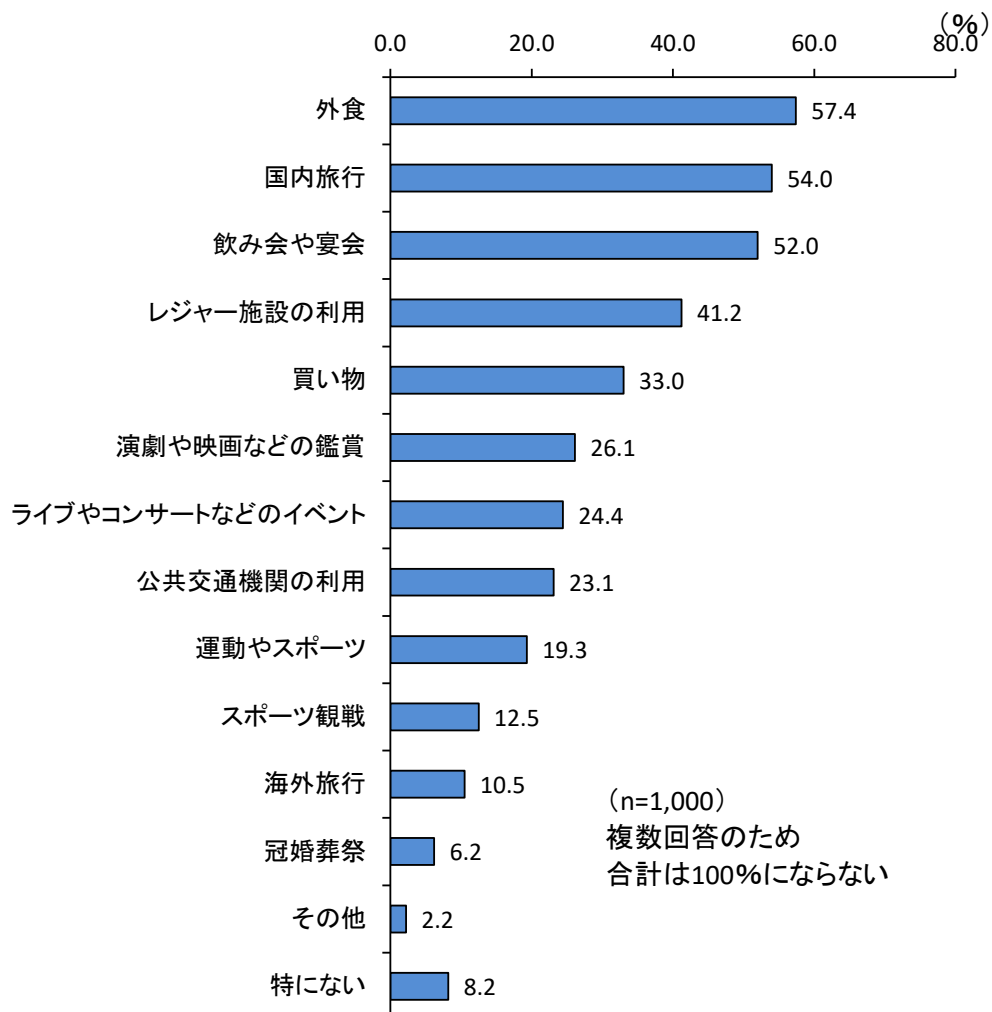
- ・ 新型コロナウイルスの影響による消費の変化については、減少（「減少した」＋「やや減少した」）が32.4%となり、増加（「増加した」＋「やや増加した」）（26.8%）を上回った（図表4）。
- ・ 新型コロナウイルスの影響により実際に自粛したことについては、「外出」が57.4%と最も多く、次いで「国内旅行」（54.0%）、「飲み会や宴会」（52.0%）などとなった（図表5）。

図表4 新型コロナウイルスの影響による消費の変化



(n=1,000)

図表5 新型コロナウイルスの影響により実際に自粛したこと

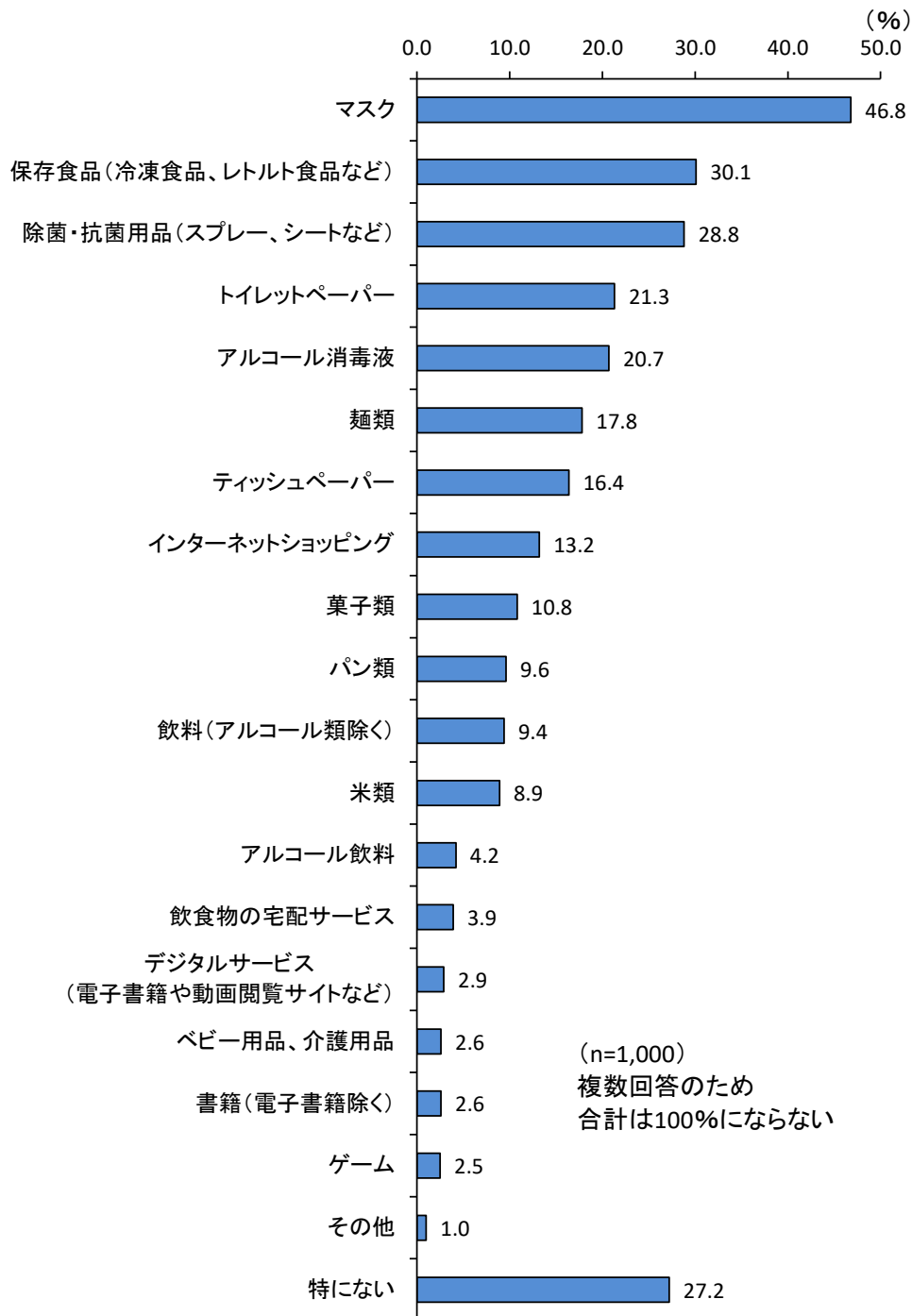


(n=1,000)
複数回答のため
合計は100%にならない

◆ 半数近くがマスクへの支出を増加

- 新型コロナウイルスの影響により支出が増加した商品やサービスは、「マスク」が 46.8%と最も多く、次いで「保存食品（冷凍食品、レトルト食品など）」(30.1%)、「除菌・抗菌用品（スプレー、シートなど）」(28.8%) などとなった（図表6）。

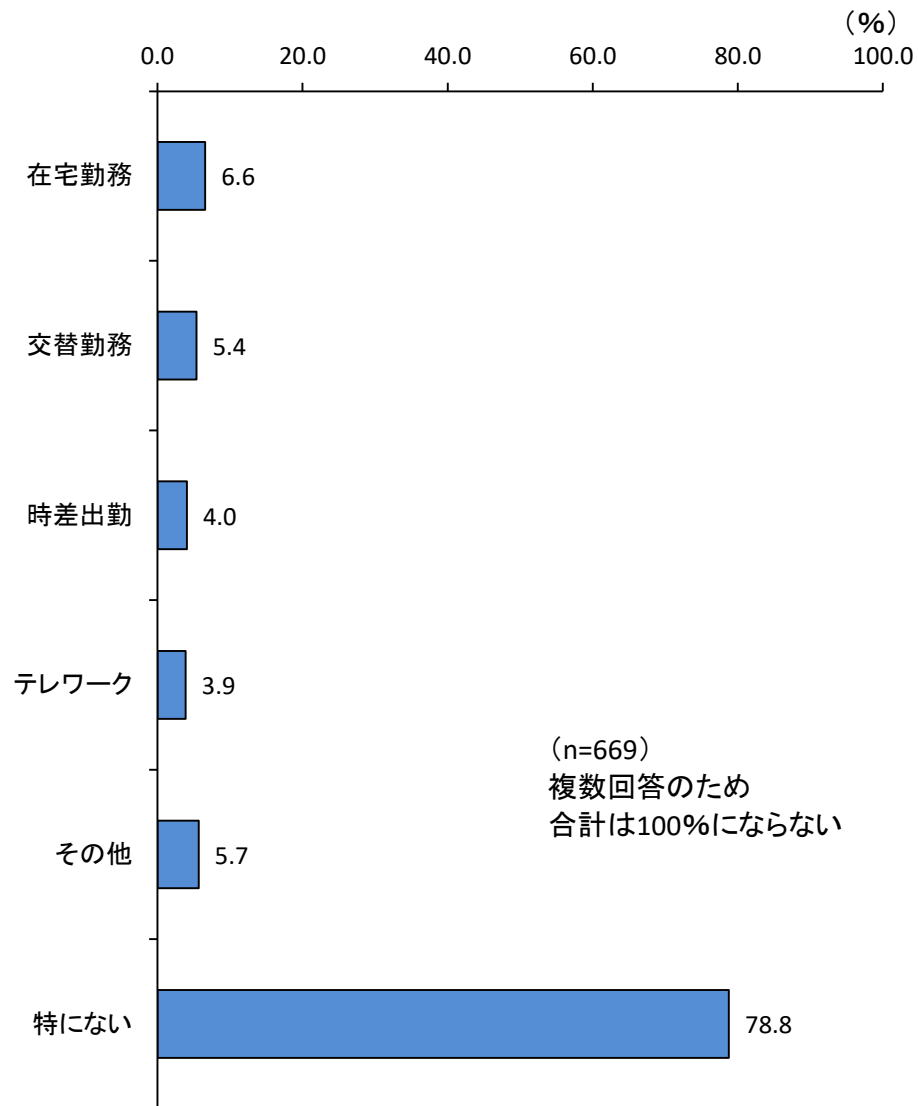
図表6 新型コロナウイルスの影響により支出が増加した商品やサービス



◆ 給与所得者のおよそ8割は働き方に变化なし

- ・ 給与所得者に対し、新型コロナウイルスの感染防止のため、働き方で取り入れたものについて尋ねたところ、図表7のように、「特にない」が78.8%となり、人との接触を避けるために推奨されている「在宅勤務」や「交替勤務」などは少数にとどまった。

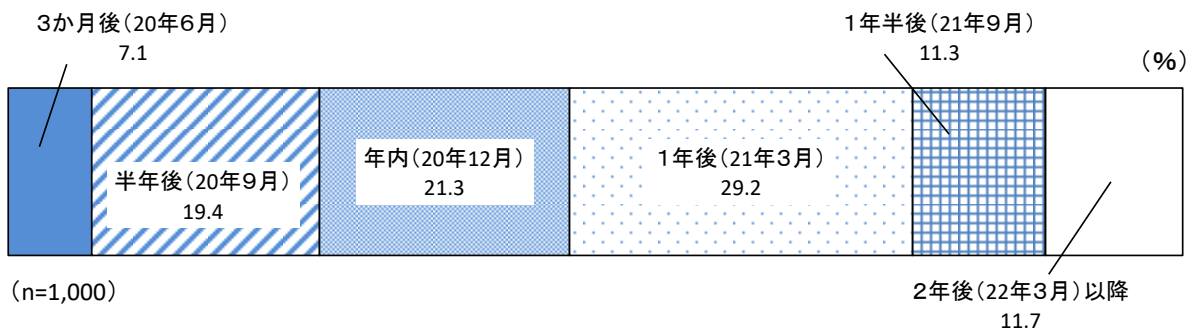
図表7 新型コロナウイルス感染防止のため、働き方で取り入れたもの
(給与所得者のみ)



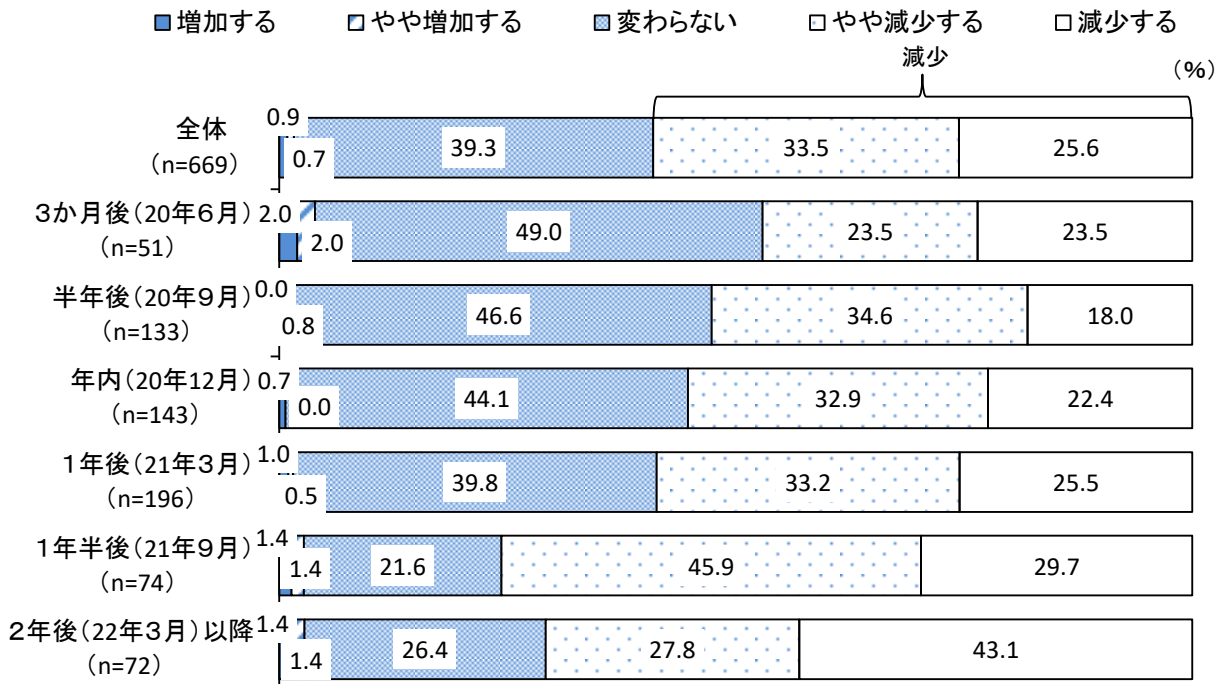
◆ 5割超が新型コロナウイルスの国内感染終息に1年以上かかるとの見通し

- 新型コロナウイルスの国内感染の終息時期の見通しについては、「1年後(21年3月)」が29.2%と最も多く、「2年後(22年3月)以降」(11.7%)、「1年半後(21年9月)」(11.3%)と合わせた52.2%が、終息に1年以上かかるとみている(図表8)。
- 新型コロナウイルスの影響による今後の世帯収入の見通しについては、全体では「減少する」(33.5%)と「やや減少する」(25.6%)を合わせた59.1%が、減少を見込んでいる(図表9)。
- これを、新型コロナウイルスの国内感染の終息時期の見通し別にみると、終息時期の見通しが遅いほど、「減少」の回答割合が多い傾向にある。

図表8 新型コロナウイルスの国内感染の終息時期の見通し



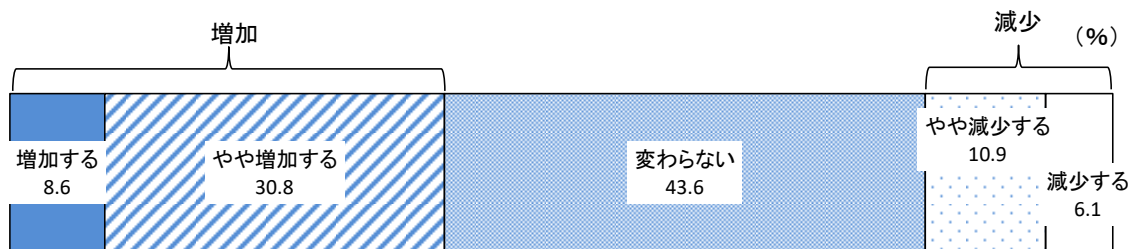
図表9 新型コロナウイルスによる世帯収入の見通し(給与所得者のみ)
(新型コロナウイルスの国内感染の終息時期の見通し別)



◆ 新型コロナウイルスが落ち着いた後、約4割が消費を増やす見通し

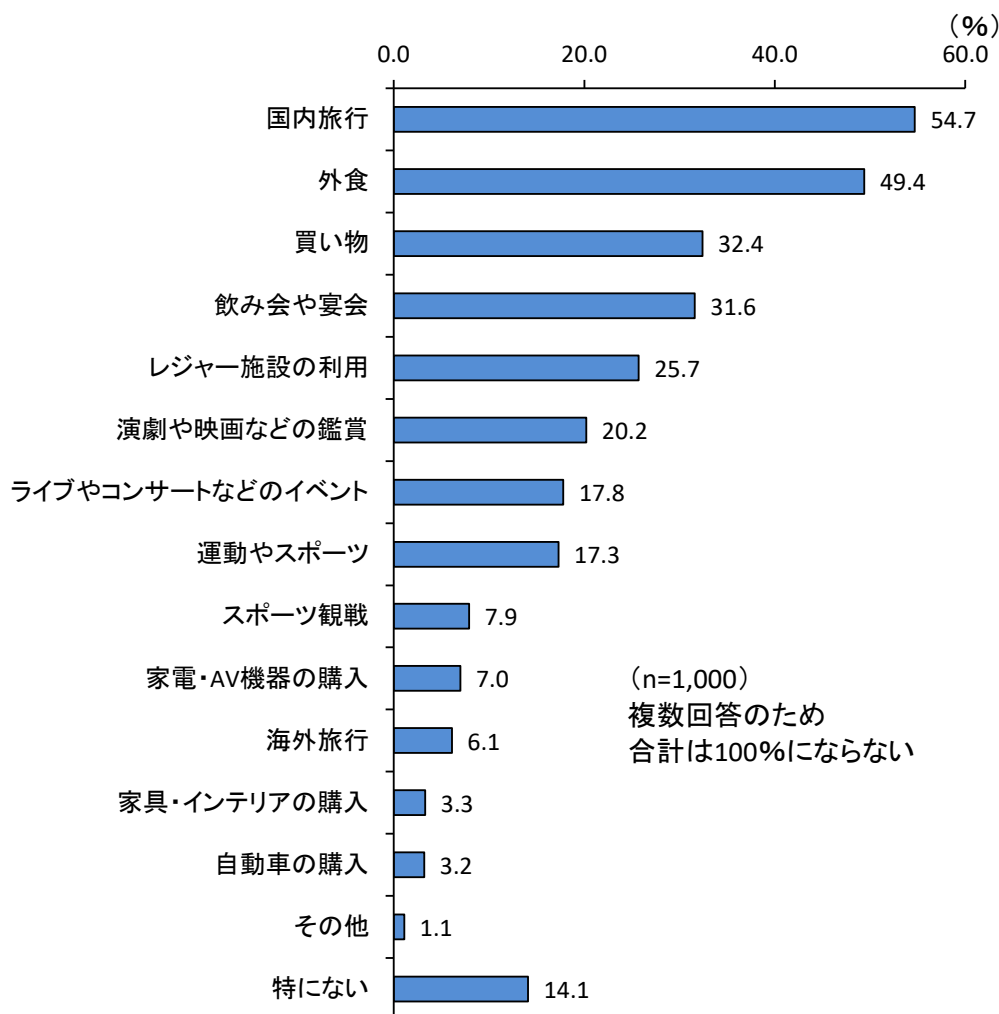
- ・ 新型コロナウイルスが落ち着いた後の消費の見通しについては、増加（「増加する」＋「やや増加する」）が39.4%と、減少（「減少する」＋「やや減少する」）（17.0%）を上回った（図表10）。
- ・ 新型コロナウイルスが落ち着いた後に消費を増やしたいことについては、「国内旅行」が54.7%と最も多く、次いで「外食」（49.4%）、「買い物」（32.4%）などとなった（図表11）。

図表10 新型コロナウイルスが落ち着いた後の消費の見通し



(n=1,000)

図表11 新型コロナウイルスが落ち着いた後に消費を増やしたいこと



(n=1,000)
複数回答のため
合計は100%にならない

以上