

第23回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

1 はじめに

OKB総研では、毎年、岐阜・愛知・三重・滋賀県に在住の主婦を対象に「主婦の消費行動に関するアンケート」を実施している。

今回は、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の世界的流行の中で、この地域の主婦が足元の景気をどのように感じ、消費活動を行なっているのか、その実態を明らかにしたい。

2 調査概要

本調査の概要は以下のとおりである。

- (1) 調査時期：2020年11月9日～11月13日
- (2) 調査方法：OKB大垣共立銀行本支店(東京・大阪を除く)に来訪した主婦^(※1) 805人にアンケート用紙を配布・回収
- (3) 有効回答数：791名(有効回答率98.3%)
- (4) 回答者属性

属性	割合	
年代	20歳代	6.2%
	30歳代	19.2%
	40歳代	24.7%
	50歳代	29.8%
	60歳以上	20.1%
住所	岐阜県	54.9%
	愛知県	40.5%
	三重県	2.3%
	滋賀県	2.0%
	その他	0.4%
就業形態	専業主婦	12.6%
	正社員・公務員・自営業	44.9%
	パートタイマー	39.8%
	内職・その他	2.7%

(※1) 本調査における「主婦」とは、既婚女性で子どもの有無や就業形態は問わない。
 (※2) 数値は四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同じ)。

3 定例調査

(1) 主婦の景気判断

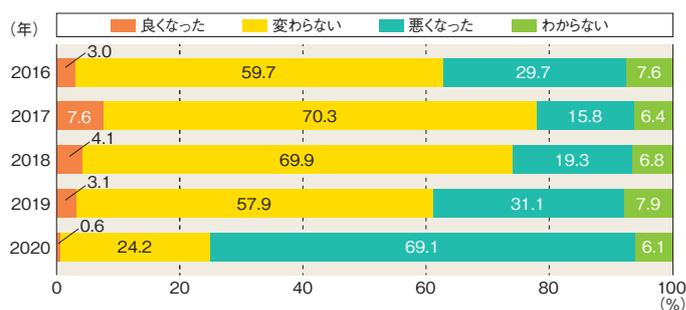
A. 主婦の景況感

「現在(2020年)の景気は、1年前と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「良くなった」が全体の0.6%、「悪くなった」が69.1%となった(図表1)。「悪くなった」が前回差+38.0ポイントとなり、全体として主婦の景況感は大幅に悪化していることがうかがえた。

年代・住所・就業形態別に見ると、全ての属性において「悪くなった」の回答率が前回と比べて大きく上昇した(図表2)。

景況D.I.(「良くなった」の回答率-「悪くなった」の回答率)は▲68.5。前回差▲40.5ポイントと大幅に低下し、リーマン・ショックが起きた2008年の▲86.8以来の低水準となった(図表3)。2020年は新型コロナウイルス感染症の世界的流行により経済社会活動の抑制を余儀なくされ、国内景気は記録的に落ち込んだ。現在は経済活動の再開で持ち直しているものの依然として厳しい状況が続いており、感染もいまだ収束の見通しが立っていない。こうしたコロナ禍による国内景気の低迷や先行きの不透明感が主婦の景況感の悪化に影響したと思われる。

図表1 主婦の景況感(全体)の推移



図表2 主婦の景況感(属性別)

属性	(%・%ポイント)			
	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
全体	0.6 (▲2.5)	24.2 (▲33.7)	69.1 (38.0)	6.1 (▲1.8)
20歳代	4.1 (▲0.7)	24.5 (▲49.3)	59.2 (49.7)	12.2 (0.3)
30歳代	0.7 (▲4.0)	27.0 (▲34.7)	68.4 (45.7)	3.9 (▲7.0)
40歳代	0.5 (▲3.0)	22.6 (▲39.0)	70.3 (45.0)	6.7 (▲2.9)
50歳代	0.4 (▲1.7)	25.4 (▲31.8)	70.8 (36.1)	3.4 (▲2.5)
60歳以上	0.0 (▲2.4)	21.5 (▲26.1)	69.0 (24.3)	9.5 (4.2)
岐阜県	0.7 (▲2.3)	26.1 (▲32.8)	67.0 (35.7)	6.2 (▲0.7)
愛知県	0.6 (▲2.6)	22.2 (▲34.1)	72.5 (40.8)	4.7 (▲4.0)
専業主婦	0.0 (0.0)	25.0 (▲35.0)	62.0 (31.4)	13.0 (3.6)
正社員等	1.1 (▲3.6)	23.2 (▲32.0)	70.1 (37.7)	5.6 (▲2.1)
パート	0.3 (▲2.0)	24.4 (▲36.7)	70.5 (41.3)	4.8 (▲2.5)

(※) 括弧内は、前回差を示す。

B. 主婦の物価観

「現在(2020年)の物価は、1年前と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「高くなった」が全体の58.2%、「安くなった」が1.0%となった(図表4)。「高くなった」が前回から11.8ポイント低下したものの、全体の半分以上を占める結果となった。

年代・住所・就業形態別に見ると、

全ての属性において「高くなった」の回答率が低下した(図表5)。

物価D.I.（「高くなった」の回答率－「安くなった」の回答率）は57.2で、前回から12.4ポイント低下した(図表6)。

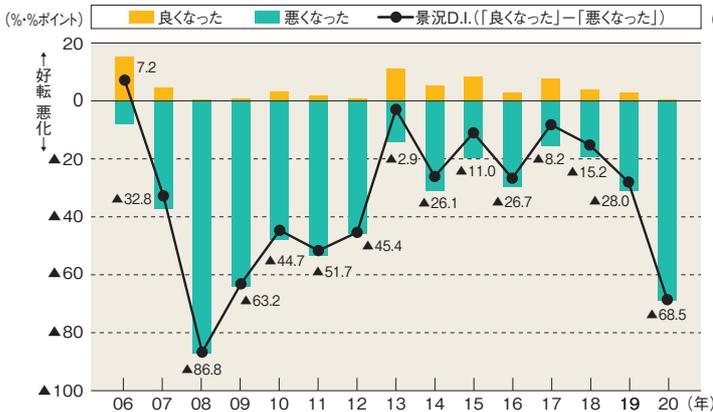
(2)家計について

A. 家計の収入

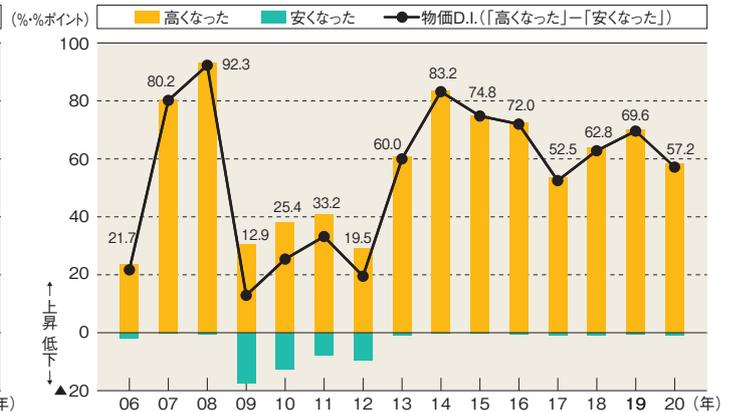
「2020年の家計収入は、1年前と比べてどうなりましたか」と尋ねたと

ころ、「増えた」が全体の11.2%、「減った」が39.5%となった(図表7)。前回と比べて「減った」が12.9ポイント上昇し、家計の収入悪化がうかがえる結果となった。厚生労働省「毎月勤労統計調査」によれば、所定外労働時間が2020年4月から前年同月を大幅に下回っており、コロナ禍で残業代が減ったことが家計収入の減少につながったと思われる。

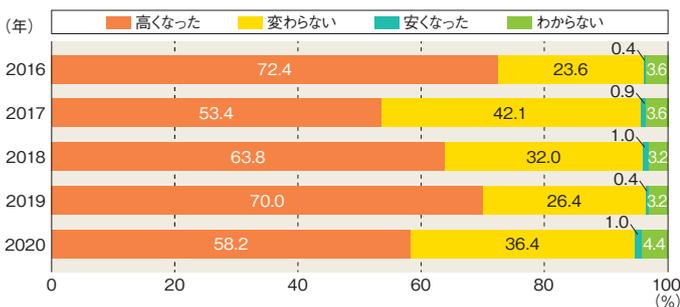
図表3 主婦の景況D.I.の推移



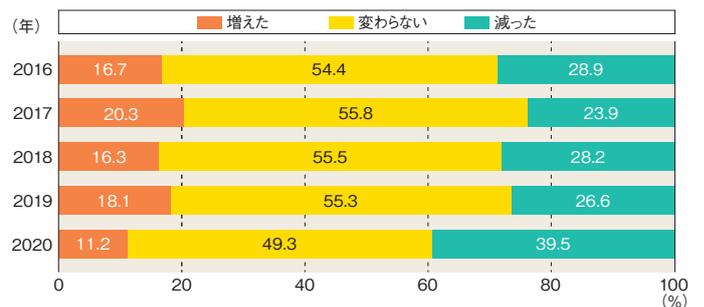
図表6 主婦の物価D.I.の推移



図表4 主婦の物価観(全体)の推移



図表7 家計収入(全体)の推移



図表5 主婦の物価観(属性別)

	高くなった	変わらない	安くなった	わからない
全体	58.2 (▲11.8)	36.4 (10.0)	1.0 (0.6)	4.4 (1.2)
20歳代	61.2 (▲3.1)	28.6 (▲2.4)	0.0 (0.0)	10.2 (5.4)
30歳代	55.9 (▲12.9)	37.5 (8.6)	0.7 (0.7)	5.9 (3.6)
40歳代	62.6 (▲9.8)	33.8 (10.2)	0.5 (0.5)	3.1 (▲0.9)
50歳代	56.4 (▲9.7)	38.6 (9.4)	1.3 (0.5)	3.8 (0.0)
60歳以上	56.6 (▲18.3)	37.7 (14.9)	1.9 (1.3)	3.8 (2.0)
岐阜県	58.1 (▲11.9)	35.7 (8.7)	1.2 (1.0)	5.1 (2.4)
愛知県	58.4 (▲13.1)	37.5 (12.9)	0.9 (0.3)	3.1 (▲0.1)
専業主婦	53.0 (▲19.9)	41.0 (16.3)	0.0 (0.0)	6.0 (3.6)
正社員等	56.6 (▲9.6)	36.1 (6.4)	1.1 (0.6)	6.2 (2.6)
パート	61.6 (▲12.6)	34.9 (12.1)	1.3 (1.0)	2.2 (▲0.4)

(*)括弧内は、前回差を示す。

図表8 家計収入(属性別)

	増えた	変わらない	減った
全体	11.2 (▲6.9)	49.3 (▲6.0)	39.5 (12.9)
20歳代	36.7 (▲10.5)	49.0 (▲10.5)	14.3 (0.0)
30歳代	23.2 (▲11.2)	48.3 (▲2.5)	28.5 (13.7)
40歳代	8.2 (▲15.9)	44.6 (▲11.2)	47.2 (27.1)
50歳代	5.1 (▲4.6)	49.6 (▲10.1)	45.3 (14.8)
60歳以上	4.5 (▲3.8)	55.8 (4.9)	39.7 (▲1.1)
岐阜県	9.7 (▲8.2)	51.5 (▲3.0)	38.7 (11.1)
愛知県	13.8 (▲4.6)	47.6 (▲8.4)	38.6 (13.0)
専業主婦	6.1 (▲3.4)	53.1 (4.3)	40.8 (▲0.9)
正社員等	14.7 (▲6.7)	48.6 (▲9.1)	36.7 (15.8)
パート	9.2 (▲7.4)	49.5 (▲4.7)	41.3 (12.1)

(*)括弧内は、前回差を示す。

年代・住所・就業形態別に見ると、20歳代と60歳以上、専業主婦を除く属性において「減った」の前回差が+10ポイント超となっている(図表8)。

B. 家計の支出

「2020年の家計支出は、1年前と比べてどうなりましたか」と尋ねたところ、「増えた」が全体の52.2%、「減った」が11.9%となった(図表9)。「増えた」が前回から8.0ポイント低下したものの、全体の半数以上を占めており、家計支出が増加したと感じる主婦が依然として多いことが分かった。

年代・住所・就業形態別に見ると、専業主婦を除く全ての属性において「増えた」の回答率が低下した(図表10)。

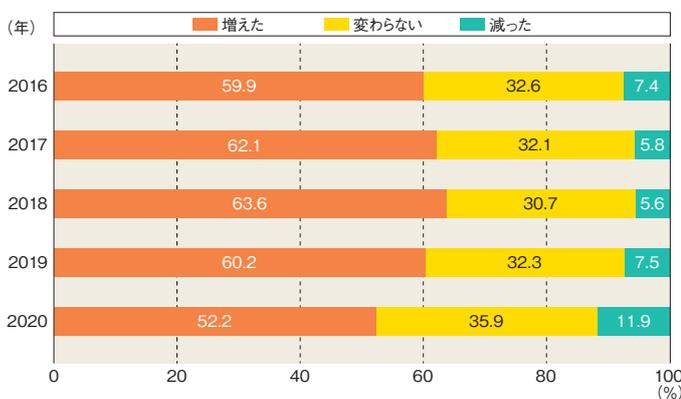
年代・住所・就業形態別に見ると、専業主婦を除く全ての属性において「増えた」の回答率が低下した(図表10)。

C. 家計支出の費目別動向

(a) 支出増加費目／支出減少費目

「2020年の家計支出を考えたとき、1年前より支出が増えた費目は何ですか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、コロナ禍の影響でマスクや消毒液などを含む「保健医療費」が前回差+33.3ポイントと大きく伸び、53.6%でトップとなった。2位は「食費」

図表9 家計支出(全体)の推移

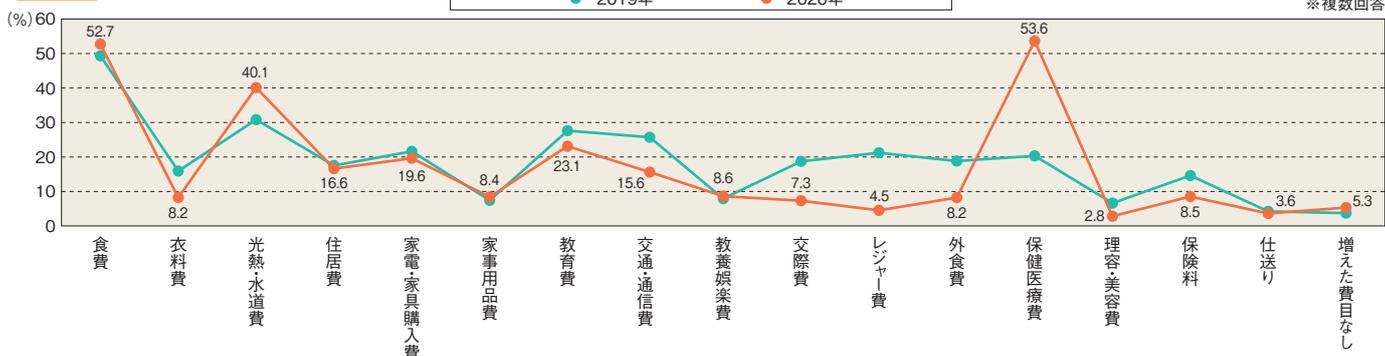


図表10 家計支出(属性別)

	増えた (%)	変わらない (%)	減った (%)
全体	52.2 (▲8.0)	35.9 (3.6)	11.9 (4.4)
20歳代	49.0 (▲10.5)	30.6 (▲2.7)	20.4 (13.3)
30歳代	57.0 (▲1.6)	30.5 (▲7.0)	12.6 (8.7)
40歳代	60.5 (▲13.4)	30.3 (5.7)	9.2 (7.7)
50歳代	47.9 (▲8.5)	39.0 (6.8)	13.1 (1.7)
60歳以上	44.6 (▲6.3)	45.2 (7.9)	10.2 (▲1.6)
岐阜県	52.3 (▲10.9)	36.6 (6.3)	11.1 (4.7)
愛知県	51.7 (▲5.3)	35.4 (1.7)	12.9 (3.5)
専業主婦	54.1 (2.9)	38.8 (4.3)	7.1 (▲7.2)
正社員等	48.6 (▲9.6)	39.3 (4.4)	12.1 (5.2)
パート	55.9 (▲9.2)	30.8 (2.6)	13.3 (6.7)

(*) 括弧内は、前回差を示す。

図表11 支出が増えた費目(全体)



(*) 数字は2020年の回答率。

図表12 支出が増えた費目(上位5費目、属性別)

	保健医療費 (%)	食費 (%)	光熱・水道費 (%)	教育費 (%)	家電・家具購入費 (%)
全体	53.6 (33.3)	52.7 (3.4)	40.1 (9.3)	23.1 (▲4.5)	19.6 (▲2.0)
20歳代	44.9 (33.0)	59.2 (▲5.1)	34.7 (10.9)	10.2 (5.4)	14.3 (2.4)
30歳代	48.7 (43.1)	64.7 (▲4.9)	40.7 (14.3)	30.7 (▲21.3)	15.3 (▲3.9)
40歳代	54.9 (41.1)	59.1 (13.7)	44.6 (15.0)	50.8 (▲2.8)	20.2 (▲1.7)
50歳代	57.4 (33.8)	41.3 (0.1)	35.7 (5.7)	12.2 (▲1.5)	21.7 (▲3.2)
60歳以上	53.9 (17.3)	48.1 (1.8)	42.2 (3.8)	1.3 (▲2.4)	21.4 (0.7)
岐阜県	53.8 (32.7)	53.1 (3.7)	40.1 (5.7)	21.1 (▲8.4)	19.5 (0.3)
愛知県	49.8 (30.3)	53.4 (3.9)	41.2 (14.5)	24.3 (▲1.4)	21.1 (▲3.7)
専業主婦	52.1 (28.6)	56.3 (8.2)	38.5 (3.9)	13.5 (▲10.0)	20.8 (▲1.4)
正社員等	51.0 (32.7)	53.9 (4.2)	37.0 (10.3)	20.1 (▲4.3)	19.2 (▲2.7)
パート	56.1 (34.6)	50.6 (1.3)	44.8 (10.6)	30.0 (▲3.2)	20.6 (▲0.9)

(※1) 色付きセルは、各属性における最も回答率の高い費目。(※2) 括弧内は、前回差を示す。

で52.7%、3位は「光熱・水道費」で40.1%であった(図表11)。「光熱・水道費」については、原油価格下落の影響で電気料金が値下げ傾向にあるにも関わらず、前回から回答率が上昇している。外出自粛により家の中で過ごす時間が増えたことなどが要因とみられる。

年代別に見ると、全ての年代で

「保健医療費」と「光熱・水道費」の回答率が前回から上昇した。また、40歳代の「食費」の上昇幅が突出している(図表12)。

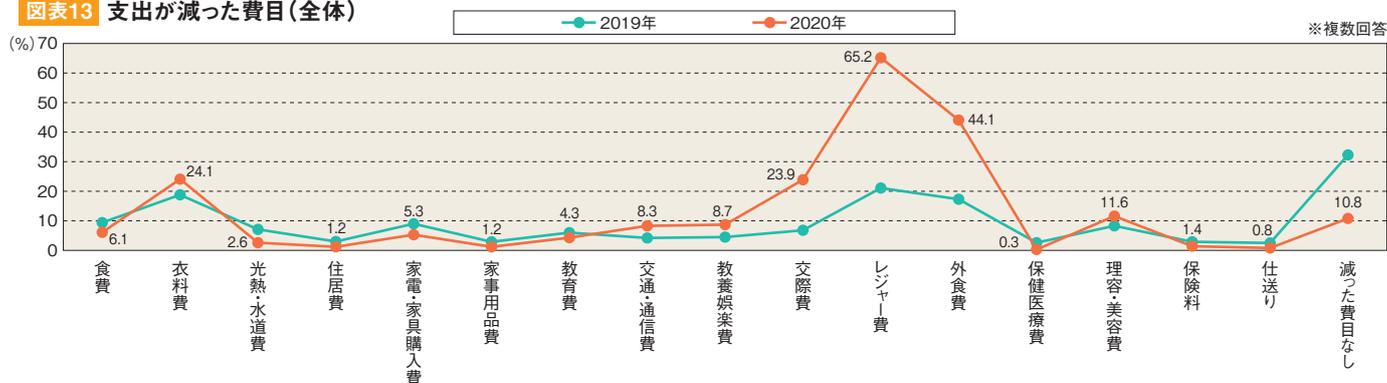
次に、「2020年の家計支出を考えたとき、1年前より支出が減った費目は何か(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、トップは「レジャー費」で65.2%、2位は「外食費」で44.1%、

3位は「衣料費」で24.1%であった。特に「レジャー費」と「外食費」、「交際費」が前回から2ケタの大幅な上昇となっており、コロナ禍による自粛の影響が顕著に表れた(図表13、14)。

(b) 今以上に減らしたい費目／増やしたい費目

「2020年の家計支出をふまえて、

図表13 支出が減った費目(全体)



(*) 数字は2020年の回答率。

図表14 支出が減った費目(上位5費目、属性別)

	レジャー費		外食費		衣料費		交際費		美容・美容費	
	2020年 (%)	前年 (%)								
全体	65.2	(44.1)	44.1	(26.8)	24.1	(5.3)	23.9	(17.1)	11.6	(3.3)
20歳代	64.6	(45.1)	43.8	(24.3)	25.0	(0.6)	25.0	(17.7)	12.5	(7.6)
30歳代	73.3	(60.8)	46.0	(31.8)	12.0	(0.3)	26.7	(20.9)	16.0	(7.7)
40歳代	69.1	(44.4)	43.5	(22.4)	19.4	(8.9)	18.3	(13.0)	9.4	(4.1)
50歳代	62.4	(42.9)	45.0	(29.8)	29.3	(8.1)	23.1	(16.6)	10.9	(2.2)
60歳以上	56.4	(30.1)	41.6	(23.8)	34.2	(4.6)	28.9	(19.0)	10.7	(▲1.8)
岐阜県	63.1	(39.6)	43.8	(24.7)	27.4	(9.1)	24.3	(17.7)	11.9	(2.4)
愛知県	67.7	(48.8)	43.2	(28.0)	21.0	(1.1)	23.5	(16.7)	11.3	(4.2)
専業主婦	65.9	(40.9)	47.3	(34.8)	22.0	(3.2)	28.6	(22.3)	12.1	(0.8)
正社員等	65.4	(47.2)	41.6	(24.9)	24.1	(4.2)	25.9	(17.7)	12.2	(4.3)
パート	65.9	(42.8)	47.3	(27.3)	24.8	(8.6)	20.6	(15.4)	11.3	(3.7)

(※1) 色付きセルは、各属性における最も回答率の高い費目。(※2) 括弧内は、前回差を示す。

図表15 今以上に支出を減らしたい費目(上位5費目、属性別)

	食費		光熱・水道費		外食費		保険料		保健医療費		減らしたい費目はない・特に考えていない	
	2020年 (%)	前年 (%)	2020年 (%)	前年 (%)	2020年 (%)	前年 (%)	2020年 (%)	前年 (%)	2020年 (%)	前年 (%)	2020年 (%)	前年 (%)
全体	37.4	(1.2)	36.6	(▲0.7)	15.4	(▲6.6)	14.2	(▲1.9)	13.9	(2.8)	16.3	(3.8)
20歳代	44.9	(6.8)	38.8	(▲13.6)	20.4	(▲8.2)	10.2	(0.7)	6.1	(3.7)	10.2	(7.8)
30歳代	40.0	(▲3.3)	40.0	(0.6)	25.3	(▲10.9)	10.7	(▲7.4)	10.0	(5.3)	16.0	(10.5)
40歳代	42.5	(▲1.9)	38.9	(▲0.5)	10.4	(▲10.8)	15.5	(1.9)	17.6	(11.0)	14.0	(3.4)
50歳代	34.6	(▲1.5)	38.9	(▲0.6)	12.8	(▲3.1)	15.8	(▲2.2)	12.8	(▲0.9)	18.4	(6.0)
60歳以上	30.1	(9.5)	26.1	(0.0)	14.4	(▲4.4)	15.0	(▲1.4)	17.0	(▲3.0)	18.3	(▲4.7)
岐阜県	36.6	(1.3)	34.7	(▲5.3)	14.8	(▲6.9)	16.4	(▲0.4)	14.8	(1.7)	16.0	(4.6)
愛知県	39.2	(0.8)	39.9	(5.7)	17.1	(▲5.4)	12.0	(▲4.0)	11.7	(3.2)	16.5	(3.8)
専業主婦	38.1	(13.7)	36.1	(4.4)	17.5	(▲3.2)	9.3	(▲6.6)	13.4	(0.0)	18.6	(1.5)
正社員等	35.4	(1.0)	31.4	(▲1.9)	14.0	(▲7.8)	14.6	(▲3.0)	13.4	(2.4)	20.6	(6.6)
パート	40.8	(▲0.1)	42.8	(▲0.5)	16.4	(▲6.1)	14.8	(0.0)	14.5	(3.8)	10.9	(2.2)

(※1) 色付きセルは、各属性における最も回答率の高い費目。(※2) 括弧内は、前回差を示す。

今以上に支出を減らしたい費目は何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「食費」が37.4%でトップ、2位が「光熱・水道費」で36.6%、3位が「外食費」で15.4%となった。「減らしたい項目はない・特に考えていない」は16.3%であった(図表15)。

一方、「2020年の家計支出をふまえて、今以上に支出を増やしたい費目は何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、トップは例年通り「レジャー費」で32.6%となった。次いで「外食費」が11.6%、「教育費」が11.3%であった。「増やしたい費目はない・特に考えていない」は44.3%と最も回答率が高く、主婦の節約志向は依然と

して強い様子が見えられた。

年代別に見ると、20歳代と30歳代では「レジャー費」が、それ以外では「増やしたい費目はない・特に考えていない」が最も回答率が高くなった(図表16)。

また、減らしたい費目・増やしたい費目いずれも前回差に大きな変化はなく、コロナ禍による消費意欲の増進や減退は見受けられない。

(c) 高額商品の購入

「2020年に1商品10万円以上する高価な買い物(家族旅行を含む)をしましたか」と尋ねたところ、「はい」は46.1%で、前回差▲13.0ポイントと

大きく低下した。次に、「はい」と回答した人に「具体的にどのような買い物をしましたか」と尋ねたところ、「一般家電」が41.2%でトップとなり、次いで「自動車の購入維持」が25.1%、「国内旅行」が17.1%となった(図表17、18)。

上位5品目(全体)の推移を見ると、「一般家電」が前回差+11.2ポイントと大きく伸びて、4年ぶりに1位となった。特別定額給付金や在宅時間の増加に伴う身の回り家電への需要の高まりなどが要因と考えられる。

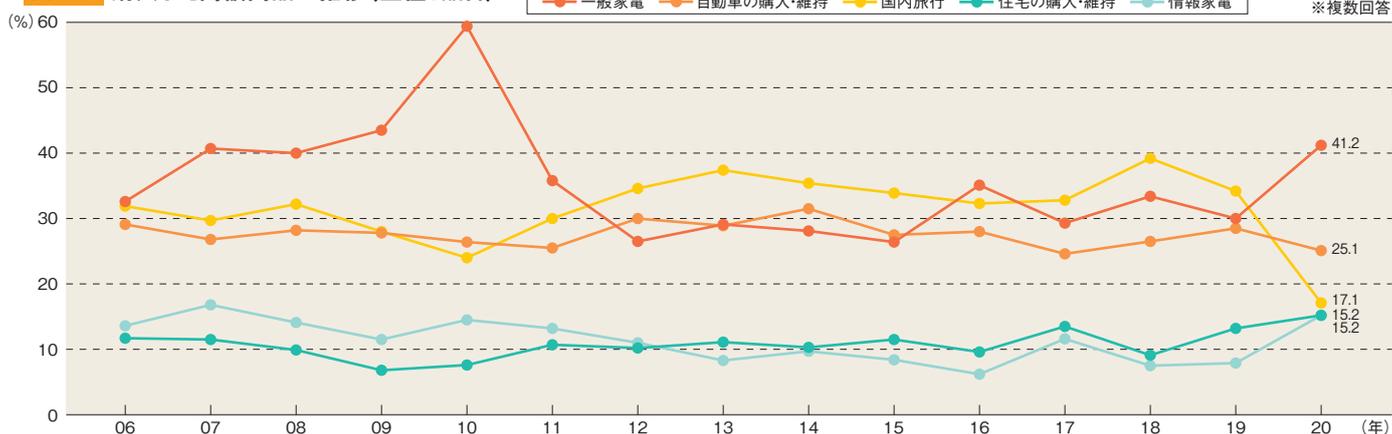
一方、前回1位であった「国内旅行」は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で▲17.1ポイントの大幅な

図表16 今以上に支出を増やしたい費目(上位5費目、属性別)

	レジャー費		外食費		教育費		教養娯楽費		食費		※複数回答(%・%ポイント)	
	増やしたい費目はない・特に考えていない											
全体	44.3	(▲0.9)	32.6	(0.9)	11.6	(2.8)	11.3	(1.3)	11.1	(▲1.5)	6.4	(▲0.8)
20歳代	37.5	(▲10.1)	41.7	(17.9)	14.6	(14.6)	8.3	(▲3.6)	6.3	(▲5.6)	4.2	(▲5.3)
30歳代	35.8	(▲4.5)	40.4	(6.5)	8.6	(3.8)	24.5	(▲3.7)	11.9	(3.8)	7.9	(▲1.0)
40歳代	43.5	(▲0.4)	31.6	(4.6)	10.9	(1.7)	19.2	(3.4)	13.0	(1.3)	5.2	(▲4.0)
50歳代	50.6	(3.6)	28.1	(▲9.0)	14.7	(3.5)	3.5	(2.6)	9.5	(▲5.6)	7.4	(3.1)
60歳以上	46.6	(▲0.8)	30.1	(0.2)	9.6	(▲0.8)	0.7	(▲0.6)	11.6	(▲2.0)	5.5	(▲1.6)
岐阜県	47.3	(2.3)	30.6	(▲2.9)	10.7	(1.8)	10.5	(0.5)	11.2	(▲0.8)	5.5	(▲2.4)
愛知県	40.5	(▲4.5)	35.0	(5.3)	11.9	(2.9)	12.5	(2.8)	11.6	(▲2.4)	7.7	(1.0)
専業主婦	42.9	(▲2.0)	28.6	(3.0)	7.7	(▲5.1)	15.4	(7.7)	20.9	(4.2)	8.8	(1.1)
正社員等	46.0	(▲0.2)	33.9	(0.9)	11.2	(1.9)	9.8	(1.9)	11.2	(▲0.6)	5.2	(▲1.0)
パート	42.4	(▲1.1)	32.7	(0.4)	12.6	(5.5)	12.0	(▲1.3)	8.1	(▲4.1)	7.1	(▲1.4)

(※1) 色付きセルは、各属性における最も回答率の高い費目。(※2)括弧内は、前回差を示す。

図表17 購入した高額商品の推移(上位5品目)



図表18 購入した高額商品(上位5品目、属性別)

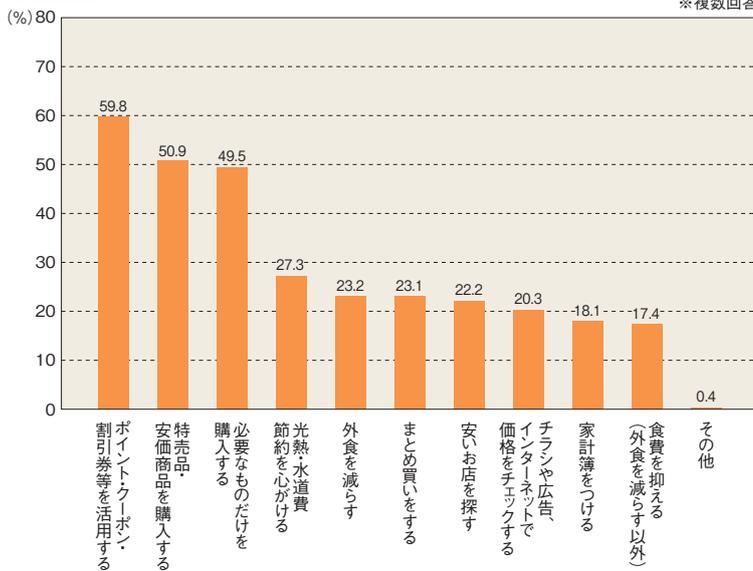
※複数回答(%・%ポイント)

	一般家電		自動車の購入・維持		国内旅行		住宅の購入・維持		情報家電	
全体	41.2	(11.2)	25.1	(▲3.4)	17.1	(▲17.1)	15.2	(2.0)	15.2	(7.3)
20歳代	37.5	(16.8)	8.3	(▲8.9)	25.0	(7.8)	29.2	(18.9)	16.7	(13.3)
30歳代	37.0	(0.5)	27.4	(3.1)	20.5	(▲26.8)	16.4	(0.2)	16.4	(13.7)
40歳代	41.9	(11.7)	23.7	(▲12.5)	17.2	(▲18.1)	9.7	(▲0.6)	23.7	(11.6)
50歳代	37.5	(4.7)	31.7	(▲1.1)	16.3	(▲13.6)	15.4	(0.1)	11.5	(3.5)
60歳以上	51.5	(27.5)	20.6	(0.6)	11.8	(▲22.2)	16.2	(4.2)	7.4	(▲0.6)
岐阜県	42.6	(11.1)	26.8	(▲6.7)	11.6	(▲25.0)	14.7	(0.7)	13.7	(5.1)
愛知県	40.8	(13.1)	22.3	(▲1.1)	22.9	(▲9.0)	15.9	(3.7)	15.3	(8.9)
専業主婦	48.9	(26.0)	20.0	(▲9.2)	11.1	(▲18.1)	17.8	(3.2)	6.7	(▲1.6)
正社員等	37.6	(7.6)	20.0	(▲8.6)	17.1	(▲14.6)	14.7	(0.2)	18.8	(10.0)
パート	43.6	(9.9)	33.6	(4.6)	17.1	(▲22.0)	14.3	(3.6)	14.3	(7.8)

(※1) 色付きセルは、各属性における最も回答率の高い費目。(※2)括弧内は、前回差を示す。

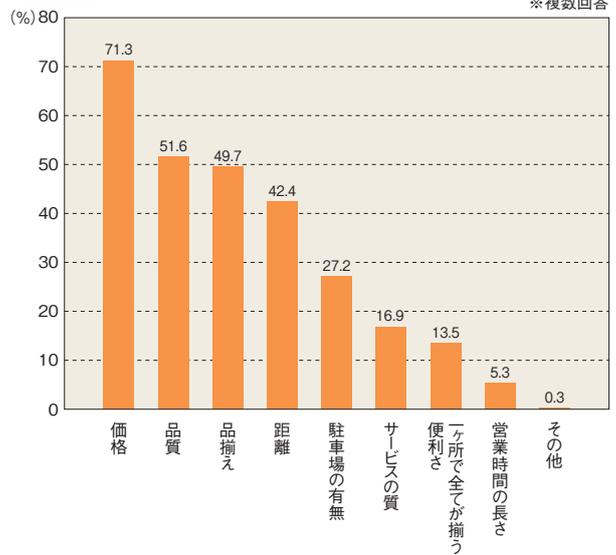
図表19 家計管理で工夫していること(全体)

※複数回答



図表21 買物場所の選択基準

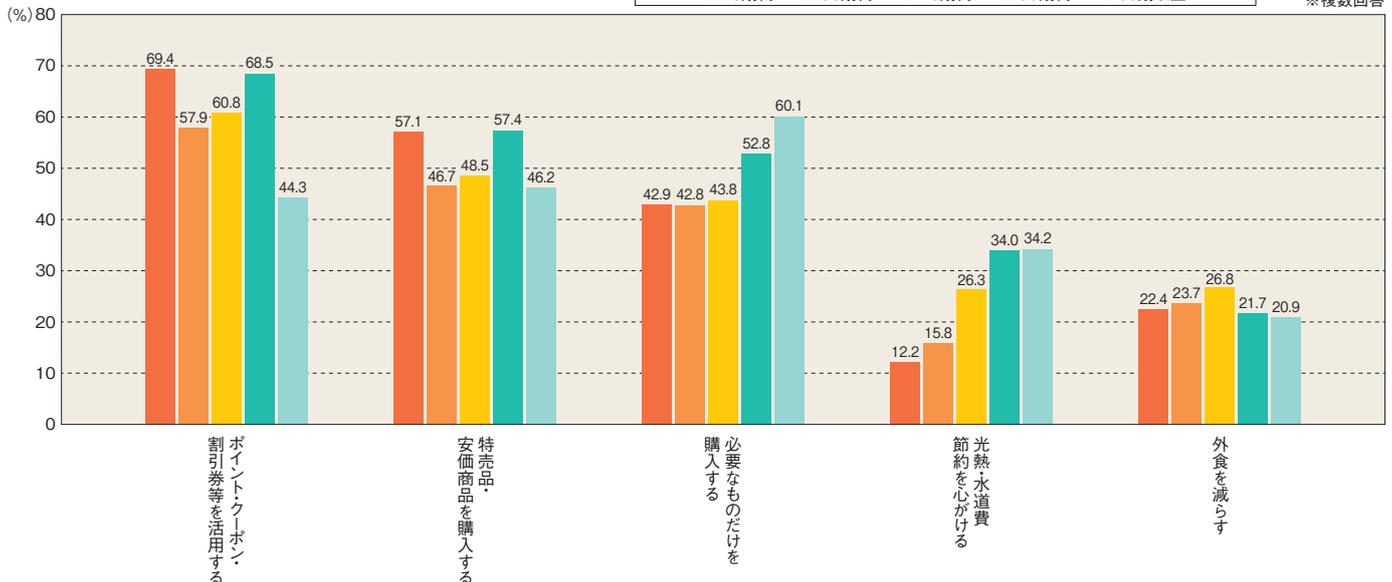
※複数回答



図表20 家計管理で工夫していること(上位5項目、年代別)

20歳代 30歳代 40歳代 50歳代 60歳以上

※複数回答



低下となり、順位を3位に落とした。また、前回16.2%で4位であった「海外旅行」は0.8%（前回差▲15.4ポイント）で、10項目（「その他」を含む）中最下位と大きくランクを下げた。

D. 家計管理の工夫について

「あなたが家計を管理する中で、工夫していることは何ですか（あてはまるものを全て選択）」と尋ねたところ、「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」が59.8%でトップであった。次いで「特売品・安価商品を購入する」が50.9%、「必要なものだけを購入する」が49.5%となった。上位3項目は前回と変わらず、回答率にも大きな変化は見られなかった（図表19）。

年代別に見ると、前回と同様に20～50歳代は「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」が、60歳以上は「必要なものだけを購入する」がそれぞれトップであった（図表20）。

E. 買物場所について

(a) 買物場所の選択基準

「あなたが買物場所を選択するにあたり、重視する点は何ですか（3つ

まで選択）」と尋ねたところ、「価格」が71.3%でトップであった。次に「品質」で51.6%、「品揃え」で49.7%となった（図表21）。上位3項目は例年と変わらない。「品質」と「品揃え」において順位が入れ替わったが、回答率に大きな増減は見られなかった。

(b) 買物場所の利用頻度

図表22は、主婦の買物場所（11業態）の利用頻度を1年間の平均利用回数に換算した結果である。

この地域のご婦人が最もよく利用する店は従来通り「スーパー」で、年間133.7回（およそ2.7日に1度の利用頻度）であった。次に、「コンビニエンスストア」で66.2回（5.5日に1度）、「ドラッグストア」で57.7回（6.3日に1度）となった。11業態のうち7業態で年間平均利用回数が前回から減少し、特に「複合型SC」は6.8回減、「コンビニエンスストア」は5.9回減と目立つ。

一方、「通信販売」は年間平均利用回数が前回から5.5回増加して21.0回（17.3日に1度）となった。年代別に見ると、とりわけ20歳代と30歳代で大きく増加している。また、「ドラッグストア

」は前回から4.5回増加して年間57.7回（6.3日に1度）となった。年代別では60歳以上の増加が突出している。

4 時事調査:「新型コロナウイルスの家庭生活への影響」について

2020年は新型コロナウイルス感染症の蔓延により、私たちの日常生活は急速な変化と対応を強いられることとなった。前述の定例調査を見ても、コロナ禍の影響がこの地域のご婦人の景況感や家計収支などに色濃く出ている。

そこで、今回の時事調査では、コロナ禍前と比べた現在の状況と、10万円の特別定額給付金の使いみち、及び「Go Toキャンペーン」の利用状況と利用意向について聞いた。

(1) コロナ禍前と比べた現在の状況

A. お店での買い物

新型コロナウイルス感染症拡大前と比べて、お店へ買い物に行く回数がどうなったか尋ねたところ、全体の52.7%が「減った」と回答した。ま

図表22 買物場所の年間平均利用回数

(単位:「利用頻度」を除く:回/年)

	スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	ディスカウントストア	通信販売	複合型SC	100円ショップ	ホームセンター	商店街	百貨店	家電量販店
全体	133.7 (▲2.7)	66.2 (▲5.9)	57.7 (4.5)	21.3 (▲1.4)	21.0 (5.5)	18.8 (▲6.8)	16.6 (0.6)	14.6 (▲0.8)	7.4 (▲0.4)	4.8 (▲1.9)	3.5 (0.0)
20歳代	91.0 (2.9)	104.2 (29.0)	43.1 (3.1)	29.3 (1.5)	41.2 (35.7)	23.6 (2.7)	18.8 (5.3)	10.1 (▲5.2)	1.7 (▲0.2)	6.6 (▲0.3)	4.4 (1.3)
30歳代	101.7 (▲2.5)	81.7 (▲21.1)	58.6 (2.5)	17.7 (▲0.8)	31.6 (19.6)	16.2 (▲12.1)	18.0 (▲0.8)	11.8 (▲14.0)	2.1 (0.8)	4.3 (▲0.5)	3.3 (▲0.4)
40歳代	143.8 (▲2.5)	69.9 (▲9.8)	71.7 (9.2)	28.4 (▲3.9)	19.8 (6.2)	19.7 (▲5.2)	18.2 (2.7)	13.6 (▲2.6)	2.9 (0.1)	3.4 (▲1.2)	4.5 (0.4)
50歳代	147.5 (11.0)	52.8 (▲7.9)	47.2 (▲3.5)	17.4 (▲4.5)	17.8 (▲1.7)	21.2 (▲8.1)	13.8 (▲1.9)	14.4 (0.8)	6.2 (▲0.8)	4.2 (▲1.5)	3.3 (0.1)
60歳以上	144.4 (▲17.0)	53.9 (0.1)	60.5 (14.3)	19.1 (5.8)	11.0 (▲6.9)	14.8 (▲4.9)	17.0 (1.8)	20.6 (12.6)	21.9 (▲0.3)	8.7 (▲2.7)	2.6 (▲0.2)
岐阜県	128.1 (▲7.7)	56.8 (▲8.8)	63.0 (4.5)	24.5 (▲2.0)	18.9 (1.8)	20.3 (▲3.8)	17.6 (2.0)	16.0 (3.1)	9.2 (3.0)	2.6 (▲1.6)	3.6 (0.1)
愛知県	142.0 (5.9)	81.1 (0.3)	52.4 (5.8)	18.6 (1.4)	25.7 (12.6)	17.7 (▲10.0)	15.4 (▲0.7)	13.1 (▲4.8)	5.1 (▲4.8)	8.4 (▲1.3)	3.6 (0.2)
専業主婦	150.5 (▲0.5)	55.1 (▲5.9)	60.8 (14.7)	25.0 (5.9)	20.2 (5.4)	20.2 (▲8.8)	15.3 (▲3.7)	16.7 (4.9)	9.5 (▲4.9)	10.7 (▲3.8)	2.5 (▲1.0)
正社員等	121.2 (▲7.3)	79.9 (▲7.9)	55.2 (1.1)	19.4 (▲1.1)	24.3 (6.6)	18.8 (▲6.0)	15.4 (1.6)	14.8 (▲5.8)	8.1 (▲0.7)	5.7 (▲1.0)	3.6 (0.4)
パート	141.8 (▲0.9)	56.1 (▲1.7)	58.5 (2.9)	23.0 (▲3.9)	18.6 (5.0)	18.6 (▲7.5)	18.3 (0.5)	13.5 (2.9)	6.1 (1.6)	2.7 (▲1.3)	3.8 (▲0.1)
利用頻度(*1)	2.7 (0.0)	5.5 (0.4)	6.3 (▲0.6)	17.1 (1.1)	17.3 (▲6.3)	19.4 (5.1)	22.0 (▲0.8)	25.0 (1.3)	49.1 (2.2)	75.4 (20.6)	103.0 (▲2.0)

(*1)「利用頻度」とは、「全体」において、それぞれの業態に訪れる間隔を日数単位で表したものを示す。スーパーであれば2.7日に1度利用するとの意味。(*2)括弧内は、前回差を示す。

た、買い物の時間についても全体の53.9%が「減った」と回答した。

買い物1回あたりの金額については、全体の58.1%が「変わらない」と回答した一方、「増えた」が29.3%となった。一定数の主婦は感染対策としてお店へ買い物に行く回数や時間を減らしつつ、まとめ買いをしている様子が見えられた。

年代別に見ると、買い物1回あたりの金額が「増えた」とする回答は、30～40歳代で3割以上となった(図表23)。

B. 通販・キャッシュレス決済

通販やネットショッピングを利用する回数について尋ねたところ、「変わらない」が全体の44.8%で最多で

あったが、「増えた」も43.1%で高い水準を示した。前述の定例調査における「買物場所の利用頻度」(図表22)でも、「通信販売」の年間平均利用回数が前回から増加している。コロナ禍により対面接触が回避できる通販やネットショッピングの需要がさらに高まったとみられる。

年代別に見ると、20～40歳代の5割以上が「増えた」と回答した。

次に、キャッシュレス決済を利用する回数については、全体の半数以上に及ぶ54.5%が「増えた」と回答した。コロナ禍でキャッシュレス決済利用が加速したとみられる。要因としては、通販やネットショッピングの利用増や現金に触れることへの抵抗感などが考えられる。

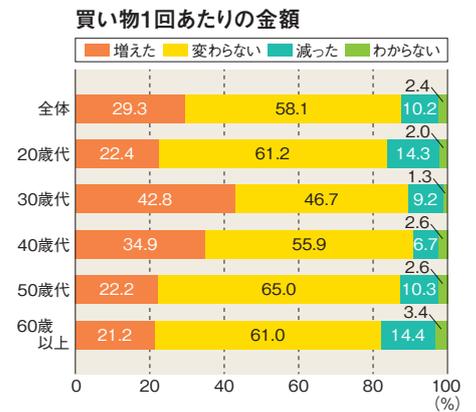
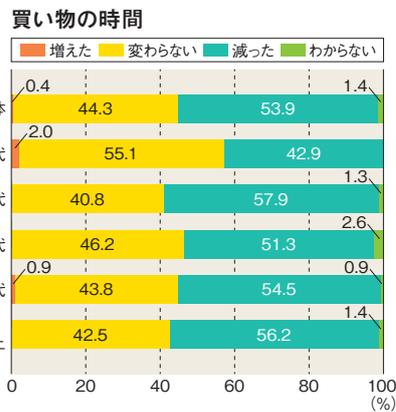
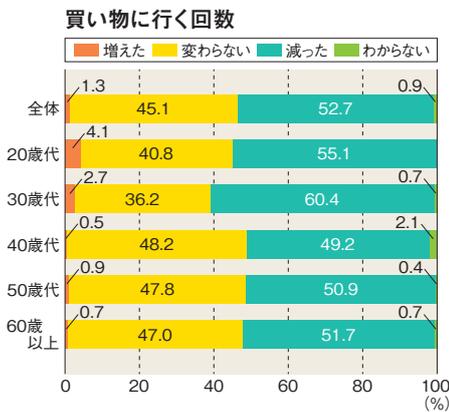
年代別に見ると、60歳以上を除く全ての年代で「増えた」が5割以上となった(図表24)。

C. 外食・テイクアウト・出前

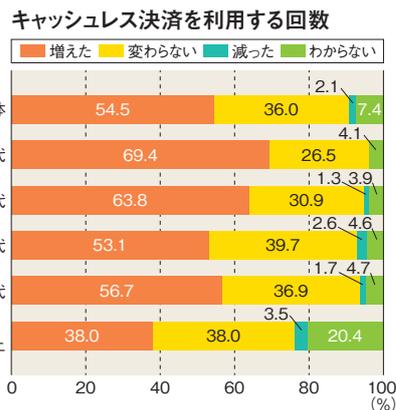
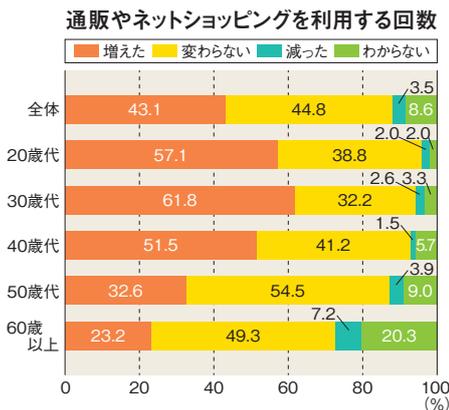
外食の回数について尋ねたところ、「減った」が全体の76.7%を占めた。前述の「支出が減った費目」(図表13)でも、「外食費」が前回から大きく上昇して2位となっており、コロナ禍で外食を避ける家庭が非常に多いことが分かる。

テイクアウトや持ち帰りを利用する回数については、全体の45.7%が「増えた」と回答した。一方、出前やデリバリーについては「増えた」が全体の12.0%にとどまっており、テイクアウトや持ち帰りほど利用が増えている

図表23 お店での買い物



図表24 通販・キャッシュレス決済



ないことが分かった。

年代別に見ると、テイクアウトや持ち帰りについて、「増えた」の回答率が最も高いのは30歳代で69.1%であった(図表25)。

D. 旅行・通院・公共交通機関

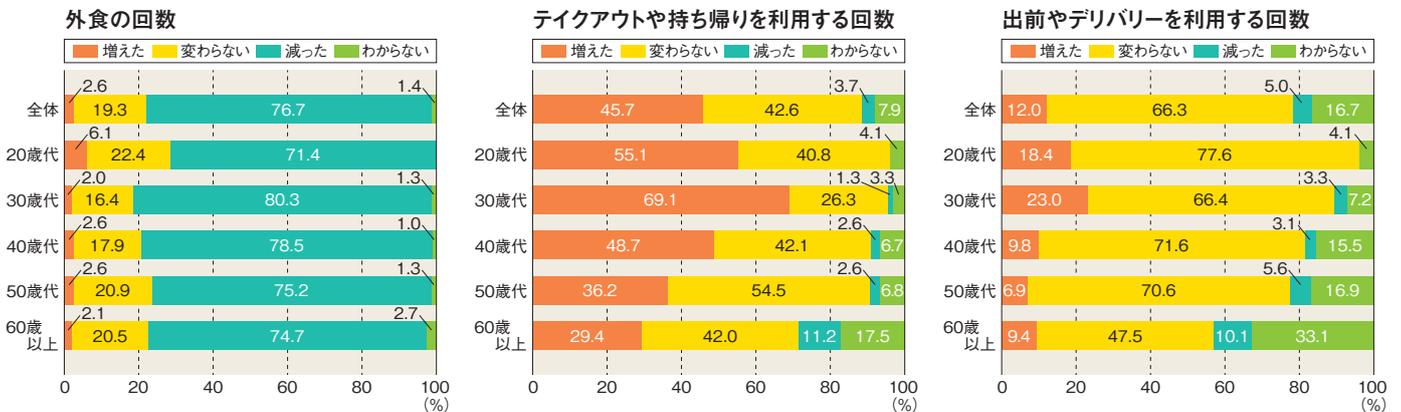
旅行(帰省を含む)する回数につ

いて尋ねたところ、「減った」が全体の82.7%に上った。「支出が減った費目」(図表13)で「レジャー費」が前から大きく上昇していることから、コロナ禍で旅行を控える家庭が圧倒的に多いことがうかがえる。

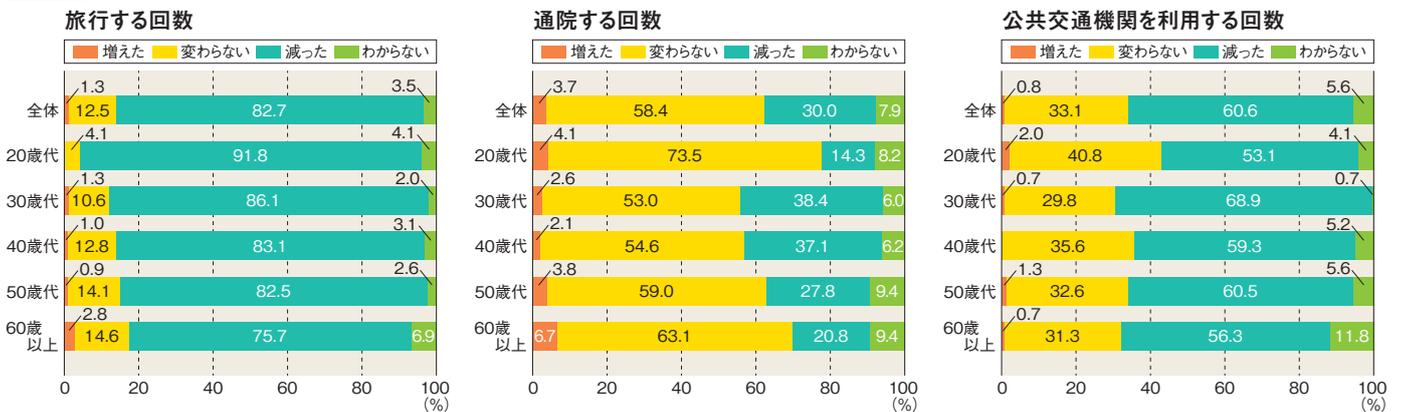
通院(定期通院を含む)する回数について尋ねたところ、58.4%が「変

わらない」とした一方、30.0%は「減った」と回答した。年代別に見ると30歳代と40歳代の3割以上が「減った」と回答した。また、図表にはないが子どもの年代別に見ると、「幼児・小学生」がいる主婦においては「減った」の回答率が40%超と特に高くなっており、若い子どもがいる家庭は特に

図表25 外食・テイクアウト・出前



図表26 旅行・通院・公共交通機関



図表27 家庭でのオンライン化対応

※複数回答(%)

	コミュニケーションツールを導入	動画・音楽配信サービスなどに加入	パソコン・タブレット端末の購入	ネット環境を調整	パソコン関連製品の購入	スマートフォンの購入	その他	特にしていない
全体	17.4	15.8	10.7	8.9	4.8	3.9	0.5	60.9
20歳代	27.1	22.9	2.1	4.2	2.1	2.1	0.0	54.2
30歳代	23.8	13.2	8.6	9.9	6.0	0.7	0.0	54.3
40歳代	31.4	20.6	22.7	10.8	9.8	4.6	1.0	45.9
50歳代	9.1	15.9	6.5	9.9	2.6	3.0	0.9	69.0
60歳以上	2.1	9.1	6.3	4.9	1.4	8.4	0.0	77.6

通院が減少する傾向にあることがうかがえる。

公共交通機関を利用する回数について尋ねたところ、「減った」が全体の60.6%を占めた。要因としては外出自粛や旅行の減少、不特定多数が乗り合わせることによる感染懸念などが考えられる(図表26)。

(2)家庭でのオンライン化対応

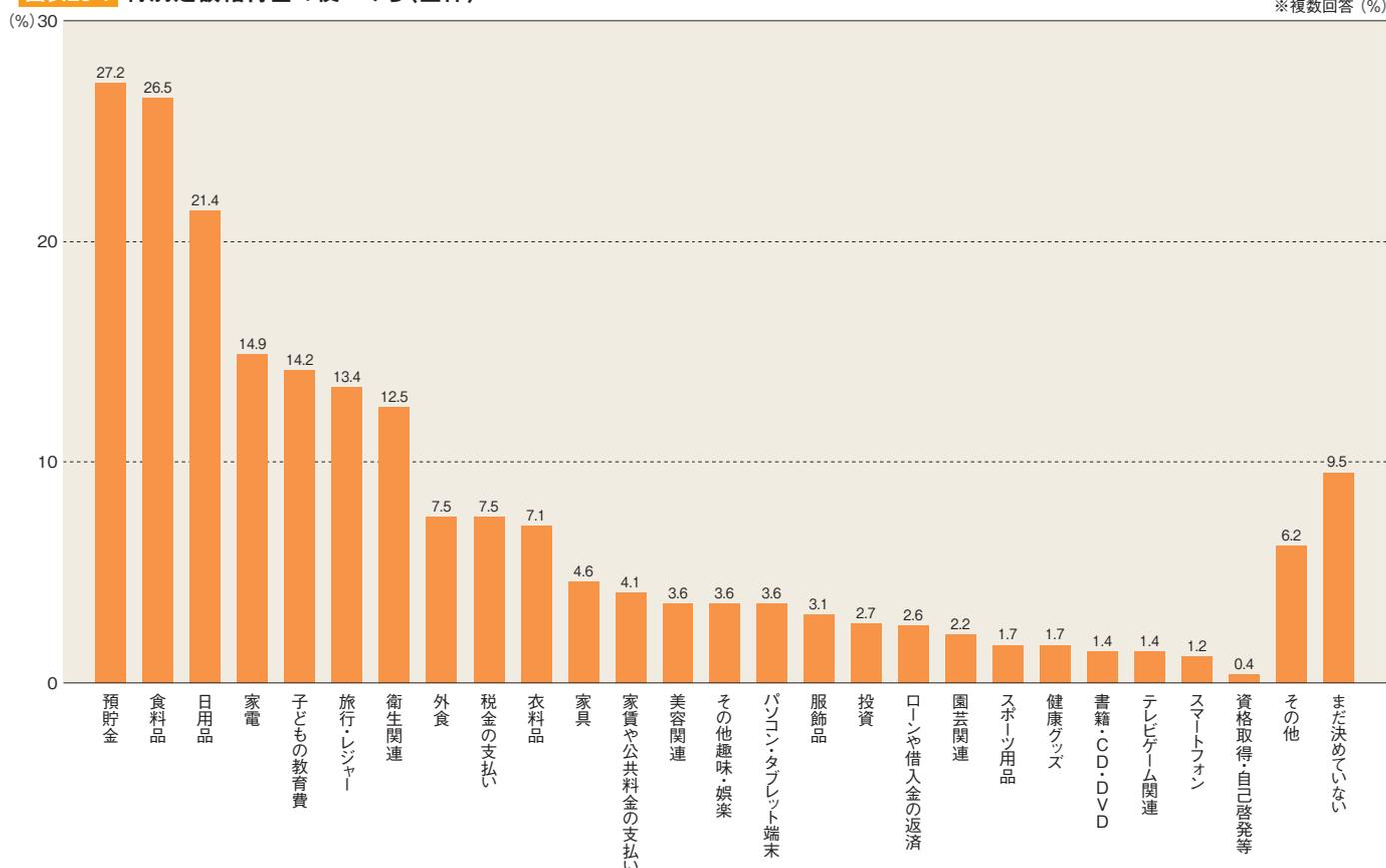
新型コロナウイルス感染症拡大を受けて、日常生活や仕事、学校教育などの場でオンライン化の動きが広がっている。

そこで、コロナ禍をきっかけとした家庭でのオンライン化対応について

尋ねたところ、全体の60.9%が「特にしていない」と回答した。一方、「コミュニケーションツール(Zoomなど)を導入」が17.4%、次いで「動画・音楽配信サービスなどに加入」が15.8%となった。

年代別に見ると、20~40歳代で「コミュニケーションツールを導入」の

図表28-1 特別定額給付金の使いみち(全体)



図表28-2 特別定額給付金の使いみち(上位7項目、年代別)

	全体	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
1位	預貯金 (27.2)	食料品 (28.6)	預貯金 (37.7)	預貯金 (28.5)	食料品 (26.2)	食料品 (31.1)
2位	食料品 (26.5)	預貯金 (24.5)	食料品 (19.9)	食料品 (28.0) 子どもの教育費	預貯金 (24.5) 日用品	預貯金 (19.9)
3位	日用品 (21.4)	外食 (20.4)	日用品 (18.5)			日用品 (19.2)
4位	家電 (14.9)	日用品 (18.4)	旅行・レジャー (15.9)	日用品 (22.3)	家電 (13.7)	旅行・レジャー (14.6)
5位	子どもの教育費 (14.2)	旅行・レジャー (14.3)	子どもの教育費 (14.6)	家電 (19.7)	子どもの教育費 (13.3) 衛生関連	家電 (13.2)
6位	旅行・レジャー (13.4)	美容関連 (12.2) 投資	家電 (13.9)	旅行・レジャー (12.4)		衛生関連 (12.6)
7位	衛生関連 (12.5)		衛生関連 (13.2)	衛生関連 (11.9)	旅行・レジャー (11.6)	衣料品 (9.9)

回答率が高い。また、40歳以上で「パソコン・タブレット端末の購入」の回答率が特に高くなっている(図表27)。

(3) 特別定額給付金の使いみち

2020年4月に「新型コロナウイルス感染症緊急経済対策」が閣議決定し、1人あたり10万円の特別定額給付金が支給されることとなった。

そこで、この特別定額給付金10万円の使いみち(予定・希望を含む)について尋ねたところ、全体では「預貯金」が27.2%でトップ、次いで「食料品」(26.5%)、「日用品」(21.4%)となった。この地域の主婦は、特別定額

給付金を主に貯蓄や生活関連の費用に充てたことが分かる(図表28-1)。

年代別に見ると、全ての年代で「預貯金」と「食料品」が1位と2位を占める結果となった。特に30歳代は「預貯金」が37.7%と突出している。

また、「子どもの教育費」は特に40歳代の回答率が全体と比べて高く、「食料品」と並んで2位となっている。定例調査の「支出が増えた費目」を見ると、40歳代の「教育費」の回答率は例年5割程度と他の年代に比べても高い傾向にある。40歳代を中心とした子育て世代は、特別定額給付金を子どもの教育関連費用に充てたことがうかがえる(図表28-2)。

(4) Go Toキャンペーンの利用状況と利用意向

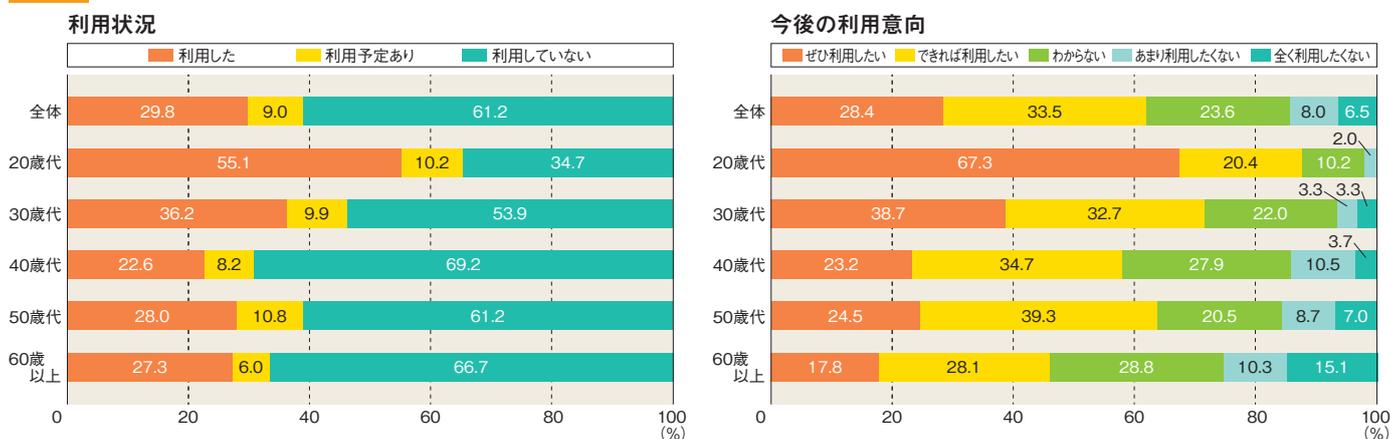
「Go Toキャンペーン」は、コロナ禍で打撃を受けた観光や飲食等の事業者を支援するための、国による需要喚起策である。そのうち「Go Toトラベル」は国内旅行の、「Go Toイート」は店内での飲食の料金の一部を国が負担するため、通常よりもお得になる。

そこで、Go Toトラベル及びGo Toイートの利用状況と、今後の利用意向について聞いた。

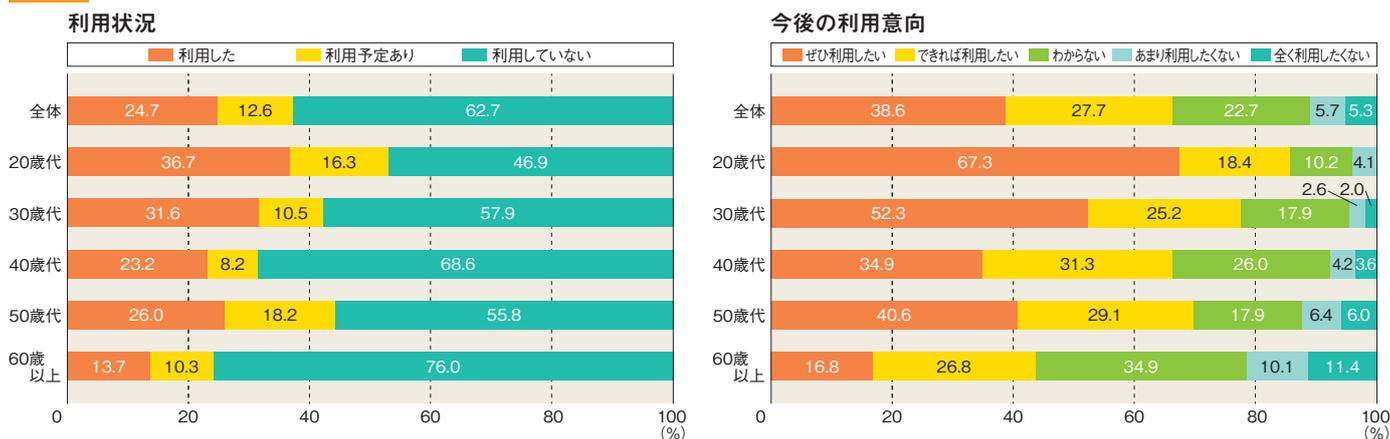
A. Go Toトラベル

Go Toトラベルの利用状況について尋ねたところ、「利用した」が29.8%、

図表29 Go Toトラベル



図表30 Go Toイート



「利用したことはないが、利用予定がある」が9.0%、「利用していない」が61.2%であった。調査を実施した11月時点で、3割以上の主婦がGo Toトラベルを利用した、または利用予定であることが分かった。年代別に見ると、「利用した」の回答率は20歳代が最も高かった。

次に今後の利用意向について尋ねたところ、「ぜひ利用したい」が28.4%、「できれば利用したい」が33.5%であった。「利用したい」（「ぜひ利用したい」+「できれば利用したい」）の割合が6割以上となり、この地域的主婦は調査時点でGo Toトラベルの利用に非常に前向きであることがうかがえた。

年代別に見ると、20～50歳代の5割以上が「利用したい」と回答した一方、60歳以上では4割程度となっており、高齢層はGo Toトラベルの利用にあまり積極的でないことがうかがえる（図表29）。

B. Go Toイート

Go Toイートの利用状況について尋ねたところ、「利用した」が24.7%、「利用したことはないが、利用予定がある」が12.6%、「利用していない」が62.7%であった。Go Toイートについても、調査を実施した11月時点で3割以上が利用した、または利用予定であることが分かった。年代別に見ると、「利用した」の回答率は20歳代が最も高かった。

次に今後の利用意向について尋ねたところ、「ぜひ利用したい」が38.6%、「できれば利用したい」が27.7%であった。「利用したい」の割

合は6割以上となり、Go Toイートについても、この地域の主婦の利用意向は非常に強いことがうかがえた。また、Go Toトラベルと比較すると、Go Toイートのほうが「ぜひ利用したい」の回答率が10ポイント以上高く、トラベルよりも利用意向が強いことが分かる。

年代別に見ると、20～50歳代の6割以上が「利用したい」と回答した一方、60歳以上では4割程度と全体に比べて低く、Go Toイートについても高齢層は利用にあまり積極的でないことが分かる（図表30）。

5 おわりに

今回の調査結果から明らかになった主婦の消費行動、及び新型コロナウイルスの家庭生活への影響について、以下の3点にまとめた。

第1に、主婦の景況感は、新型コロナウイルス感染症拡大を背景に、大幅に悪化していることが分かった。主婦の景況D.I.は40.5ポイント低下し、リーマン・ショックがあった2008年調査以来の低水準となった。

第2に、コロナ禍の影響が家計支出に顕著に表れた。具体的には、マスクや消毒液など衛生用品への支出が大幅に増加した。また、外出自粛に伴う在宅時間の増加で電気代なども増えた。一方、感染リスクが高いとされる旅行や外食などサービス消費への支出は大きく減少した。ただし、コロナ禍によって全体の家計支出が大きく増減した様子はなく、消費意欲の変化も見受けられなかった。

第3に、新型コロナウイルス感染症拡大による家庭生活への影響についてまとめたい。

今回の調査結果から、この地域の主婦の生活様式や消費行動は、コロナ禍前後で著しく変化したことが見て取れた。具体的には、感染リスク回避のために外食や旅行、公共交通機関の利用が大幅に減少した。また、お店へ買い物に行く回数や時間も減った。反対に、人との接触を避けることのできる通販やネットショッピング、キャッシュレス決済、テイクアウトや持ち帰りなどについては利用が増加した。

国による家計支援策である10万円の特別定額給付金については、貯蓄に回したり、生活を維持するための費用に充てた主婦が多かった。また、旅行や外食がお得になるGo Toキャンペーンについては、トラベル・イートともに6割以上が「利用したい」と回答し、利用意向は非常に強いことが分かった。

新型コロナウイルス感染症は2021年に入ってもなお拡大を続けている。このまま長引けば、本調査で得られた以上の景況感悪化や家計収入のさらなる減少、消費活動の停滞は避けられないだろう。コロナ禍の一刻も早い収束を願うばかりである。

（注）新型コロナウイルス感染症の再拡大に伴い、Go Toトラベルは全国で当面の間停止、Go Toイートも各自治体の判断で一時的に食事券の発券停止等の対応がなされることとなった（3月8日時点）。

（2021.3.8）

OKB総研 調査部 梅木 風香