

ポストコロナの消費展望

経済調査部 山口 茜／田村 統久

要 約

本稿では「コロナ禍」「感染収束前後」「ポストコロナ」という3つの時間軸で消費動向を分析し、将来を展望した。コロナショックが消費にもたらした変化として、「サービス消費の減少」「在宅需要の高まり」「プチ贅沢志向の強まり」「インバウンド消費の消失」などが挙げられる。こうした変化は感染が収束へと向かう中で徐々に巻き戻されていくと考えられる。

ただし、感染拡大下で広まった新たな働き方や生活スタイルは感染収束後にも一定程度定着しよう。テレワークの普及は通勤時間の減少を通じて在宅型の余暇時間を増やし、関連する消費を押し上げる可能性がある。一部の世帯では、夫のテレワーク活用が夫婦間の家事・育児分担を進め、妻の就労を促進する面があり、所得増に伴う消費増が期待できる。

また10年後の消費を見通すと、人口動態の変化により在宅需要が高まり、サービス消費から財消費へのシフトが生じるなど、コロナ禍と似た変化が見込まれる。そのため、コロナショックに対応するために企業が商品やサービス、ビジネスモデルなどを見直したことは決して無駄にはならず、ポストコロナの時代に活用することができるだろう。

目 次

- 1章 コロナショックが消費に与えた量的変化と質的变化
- 2章 感染収束前後に予想される消費の変化
- 3章 ポストコロナの消費展望
- 4章 まとめ

1章 コロナショックが消費に与えた量的変化と質的变化

1. 財・サービス別に見る消費額の変化

コロナショックは消費に大きな変化をもたらした。中でも顕著なのが消費の量的な変化である。図表1左はコロナショック後の財・サービス別の消費とインバウンド消費の動向を示している。また図表1右では、財・サービス別に2020年の増減が大きかった主な品目を挙げている。

耐久財の消費は2020年4-6月期に落ち込んだものの、2020年7-9月期以降は感染拡大前を上回って推移している。2020年春の落ち込みは、世界的なロックダウンに伴う自動車工場の操業停止や、大手家電量販店の休業などにより供給制約が生じたことによるものである。そしてその後の堅調さは、1人当たり一律10万円の特別定額給付金や、巣ごもり需要の高まりが背景にある。品目別では、パソコンやビデオ(DVD)レコーダー、テレビなどへの支出が大きく増加した。

半耐久財はコロナショック以降、感染拡大前を

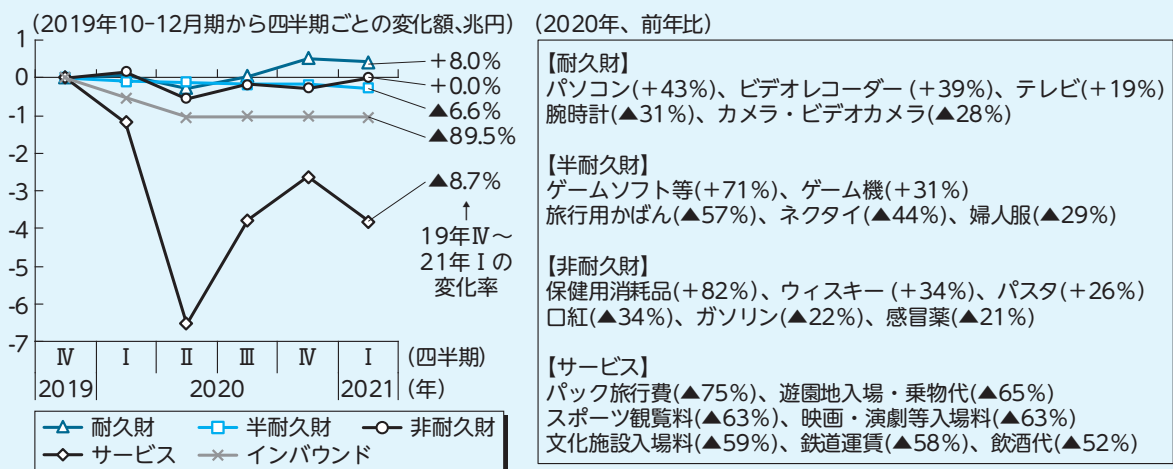
下回る水準での推移が続いている。ゲーム関連など一部の品目では巣ごもり需要がプラスに働いたものの、外出機会が減少する中でおしゃれ着やビジネス用の衣類品などの消費が大きく減少していることが重しとなっている。

非耐久財は時期によって振れを伴いながら推移し、足元ではおおむねコロナショック前と同水準にある。各種飲食料品に加え、マスクなどの衛生用品の消費が増加した。一方、外出が自粛される中で化粧品やガソリンなどの消費は減少した。

サービスはコロナショックで外食、旅行、娯楽関連を中心に急減し、足元でも感染拡大前を大きく下回る状況が続いている。サービス消費の落ち込みこそ、コロナショックが消費に与えた最大の変化といえよう。

国内消費という観点からはインバウンド消費の消失も見逃せない。2009年で679万人だった訪日外国人は2019年に3,188万人まで増加し、消費額は年間5兆円弱に成長した。だが2020年に入ると、感染拡大に伴う入管規制の強化や渡航自粛などにより、春にかけて激減した。足元でも回

図表1 財・サービス別の消費額の変化(左) / 増減した主な品目(右)



(注) 左図は実質、季節調整値。右図は名目、総世帯ベース(出所) 内閣府、総務省統計から大和総研作成

復の兆しは見られない。

2. 飲食料品で見られる「プチ贅沢志向」

他方、総務省「消費者物価指数」「家計調査」から各品目の小売物価と購入単価の動きを比較すると、個人消費には質的な変化も見られた。

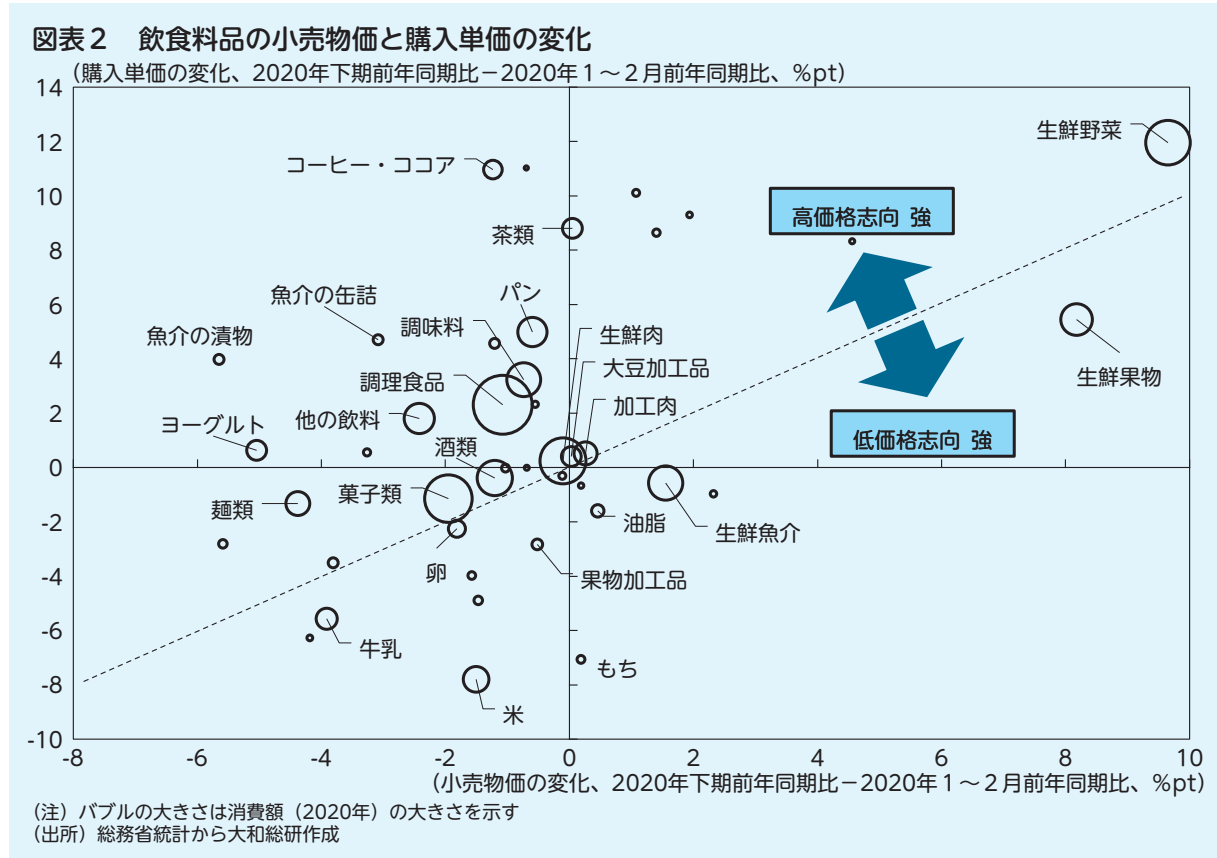
小売物価は同程度の品質の正規価格を継続的に調査したものである。これに対して購入単価は家計の購入金額を購入数量（一部、購入頻度）で除したものであり、家計が実際に購入した商品やサービスの平均価格を表す。そのため購入単価の伸びが小売物価の伸びを上回る（下回る）ほど、当該品目に対する家計の高価格志向（低価格志向）は強まっていると判断できる。

飲食料品（外食を除く）について、2020年下期の購入単価と小売物価の前年同期比の伸び率を

散布図で示したのが図表2である。点線で引いた45度線の上方（下方）に位置する品目は高価格志向（低価格志向）が強まったとみられる。なお、ここではコロナショック前の影響を調整するため、2020年1～2月の平均伸び率を差し引いた。

図表を見ると、調理食品や酒類、調味料、茶類、コーヒー・ココア、パンなど多くの品目で高価格志向（いわゆる「プチ贅沢志向」）が進んだ一方、米、牛乳、魚、果物などでは低価格志向が進んだことが分かる。

外食の機会が減少し、材料を購入して家で調理・食事する「内食」や調理済み食品を購入して家で食事する「中食」への需要が急速に高まる中で、家計はいつもより少し豪華な調理食品を購入したり、少し高い調味料を料理に使用したりして食事



を楽しんでいたとみられる。また、コーヒーや紅茶などでのプチ贅沢志向は在宅勤務の増加が追い風となったと考えられる。他方、主食に関して米とパンで状況が異なるのは、パンの方が加工の程度が大きくて付加価値をつけやすく、様々な種類があることが背景にあるとみられる。

コロナ禍で家計は付加価値のつけやすい加工品を中心に飲食料品のプチ贅沢志向を強め、家で飲食する時間を豊かにしていった。内食や中食にかかる1食当たりの費用は外食のそれよりも低いため、外食を減らす中で多少贅沢をしても食費全体への支出はいつもより少なく抑えられる。また1人当たり一律10万円の特別定額給付金などにより家計の所得が増加したことも家計のプチ贅沢志向の追い風になったと考えられる。

2章 感染収束前後に予想される消費の変化

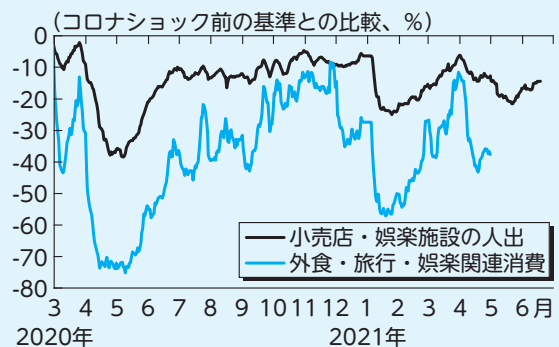
1. 人出の増加に伴うサービス消費の回復

感染収束過程における消費は、コロナショックで大打撃を受けた外食・旅行・娯楽関連を中心とするサービス消費がいかに回復していくかがカギを握る。図表3はGoogleが公表している小売店・娯楽施設¹の人出と総務省「家計調査」の外食・旅行・娯楽関連消費の動向を示しているが、両者は連動していることが分かる。すなわち、当面は小売店・娯楽施設の人出がいつどこまで増えるのかが消費動向を左右する状況が続くだろう。

人出がどこまで回復するのかを考える上で重

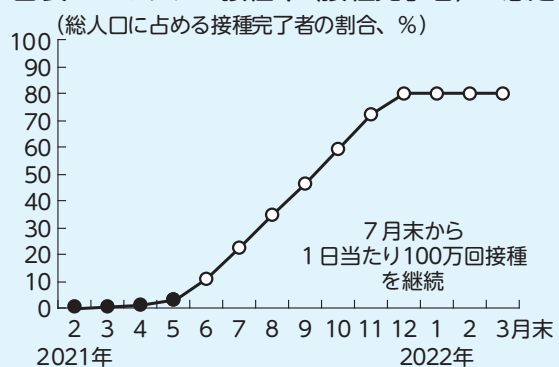
要になるのがワクチンの接種ペースだ。従業員1,000人以上の企業や大学などで職域接種が始まったことや、64歳以下の接種券を送付する自治体が増加していることを踏まえると、2021年7月末までに1日当たり100万回の接種という政府目標は達成される可能性が高いとみられる。仮に1日当たり100万回の接種を7月末までに達成し、このペースを全国民の80%²が2回接種を終えるまで維持すると、ワクチン接種率は図表

図表3 人出と外食・旅行・娯楽関連消費



(注) 7日移動平均値。外食・旅行・娯楽関連消費は「外食」「交通」「教養娯楽サービス」の合計値。コロナショック前の基準は2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。月～金曜日の祝日とお盆(2020年8月10日～14日)、年末年始(2020年12月28日～2021年1月4日)のデータは除いている
(出所) 総務省、Google、CEICから大和総研作成

図表4 ワクチン接種率(接種完了者)の想定



(注) 白抜きは大和総研による予測値
(出所) 厚生労働省、首相官邸資料から大和総研作成

1) ショッピングセンター、飲食店、遊園地、映画館などが含まれる一方、スーパーマーケットや青果市場、ドラッグストアといった必需的な品目を多く取り扱う店は含まれない。
2) 総人口に占める12歳以上の割合は2019年で90.5%である。接種完了率が80%とは、接種を行うことができない人や接種を希望しない人が総人口の10%程度存在する状況を表す。

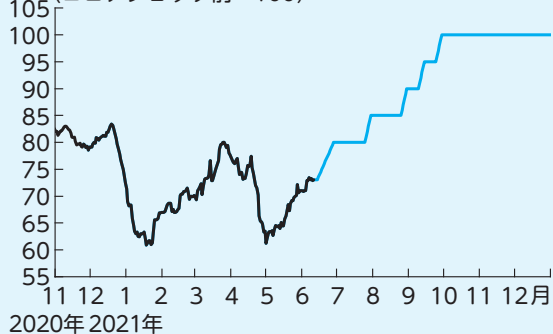
4のような推移になる。

このワクチン接種ペースの下、東京都に関して今後の新規感染者数を推計した。1人の感染者から何人に感染が広がるかを示す「実効再生産数」は、前掲図表3で示した小売店・娯楽施設の人出に2週間ほど遅行して変化する傾向が見られる。そこで実効再生産数を2週間前の小売店・娯楽施設の人出と気温で説明する推計式を作成し、2021年春ごろに広がった変異株の影響を考慮して将来推計を行った。なお、ここではインド由来の変異株（デルタ株）の流行は想定していない。

感染爆発が発生しない範囲で東京都の人出が回復していく姿を示したのが図表5である。人出は

図表5 東京都の小売店・娯楽施設の人出

(コロナショック前=100)



(注1) 小売店・娯楽施設の人出のベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。月～金曜日の祝日と年末年始（2020年12月28日～2021年1月4日）のデータは除いている

(注2) 新規感染者数を推計した上で、感染爆発が生じない状態での人出の増加を想定。デルタ株の流行は想定していない。新規感染者数を算出するための実効再生産数の推計式は下記の通り。推計期間は2020年9月1日～2021年6月20日。

$$\log(\text{実効再生産数} / (1 - \text{ワクチン接種完了率}(-7) * 0.9)) = 1.62 * \log(\text{小売店・娯楽施設の人出}(-14)) - 0.04 * \log(\text{平均気温}(-14)) + 0.002 * (3 \text{月以降}1 \text{ずつ増加し}6 \text{月以降は一定とするダミー}) - 6.85$$

変数と定数項はいずれも1%有意。決定係数0.66。見直し部分の気温データは前年同日の値を用いている。実効再生産数は東洋経済新報社が紹介する簡易な算出式（監修は京都大学大学院医学研究科・西浦博教授）を用いている。実効再生産数=(直近7日間の新規陽性者数/その前7日間の新規陽性者数)^(平均世代時間5日/報告間隔7日)。ワクチンを2回接種した人の9割は接種7日後に感染の可能性がないものとして試算

(出所) 厚生労働省、Google、CEIC、気象庁から大和総研作成

段階的に回復していき、ワクチンの効果が次第に高まることで、2021年秋ごろには感染拡大前の水準まで回復する見込みだ。これと連動するようにサービス消費も段階的に回復していくと予想される。

2. 過剰貯蓄による消費の上振れリスク

1) コロナ禍で積み上がった家計の貯蓄

2020年は特別定額給付金やサービス消費の自粛などにより、家計の貯蓄が大きく積み上がった。過剰貯蓄は日本全体で約31兆円と試算される（2017～19年の平均貯蓄からの乖離幅）。これは1人当たり約25万円に相当する。

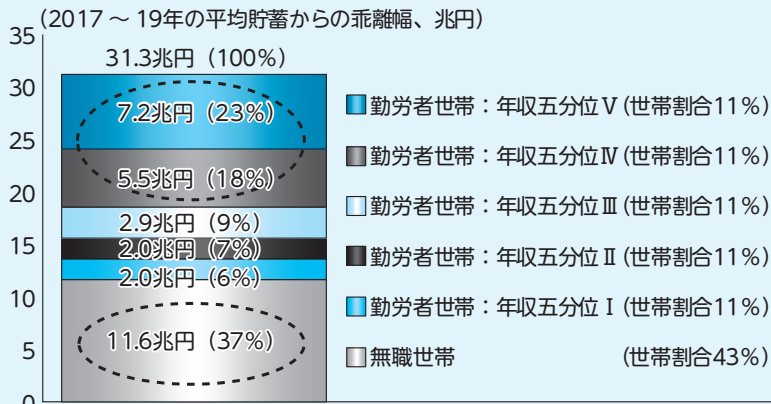
感染収束後は過剰貯蓄が取り崩され、消費が大幅に増加する可能性が指摘されている。では、こうした過剰貯蓄は一体誰が保有しているのか。総務省「家計調査」から過剰貯蓄の保有世帯を年収別・就業状態別に整理したのが図表6である。過剰貯蓄は就業の有無や年収にかかわらず生じたことが分かる。中でも高所得世帯と無職世帯で積み上がっている。

総世帯の2割強を占める高所得世帯（図表6の年収五分位VとIV³）は、過剰貯蓄の4割強を保有している。高所得世帯はそもそも外食・旅行・娯楽サービスへの支出額が大きいいため、自粛の影響が表れやすかったことが背景にある。また、高齢者世帯を中心とする無職世帯は総世帯の4割強を占めており、過剰貯蓄に占める割合も4割程度である。無職世帯の収入は景気変動の影響を受けにくい年金などが中心であることや、高齢者は感染時の重症化リスクが高いため若年・壮年層よりも外出を控えたことが要因とみられる。

したがって、仮に感染収束後に過剰貯蓄が取り

3) 2020年のデータでは、年収660万円以上の世帯。平均年収は1,049万円。

図表6 2020年の過剰貯蓄の内訳



(注) 家計貯蓄=家計可処分所得-家計最終消費支出。内訳の比率を総務省「家計調査」(総世帯ベース)から求めた後、SNAベースの金額に換算している
(出所) 総務省、内閣府統計から大和総研作成

崩されるとすれば、それは高所得世帯と無職世帯が中心になると予想される。また、取り崩された過剰貯蓄はコロナ禍で自粛されたサービス消費に回るだろう。1章1節で確認した通り、耐久財消費はコロナ禍においても堅調に推移しており、追加的な需要の発現が見込みづらいためだ。

2) 過剰貯蓄は消費に回るのか?

それでは、過剰貯蓄は感染収束後にどの程度取り崩されるのだろうか。

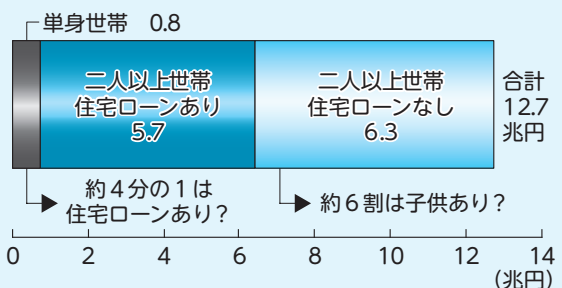
まず、低所得・中所得世帯(図表6の年収五分位I～III)に関しては、そもそも過剰貯蓄が他の世帯と比較して小さい(1人当たり17万円程度)。また、森川[2017]によると、将来の所得や雇用の不確かさに加えて、年金・医療・介護といった社会保障制度への不安が家計の貯蓄志向を強め、その傾向は所得が低くなるほど高まるという。社会保障制度への不安はコロナショック前からあったものであり、感染が収束したからといって解消

するものではない。こうしたことに鑑みると、低所得・中所得世帯で感染収束後に消費に回る過剰貯蓄の規模は非常に小さく、マクロの消費動向に及ぼす影響も限定的とみられる。

次に、高所得世帯(図表6の年収五分位IVとV)について検討する。高所得世帯の過剰貯蓄をさらに細かく分類したのが図表7である。高所得

世帯の過剰貯蓄の12.7兆円のうち、5.7兆円は住宅ローンを返済している二人以上世帯⁴が保有している。また、0.8兆円の過剰貯蓄を保有する単身世帯についても、約4分の1は住宅ローンを返済していると推測される⁵。何百万、何千万円もの住宅ローンを抱える世帯が1人当たり31万円程度の過剰貯蓄の大部分を消費に回すとは考えづらいだろう。また、住宅ローンがない二人以上世

図表7 勤労・高所得世帯の過剰貯蓄の内訳



(注) 家計貯蓄=家計可処分所得-家計最終消費支出。2020年の貯蓄に関して、2017～19年の平均貯蓄からの乖離幅を過剰貯蓄とみなしている。金額はSNAベースに換算。総世帯・勤労者世帯の年収上位40%の世帯の内訳
(出所) 総務省、内閣府統計から大和総研作成

4) 総世帯・勤労者世帯・年収五分位IVとVの世帯の年収の下限は652万円(2017～20年の平均値)である。ここではデータの制約上、二人以上世帯の年収650万円以上世帯がこの分類に該当するとして試算している。
5) 年収600万円以上の単身世帯の持ち家率が5割程度であることと、二人以上高所得世帯の持ち家を保有している世帯のうち住宅ローンを返済している世帯の割合が5割程度であることから推測した。

帯に関しても、約6割の世帯は子供がいる世帯と推測される⁶。子供のいる世帯では教育資金などの貯蓄動機が強いため、こちらもやはり過剰貯蓄が消費には回りづらいと考えられる。

すると、高所得世帯のうち過剰貯蓄が消費に回しやすい世帯としては、子供がおらず住宅ローンを抱えていない世帯が挙げられる。データ制約上、単純に比率で計算すると、これらの世帯が保有する過剰貯蓄は3.1兆円程度である。これらの世帯で過剰貯蓄が消費に回るとすれば、例えば旅行の回数をコロナショック前の2倍にすることは時間制約から難しく、実際には旅行の内容を豪華にするなどといった行動が考えられよう。ただし、2020年に金融広報中央委員会が実施した「家計の金融行動に関する世論調査〔二人以上世帯調査〕」によると、高所得世帯⁷の金融資産の保有目的として「老後の生活資金」「病気や不時の災害への備え」が多く挙げられている。これらの世帯でもこうした貯蓄動機は根強いと考えられることに加え、将来の住宅購入のために貯蓄をしている世帯もあるだろう。そのため、3.1兆円の全てが消費に回るとは考えづらく、実際に発現するのは一部にとどまるとみられる。

他方、無職世帯はどうだろうか。前述の金融広報中央委員会のアンケート調査によると、無職世帯で金融資産の保有目的を「老後の生活資金」「病気や不時の災害への備え」と回答する人はいずれも7割を超えている。既に十分な金融資産を保有している世帯では過剰貯蓄がサービス消費に回ると考えられるが、そうでない世帯では過剰貯蓄の取り崩しは起こりづらいだろう。なお、総務省「家

計調査」によると、純貯蓄を2,000万円以上保有する世帯は、無職世帯の4割弱を占める⁸。比率で単純計算すると、この世帯は4.4兆円の過剰貯蓄を保有していると推測され、消費に回ることが期待される。

ただし注意が必要なのは、無職世帯というのは常に貯蓄を切り崩しながら生活しているという点である。特別定額給付金の給付があったコロナ禍でもそれは同様であり、無職世帯における過剰貯蓄とは、貯蓄のプラスではなく、いつもより貯蓄を取り崩す金額がどれだけ少なかったかということの意味する。そのため過剰貯蓄として認識されにくく、消費にも回りにくい点は留意しておく必要があるだろう。

3. インバウンド消費の回復

インバウンド消費に関しては、日本でワクチンが普及した後、日本国内のサービス消費の回復に少し遅れる形で回復していくことが見込まれる。インバウンド消費が回復するためには、受け入れ国である日本と送り出し国の双方でワクチンが普及し、感染者数を抑制することが必須だ。

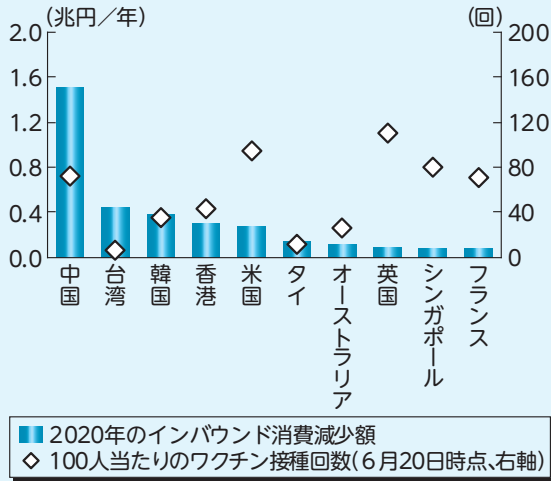
図表8は、2020年のインバウンド消費の減少額が大きかった上位10カ国に関して、減少額と6月20日時点の100人当たりのワクチン接種回数を示している。これら10カ国で2020年のインバウンド消費減少額の85%程度を占める。熊谷亮丸他[2021]で指摘している通り、インバウンド消費の大きな減少をもたらした国は、中国を中心とした東アジアの近隣諸国や東南アジア諸国のほか、米国や英国などであった。

6) 総務省「平成30年住宅・土地統計調査」における、借家に住んでいる年収700万円以上の主世帯のうち「夫婦のみの世帯」と「夫婦と子供から成る世帯」の比率をもとに推測した。

7) 年収750万円以上の世帯。

8) データの制約上、ここでは二人以上の勤労者でない世帯を無職世帯のデータとして扱っている。

図表8 国籍別インバウンド消費減少額とワクチン接種回数



(出所) 観光庁、オックスフォード大学 “Our World in Data” から大和総研作成

このうち特に米国や英国ではワクチン接種が進展している。他方、2020年のインバウンド消費減少額の4割弱を占める中国ではワクチン接種ペースは米国や英国に劣るものの、早い段階で感染拡大の抑え込みに成功している。したがって、これらの国々からのインバウンド需要がまずは回復していくことが見込まれる。

他方、一部の新興国ではワクチン接種が遅れており、需要の回復も中国、米国、英国などからラグを伴って起こるとみられる。

3章 ポストコロナの消費展望

1. 働き方の変化は消費にどのような影響をもたらすか？

1) 感染拡大下で普及するテレワーク

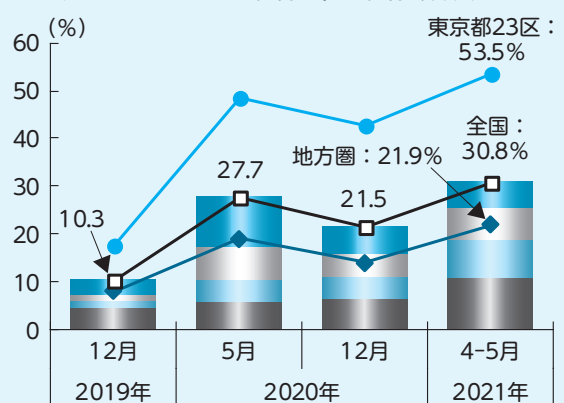
新型コロナウイルスの感染拡大は急激な景気悪化をもたらしただけでなく、働き方が大きく変容する契機にもなった。2020年春以降多くの企業で、対面や移動を前提とするような従来型の業

務の見直しが進んだ。こうした変化の一部は感染収束後も継続し、生活スタイルや消費行動にも一定の変化をもたらすとみられる。

代表的なのはテレワークだ。「新型コロナウイルス感染症対策の基本方針」(2020年2月25日)などを通じて、政府が感染拡大防止に向けてテレワークの実施を強力に呼びかける中、日本社会全体にテレワークが急速に普及した。

内閣府「第3回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(以下、内閣府調査)によると、感染拡大前の2019年12月に10.3%だったテレワーク実施率(就業者に占めるテレワーク実施者の割合)は、1度目の緊急事態宣言の発出下にあった2020年5月には27.7%へと急上昇した(図表9)。2020年12月には21.5%へと低下しているが、3度目の宣言発出を受けて2021年4-5月には30.8%に上昇した。テレワーク実施率を地域別に見ると、水準には大きな差があるものの、

図表9 テレワーク実施率と実施頻度



■ テレワーク (ほぼ100%)
 ■ テレワーク中心 (50%以上) で、定期的に出勤を併用
 ■ 出勤中心 (50%以上) で、定期的なテレワークを併用
 ■ 基本的に出勤だが、不定期にテレワークを利用

(出所) 内閣府「第3回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」から大和総研作成

2021年4-5月に過去最高を更新した点は共通している。

他方で、テレワークの実施者にその頻度を聞くと、足元で増加しているのは「出勤中心（50%以上）で、定期的にテレワークを併用」や「基本的に出勤だが不定期にテレワークを併用」のケースだ。2020年5月時点で最も多かった「テレワーク（ほぼ100%）」の者はそれ以降一貫して減少している。この点、1度目の緊急事態宣言に比べれば、2度目と3度目の宣言はいずれも緩やかな要請内容にとどまり、従業員の出勤を極端に減らすような事態には至らなかったことによる面がありそうだ。他方で企業が感染状況などに鑑みて、出勤とテレワークを柔軟に組み合わせる体制を整備してきたことも指摘ができよう。2020年春の経験を契機に、テレワークが業務の妨げにならないような環境作りが進んだとみられる。

こうしたテレワークの広まりを受けて、感染拡大前と比べて平均的な通勤時間が短くなった就業者は多い。内閣府調査は、2019年12月対比で見た通勤時間の変化を就業者に尋ねている（図表10）。これによると、東京都23区では2021年4-5月時点で44.0%の回答者が通勤時間の減少を報告しており、20%超の回答者は通勤時間が51%以上減少したという。都市圏に比べるとテレワークの普及が進んでいない地方圏でも、足元では13.5%の回答者が通勤時間の減少を報告している。

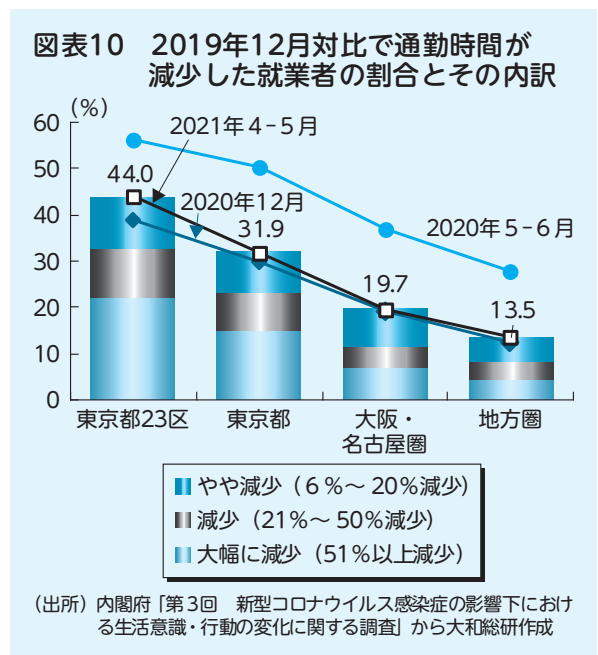
2) 通勤時間の減少に伴う生活時間配分の変化

テレワークを行うためのインフラの整備が社会全体で進み、オンラインでの会議が広く浸透した

ことなどを踏まえると、感染収束後のテレワーク実施率は以前の水準には戻らない公算が大きい。業種・地域間の差はあるものの、出勤と使い分けつつ、状況次第でテレワークを選択するような働き方は、ポストコロナの時代にはより一般化しよう。平均的な通勤時間も、感染拡大前に比べて短くなりそうだ。

こうした変化は各労働者の生活時間の配分にどのように作用し、世帯の消費行動にどのような変容をもたらすのだろうか。通勤時間の減少は、通勤に付随するような消費の減少要因となる一方で、その他の生活時間の増加に伴い、一部の消費を押し上げる可能性がある。

総務省「社会生活基本調査」の都道府県別データ（2016年）をもとに、通勤時間⁹が1分減少した場合のその他の生活時間の変化を、世帯の類型ごとに試算したのが図表11である。なお本試算では、独身者、ひとり親は個人ベース、夫婦は二人分を合算したベースの生活時間を参照してい



9) 総務省「社会生活基本調査」における「通勤・通学」時間を代用。

る¹⁰。

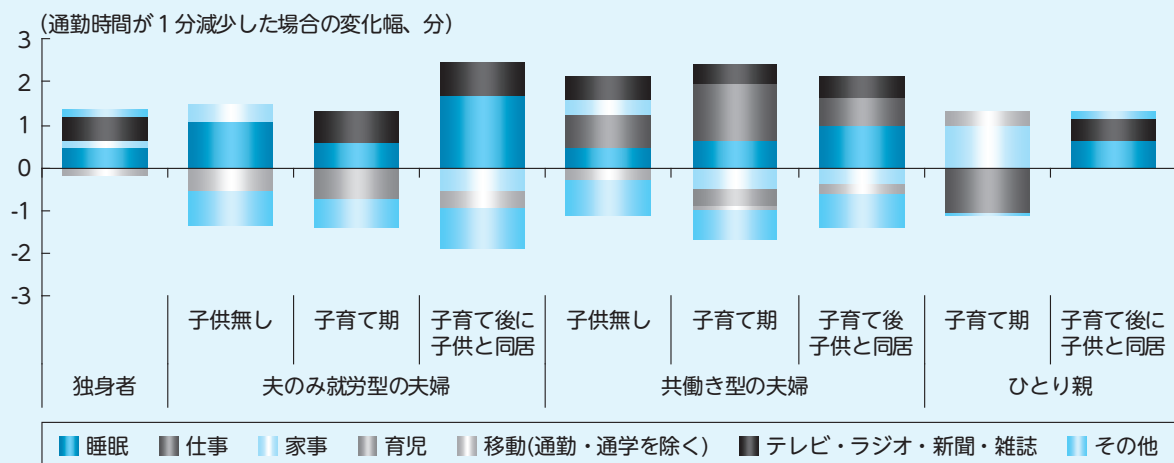
通勤時間の減少がその他の生活時間に及ぼす影響の表れ方は世帯構成によって異なるものの、幅広い世帯で「睡眠」と「テレビ・ラジオ・新聞・雑誌」の時間が増加する傾向が見られる。通勤時間が長い就業者はそうでない者よりも出発時刻が早く、帰宅時刻が遅くなりやすいため、その分睡眠時間やテレビ等のメディアに触れる時間を抑制しているのだろう。テレワークの普及はこうした在宅型の余暇時間の増加に寄与する公算が大きい。

「共働き型の夫婦」では、子供の有無などにかかわらず、通勤時間が減少すると仕事時間が増加する傾向がある。共働き世帯では、夫が主たる働き手としてフルタイムで勤務する一方で、妻が家事・育児などのかたわらに、家計補助的に短時間就労をするケースが少なくない。こうした場合、夫の通勤時間が短くなることで夫婦間の家事等の分担が進み、妻がより長く就労しやすくなる

面があるとみられる。リクルートワークス研究所 [2017] によると、テレワークを利用する男性はそうでない場合に比べて家事・育児時間が有意に長かった。前述の内閣府調査では、2021年4-5月時点でテレワークをしている夫の36.8%が家事・育児における夫の役割が増加したと報告している（通常の働き方をしている夫は15.8%）。そして実際に、神田慶司他 [2021b] が指摘しているように、夫の通勤時間が短い地域では妻の労働時間が長い傾向にある。

子育て期の「ひとり親」における時間配分の変化が、その他の世帯と明確に異なる点には注意が必要だ。子育て期の「ひとり親」は女性の世帯主が多く、雇用形態のばらつきが大きいなど、その他の世帯とは状況が大きく異なることを反映しているとみられる。ただし、子育て期の「ひとり親」は社会全体で見れば少数であり、マクロで見た時間配分への寄与は限定的だと思われる。

図表11 通勤時間の減少によるその他の生活時間の変化（世帯類型別）



(注) 独身者・ひとり親は個人ベース、夫婦は合算したベースの生活時間から試算。「通勤・通学」時間による単回帰で10%有意となった項目を抽出し、係数を積み上げた。いずれの個人、夫婦における単回帰でも係数の絶対値が0.5を下回る項目は「その他」に集約。2016年の都道府県別データを利用。子供のいる世帯は、末子が30歳未満で無業の場合は「子育て期」、その他は「子育て後子供と同居」(出所) 総務省「社会生活基本調査」から大和総研作成

10) 独身者、ひとり親は男女計の有業者のデータを参照。夫婦の生活時間は、夫のみ就労型は男性有業者と女性無業者、共働き型は男女いずれも有業者のデータを合計した。

3) 生活時間配分の変化と消費の増減

こうした生活時間配分の変化が消費に及ぼす影響を検討するために、生活時間と消費の関係を分析したのが図表12である。ここでは、1976～2016年の5年刻みのデータをもとに、生活時間の増減が、10大費目の消費額それぞれに及ぼす影響を試算している。なお、生活時間、消費額はいずれも世帯単位（勤労者世帯）の値を分析対象とした。

これによると、「通勤・通学」時間の増加は「食料」、「被服及び履物」の消費額を押し上げ、「光熱・水道」の消費額を下押しする。出社に伴い外食の機会が増加したり、ビジネス用の衣服などを調達する必要が生じたりする一方で、在宅時間が短くなる分、光熱・水道費はあまりかからなくなるようだ。ポストコロナの時代にテレワークが定着し、通勤時間が短くなれば、「食料」「被服及び履物」の消費額には下押し圧力がかかる一方で、「光熱・水道」の消費額は増加するとみられる。

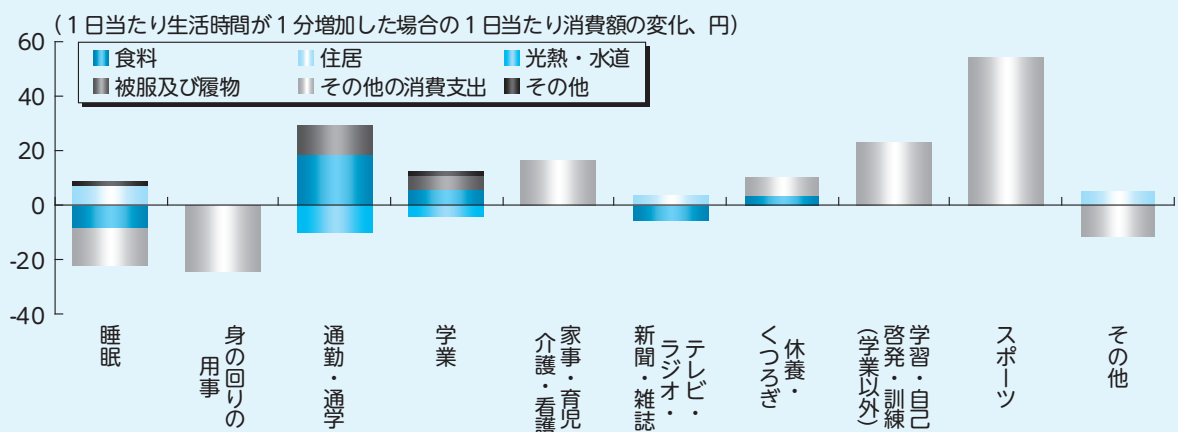
次に、通勤時間の減少に伴いやすい「睡眠」「テ

レビ・ラジオ・新聞・雑誌」時間の増加は、いずれも「住居」費の増加、および「食料」費の減少に寄与する。データの制約上、試算結果は幅を持って解釈する必要があるものの、在宅時間の増加を背景に住環境の整備に積極的な動きが表れている可能性がある。「食料」費の減少は、在宅時間が増加する一方で外出する時間が短くなり、外食の機会が減ることなどを反映しているとみられる。「睡眠」時間の増加はさらに、「その他の消費支出」（理美容サービスや傘、かばん類などの身の回り用品、交際費などを含む）も押し下げているが、これも外出時間の減少によると考えられる。

他方で、「仕事」時間の増加が10大費目それぞれの消費額に及ぼす影響は、いずれも統計学的に有意ではなかった。より細かい消費項目における増減が互いに打ち消し合うような形になったとみられる。ただし、「仕事」時間が長くなり世帯の所得が増加すれば、世帯の消費総額は増加しよう。

以上の分析結果をまとめると、ポストコロナ時

図表12 生活時間の増減に伴う消費の変化



(注) 10大費目の消費額それぞれを、生活時間と可処分所得、タイムトレンドで重回帰。生活時間、消費額は10%有意となった組み合わせのみ図示。費目「その他」は10大費目のうち、いずれの生活時間の増減に対しても1日当たりの増減が5円以下となったものの合計。消費額、所得額は二人以上の勤労者世帯のデータで、いずれも実質化した上で世帯人員の平方根で除している。生活時間は二人以上の勤労者世帯の世帯人員、有業人員をもとに、有業者と無業者のデータを合成。1976～2016年の5年刻みのデータ
(出所) 総務省「家計調査」「社会生活基本調査」「消費者物価指数」から大和総研作成

代にはテレワークの普及で生活時間の配分が変化し、外食費や衣服の購入費など、外出に伴う支出に下押し圧力がかかろう。一方で光熱・水道費や住居費など在宅関連支出が増加する公算が大きい。共働き世帯では、妻の就労の更なる進展とそれに伴う世帯所得の増加を受けて、世帯の消費総額が増加する可能性がある。

ただし、本稿における分析は2016年までの動向しか考慮できておらず、在宅時間の増加による消費の押し上げ効果を過小評価している可能性には注意が必要だ¹¹。足元では感染拡大を背景に、在宅型の娯楽商品や各種サービスが急速に広まり、家で過ごしながらかつ多様な商品やサービスを消費しやすくなった。ポストコロナ時代には、在宅型の余暇時間の増加を受けて、「光熱・水道」や「住居」だけでなく、「教育娯楽」などのその他項目の消費の増加も期待ができそうだ。

2. 人口動態を踏まえた10年後の消費

ポストコロナの消費を展望する上では、今後見込まれる人口動態が消費に及ぼす影響を考慮する必要がある。ここではポストコロナ時代が到来しているとみられる2030年を視野に入れよう。

国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」の出生中位（死亡中位）推計によると、2020年から2030年にかけて日本の人口は5%程度減少し、高齢化率（全人口に占める65歳以上人口の割合）は2%ポイント程度上昇する見込みである¹²。人口の数的変化に加えて、年齢構成にも変化が生じることで、日本全体の消費の姿も変わることが予想される。

溝端幹雄[2012]が指摘しているように、人口動態が消費に及ぼす影響は「年齢効果」「世代効果」「時代効果」の3つに整理される。

1つ目の「年齢効果」とはライフサイクルにより消費水準が変化することであり、設備修繕・維持費や教育費などで観察される（図表13上）。設備修繕・維持費に関しては、年齢が上がるにつれて持ち家率が高まることや、持ち家の保有期間が長くなることで修繕が必要な機会が増えることが影響していると考えられる。

2つ目の「世代効果」は生まれた世代による消費水準の違いに起因する。例えば魚介類の消費額（二人以上世帯ベースの実質等価消費¹³）は1960年代生まれでは年齢に関係なく月3,000円程度だが、1980年代生まれでは月1,500円程度と半減する（図表13中央）。

そして3つ目の「時代効果」とは、時代におけるトレンドの影響を受けて消費水準が変化することであり、例えば家電等の家庭用耐久財への支出額は年齢・世代を問わず2000年頃から増加傾向が見られる（図表13下）。

こうした品目ごとの消費の特徴を踏まえ、過去の年齢別消費パターン（年齢効果）や世代特有の消費水準（世代効果）、トレンド（時代効果）が10年後も維持されると仮定し、品目別に2030年の年齢階級別世帯当たり消費額を試算した¹⁴。それを積み上げ2030年の日本全体（マクロ）の消費の変化を費目別にまとめたのが図表14である。

なお、ここでの試算はあくまで人口動態の影響のみを反映した見通しであり、所得が増加するこ

11) 総務省「社会生活基本調査」は5年に1度の調査で、最新調査年は2016年。

12) 出生低位（死亡中位）推計では、2020年から2030年にかけて日本の人口は6%程度減少し、高齢化率は3%ポイント程度上昇する見込みである。

13) 世帯当たり消費を世帯人員の平方根で除したもの。

14) 試算方法は溝端[2015]を参考にした。

とで消費水準が押し上げられる影響などを加味していない点には留意が必要である。

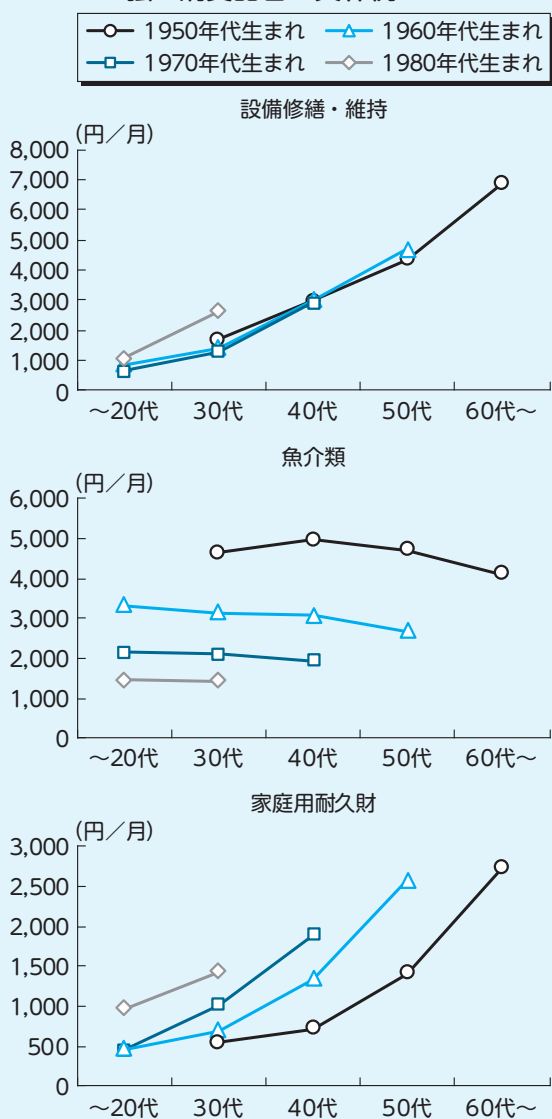
図表 14 を見ると、2019 年と比較した 2030 年の世帯当たり消費額の増減率は費目によって大きく異なることが分かる。「食料」「被服及び履物」「教育」「教養娯楽」などでは人口減少率以上の減

少が見込まれる。一方で「家具・家事用品」や、わずかだが「保健医療」「交通・通信」では人口減少下での増加が見込まれる。

また、図表 14 では 2030 年の消費の変化とともにコロナショックで生じた 2020 年の消費の変化を示している。「食料」「家具・家事用品」「教育」は、コロナショックにより 2030 年の消費の姿に近づいた費目といえる。他方、「被服及び履物」「教養娯楽」はコロナショックにより 2030 年の構造変化以上に大きな変化が生じたが、減少するという点では一致している。

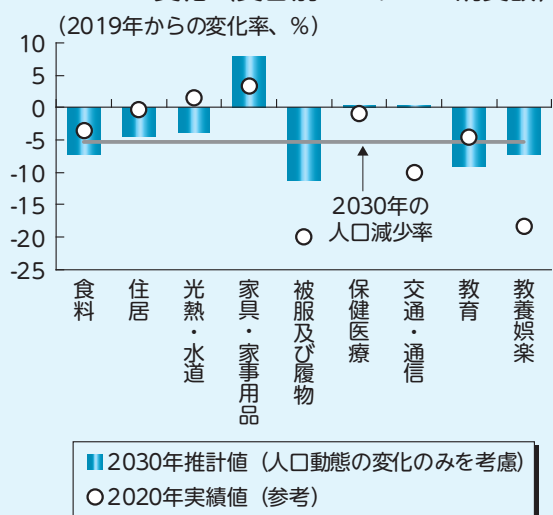
「食料」「家具・家事用品」に関して品目別にさらに細かく確認すると、2030 年の消費構造とコロナショック後のそれには共通点が見られる。すなわち在宅需要の高まり、サービス消費から財消費へのシフトだ¹⁵。外食への支出は 2030 年にかけて減少が見込まれる一方、調理食品や飲料などへの支出は増加する見込みである。また、家電な

図表 13 年齢効果、世代効果、時代効果が強い消費品目の具体例



(注) 実質 (2015年基準)、二人以上世帯ベース。等価消費 (世帯人員の平方根で除した消費額) で比較
(出所) 総務省統計から大和総研作成

図表 14 人口動態を踏まえた2030年の消費の変化 (費目別のマクロの消費額)



(注) 実質、総世帯ベースのマクロの消費額
(出所) 総務省、国立社会保障・人口問題研究所統計から大和総研作成

15) この試算では 2030 年に在宅で享受できるサービスが今以上に増える可能性を考慮していない点には留意が必要である。実際にはサービス消費から財消費へのシフトはここでの試算よりも緩やかなものにとどまる可能性がある。

どの需要も高まることが予想される。

こうした試算結果を踏まえると、コロナショックで生じた在宅需要の高まりや、外食が減少する中での飲食料品の「プチ贅沢志向」の強まりといった変化は、ポストコロナの時代に再び起こる可能性が高い。一部の費目では、少子高齢化による消費構造の変化がコロナショックにより前倒しで進展したと捉えることもできる。すなわち、企業が商品やサービス、ビジネスモデルなどを見直してコロナショックで生じた消費構造の変化に対応することは、10年先の経済社会構造を見据えた取り組みという側面があるため、企業の持続可能性を高めることにもなる。

4章 まとめ

本稿では、「コロナ禍」「感染収束前後」「ポストコロナ」という3つの時間軸で消費動向を分析し、将来を展望した。足元から将来にわたる消費の概観図を示したのが図表15である。

コロナショックは消費に多大な影響を与えた。とりわけ顕著なのがサービス消費の減少である。外出が控えられる一方で在宅需要が高まり、消費者の需要がサービスから財へとシフトした。こうした中、飲食料品などの日用品で「プチ贅沢志向」の強まりが見られた。また、本稿では触れなかったものの、オンライン消費が活性化したり、郊外の住宅やオフィスの需要が高まったりするなどの変化も生じた。他方、海外の需要に目を向けると、年間5兆円弱あったインバウンド消費はわずか数カ月で消失した。

今後、感染が収束へと向かう中でこれらの変化は徐々に巻き戻されていくだろう。サービス消費に関しては、ワクチンの普及に伴い感染症対策が

緩和されることで回復していくと見込まれる。加えて、コロナ禍で積み上がった過剰貯蓄が取り崩されることになれば、消費は大きく上振れするだろう。過剰貯蓄の大部分は高所得世帯と高齢者を中心とする無職世帯が保有している。だが住宅ローンや子供の教育費、老後の生活資金など家計の貯蓄動機は根強いとみられる。そのため、消費として発現するのは高所得世帯と金融資産を多く持つ高齢者世帯の保有する過剰貯蓄の一部にとどまり、消費が一時的にコロナショック前の水準以上に上振れするとしても緩やかなものになる。

在宅需要の高まりに関しても、感染収束とともに和らぐことが見込まれる。ただし、コロナショックを契機にテレワークが普及する中、感染拡大前の状況に戻ることはないだろう。テレワークの普及は通勤時間の減少を通じて在宅型の余暇時間を増やし、関連する消費を押し上げる可能性がある。また一部の世帯では、夫のテレワークの活用が夫婦間の家事・育児分担を進め、妻の就労を促進する面があり、所得増に伴う消費増が期待できる。

プチ贅沢志向の強まりに関しては、感染収束過程で家計の需要が再び財からサービスへとシフトする中で弱まるとみられる。ただし前述した通り、コロナ禍で高まった在宅需要は残ると考えられるため、感染拡大前と比較するとプチ贅沢志向が強まった状態が続くとみられる。

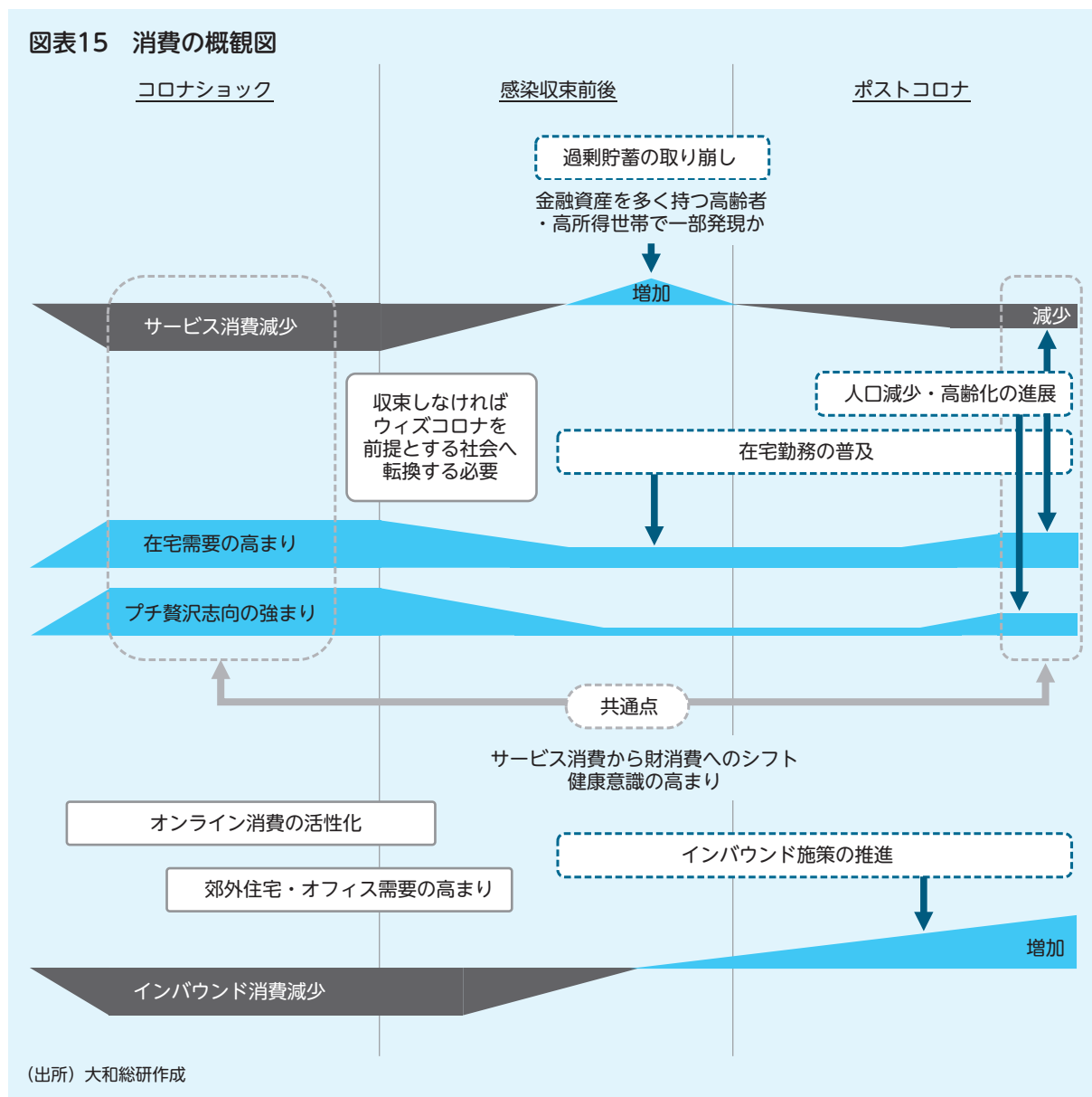
インバウンド消費に関しては、日本でワクチンが普及した後、日本国内のサービス消費の回復に少し遅れる形で回復していくことが見込まれる。ワクチン接種が進展している欧米や感染の抑え込みに成功している中国の需要が先に回復し、遅れて一部の新興国の需要が回復していくだろう。また、感染拡大前から行われていたインバウンド関連施策が推進されることが追い風となることでイ

ンバウンド消費はコロナショック前を上回り、増加傾向が続くと見込まれる。

さらに先の2030年の消費を展望すると、人口動態の変動が消費に影響を及ぼす。高齢化が進展する中で在宅需要が高まり、サービス消費から財消費へのシフトが生じることが見込まれるなど、コロナショックで生じた消費の変化と人口動態により予想される将来の消費の変化には共通点がある。プチ贅沢志向が強まったり、健康意識が高まっ

たりするなどコロナ禍と似た現象が将来的に起こる可能性が考えられる。そのため、コロナショックに対応するために企業が商品やサービス、ビジネスモデルなどを見直したことは決して無駄にはならず、ポストコロナの時代に活用することができるだろう。

図表15 消費の概観図



【参考文献】

- ・山口茜「消費の質的变化とポストコロナの消費展望」(2020年12月29日、大和総研レポート)
- ・熊谷亮丸・神田慶司・佐藤光・山崎政昌・橋本政彦・久後翔太郎・永井寛之・山口茜・鈴木雄太郎・小林若葉・田村統久・和田恵・岸川和馬・渡辺泰正「第208回日本経済予測(改訂版)」(2021年3月9日、大和総研レポート)
- ・森川正之「政策の不確実性と消費・貯蓄行動」(経済産業研究所ディスカッション・ペーパー、2017年2月、RIETI Discussion Paper Series 17-J-007)
- ・神田慶司・山口茜・小林若葉・岸川和馬「日本経済見通し：2021年6月」(2021年6月22日、大和総研レポート) [2021a]
- ・リクルートワークス研究所「Works Report 2017 働き方改革の進捗と評価」(2017年6月2日)
- ・神田慶司・橋本政彦・久後翔太郎・山口茜・永井寛之・田村統久・和田恵・吉田智聡「日本経済中期予測(2021年1月)」(2021年1月20日、大和総研レポート) [2021b]
- ・溝端幹雄「超高齢社会で変容していく消費」(2012年8月10日、大和総研レポート)
- ・溝端幹雄「今後10年間の消費市場の展望」(2015年11月20日、大和総研レポート)

[著者]

山口 茜 (やまぐち あかね)



経済調査部
エコノミスト
担当は、日本経済、経済構造分析

田村 統久 (たむら むねひさ)



経済調査部
研究員
担当は、日本経済