

# コロナ禍で消費者はグローバル経済を否定？

— 新型コロナウイルス意識調査より —

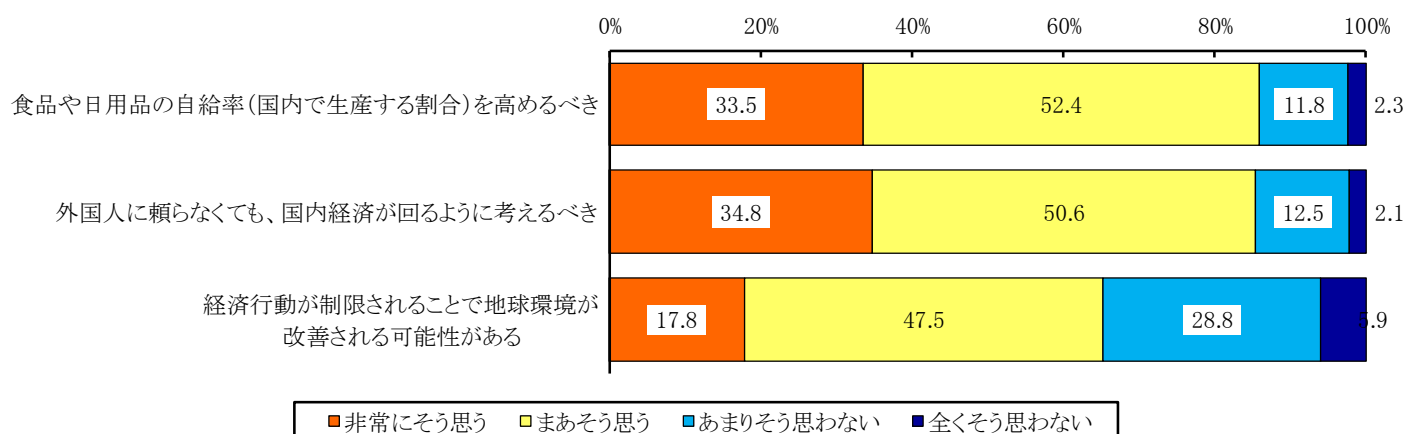
部長 兼 主席研究員 宮木 由貴子

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、様々な側面で人々の意識や行動が変化している。本稿では、緊急事態宣言が7都府県に発令される直前の2020年4月3～4日に当研究所が実施した「新型コロナウイルスによる生活と意識の変化に関する調査」\*1をもとに、コロナ禍における消費者の意識について、グローバル経済に対する考え方の現状からみる。

## <経済のあり方に関する意識>

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、市場にマスク不足が起こったことで、これまで当たり前のように店頭で購入していたマスクの多くが中国で生産されていたことを知った人は少なくない。ほかにも、国際的な人やモノの流れが制限されたことで、原材料や付属品に使われているものの輸入に影響が生じ、パスタやホットケーキミックスなど小麦粉製品が不足したり、製品はあるのに容器が不足したため出荷できなかつたりといった事態も発生した。このため、「トイレトペーパーが不足する」という誤情報が流れて店頭からトイレトペーパーが消えた際に、「トイレトペーパーは『国内産』なので大丈夫」というアナウンスが繰り返されたのも記憶に新しい。

図表1 経済のあり方に関する意識



注：調査対象は全国の20～60代男女1,000名。図表2も同じ。

さらに、国際的な人の流れの制限は、観光業などインバウンドに頼っていた業界に大きな打撃を与えた。日本政府観光局（JNTO）によれば、3月の訪日外国人客数は前年同月比93.0%減の19万3,700人と、過去最大の減少幅を記録した。日本各地から外国人が消えたことで、交流人口は大きく減少し、観光業をはじめとする消費経済に多大な影響が出ている。国内経済が、いかに訪日外国人によって支えられていたかを実感した人は少なくない。

これらの点についてどのような意識をもっているかをたずねた結果をみると、「食品や日用品の自給率（国内で生産する割合）を高めるべき」と考えている人は、「非常にそう思う」（33.5%）と「まあそう思う」（52.4%）の合計で、85.9%に及んでいることが確認された（図表1）。一方、「外国人に頼らなくても、国内経済が回るように考えるべき」についても「非常にそう思う」（34.8%）と「まあそう思う」（50.6%）の合計で、85.4%となっていた。新型コロナウイルスの感染拡大前に同じ質問をしているわけではないので、コロナ禍による増加幅を予測することは難しいが、これだけの回答割合を示した背景として3月・4月における異例の消費体験が影響している点は否めない。

また、経済活動が停止して排煙や移動等が減少したことにより、大気汚染などの環境問題が改善されたことを示すデータが世界各地で報告されている。「経済行動が制限されることで地球環境が改善される可能性がある」とした割合は、「非常にそう思う」（17.8%）と「まあそう思う」（47.5%）の合計で、65.3%だった。これについては、経済活動の停止から環境への影響に至るまでにタイムラグがあること、さらに影響を示すエビデンスが本調査時点後にも示されていることなどから、現時点ではさらに意識が高いと考えられる。

ただしその一方で、長引く経済活動の制限による倒産や生活への影響等、別の課題についても懸念する声が強まっており、経済活動と環境負荷軽減のバランスを改めて考えることが必至となっている。

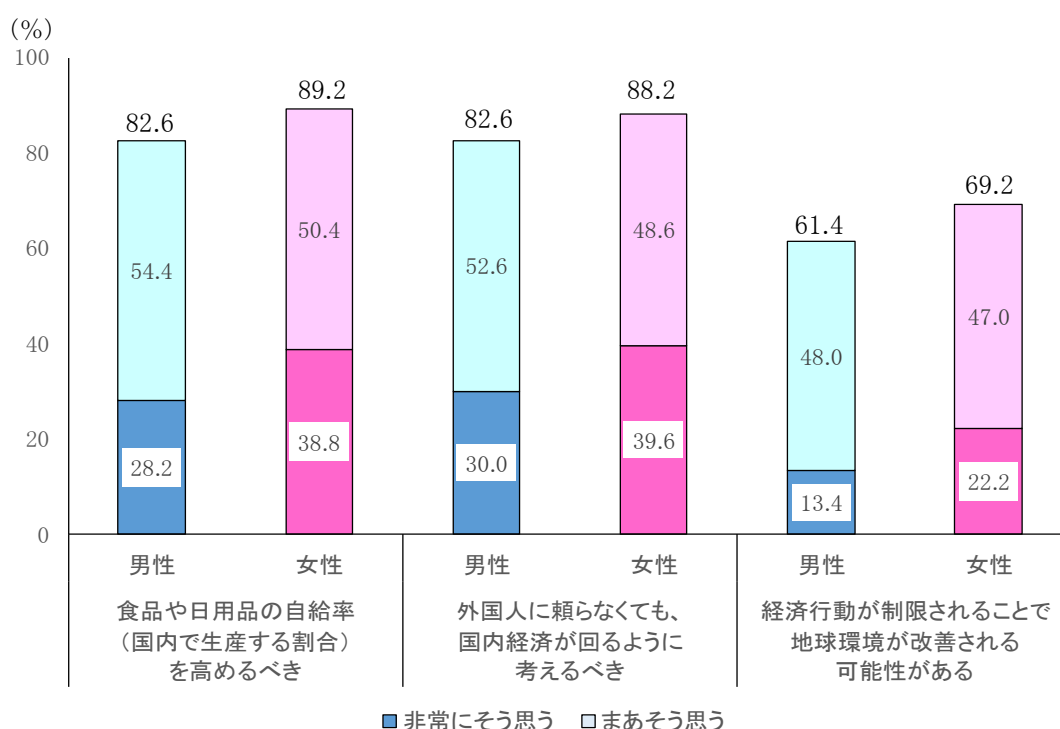
### <女性で特に強い国内回帰傾向>

これらを性別に比較すると、「食品や日用品の自給率（国内で生産する割合）を高めるべき」「外国人に頼らなくても、国内経済が回るように考えるべき」「経済行動が制限されることで地球環境が改善される可能性がある」のいずれにおいても、「非常にそう思う」「そう思う」の割合は、女性が男性を上回っていた（図表2）。ただし、その差は、筆者の別稿（「コロナ禍と持続的な消費行動への意識」）で言及した、いわゆる「エシカル消費」といわれるようなエコロジー消費や支援・応援消費でみられた差ほどは大きくない\*2。

とはいえ、一般に、食品や日用品などの家庭用品や、旅行・レジャー等サービスの購入については、女性が決定することが多い。新型コロナウイルスが日本国内で一旦の収

東傾向を示し、生活や経済活動の動きが戻ったとしても、新型コロナウイルスが人を媒介して広がる以上、国際的な人やモノの流れに神経質になる傾向はしばらく継続するだろう。よって、今後、女性を中心に「やはり国産」という志向が強まる可能性は大いにある。商品選択における国産志向のみならず、例えば旅行も、海外への不安感と、国内経済の活性化、支援・応援消費というエシカル消費といった視点から、国内旅行にシフトする傾向が強まるのではないだろうか。

図表2 国内経済のあり方に関する意識(性別)



コロナ禍による消費者の意識変化が、今後のグローバル経済にどのような影響を及ぼすかを考える上では、世界各国がどのような状況になっていくのか、そしてそれに伴い人々の意識や不安感がどう推移するのかを、引き続き注視していく必要があるだろう。

コロナ禍の解決に向けて「連帯」と「協力」が極めて重要とされる中、国内外で分断化・孤立化の傾向があるなど、逆行する動きがみられている。グローバル化の恩恵を、単に安いものを買えるようになったり、外国人にモノやサービスが売れるということだけでとらえると、今回のコロナ禍のような状況下ではグローバル化の意義が簡単に否定されてしまう。今回の調査結果に鑑みても、消費者自身が自分の消費行動をグローバルなサプライチェーンの中に位置づけ、持続的な消費社会の形成に向けた自分の役割について、改めて考える必要があると思われる。

(ライフデザイン研究部 みやき ゆきこ)

### 【注釈】

- \*1 調査の方法や結果の概要は、当研究所発行の以下のニュースリリースを参照されたい。
  - 「新型コロナウイルスによる生活と意識の変化に関する調査（前編）」  
[http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/pdf/ldi/2020/news2004\\_01.pdf](http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/pdf/ldi/2020/news2004_01.pdf)
  - 「新型コロナウイルスによる生活と意識の変化に関する調査（後編）」  
[http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/pdf/ldi/2020/news2004\\_02.pdf](http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/pdf/ldi/2020/news2004_02.pdf)
- \*2 「コロナ禍と持続的な消費行動への意識」  
<http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/pdf/ldi/2020/wt2005d.pdf>