

2022年3月31日 全16頁

コロナ禍における消費行動の変化

購買チャネルの変化から見る消費行動の変化

経営コンサルティング第一部 主任コンサルタント 岩田 豊一郎
コンサルタント 渡邊 吾有子

- [要約]新型コロナウイルスの感染拡大は、外出制限等の様々な行動の制約を通じて、消費行動に大きな影響を与えている。また、家計収入の頭打ちや消費支出の減少に繋がっている。特に30歳代までの若い世代への影響が大きい。
- 行動制約は、消費対象により影響が異なる。外出抑制により、被服・履物、交通・通信、教養娯楽等への消費支出は大きく減少する一方で、在宅時間の増加が、家具・家事用品などの消費拡大に繋がっている。教育への消費支出は世代により影響が異なる。
- 行動制約は、商品・サービスを購入するチャネルの変化も引き起こしている。食料においては、消費総額は大きく変わらないものの、ウェブを通じた消費（ネットショッピング）は急増している。また、食料の内枠である外食、被服・履物などは外出抑制により消費総額は大幅に減少しているものの、ウェブを通じた消費（外食ではウェブ経由の出前）は急増している。加えて、出前のウェブを通じた消費には地域差も見られる。
- 新型コロナウイルスの感染拡大に伴う行動変化は、社会のDX化が本格化するタイミングで生じているため、大きな社会変化を伴う可能性がある。将来のビジネスを展望する上で、制度や人々の行動を含む社会変化、DX化の技術進歩、DX化の消費者の受容度、地域特性等を踏まえ、多様なケースを想定する必要がある。足元の様々な変化を見逃さずに将来を検討することが求められる。

1. はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大（以下、コロナ禍）は、外出制限等の様々な行動の制約を通じて、消費行動に大きな影響を与えている。こうした変化の一部は、感染収束後（以下、コロナ禍後）も新たな行動様式として定着する可能性がある。新たな消費行動はコロナ禍を通じた社会変化の一例を示しているとも言える。

本項では、新型コロナウイルス感染拡大前（以下、コロナ禍前）から現在までの消費行動、特に購買チャネルの変化に着目し、コロナ禍後の消費行動の変化を展望する。

2. 景気、家計の動向

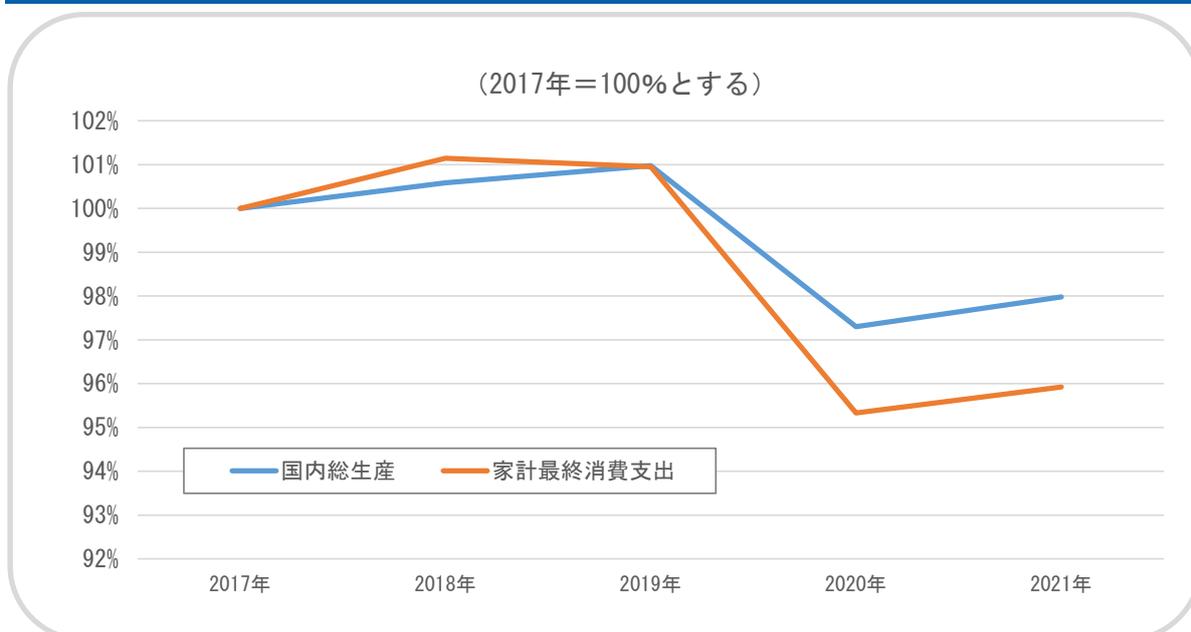
購買チャネルの変化を検討するにあたって、消費行動の環境変化を把握するため、コロナ禍前から現在にかけての景気、家計（収入・支出）の動向、消費対象の変化について確認する。

(1) 景気の動向

景気動向を国内総生産（以下、GDP）の動きから確認する（図表1）。なお、この後の家計の分析と合わせるため、GDPは名目ベースとし、コロナ禍前からの動向を把握するため2017年から2021年を対象としている。

コロナ禍前の2017～2019年にかけては、名目GDPは増加傾向を示していたが、コロナ禍に突入した2020年にGDPは大幅に減少。2021年に回復傾向を示すものの、コロナ禍前の2019年の水準には達していない。特にGDPにおいて大きな割合を占める家計最終消費支出の落ち込みが大きく、回復も遅れている。コロナ禍は家計消費に大きなダメージを与え、その結果、GDPが減少していることがわかる。なお、この家計最終消費支出は、家計における消費支出の結果でもあるため、次項の家計調査における消費支出との連動性が見られる。

（図表1）名目GDPの推移



出所：内閣府「国民経済計算（GDP統計）」より、大和総研作成

(2) 家計の長期動向

家計による消費支出の変化を引き起こす要因として、消費行動の変化に加え、収入の変化も大

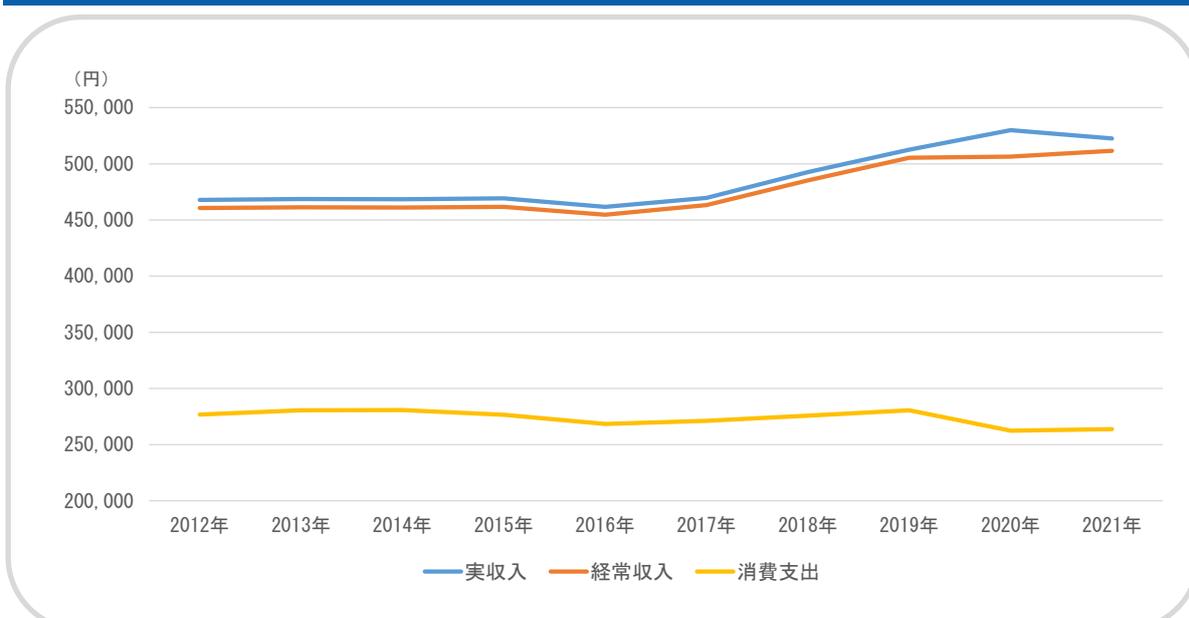
きいと考えられる。そこで、過去10年の家計収入と支出の長期動向を総務省「家計調査」から確認する（図表2）。なお、対象は家計における経常収入および消費支出に加え、新型コロナウイルス感染症による経済的影響への緊急経済対策として実施された特別定額給付金を含む実収入を比較している。

実収入および経常収入は2016年までは横這いとなっていたが、2017～2019年にかけて増加、コロナ禍に入った2020年に、経常収入は横這いに、特別定額給付金を含む実収入は2020年まで増加後、2021年には2019年水準まで下がっている。

消費支出については、収入が増加した2017年以降も含め、2019年までは横這い傾向、コロナ禍に入った2020年に減少し、2021年にかけても2019年以前の水準には回復していない。

コロナ禍への対応がある程度進んだ2021年においても、消費支出の水準が回復傾向を示さないことから、経常収入の拡大抑制が家計における支出に影響を与えている可能性がある。

（図表2）実収入、経常収入、消費支出の長期動向



注：対象は収入データの制約から総世帯のうち勤労者世帯（勤労者世帯とは世帯主が会社、官公庁、学校、工場、商店などに勤めている世帯を指す）とする。収入と支出は1カ月当たりである。

出所：総務省「家計調査」より、大和総研作成

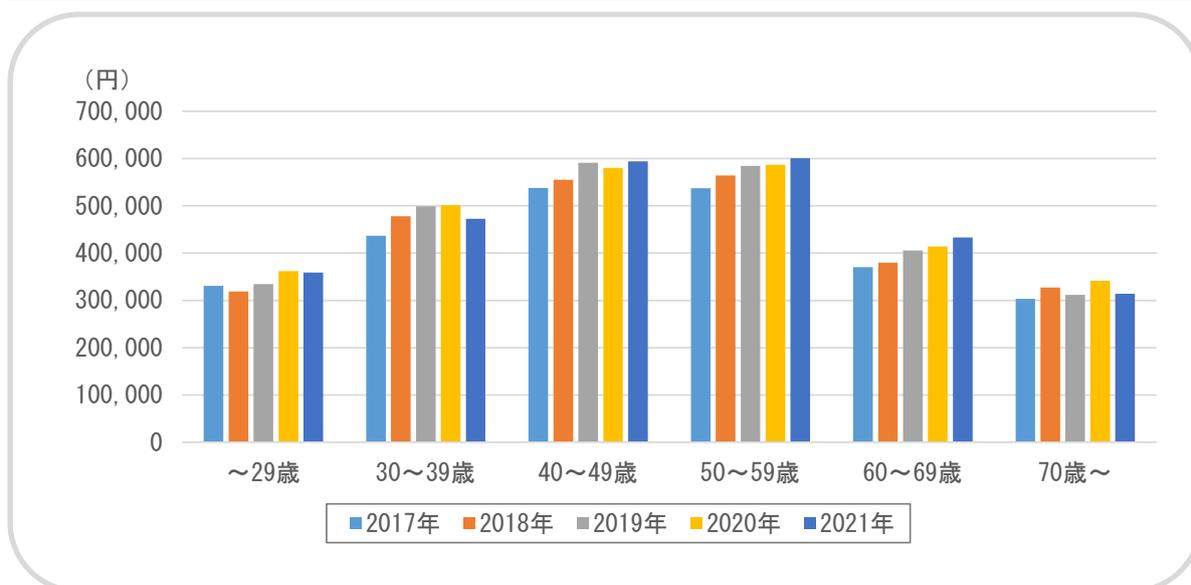
（3）年齢階級別の経常収入と消費支出の動向

家計状況について、より詳細な影響を確認するため、世帯主の年齢階級別について、コロナ禍前を含む過去5年間の動向を確認する。

はじめに、収入面から家計における経常収入の動向について勤労者世帯を対象に確認する（図

表 3)。コロナ禍前の 2019 年までの 3 年間は、年齢階級を問わず、経常収入は増加傾向にあったが、コロナ禍に入った 2020 年以降は増加傾向が止まっている。特に 39 歳未満は減少に転じており、コロナ禍による収入面の負の影響は若い世代ほど強く受けている可能性がある（なお、29 歳未満と 70 歳以上は集計世帯数が少ない点に留意が必要である）。

（図表 3）年齢階級別の経常収入の動向



注：対象は総世帯のうち勤労者世帯の1カ月当たりの経常収入

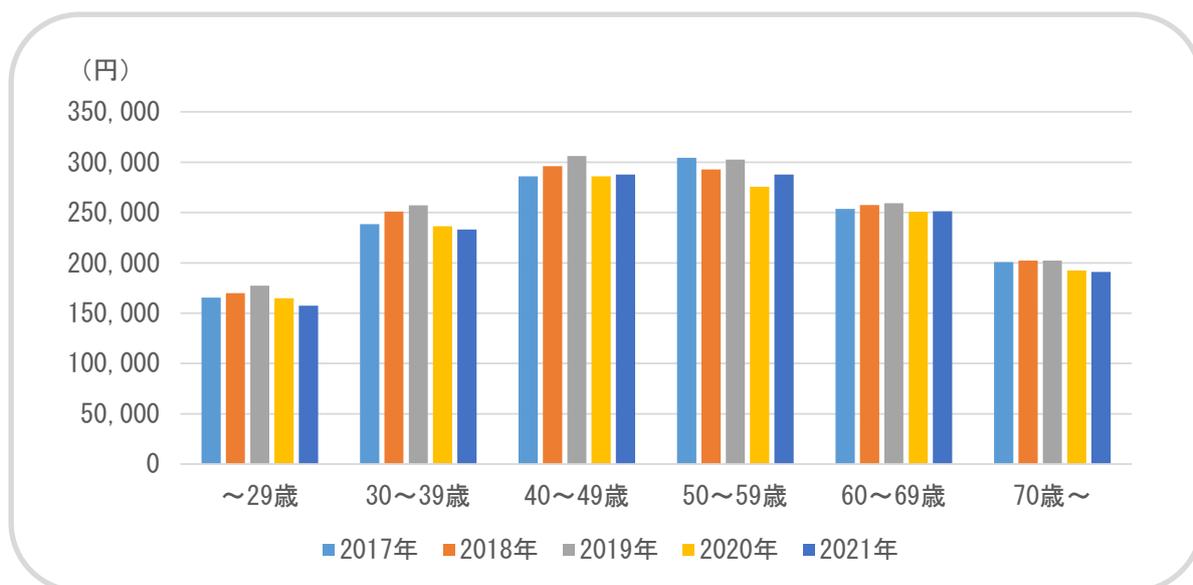
出所：総務省「家計調査」より、大和総研作成

次に、世帯主の年齢階級別に総世帯を対象に消費支出の動向を確認する（図表 4）。

全ての年齢階級において、コロナ禍に入り 2020 年から消費支出は減少に転じている。49 歳以下では、コロナ禍前においては消費支出が増加傾向にあったが、先に見た通り経常収入が減少に転じている 39 歳以下は支出面でも他の世代より減少率が大きい。

以上から、相対的に若い世代ほどコロナ禍により、収入と支出の両面で負の影響を受けていると考えられる。

(図表 4) 年齢階級別の消費支出の動向



注：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

出所：総務省「家計調査」より、大和総研作成

(4) 消費支出の内訳の変化

コロナ禍による様々な行動制約は、消費の対象の変化、すなわち消費支出の内訳の変化も誘発していると考えられる。そこで、家計調査における消費支出の大分類項目である、食料、住居、光熱・水道、家具・家事用品、被服および履物、保健医療、交通・通信、教育、教養娯楽、その他の消費支出、以上の10項目について世帯主の年齢階級別にコロナ禍前とコロナにおける消費支出額の変化率を確認する。

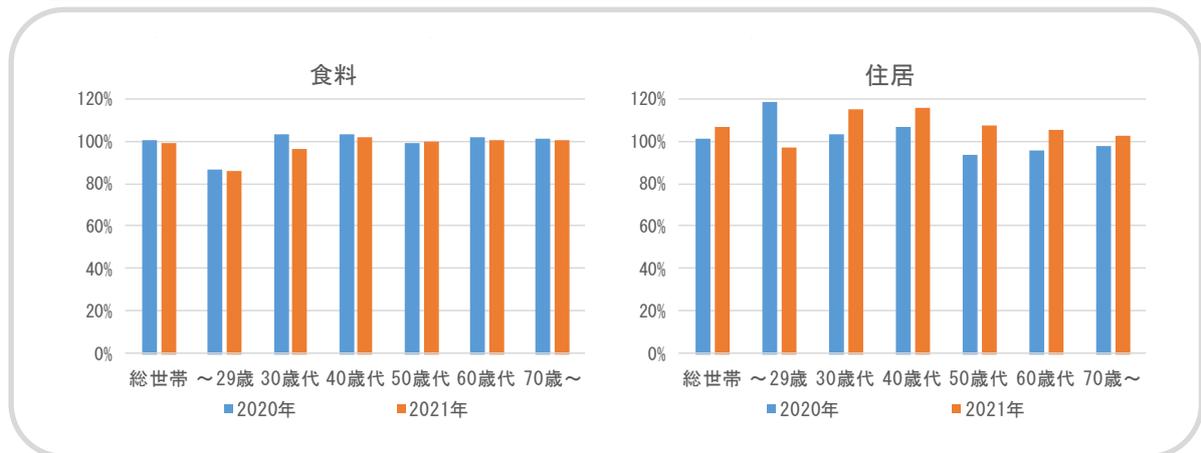
具体的には、コロナ禍の2020年および2021年の消費支出額を2017~2019年平均の消費支出額で除することで変化率を算出する。

はじめに、食料および住居の変化率を確認する（図表5）。

食料は29歳以下を除き、コロナ禍においても大きな変化は見られない。その内訳を確認すると、外食は年齢階級を問わず減少しているが、食料全体ではコロナ禍の影響は小さいと言える。

住居は、タイミングが年齢階級により2020年もしくは2021年と異なるものの、一時的な増加が見られる。在宅勤務や外出抑制等で在宅時間が延びたことにより、住居関連に関わる消費が増加した可能性が考えられる。

(図表 5) 食料および住居の消費支出額の年齢階級別の変化



注 1：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

注 2：2017～2019年の平均消費支出額に対する2020年および2021年の消費支出額の比

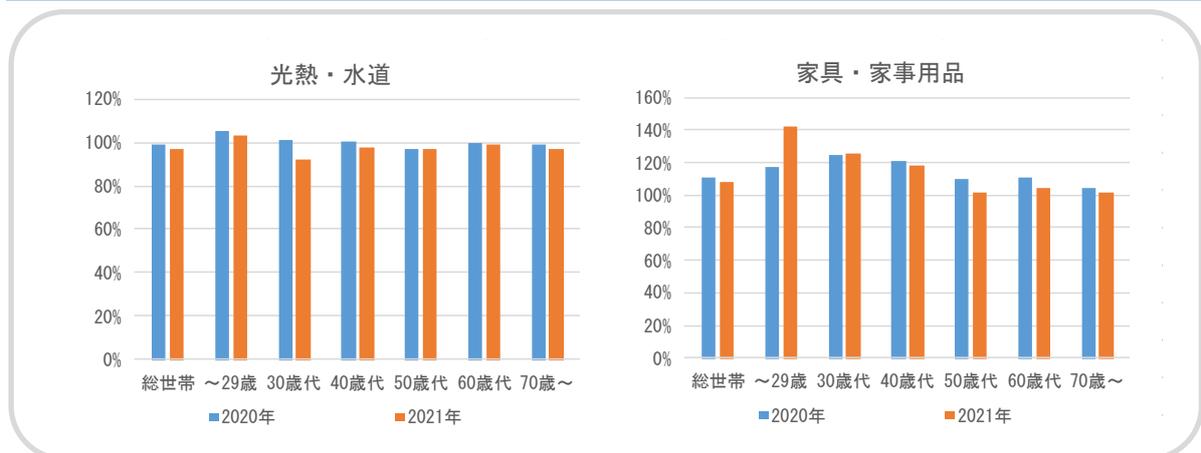
出所：総務省「家計調査」より、大和総研作成

次に、光熱・水道および家具・家事用品の変化率を確認する（図表 6）。

光熱・水道は、29歳以下を除き、コロナ禍前と比較してやや減少傾向となっている。特に2021年は30歳代の減少が目立つ。

家具・家事用品は、全体的に、コロナ禍前と比較して一時的に増加するものの、コロナ禍前水準に戻りつつある。在宅時間の増加や特別定額給付金により一時的に家具・家事用品への消費支出が増加したことも考えられる。

(図表 6) 光熱・水道および家具・家事用品の消費支出額の年齢階級別の変化



注 1：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

注 2：2017～2019年の平均消費支出額に対する2020年および2021年の消費支出額の比

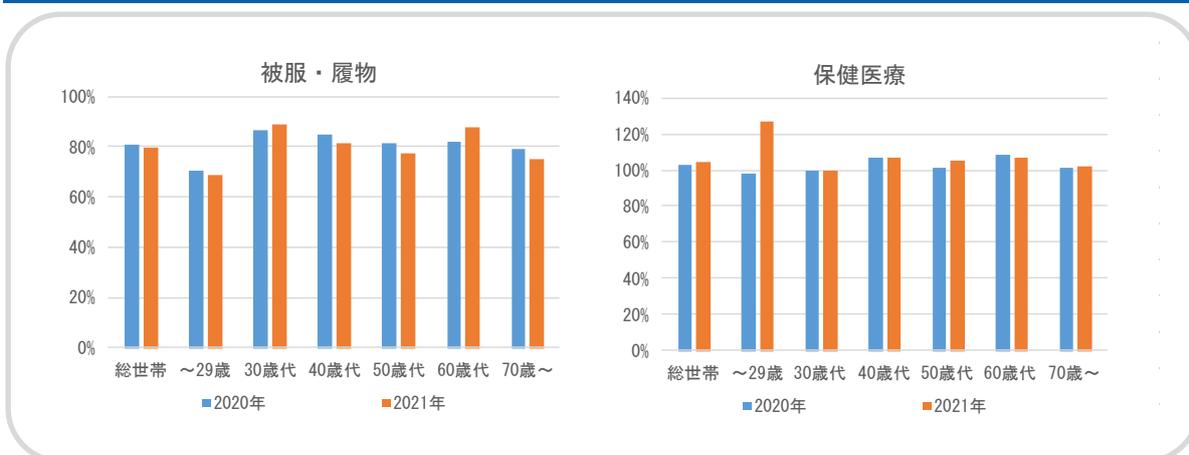
出所：総務省「家計調査」より、大和総研作成

次に、被服・履物および保健医療の変化率を確認する（図表 7）。

被服・履物は全ての年齢階級においてコロナ禍で大幅に減少しており、回復傾向は見られない。その内訳を確認すると、特に洋服への支出減少が目立っていた。在宅勤務や外出抑制を通じた在宅での余暇時間の増加などのライフスタイルの変化が定着するような場合、コロナ禍後も消費支出の回復が限定的になることが考えられる。

保健医療は、40歳代以上で微増傾向が見られる。その内訳を確認すると、保健医療用品・器具（眼鏡、おむつ、衛生用品、健康器具）の支出増加傾向が年齢階級を問わず見られる。コロナ禍による在宅時間の増加や健康意識の高まりが影響していることも考えられる。

（図表 7）被服・履物および保健医療の消費支出額の年齢階級別の変化



注 1：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

注 2：2017～2019年の平均消費支出額に対する2020年および2021年の消費支出額の比

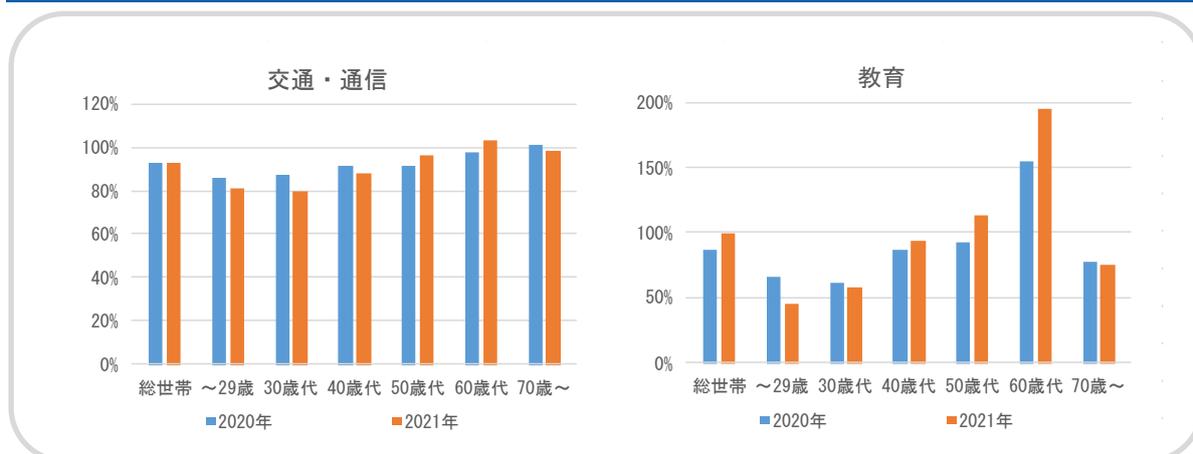
出所：総務省「家計調査」より、大和総研作成

次に、交通・通信および教育の変化率を確認する（図表 8）。

交通・通信は、60歳以上を除き、コロナ禍前と比較して減少している。特に、30および40歳代およびでは、コロナ禍2年目で更に減少し、回復傾向は見られない。内訳を確認すると、年齢階級世代を問わず、交通費の大幅減少傾向が見られる。コロナ禍における外出抑制が大きく影響しているものと考えられ、コロナ禍後に一定の回復は期待される。

教育は、60歳代を除き、コロナ禍前と比較して減少。特に20歳代の大幅な減少が目立つ。30歳代も2021年の回復傾向は見られず、40および50歳代は回復傾向が見られる。60歳代はコロナ禍前と比較して大幅な増加傾向が続いているが、支出額としては非常に少額であり、一部の層の影響を大きく受けている可能性も考えられる。

(図表 8) 交通・通信および教育の消費支出額の年齢階級別の変化



注 1：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

注 2：2017～2019年の平均消費支出額に対する2020年および2021年の消費支出額の比

出所：総務省「家計調査」より、大和総研作成

次に、教養娯楽およびその他の消費支出の変化率を確認する（図表 9）。

教養娯楽は、29歳以下を除き、コロナ禍で大きく減少している。30～59歳は、2021年に入り回復傾向を示すものの、コロナ禍前の水準には達していない。内訳を確認すると、旅行や趣味の講座料、観戦費用、放送受信代等が含まれる教養娯楽サービスへの支出が大幅減少している。特に、外出抑制の影響を大きく受けた旅行への消費支出の減少が大きいと考えられ、コロナ禍後の回復が期待される。

その他の消費支出（仕送り、交際費、美容、傘・鞆・アクセサリ等身の回り品、掛け捨て保険料等が含まれる）は、年齢階級を問わずコロナ禍で大きく減少しているが、40～59歳で回復傾向を示している。内訳を確認すると、全ての年齢階級において交際費の減少が大きくなっている。50歳代に関しては仕送り金の減少も目立ち、これは、大学生などの子供への仕送りの減少と考えられる。いずれも、コロナ禍後は一定の回復が期待される。

(図表 9) 教養娯楽およびその他の消費支出額の年齢階級別の変化



注 1：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

注 2：2017~2019年の平均消費支出額に対する2020年および2021年の消費支出額の比

出所：総務省「家計調査」より、大和総研作成

3. 消費支出における購買チャンネルの変化

コロナ禍は、様々な行動変化を引き起こしているため、消費行動における購買チャンネルにも大きな影響を与えていると考えられる。そこで、総務省「家計消費状況調査」を用いて、購買チャンネルの変化について確認する。

家計消費状況調査は、購入頻度が少ない高額商品・サービスの消費や ICT 関連消費の実態を調査している。その中で、インターネットを利用した商品・サービスへの支出の内訳として商品・サービス 22 品目についての支出額が調査されており、この中から、コロナ禍において特徴的な変化を示したものについて整理する。

(1) 購買チャンネルの変化パターン

購買チャンネルの変化は、様々なパターンが考えられる。例えば、対象商品の消費総額の増加と比例してインターネットを通じた購入額（以下、ウェブ消費額）が増加する場合は、必ずしも購買チャンネルがリアル店舗からネット経由にシフトしたとは言えない。他方で、消費支出額が伸びない中、ウェブ消費額が増加した場合は、購買チャンネルがネットへシフトしたと言えるだろう。

以下では、特徴的な変化を示した商品・サービスについて、「消費総額は横這い、ウェブ消費額は増加」、「消費総額は増加、ウェブ消費額も増加」、「消費総額は減少、ウェブ消費額は増加」、以上の3パターンについて世帯主の年齢階級別の視点も加えて整理する。また、商品・サービスの中にはウェブ消費について地域差が見られるものがあった、これを「都市の規模による違い」として加え、合計4パターンで購買チャンネルの変化を確認する。

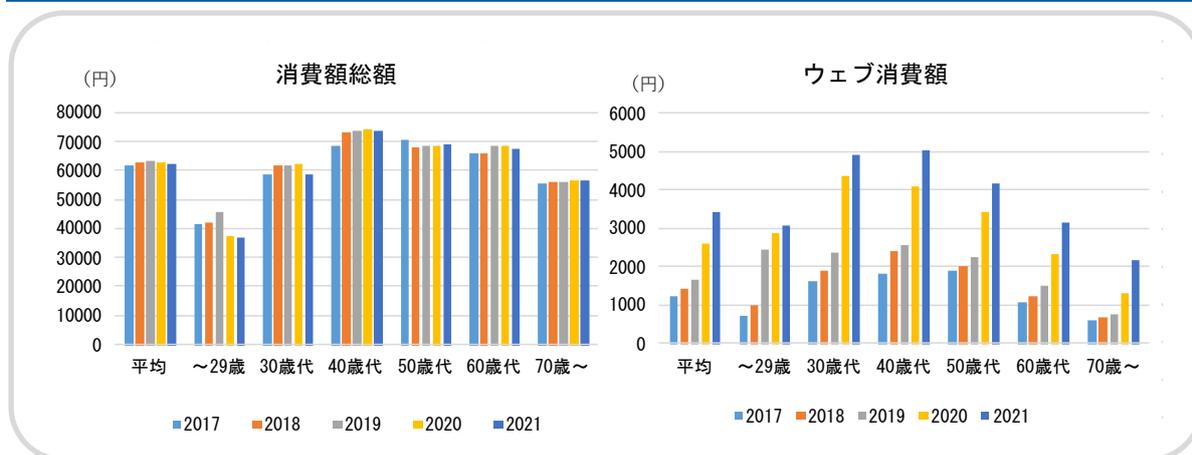
(2) 消費総額は横這い、ウェブ消費額は増加

コロナ禍前からの消費総額に大きな変化はなかったものの、外出自粛や在宅時間の増加により、ウェブ消費へのシフトが起きた項目を整理する。

はじめに、食料全体について比較する（図表 10）。

食料は、食料品、飲料、外食等を含み、消費総額の変化は 20 歳代を除き大きくない。他方で、ウェブ消費額は、消費総額に占める割合は高くないものの、コロナ禍に入った 2020 年に急増し、2021 年も増加傾向が続いている。食料のネットショッピングはチャンネルとして主流にはなっていないものの、ある程度普及しつつあると言え、今後もウェブ消費へのシフトは続くものと考えられる。

（図表 10）食料の消費総額とウェブ消費額の年齢階級別の変化



注：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

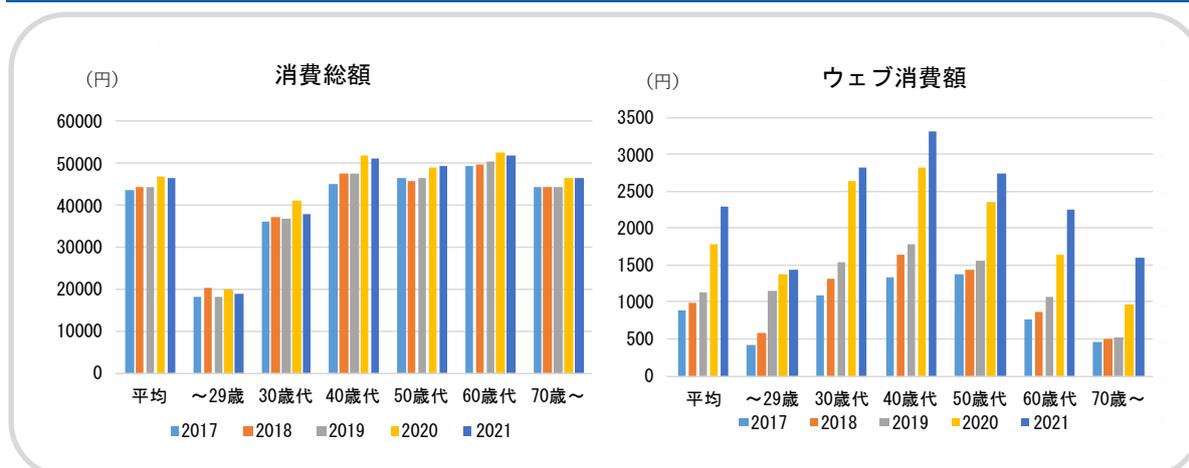
出所：総務省「家計調査」および総務省「家計消費状況調査」より、大和総研作成

次に、食料の内訳である食料品および飲料について確認する（図表 11、12）。

40 代以降の世代を見ると、コロナ禍以降、食料品が微増している。一方、飲料（ここでは酒類を含む）はコロナ前から増加傾向にあったが、コロナ禍で更に消費額が増加した。飲料のコロナ禍における増加は、酒類の増加が要因だ。これらの増加は、いずれも、コロナ禍で飲酒を含む外食や旅行費等が削減された分を、自宅での食事の充実に家計を振り向けた可能性がある。

また、コロナ禍において、食料品と飲料への支出は、その消費総額よりもウェブ消費額の増加がはるかに大きい。ウェブ消費はコロナ禍前から増加傾向にあったが、コロナ禍がそれを後押ししており、今後も購買チャンネルのウェブへのシフトは続く可能性がある。

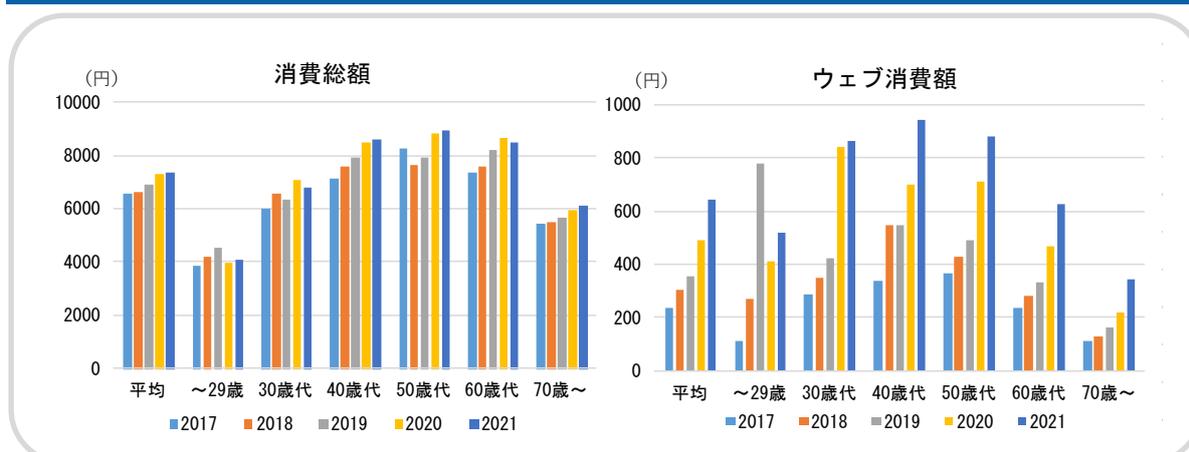
(図表 11) 食料品の消費総額とウェブ消費額の年齢階級別の変化



注：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

出所：総務省「家計調査」および総務省「家計消費状況調査」より、大和総研作成

(図表 12) 飲料の消費総額とウェブ消費額の年齢階級別の変化



注 1：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

注 2：飲料には種類を含む

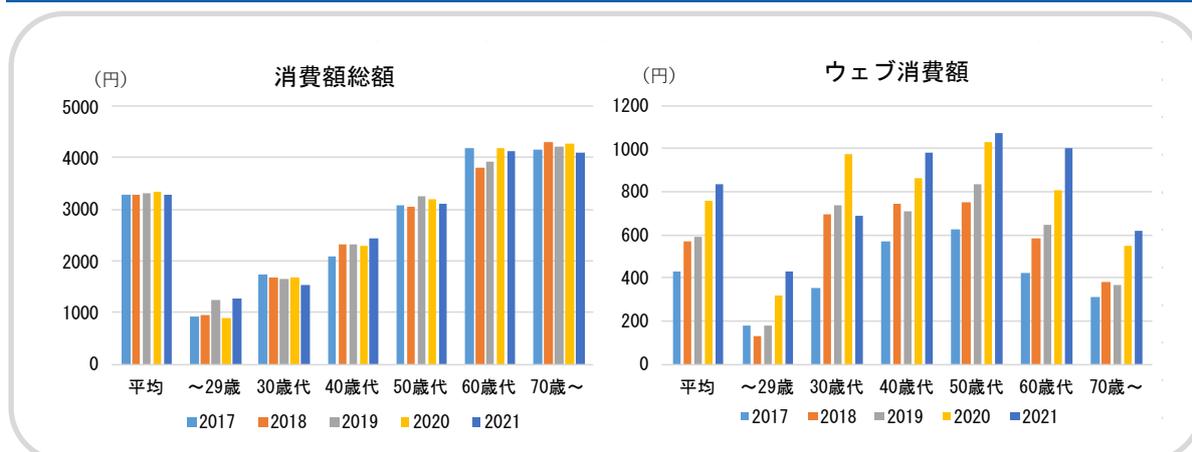
出所：総務省「家計調査」および総務省「家計消費状況調査」より、大和総研作成

次に、医薬品や健康食品などから構成される保健・医療について確認する（図表 13）。

消費総額で見ると、微減している 30 代を除き、おおむね横這い傾向にある。一方でウェブ消費額はコロナ禍で増加ペースが上がっており、一定のウェブ消費へのシフトが見られる。

なお、他の年齢階級が消費支出を増加傾向にある中、30 歳代だけは 2021 年の「食料」と「保健・医療」が減少している。この年齢階級は、2021 年の経常収支も減少している。収入減少により、食料や保健・医薬品等の基礎的な消費支出についても抑制した可能性がある。

(図表 13) 保健・医療の消費総額とウェブ消費額の年齢階級別の変化



注 1：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

注 2：保健・医療には医薬品と健康保持用摂取品（健康食品）が含まれる

出所：総務省「家計調査」および総務省「家計消費状況調査」より、大和総研作成

(3) 消費総額は増加、ウェブ消費額も増加

在宅時間の増加により、消費支出が増加した考えられる項目が、ここに当てはまる傾向にある。消費総額が押し上げられたことによってウェブ消費額が増加した面もある一方、コロナ禍を機として、購入手段としてのウェブが選択されるようになった購買行動の変化も見られる。

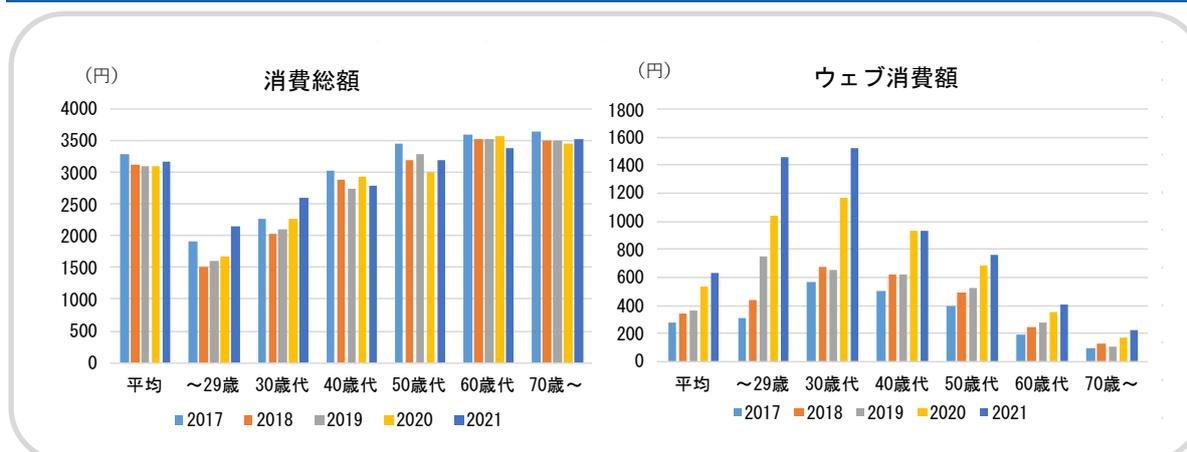
代表的なものとして、書籍について比較する（図表 14）。なお、書籍には新聞、雑誌、電子書籍等が含まれる。

ウェブ購入については、若い世代ほど、消費額の伸びが強い。

書籍の消費総額は、39歳以下では、増加傾向にあり、2021年には更に大きく伸びており、40歳上では、横這い傾向となっている。ウェブ消費額においては、全ての年齢階級において増加しており、特にコロナ禍において伸びている。特に、若い世代ほど、コロナ禍の増加傾向が強く見られる。

なお、2人以上世帯では、新聞を除いた書籍の消費総額のコロナ禍における増加が、59歳以下で確認された。このことから、外出抑制によるコロナ禍での購買チャネルとしてのウェブシフトに加え、在宅時間等の拡大に伴う、読書の増加と言った行動変化が起きていた可能性が考えられる。

(図表 14) 書籍の消費総額とウェブ消費額の年齢階級別の変化



注 1：対象は総世帯の 1 カ月当たりの消費支出

注 2：書籍には、紙の書籍、新聞、雑誌、電子書籍等が含まれる。

出所：総務省「家計調査」および総務省「家計消費状況調査」より、大和総研作成

(4) 消費総額は減少、ウェブ消費額は増加

コロナ禍において、外出抑制や遠出がしにくい状況になったことで消費総額が減少した項目が当てはまる。この場合、例えば在宅勤務による外出頻度の低下など、コロナ禍後にも定着する可能性がある行動変化が伴う場合、消費総額がコロナ禍前の水準に戻らない可能性もある。

ウェブ購入が増加した背景としては、外出せずに購入できる点をメリットに感じるなどの購買行動の変化などが考えられる。

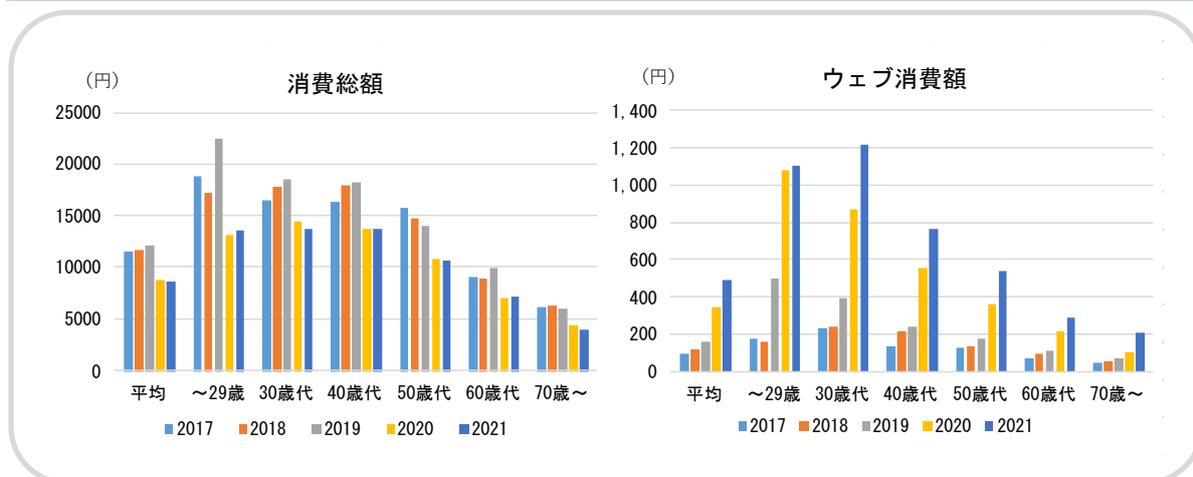
はじめに、食料に含まれる外食について比較する（図表 15）。出前も外食に含まれる。また、外食のウェブ消費額はウェブ経由による出前を意味する。

消費総額は、コロナ禍に入り、全ての年齢階級において減少傾向にある。これは、コロナ禍における外出抑制や飲食店の営業制限等による影響と考えられる。

一方、ウェブ経由による出前は全ての全ての年齢階級において増加している。ウェブ消費額は 39 歳以下の規模が大きいですが、2019 年から 2021 年の伸び率で見ると、年齢階級間に大きな差はない。

なお、2020 年と比較して外食が容易になった 2021 年においてもウェブ消費額の増加傾向が続いている。その金額は必ずしも大きくないものの、出前利用へのウェブシフトが始まった可能性がある。この場合は、コロナ禍後に外食全体の消費総額の回復は見込まれるものの、来店による外食はコロナ禍前の水準には戻らないことも考えられる。

(図表 15) 外食の消費総額とウェブ消費額の年齢階級別の変化



注1：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

注2：ウェブ消費における外食は、ウェブ経由による出前を意味する。

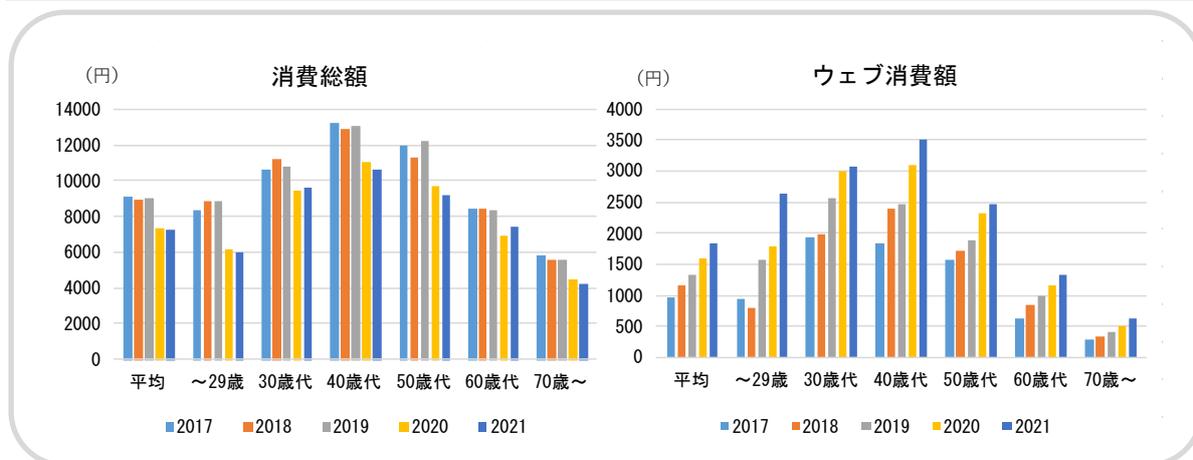
出所：総務省「家計調査」および総務省「家計消費状況調査」より、大和総研作成

次に、被服・履物について比較する（図表 16）。

いずれの年齢階級においてもウェブ消費額が増加傾向を示しており、59歳以下では、コロナ禍に入りその傾向は強まっている。外出抑制による購買チャネルの変化により、被服・履物のウェブ消費は一定の市民権を得つつあると考えられる。

一方で、消費総額はコロナ禍に入り減少傾向を示している。背景には在宅勤務による行動変化を通じた洋服ニーズの減少なども考えられる。こうした変化は、今後も続く可能性があり、コロナ禍後の被服・履物の消費総額はコロナ禍前の水準に戻らないことも考えられる。

(図表 16) 被服・履物の消費総額とウェブ消費額の年齢階級別の変化



注：対象は総世帯の1カ月当たりの消費支出

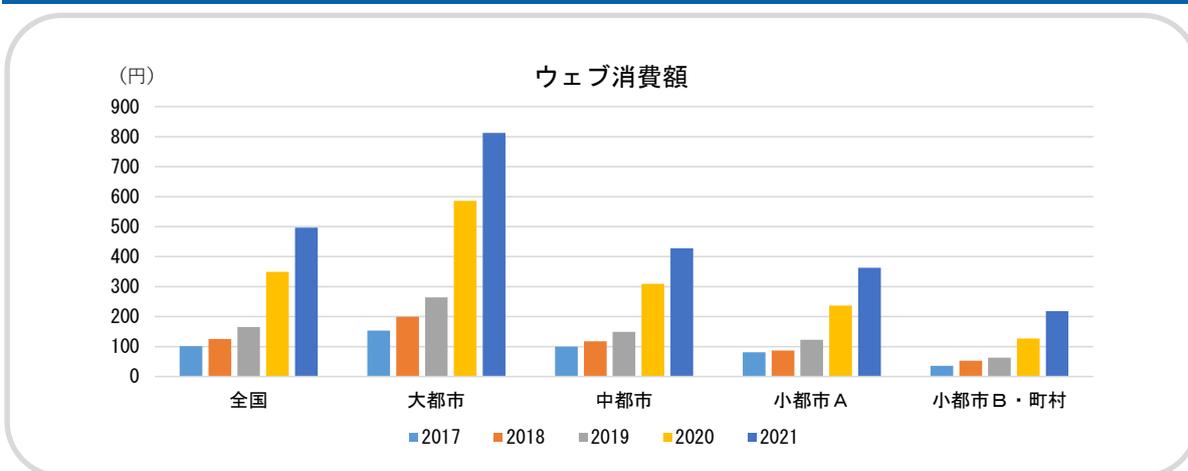
出所：総務省「家計調査」および総務省「家計消費状況調査」より、大和総研作成

(5) 都市の規模による違い

ウェブ消費は、基本的に物理的な商圈の枠を超えた消費を可能にするものであるため、多くの商品・サービスで、大きな地域差は見られない。しかし、ウェブによるサービス提供が実店舗と密接不可分の場合はその限りではない。ここでは、都市の規模によりウェブ消費額に差が出た例として、外出における出前について確認する（図表 17）。

全ての都市階級で出前のウェブ消費額がコロナ禍で急増しているが、大都市の方がその傾向が強い。出前は実店舗からサービス提供を受けるため、飲食店の密度が高い大都市の方がサービス密度も高いと考えられる。このように、サービス提供が物理的な距離に依存している場合、大都市ほど、コロナ禍後のウェブへのシフトは大きいものと予想される。

(図表 17) 出前のウェブ消費額における都市の規模の違い



注 1：対象は総世帯の 1 カ月当たりの消費支出

注 2：大都市は、政令指定都市および東京都区部、中都市は大都市を除く人口 15 万以上の市、小都市 A は人口 5 万以上 15 万未満の市、小都市 B・町村は人口 5 万未満の市および町村

出所：総務省「家計消費状況調査」より、大和総研作成

4. まとめ

コロナ禍は、人々の行動変化を引き起こし、様々な消費行動に影響を与えている。その結果として、消費支出総額の減少、消費支出対象の変化、購買チャネルの変化も引き起こしている。

こうした変化の中には、コロナ禍後には元に戻るものも多いと考えられる。一方で、在宅勤務の普及などの社会変化を通じた消費行動の変化は、コロナ禍前には戻らないものと予想される。加えてコロナ禍は社会の DX 化が本格化するタイミングでは発生しているため、多くのサービスの DX 化が急速に進み、購買チャネルの変化も引き起こしている。

今後も ICT 技術の深化に沿って様々なサービスが DX 化されるものと予想され、コロナ禍において DX 化に慣れた消費者の増加とともに、こうしたウェブ経由のサービスに対する消費は加速すると考えられる。但し、サービスが実店舗と密接不可分の場合は、その限りではなく、地域差を生じる場合もあるだろう。

コロナ禍後のビジネスを展望する際には、制度や人々の行動を含む社会変化、DX化の技術進歩、DX化の消費者の受容度、地域特性等を踏まえ、多様なケースを想定する必要がある。コロナ禍は続いているため、足元の様々な変化を見逃さずに将来を検討する必要がある。

—以上—