

# コロナ禍における生活者の行動と 今後に対する意識調査結果について

Short Review  
2021年3月

社会システム研究所  
アナリスト 石田竜大  
主任研究員 杉浦康之

## 1. はじめに

2020年は、新型コロナウイルス感染症拡大により、東京オリンピックの開催延期だけでなく、生活自体に大きな影響をもたらした。その対応策として、特別定額給付金やマイナポイントなどの消費拡大策や、緊急事態宣言後の外食産業や観光業などへの景気対策などが実施された。だが、これらの消費拡大策がどの程度活用されたのかは把握されていない。

生活者は、2020年に様々な行動制限を受けたことによって、翌2021年に、オリンピックの開催だけでなく、多様な行動が可能になることを期待している可能性がある。

当社では、生活者の意識や行動についてのアンケートを毎年実施しており、本年はコロナ禍における消費支援策の利用調査と来年（2021年）に向けての希望調査を行った。本稿では、これらのアンケートの結果について報告する。

本分析では、消費動向や今後に対する希望に関して、性別や世代によって異なる見解を持つのかについても検証する。

## 2. コロナ禍における消費支援策の利用調査

日興リサーチセンターでは、2006年より毎年「生活者アンケート」を実施している。アンケートでは、財・サービスに対する関心の高さ、消費する際の意識、不祥事が起きた場合の行動について、毎年約1,000名を対象に、マクロミル社に委託し、調査を行っている。

2020年11月に実施したアンケートでは、上記の項目に加え、コロナ禍における消費支援策の利用調査と来年（2021年）の希望調査を行った。本分析では、この2つの調査項目を用いている。ここではコロナ禍における消費支援策の利用調査の内容と全体の回答結果、さらには性別、世代別の相对比较の結果について言及する。

### 2.1 アンケート項目と全体の結果

ここでは、コロナ禍における消費支援策に関する利用調査結果について確認する。図表1は「コロナ禍に見舞われた本年の状況に関する以下の内容について、あてはまるものをすべて選択してください」という問いに対して、「当てはまる」(Yes)と回答した割合の結果である。

図表 1 コロナ禍における消費支援策に関する利用調査結果

| 項目                                  | サンプル数 | Yes   |
|-------------------------------------|-------|-------|
| 10万円の特別定額給付金（以下、給付金）を申請し、受け取った      | 1,032 | 81.4% |
| 給付金は貯蓄に回した                          | 1,032 | 33.1% |
| 給付金は生活費に充てた                         | 1,032 | 32.7% |
| 給付金で家電を購入した                         | 1,032 | 12.0% |
| 給付金は、在宅勤務（リモートワーク）の環境整備に充てた         | 1,032 | 3.1%  |
| 給付金は、旅行や外食などの行楽に充てた                 | 1,032 | 9.2%  |
| 給付金は、株式、投資信託などの運用資金に充てた             | 1,032 | 4.7%  |
| 給付金の一部または全てを寄付した                    | 1,032 | 1.9%  |
| 給付金は、上記（2～8）以外の消費に充てた               | 1,032 | 8.1%  |
| Go To Eatキャンペーンを利用したことがある           | 1,032 | 20.5% |
| Go To トラベルキャンペーンを利用したことがある          | 1,032 | 25.2% |
| マイナポイントの申込みをした                      | 1,032 | 18.3% |
| 生活圏で発行された地域振興券（〇〇市プレミアム付商品券など）を利用した | 1,032 | 13.0% |
| キャッシュレス決済をはじめ、なるべく現金決済を避けている        | 1,032 | 31.5% |
| あてはまるものはない                          | 1,032 | 4.3%  |

（出所）日興リサーチセンター

まず、「10万円の特別定額給付金（以下、給付金）を申請し、受け取った」人は全体の81.4%と最も高い結果となった。だが18.6%は11月アンケート時点では受け取っていない。

給付金の利用については、「貯蓄」（33.1%）が最も多い。この特別給付金は、「感染拡大防止に留意しつつ、簡素な仕組みで迅速かつ的確に家計への支援を行う」（総務省）ことを目的とした政策であったが、結果的にはその目的に沿う形ではない利用が最も多かった。次に「生活費」（32.7%）が多い。そのほか、家電の購入（12.0%）や、旅行や外食（9.2%）での利用は目立つような結果とはならなかった。給付金以外の対策であるマイナポイントや地域振興券などの利用はそれぞれ18.3%、13.0%と給付金よりも少ない結果となった。なお、マイナポイント制度と関連のある「キャッシュレス決済をはじめ、なるべく現金決済を避けている」は31.5%とコロナ禍においてキャッシュレス決済の利用を選んでいる人が他の対策に比べ相対的に多い。

そのほかの消費支援策について、「Go To トラベル」（25.2%）、「Go to Eat」（20.5%）の利用は、給付金などに比べ限定的であった。

## 2.2 性別・世代別の結果

コロナ禍における消費支援策の利用について、属性間の差異があるのかを確認する。ここでは、検討する属性として、性別（男性、女性）、世代別（20代、30代、40代、50代）を用いた。図表2は男女別の各平均値とその差の統計的検定結果であり、図表3は世代別の各平均値と世代間の差の代表的結果として、20代と50代の差の検定結果である。なお、有意水準5%未満を統計的に有意であった結果とする<sup>1</sup>。

<sup>1</sup> 本稿では属性別の差異を確認するため、属性間の平均値の差の検定と多重比較検定を行う。

図表 2 コロナ禍における消費支援策に関する男女別の結果

|                                     | 男性    | 女性    | 差(男性-女性) |
|-------------------------------------|-------|-------|----------|
| 10万円の特別定額給付金（以下、給付金）を申請し、受け取った      | 77.7% | 85.1% | -7.4% #  |
| 給付金は貯蓄に回した                          | 31.8% | 34.5% | -2.7%    |
| 給付金は生活費に充てた                         | 31.8% | 33.5% | -1.8%    |
| 給付金で家電を購入した                         | 13.6% | 10.5% | 3.1%     |
| 給付金は、在宅勤務（リモートワーク）の環境整備に充てた         | 4.1%  | 2.1%  | 1.9%     |
| 給付金は、旅行や外食などの行楽に充てた                 | 8.5%  | 9.9%  | -1.4%    |
| 給付金は、株式、投資信託などの運用資金に充てた             | 7.4%  | 1.9%  | 5.4% #   |
| 給付金の一部または全てを寄付した                    | 2.1%  | 1.7%  | 0.4%     |
| 給付金は、上記（2～8）以外の消費に充てた               | 7.4%  | 8.9%  | -1.6%    |
| Go To Eatキャンペーンを利用したことがある           | 17.8% | 23.3% | -5.4% #  |
| Go To トラベルキャンペーンを利用したことがある          | 23.1% | 27.3% | -4.3%    |
| マイナポイントの申込みをした                      | 18.0% | 18.6% | -0.6%    |
| 生活圏で発行された地域振興券（〇〇市プレミアム付商品券など）を利用した | 11.8% | 14.2% | -2.3%    |
| キャッシュレス決済をはじめ、なるべく現金決済を避けている        | 26.6% | 36.4% | -9.9% #  |
| あてはまるものはない                          | 5.8%  | 2.7%  | 3.1% #   |

（注）#はp値が有意水準5%未満であることを指す

（出所）日興リサーチセンター

図表 3 コロナ禍における消費支援策に関する世代別の結果

|                                     | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   | 差(20代-50代) |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|------------|
| 10万円の特別定額給付金（以下、給付金）を申請し、受け取った      | 75.6% | 78.7% | 83.3% | 88.0% | -12.4% #   |
| 給付金は貯蓄に回した                          | 39.5% | 34.1% | 31.8% | 27.1% | 12.4% #    |
| 給付金は生活費に充てた                         | 27.5% | 34.1% | 36.8% | 32.2% | -4.7%      |
| 給付金で家電を購入した                         | 7.8%  | 13.2% | 14.3% | 12.8% | -5.0%      |
| 給付金は、在宅勤務（リモートワーク）の環境整備に充てた         | 1.6%  | 4.3%  | 3.5%  | 3.1%  | -1.6%      |
| 給付金は、旅行や外食などの行楽に充てた                 | 12.4% | 9.7%  | 8.5%  | 6.2%  | 6.2%       |
| 給付金は、株式、投資信託などの運用資金に充てた             | 8.1%  | 5.0%  | 3.1%  | 2.3%  | 5.8% #     |
| 給付金の一部または全てを寄付した                    | 1.2%  | 3.5%  | 1.2%  | 1.9%  | -0.8%      |
| 給付金は、上記（2～8）以外の消費に充てた               | 7.0%  | 9.3%  | 5.4%  | 10.9% | -3.9%      |
| Go To Eatキャンペーンを利用したことがある           | 25.2% | 21.7% | 17.8% | 17.4% | 7.8%       |
| Go To トラベルキャンペーンを利用したことがある          | 34.9% | 27.5% | 18.6% | 19.8% | 15.1% #    |
| マイナポイントの申込みをした                      | 15.1% | 17.8% | 19.0% | 21.3% | -6.2%      |
| 生活圏で発行された地域振興券（〇〇市プレミアム付商品券など）を利用した | 7.8%  | 14.0% | 14.3% | 15.9% | -8.1% #    |
| キャッシュレス決済をはじめ、なるべく現金決済を避けている        | 30.6% | 35.7% | 30.6% | 29.1% | 1.6%       |
| あてはまるものはない                          | 4.7%  | 5.8%  | 3.1%  | 3.5%  | 1.2%       |

（注）#はp値が有意水準5%未満であることを指す

（出所）日興リサーチセンター

消費支援策の利用については、以下のことが確認された。まず、「10万円の特別定額給付金（以下、給付金）を申請し、受け取った」について、女性(85.1%)が男性(77.7%)よりも有意に高く、50代(88%)が20代(75.6%)と比べ有意に高い結果となった。こうした要因には、家族が給付金を申請し、自らは申請しなかった場合などが含まれたことが予想される。

給付金の用途のうち、「給付金は貯蓄に回した」は性別で差は確認されなかったが、20代(39.5%)と50代(27.1%)の差が確認された。つまり、給付金政策が若い世代の消費喚起に結び付かなかった可能性を示している。さらに、「給付金は、株式、投資信託などの運用資金に充てた」でも男性(7.4%)が女性(1.9%)より有意に高く、20代(8.1%)が50代(2.3%)より有意に高い。ここでも政策意図とは異

なる行動が確認された。

また、「Go to Eat」の利用については、女性(23.3%)が男性(17.8%)よりも有意に高く、「Go To トラベル」の利用については、20代(34.9%)が50代(19.8%)よりも有意に高い。「生活圏で発行された地域振興券(〇〇市プレミアム付商品券など)」でも、50代(15.9%)が20代(7.8%)よりも有意に高い。これらの政策は、すべての性別や世代に同程度に利用されたのではなく、性別や世代によって利用状況が異なっていることがうかがえる。

最後に、「キャッシュレス決済をはじめ、なるべく現金決済を避けている」については女性(36.4%)が男性(26.6%)よりも有意に高い結果であった。このことは、女性は、男性よりも紙幣や硬貨などからの感染リスクを避ける傾向にあると推察される。

### 3. 来年(2021年)の希望調査

次に、来年(2021年)の希望調査の結果について、上述と同様、アンケート調査項目、全体の結果、性別、世代別の結果について言及する。世代別では、20代と50代の統計的検定結果に着目する。

#### 3.1 アンケート項目と全体の結果

図表4は、「来年やりたいこととしてあてはまるものをすべて選択してください。」の質問に対し、「当てはまる」(Yes)と回答した割合を示したものである。

図表4 来年(2021年)の希望調査

| 項目  | サンプル数 | Yes   |
|---|-------|-------|
| オリンピックが開催されたら、現地で観戦したい                    | 1,032 | 12.0% |
| テーマパークに遊びに行きたい                            | 1,032 | 34.7% |
| キャンプや登山、トレッキングなど、アウトドアを楽しみたい              | 1,032 | 21.6% |
| ライブ・コンサートや、舞台や演劇、劇場を観に行きたい                | 1,032 | 28.4% |
| スタジアム、球場などでスポーツ観戦をしたい                     | 1,032 | 14.5% |
| 国内旅行に行きたい                                 | 1,032 | 63.3% |
| 海外旅行に行きたい                                 | 1,032 | 25.2% |
| 引き続き、在宅勤務や時差出勤を続けていきたい                    | 1,032 | 14.6% |
| できるなら転職したい                                | 1,032 | 16.6% |
| 副業をはじめたい                                  | 1,032 | 22.7% |
| 語学学習や資格取得など、キャリアアップに取組みたい                 | 1,032 | 12.2% |
| 引き続き、手洗い、うがい、アルコール消毒やマスク装着など、感染症対策をしていきたい | 1,032 | 37.0% |
| 飲み会は引き続き、zoomなどを使ってリモートで行いたい              | 1,032 | 3.3%  |
| コロナウイルスのワクチン接種やPCR検査を受けたい                 | 1,032 | 19.7% |
| 今住んでいる地域よりも人口密度が低い地域に移住したい                | 1,032 | 2.8%  |
| あてはまるものはない                                | 1,032 | 10.5% |

(出所) 日興リサーチセンター

最も多い回答は、「国内旅行に行きたい」の63.3%であった。また、「テーマパークに遊びに行きたい」は34.7%であった。国内旅行やテーマパークなどの観光関連について高い期待を寄せていることがわかる。だが、「オリンピックが開催されたら、現地で観戦したい」については12.0%と相対的に低い結

果となった。

一方、コロナウィルス感染症に対する対応について、「引き続き、手洗い、うがい、アルコール消毒やマスク装着など、感染症対策をしていきたい」が37.0%、「コロナウィルスのワクチン接種やPCR検査を受けたい」が19.7%であった。アンケートを実施した11月は、海外でのワクチン接種が進みつつあったが、この時点では、感染症対策やワクチン接種、PCR検査を引き続き望んでいる人は過半数を超えていない状況である。また、「引き続き、在宅勤務や時差出勤を続けていきたい」についても14.6%と相対的に低い。

### 3.2 性別・世代別の結果

本節では、来年の希望調査結果について属性間の差異があるのかを確認する。ここでは、検討する属性として、性別(男性、女性)、世代別(20代、30代、40代、50代)を用いた。図表5は男女別の各平均値と統計的検定結果であり、図表6は世代別の各平均値と20代と50代の差の検定結果である。なお、有意水準5%未満を統計的に有意であった結果とする。

図表5 来年の希望調査に関する男女別の結果

|   | 男性    | 女性    | 差(男性-女性) |
|---|-------|-------|----------|
| オリンピックが開催されたら、現地で観戦したい                    | 14.0% | 10.1% | 3.9%     |
| テーマパークに遊びに行きたい                            | 29.1% | 40.3% | -11.2% # |
| キャンプや登山、トレッキングなど、アウトドアを楽しみたい              | 25.8% | 17.4% | 8.3% #   |
| ライブ・コンサートや、舞台や演劇、劇場を観に行きたい                | 21.1% | 35.7% | -14.5% # |
| スタジアム、球場などでスポーツ観戦をしたい                     | 19.8% | 9.3%  | 10.5% #  |
| 国内旅行に行きたい                                 | 58.0% | 68.6% | -10.7% # |
| 海外旅行に行きたい                                 | 20.5% | 29.8% | -9.3% #  |
| 引き続き、在宅勤務や時差出勤を続けていきたい                    | 14.2% | 15.1% | -1.0%    |
| できるなら転職したい                                | 15.5% | 17.6% | -2.1%    |
| 副業をはじめたい                                  | 21.9% | 23.5% | -1.6%    |
| 語学学習や資格取得など、キャリアアップに取組みたい                 | 10.9% | 13.6% | -2.7%    |
| 引き続き、手洗い、うがい、アルコール消毒やマスク装着など、感染症対策をしていきたい | 27.5% | 46.5% | -19.0% # |
| 飲み会は引き続き、zoomなどを使ってリモートで行いたい              | 2.5%  | 4.1%  | -1.6%    |
| コロナウィルスのワクチン接種やPCR検査を受けたい                 | 15.7% | 23.6% | -7.9% #  |
| 今住んでいる地域よりも人口密度が低い地域に移住したい                | 3.3%  | 2.3%  | 1.0%     |
| あてはまるものはない                                | 13.4% | 7.6%  | 5.8% #   |

(注) #はp値が有意水準5%未満であることを指す

(出所) 日興リサーチセンター

図表 6 来年の希望調査に関する世代別の結果

|   | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   | 差(20代-50代) |
|---|-------|-------|-------|-------|------------|
| オリンピックが開催されたら、現地で観戦したい                    | 15.1% | 9.7%  | 13.2% | 10.1% | 5.0%       |
| テーマパークに遊びに行きたい                            | 42.6% | 39.5% | 32.2% | 24.4% | 18.2% #    |
| キャンプや登山、トレッキングなど、アウトドアを楽しみたい              | 20.5% | 25.6% | 23.3% | 17.1% | 3.5%       |
| ライブ・コンサートや、舞台や演劇、劇場を観に行きたい                | 34.9% | 24.0% | 23.6% | 31.0% | 3.9%       |
| スタジアム、球場などでスポーツ観戦をしたい                     | 14.0% | 15.5% | 13.2% | 15.5% | -1.6%      |
| 国内旅行に行きたい                                 | 65.1% | 60.9% | 67.4% | 59.7% | 5.4%       |
| 海外旅行に行きたい                                 | 31.8% | 26.0% | 20.2% | 22.9% | 8.9%       |
| 引き続き、在宅勤務や時差出勤を続けていきたい                    | 15.1% | 16.7% | 10.9% | 15.9% | -0.8%      |
| できるなら転職したい                                | 20.5% | 17.1% | 16.7% | 12.0% | 8.5% #     |
| 副業をはじめたい                                  | 26.7% | 27.9% | 22.5% | 13.6% | 13.2% #    |
| 語学学習や資格取得など、キャリアアップに取組みたい                 | 13.2% | 18.2% | 9.7%  | 7.8%  | 5.4%       |
| 引き続き、手洗い、うがい、アルコール消毒やマスク装着など、感染症対策をしていきたい | 29.8% | 41.1% | 35.7% | 41.5% | -11.6% #   |
| 飲み会は引き続き、zoomなどを使ってリモートで行いたい              | 4.7%  | 5.0%  | 1.9%  | 1.6%  | 3.1%       |
| コロナウィルスのワクチン接種やPCR検査を受けたい                 | 17.1% | 18.2% | 18.6% | 24.8% | -7.8%      |
| 今住んでいる地域よりも人口密度が低い地域に移住したい                | 4.3%  | 2.7%  | 3.5%  | 0.8%  | 3.5%       |
| あてはまるものはない                                | 11.2% | 10.5% | 8.1%  | 12.0% | -0.8%      |

(注) #はp値が有意水準5%未満であることを指す

(出所) 日興リサーチセンター

まず、「テーマパークに遊びに行きたい」人は女性(40.3%)が男性(29.1%)よりも有意に高く、世代別では20代(42.6%)が50代(24.4%)よりも有意に高い。「ライブ・コンサートや、舞台や演劇、劇場を観に行きたい」についても同様の傾向が見られ、女性(35.7%)が男性(21.1%)よりも有意に高い。これらの結果からテーマパークやライブ・コンサートなどは女性がより強く希望していると考えられる。

一方で、男性が望むものとして、「キャンプや登山、トレッキングなど、アウトドアを楽しみたい」「スタジアム、球場などでスポーツ観戦をしたい」であり、いずれも男性(25.8%、19.8%)が女性(17.4%、9.3%)よりも有意に高い結果となった。

「国内旅行に行きたい」については、先述のとおり「当てはまる」と回答した人が全質問項目の中で最も多いが、女性(68.6%)が男性(58%)よりも有意に高い結果となった。この傾向は「海外旅行に行きたい」でも同様の傾向であった。

「できるなら転職したい」「副業をはじめたい」については総じて20代(20.5%、26.7%)が50代(12%、13.6%)よりも有意に高い傾向が確認された。キャリアアップや仕事上の成長などは若い世代が望んでいることがうかがえる。

最後に、「引き続き、手洗い、うがい、アルコール消毒やマスク装着など、感染症対策をしていきたい」「コロナウィルスのワクチン接種やPCR検査を受けたい」については、共通して女性(46.5%、23.6%)が男性(27.5%、15.7%)より、いずれも有意に高い結果であり、女性のほうがコロナウィルス感染予防に対する意識が高いと考える。また、「引き続き、手洗い、うがい、アルコール消毒やマスク装着など、感染症対策をしていきたい」は20代(29.8%)より50代(41.5%)のほうが高く、感染による重症化リスクが高いほど、感染予防を維持することを望んでいる。

#### 4. 考察

本稿では、生活者アンケートをもとにコロナ禍での消費対策の利用と来年（2021年）の希望について確認した。

コロナ禍の消費対策として、全体の8割以上は給付金を受け取っており、特に女性の割合が高い。受け取った給付金の利用に関しては、貯蓄が最も多く、20代でその傾向が強い。また、回答率としては低いが、男性や20代が株式などの運用資金に充てた傾向がある。したがって、本サンプルからは、給付金政策は、貯蓄に充てるなど、消費喚起としての効果が若い世代や男性などで弱かったと推察される。

また消費拡大政策では、性別や世代によって、利用の程度が異なる。具体的には、「Go To Eat」は女性による利用、「Go To トラベル」は20代、「地域振興券」は50代による利用が比較的多い。したがって、各政策は網羅的に効果を発揮したのではなく、特定の性別・世代により効果的であったと考える。また、「Go To トラベル」のように、地域経済の消費に貢献すると考えられる50代の利用が相対的に少なかったことから、想定以上の経済効果をもたらしていない可能性がある。こうした消費拡大政策では、ターゲットの効果を検証するなど効果測定も必要であろう。

次に来年（2021年）の希望調査については、国内旅行はすべての性別・世代別で過半数を超えており、特に女性が男性より強く希望している。このように、他の項目でも男女間の違いが確認された。具体的には、女性はテーマパークやライブ・コンサートでの消費を望み、男性はアウトドアやスポーツ観戦での消費を望んでいた。ただし、この結果は、元々の性別や世代での嗜好の違いが影響していることも考えられる。なお、オリンピックの観戦については、性別や世代に関係なく、低い回答率であった。

最後に、コロナ感染対策については、女性が男性よりも予防意識の高いことが確認された。また、特に、手洗いやマスク着用などの感染対策は50代が高く、重篤化リスクが高いことなどが影響していると考えられる。本結果は、予防対策に対する考え方の違いが感染拡大の方向性にも影響を及ぼす可能性があると考えられる。ただし、アンケートが行われた11月時点は、海外でワクチン接種が進んでいるという報道がされ、国内ではPCR検査体制が整いつつあった時期であり、年末からの感染拡大前の状況であったことに留意する必要がある。

[END]