

TDB-CAREE 消費者心理調査速報 (2020年7月度)

一橋大学経済学研究科 帝国データバンク企業・経済高度実証研究センター (TDB-CAREE)

2020年8月4日



目次

・ 調査趣旨	・ ・ ・ ・ ・ p. 3
・ 調査方法	・ ・ ・ ・ ・ p. 4
・ 調査結果	
1. 世帯としての消費実態	・ ・ ・ ・ ・ p. 5
2. リスクに関する価値観	・ ・ ・ ・ ・ p. 8
3. 外出自粛に関する考え	・ ・ ・ ・ ・ p. 12
4. 行動実態および行動に関する意識	・ ・ ・ ・ ・ p. 15
5. 健康に関する意識	・ ・ ・ ・ ・ p. 18
6. 購買に関する意識	・ ・ ・ ・ ・ p. 22
・ まとめ	・ ・ ・ ・ ・ p. 27
・ 回答者属性	・ ・ ・ ・ ・ p. 28

調査趣旨

- ・ 【目的】

- 新型コロナウイルス（COVID-19）感染症に伴う消費行動の変化の追跡

- ・ 【特色】

- 消費者行動の変化に関わると期待される、リスク態度や不確実性の知覚も調査項目としています。これにより、消費者の行動とCOVID-19への感染リスクに対する不安との関係を捕捉します
- 国内経済への不安が消費者の自国製品購買意図とどのように関係し、変化していくのかを捕捉します
 - 存在脅威管理論(Terror management theory)では、死の恐怖の顕在化が、人々の自民族中心主義(Ethnocentrism)が強めることが論じられていることを背景としています
- 2021年3月まで月次で調査を実施することで、将来的な政治・制度変更といった構造変化に伴い、リスク態度や不確実性への近くがどのように変化し、そしてそれがどう消費に影響を与えるのかについて分析します

調査方法

- ・ 【調査主体】
 - 一橋大学経済学研究科 帝国データバンク企業・経済高度実証研究センター (TDB-CAREE)
- ・ 【調査委託先】
 - 株式会社マクロミル
- ・ 【調査方法】
 - インターネット調査
- ・ 【回答者数】
 - 3,741人 (うち初回調査回答者：3,459人)
- ・ 【調査時期】
 - 2020年7月17日～27日
- ・ 【特記事項】
 - 回答者数は都道府県で均等になるよう割り付けています¹
 - 調査では、目標回答社数を3,600人と設定したうえで、都道府県ごとに6%上乗せた回答数を収集しています。その上で、マクロミル社により都道府県ごとに不正と思われる回答を2%除去しています

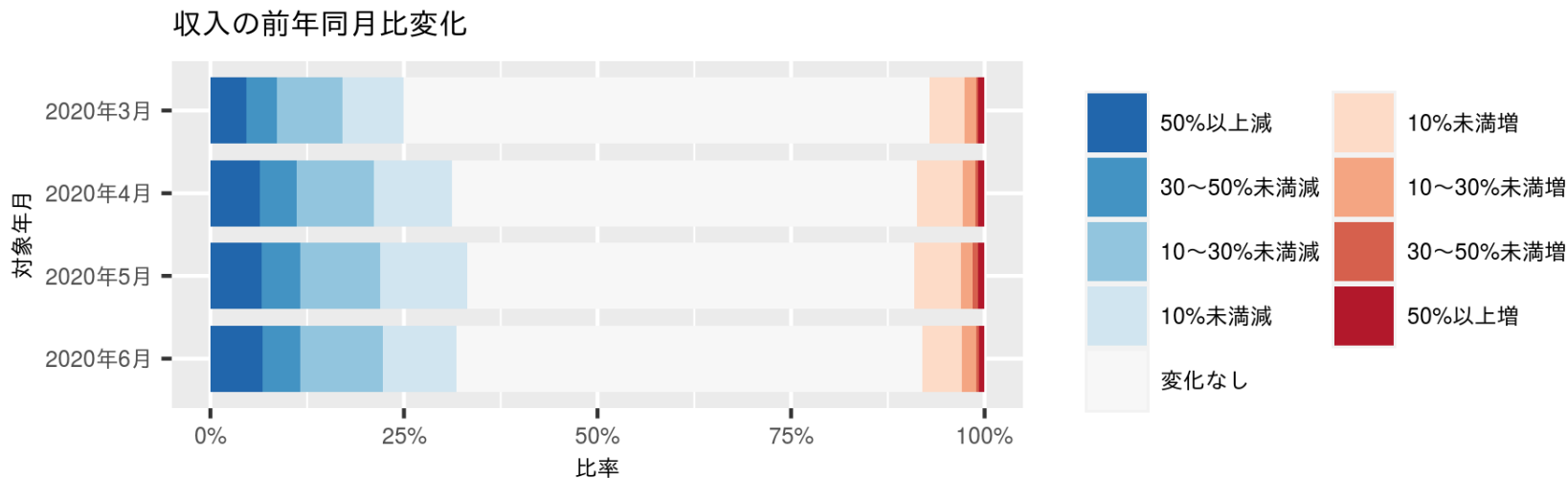
¹ したがって、地域別の回答者数は地域の人口比を反映しておらず、人口集中地域の結果が過少に、それ以外の地域の結果が過大に現れている可能性があります

調査結果 1

世帯としての消費実態

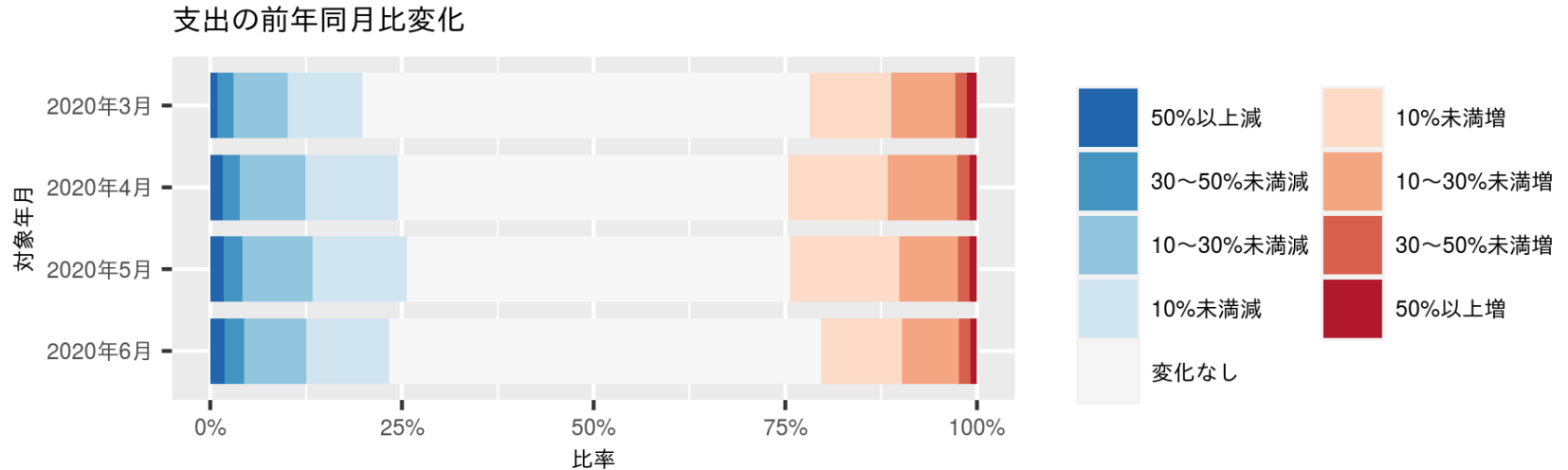
収入の減少傾向は頭打ちとなっている

- ・ 収入が前年同月比減少と答えた比率は直近3ヶ月で 31.1%（2020年4月）、33.2%（2020年5月）、31.8%（2020年6月）と頭打ちとなった
- ・ 収入が前年同月比増加と答えた比率は直近3ヶ月で 8.8%（2020年4月）、9.2%（2020年5月）、8.1%（2020年6月）と頭打ちとなった



支出の増減については二極化している

- 支出が前年同月比減少と答えた比率は直近3ヶ月で **24.4%**（2020年4月）、**25.6%**（2020年5月）、**23.3%**（2020年6月）と頭打ちとなった
- 増加と答えた比率も頭打ちとなった

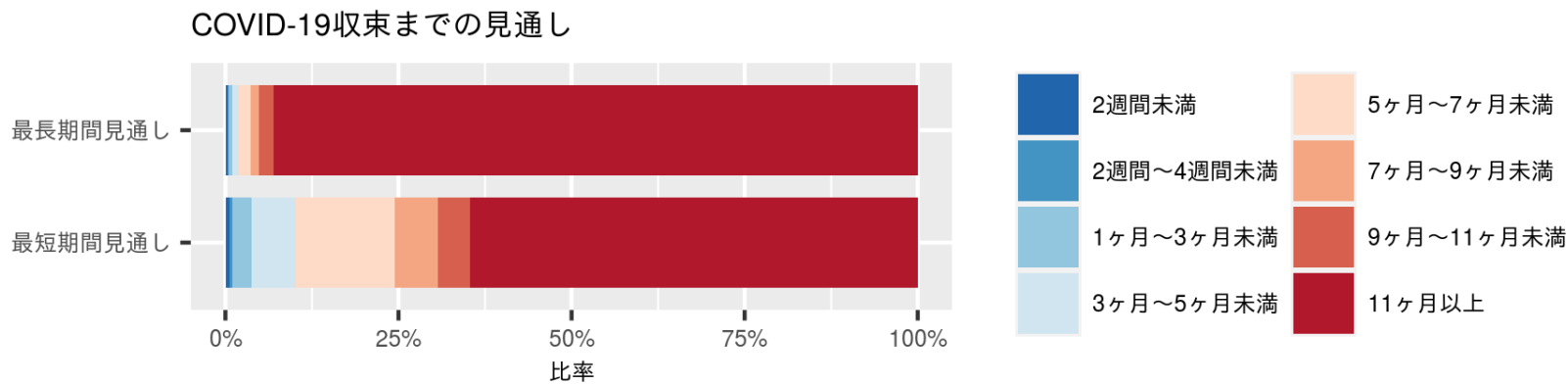


調査結果 2

リスクに関する価値観

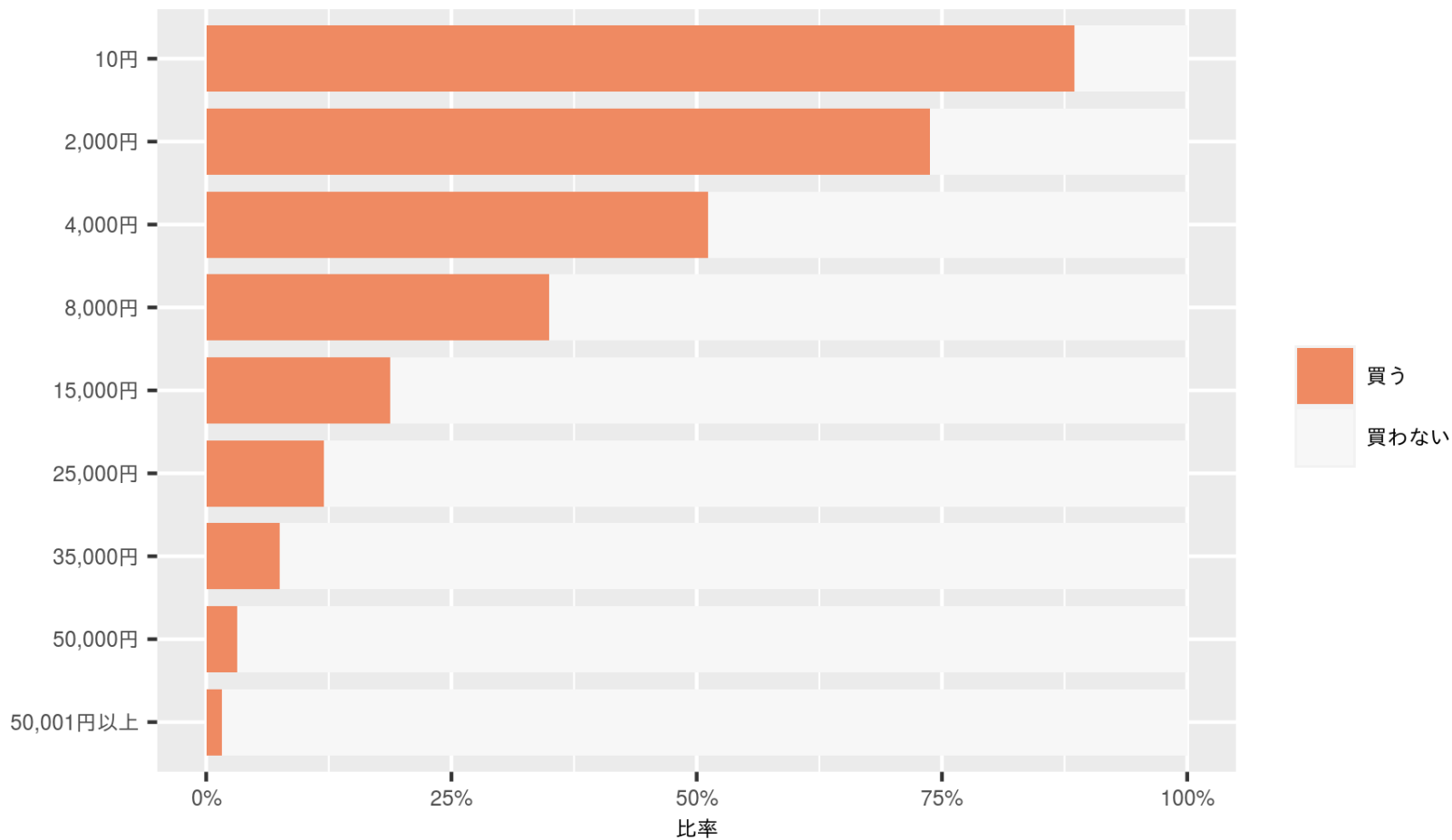
COVID-19の収束見通しは11ヶ月以上が最多

- ・ 最短見通し・最長見通しともに11ヶ月以上が最多
- ・ 最長見通しでは**93.1%**が11ヶ月以上と回答しており，多くが長期的な流行を予想している



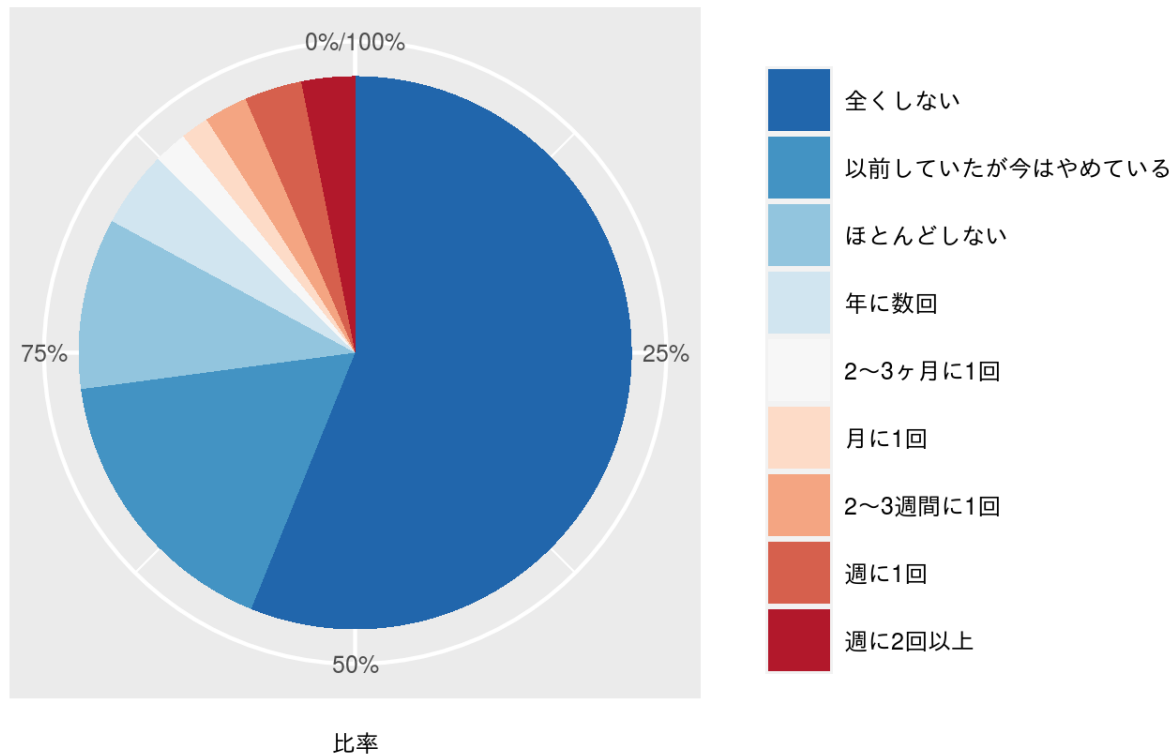
リスクを回避する傾向が多数を占める (1/2)

50%の確率で10万円当るくじの買値



リスクを回避する傾向が多数を占める (2/2)

ギャンブル性向

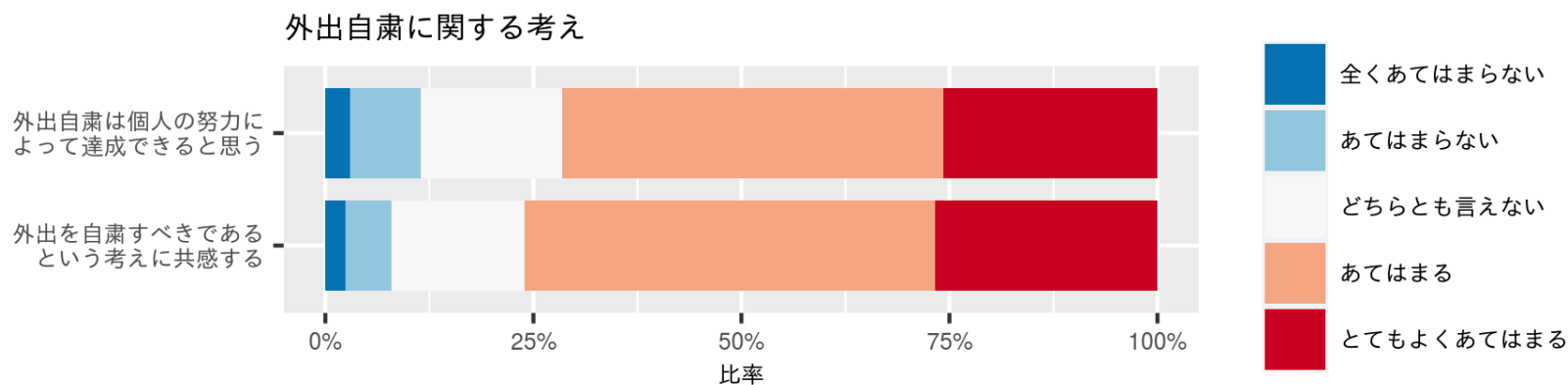


調査結果 3

外出自粛に関する考え

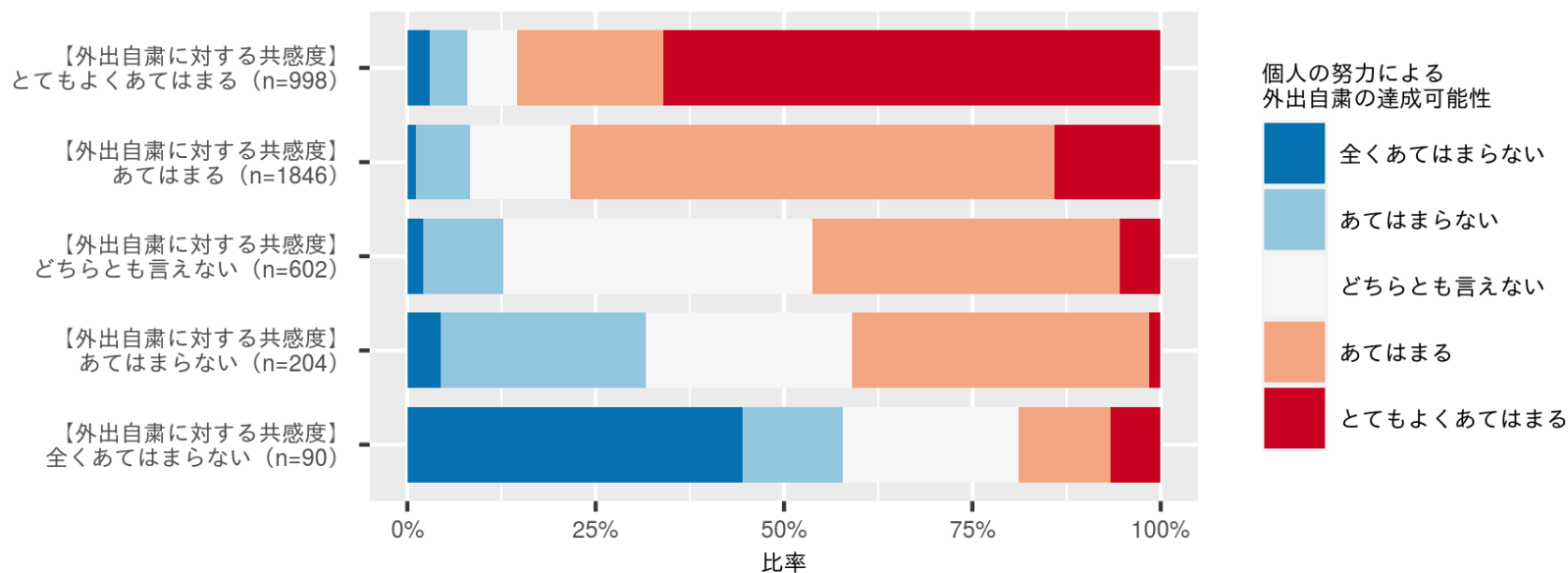
外出自粛には共感が多く、個人の努力で達成可能との意見が多い

- ・ 回答者の**76.0%**が外出自粛への共感を示している
- ・ 回答者の**71.6%**が外出自粛は個人の努力で達成可能だと考えている



外出自粛は個人の努力で達成可能という考えは、外出自粛に共感が強い人の方が多い

外出自粛に対する共感度ごとの
個人の努力による外出自粛の達成可能性

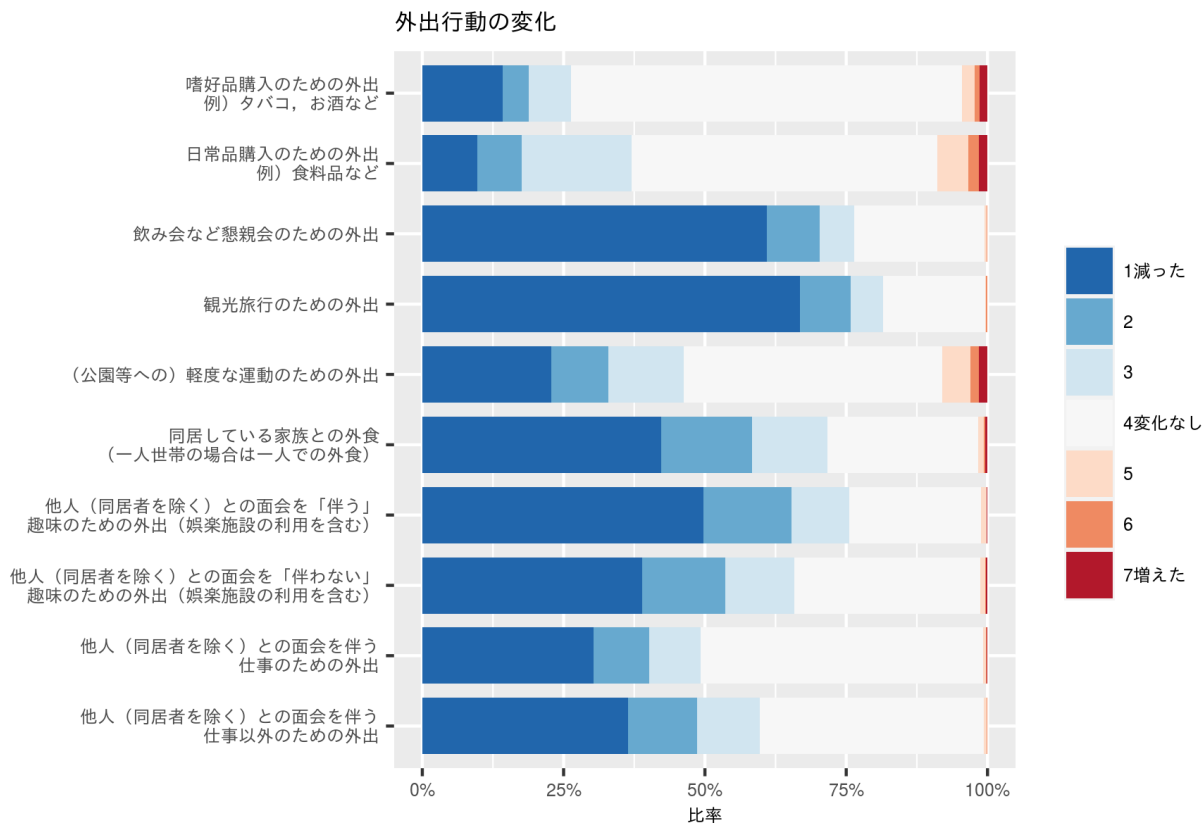


調査結果 4

行動実態および行動に関する意識

5月の外出行動は前年比で減少

- ・ 嗜好品や日用品購入のための外出は減少度が低い
- ・ 観光旅行や飲み会・懇親会のための外出は減少度が高い
- ・ 「他人との面会を伴わない趣味のための外出」であっても外出頻度は減少
- ・ 不要不急の外出を判断して行動しているものの、必需品の調達目的の外出でも頻度は減少傾向であることがうかがえる

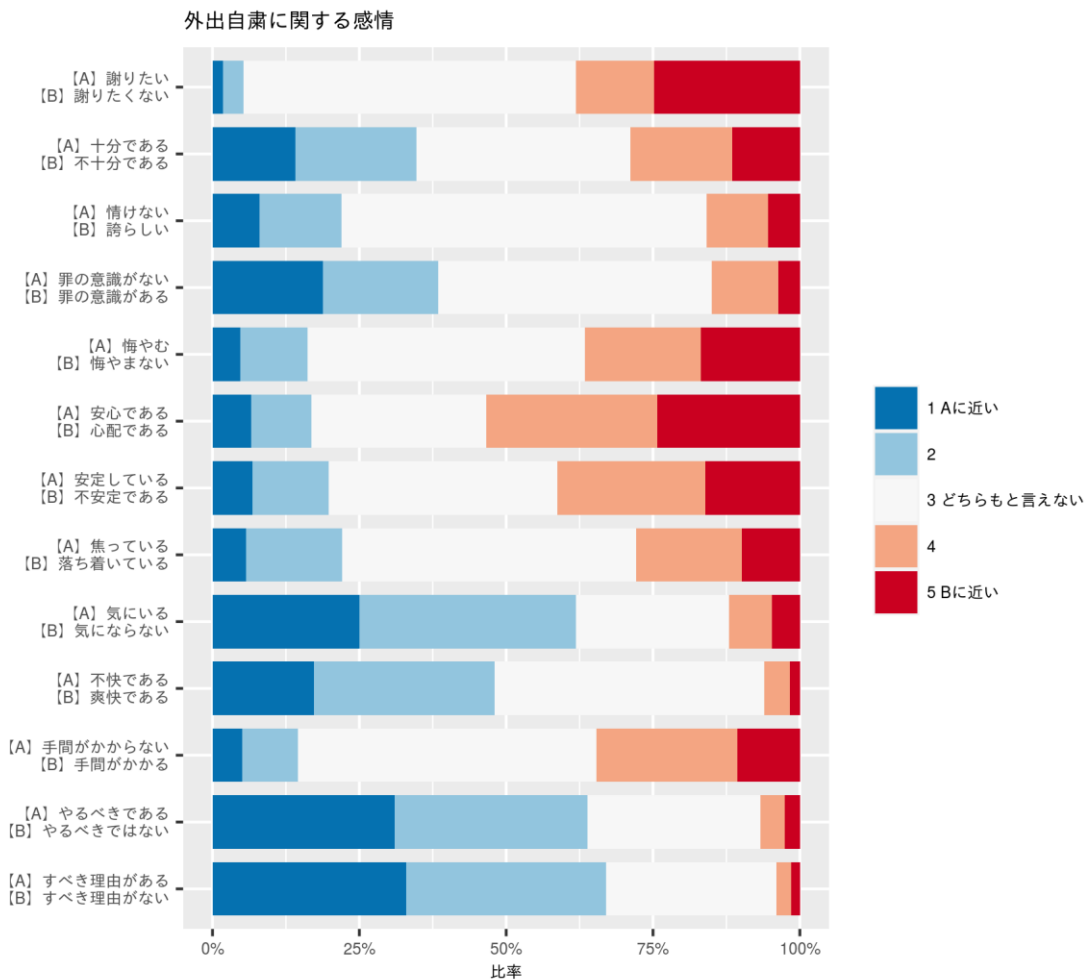


外出の自粛に関してはポジティブな感情とネガティブな感情が混在している

- ・ ポジティブな感情の回答数がネガティブな感情の回答数を上回った項目数は全13項目のうち7項目
- ・ ネガティブな感情の回答数がポジティブな感情の回答数を上回った項目は

- 「情けない」
- 「心配」
- 「不安定性」
- 「気になる」
- 「不快感」
- 「手間」

の6項目



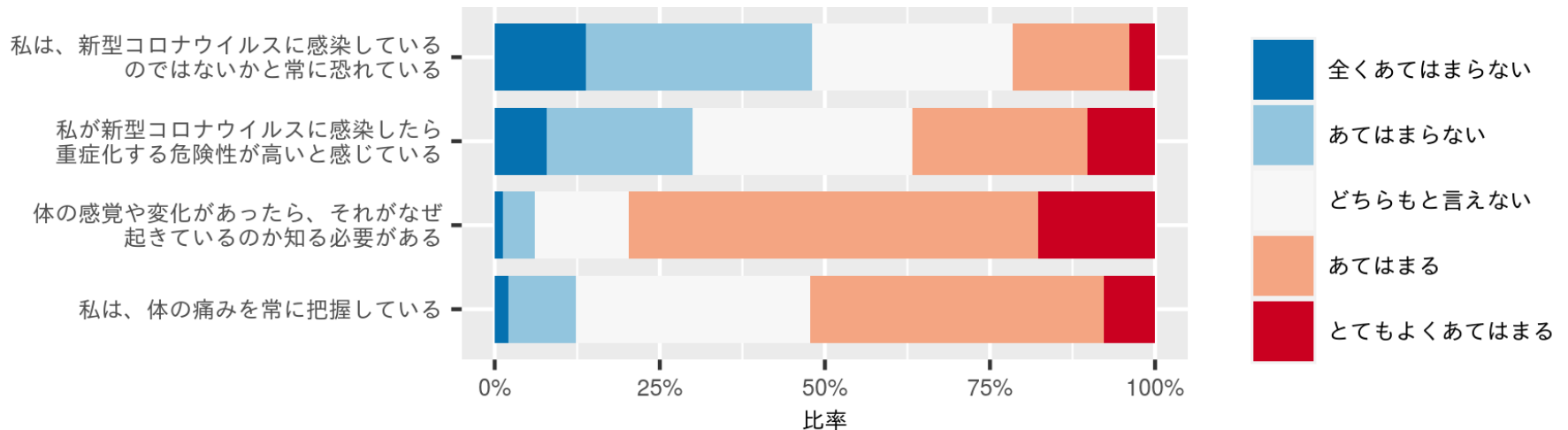
調査結果 5

健康に関する意識

COVID-19に関しては、重症化リスクのほうが、感染可能性リスクよりも強い

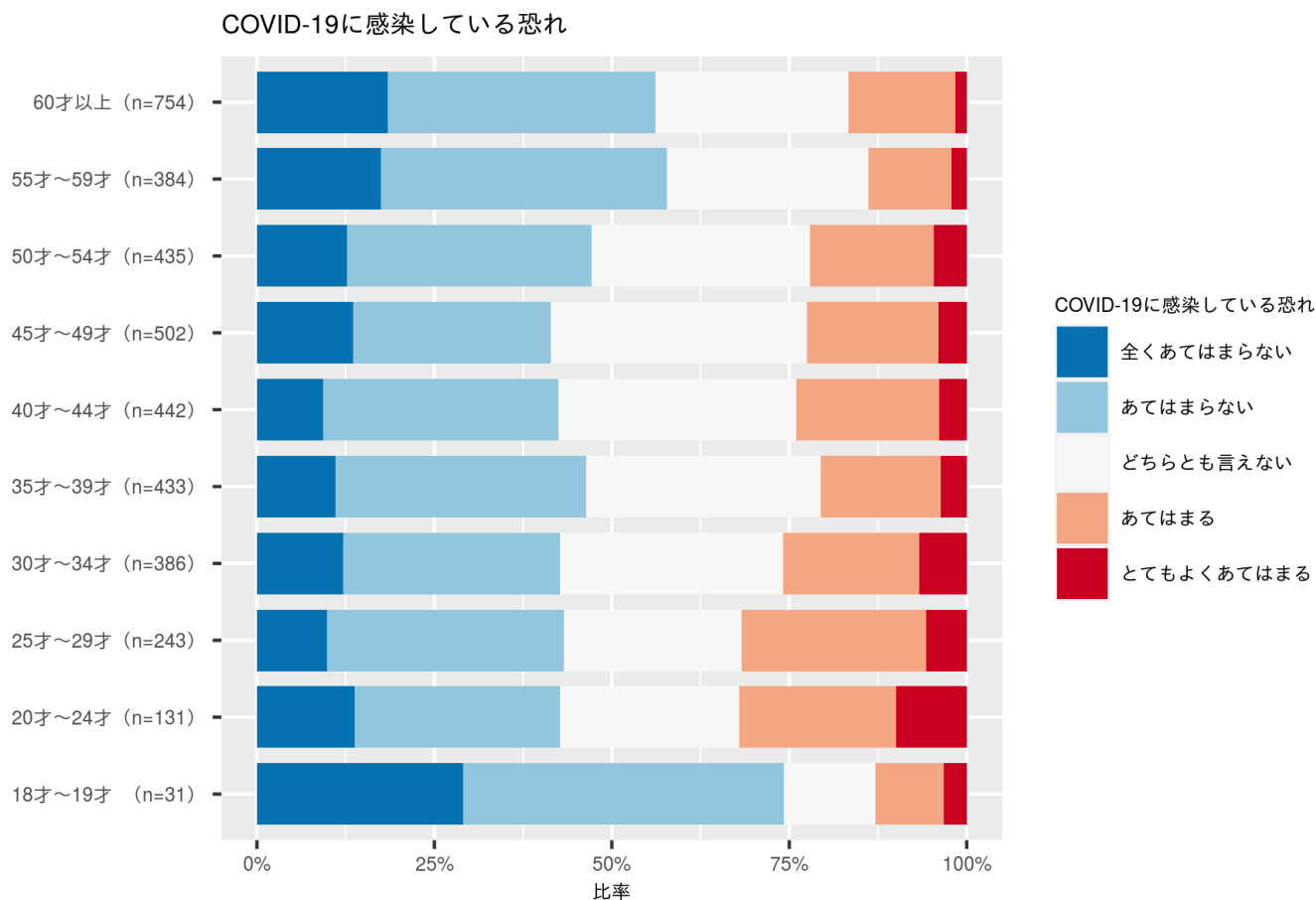
- ・ 体の感覚の変化を知る必要があるに「あてはまる」・「とてもよくあてはまる」と答えた回答は**79.8%**
- ・ 体の痛みを把握しているに「あてはまる」・「とてもよくあてはまる」と答えた回答は**52.2%**
- ・ COVID-19に対する感染恐怖・重症化恐怖に肯定的な回答をした割合はそれぞれはそれぞれ**21.5%、36.8%**

健康に関する意識



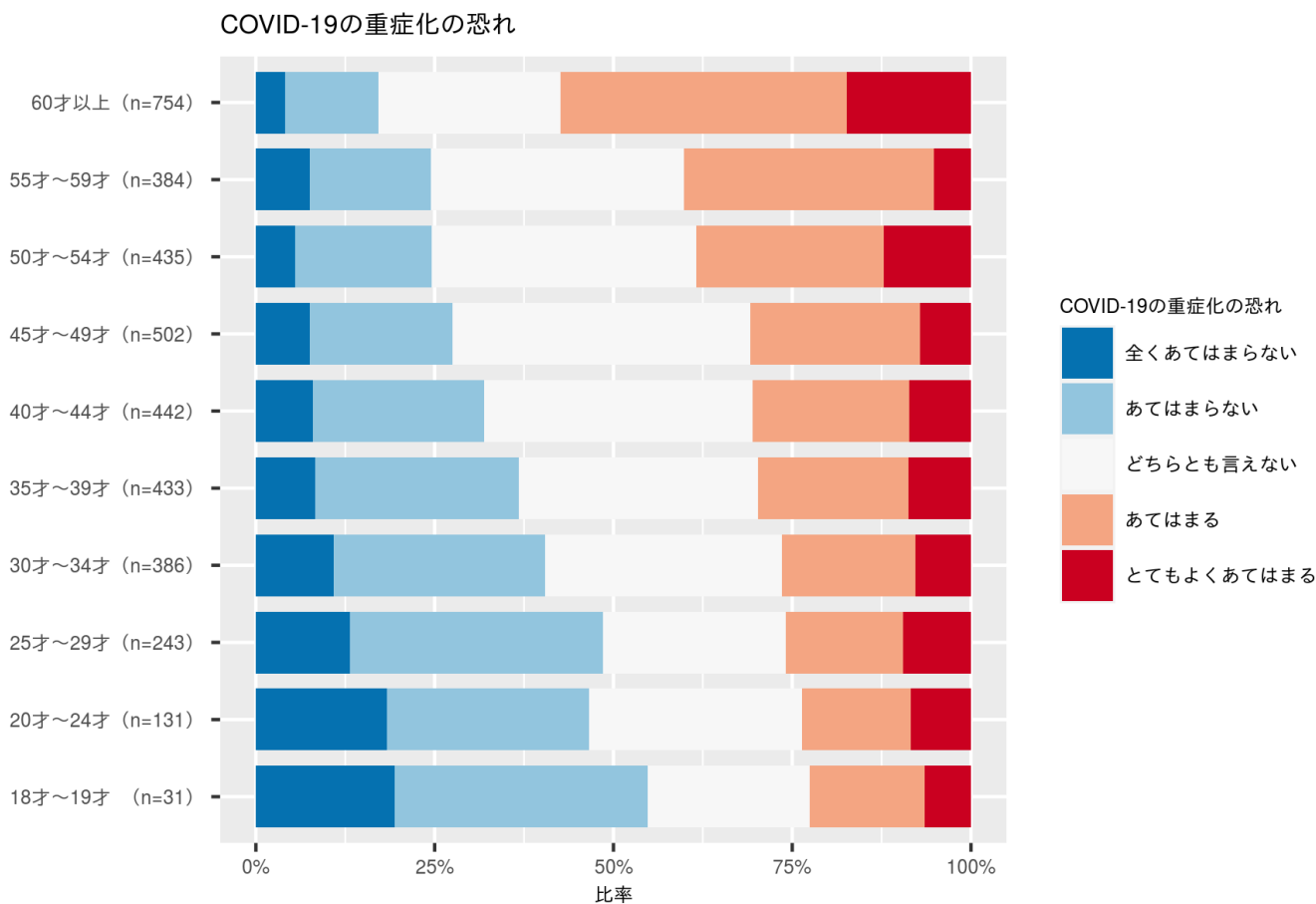
年代別ではCOVID-19に関する感染リスクへの意識は20才～24才がピーク

- COVID-19に対する感染恐怖に肯定的な回答をした割合が最も高かったのは「20才～24才」の世代であり、**32.0%**。また、**2**番目に高かったのは「25才～29才」の世代であり、**31.7%**
- 25才以降は、35才～39才の世代を除き、年齢区分が高まるごとに、肯定的な回答の割合は減少の傾向を示し、「55才～59才」の世代で**13.8%**となる。



年代別ではCOVID-19に関する重症化リスクへの意識は年齢とともに増加する傾向

- COVID-19に感染した場合の重症化の恐怖に肯定的な回答をした割合が最も高かったのは「60才以上」の世代であり、57.5%
- 最も重症化リスクへの意識の低い年代である「20才～24才」の世代でも、23.7%の回答者が重症化の恐怖に肯定的な回答をしている

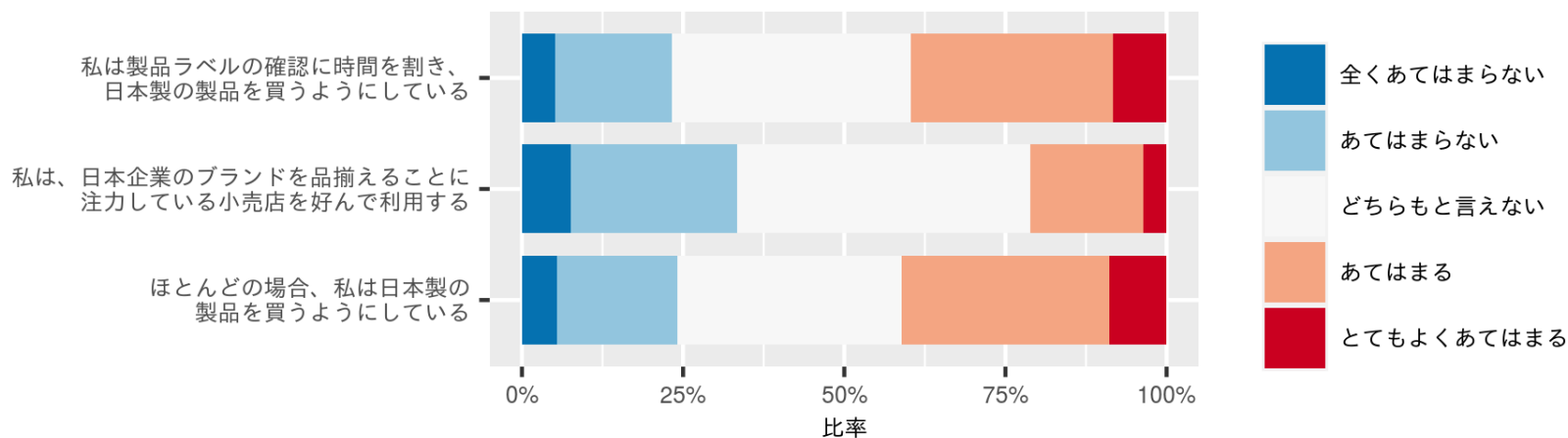


調査結果 6

購買に関する意識

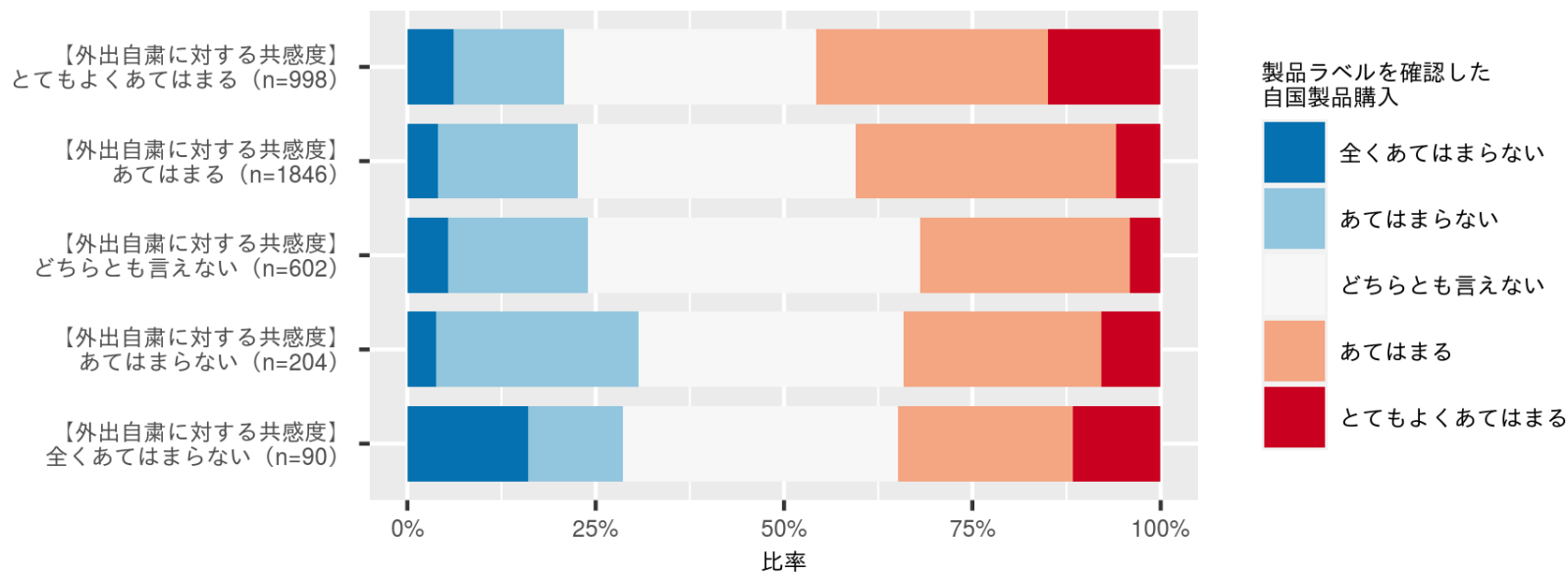
自国製品の購買意識を持つ者は全体の20～40%

自国製品購入に関する意識



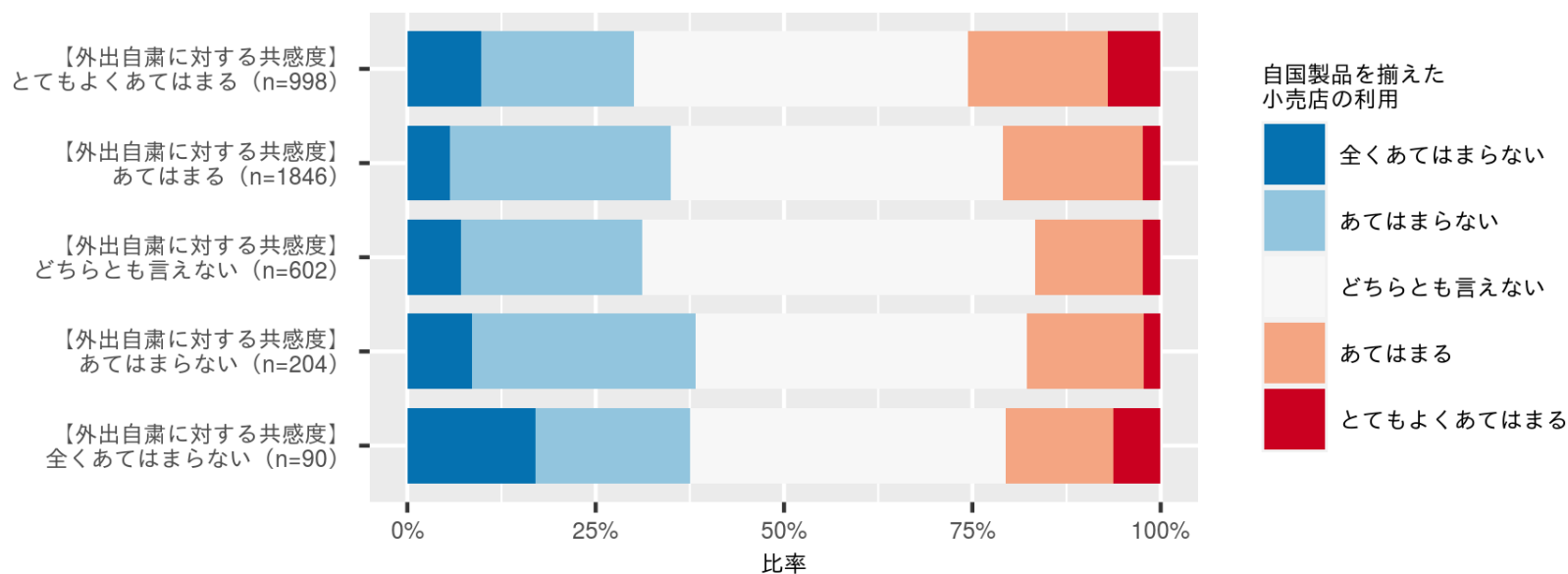
外出自粛に共感する意識がもっとも高い回答群で、自国製品の購買意識がもっとも高い (1/3)

外出自粛に対する共感度ごとの
製品ラベルを確認した自国製品購入



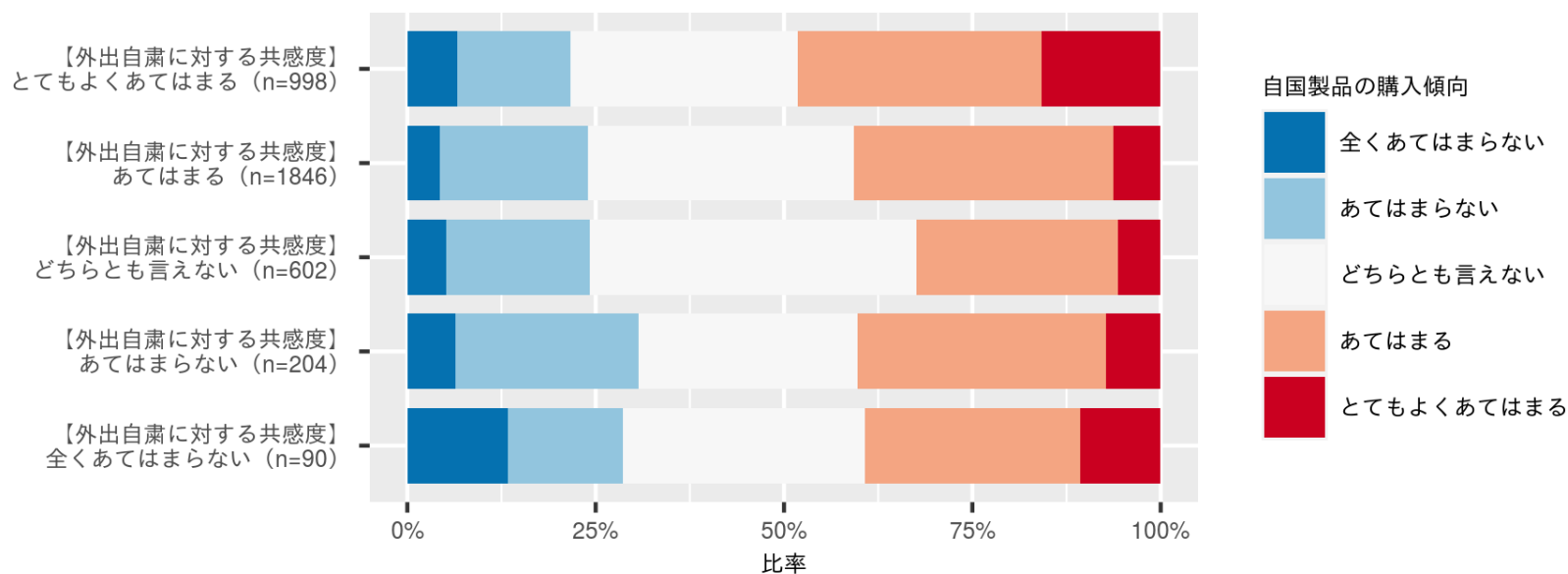
外出自粛に共感する意識がもっとも高い回答群で、自国製品の購買意識がもっとも高い (2/3)

外出自粛に対する共感度ごとの
自国製品を揃えた小売店の利用



外出自粛に共感する意識がもっとも高い回答群で、自国製品の購買意識がもっとも高い (3/3)

外出自粛に対する共感度ごとの
自国製品の購入傾向



まとめ

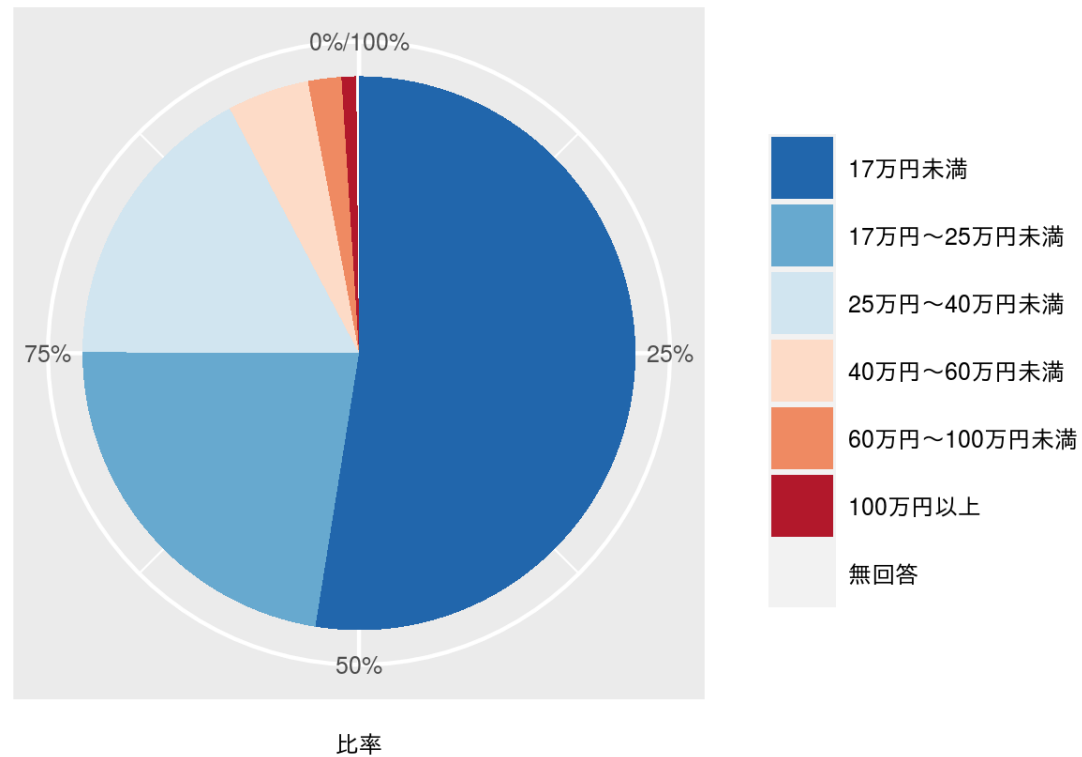
- ・ 収入減少者の増加は頭打ちとなった。支出の減少者数および支出の増加者数も頭打ちとなっている
- ・ 収束予想は最短で見積もっても11ヶ月以上を予想している者が最も多い。また、最長期間見積もりと最短期間見積もりとの回答分布の乖離がある
- ・ 約半数の回答者がギャンブルに関与しないなど、リスクを回避しようとする性向がある
- ・ 外出自粛については、先月に引き続き、共感度と、個人の努力でどの程度達成可能と思うかということとの間に関連が示唆された。実際の行動についても外出の自粛が確認できた。観光旅行や宴会など、不要不急の外出は特に自粛が進んでいる。また、外出自粛に対する感情的な評価にはポジティブな結果を示す項目が多かった
- ・ 自身の健康リスクについては、年齢階層による違いが見られた。既往可能性については**20～24才**世代がもっともリスクを感じているのに対し、重症化については高齢世代がリスクを感じている
- ・ 自国製品の購入性向については、外出自粛への共感度とある程度の関連性が示唆された
- ・ 今後、より専門的な研究や、地域別の比較分析を進める予定である

回答者属性

個人手取り月収

- ・ 手取り月収は約半数が17万円未満
- ・ 手取り月収額が増加するにつれて構成比は減る傾向

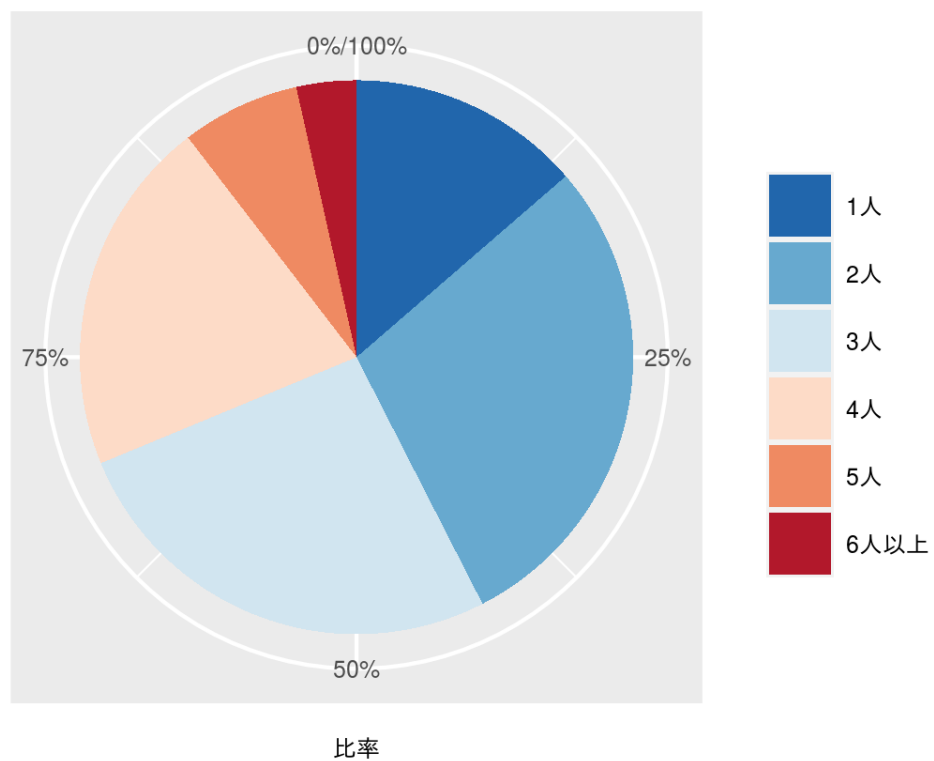
個人の手取り月収



世帯人数

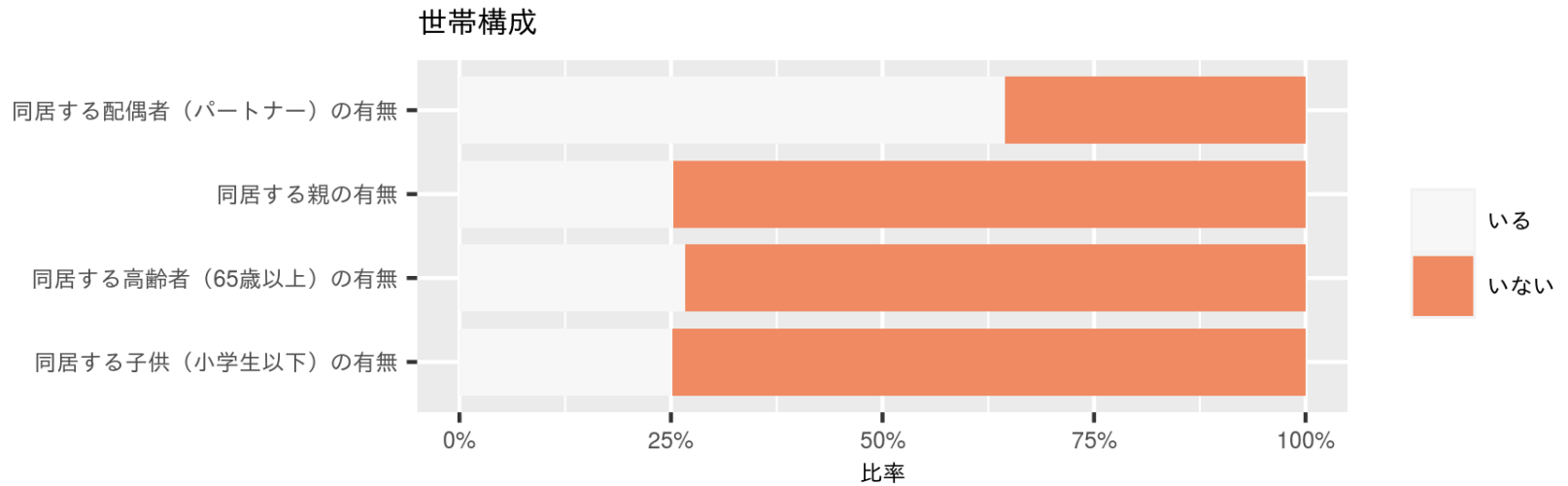
- ・ 2人世帯・3人世帯で全体の55.1%を占める

世帯人数（同居のみ・自身を含む）



世帯構成

- ・ 配偶者との同居世帯は**64.4%**
- ・ 親・小学生以下の子供・高齢者との同居世帯はそれぞれ**25%**程度



買い物の決定主体かどうか

- 過半数の回答者が買い物の決定主体

買い物の決定主体

