

地方経済情報 Weekly No.314

コロナ禍における消費の行方 ～ウィズコロナと向き合う～

1. 消費支出の状況

総務省の家計調査における全国の名目消費支出（3か月後方移動平均）について、コロナ禍前の2019年と比較すると、コロナ禍の2020年以降は100%を一度も超えていません(図表1)。コロナの感染状況によって消費支出は変動していますが、消費支出の実額から見ると全体としては、コロナ禍の収束が見えない中で、財布の紐は緩まず、消費に力強さがありません。

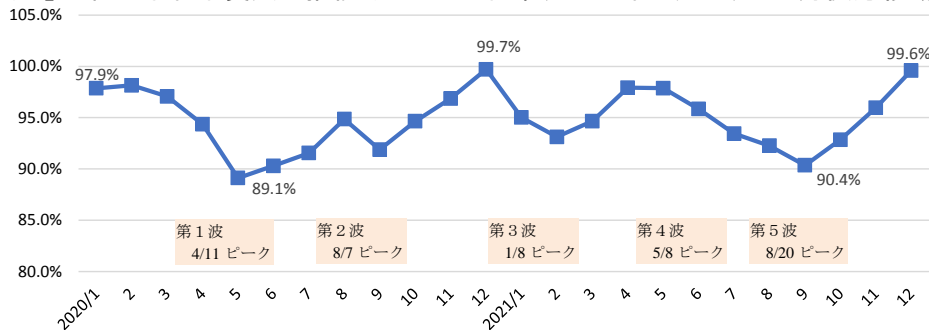
2. 消費行動の変化

消費支出が、コロナ禍前に戻らないなか、インターネット経由の購入金額は伸長しています(図表2)。コロナ禍が契機となり、ネット経由の購入が感染防止を目的としたステイホームなどの観点からも選択され、さらに加速されているものと思われます。

3. ウィズコロナの消費の行方

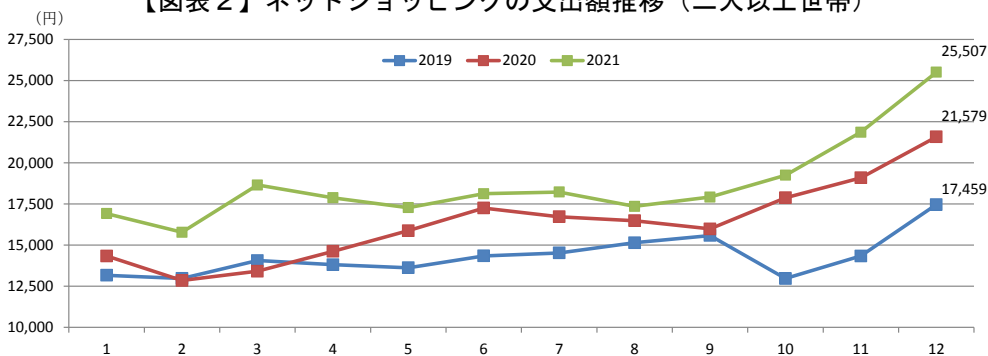
コロナ禍2年を経過し、感染対策や感染防止行動も、これまでの経験や科学的な知見の蓄積により、対策を講じたうえで自由度の拡大が期待されます。現状はネットの支出額が増加していますが、一方でリアルへの渴望もあります。コロナ禍の不可逆的な変化において事業者は、消費者が求めている価値観を的確に捉え、多様化していく市場への対応が求められています。

【図表1】全国の名目消費支出推移（二人以上世帯、2019年同月比、3か月後方移動平均）



資料：総務省「家計調査」より

【図表2】ネットショッピングの支出額推移（二人以上世帯）



資料：総務省「家計消費状況調査」より