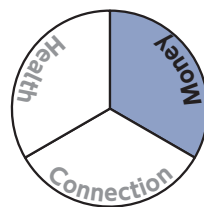


コロナ禍で進む消費のトレンド変化



経済調査部 エコノミスト 奥脇 健史(おくわき たけし)

急激な落ち込みから持ち直しがみられた個人消費

新型コロナウイルスの感染が確認されてからおよそ1年が経ちました。日本では20年4月に緊急事態宣言が発出され、4、5月の個人消費は急激に落ち込みましたが、その後は夏から秋にかけて緩やかながら持ち直していきました(資料1)。消費の持ち直しを支えたものは何だったのでしょうか。

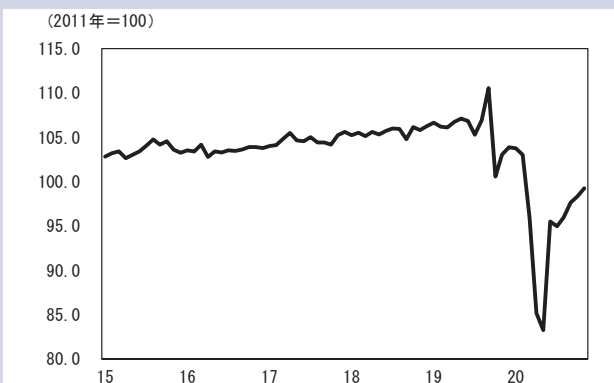
コロナ禍で進む消費のトレンド変化

形態別に消費をみると、3密の回避や店舗の営業時間短縮などの感染拡大防止策の影響を受けやすいサービス消費は低迷が続いています(資料2)。一方で、財消費はコロナ前(20年1月)の水準を取り戻しています。生活必需品などの非耐久消費財の消費はコロナ前とほぼ同水準で推移するほか、自動車、家電などの耐久消費財の消費は4、5月こそ大きく落ち込んだものの、その後は国民一人当たり10万円の特別定額給付金の効果などもあり、水準を回復させています。また、高額商材の売れ行きも好調です。20年11月の全国百貨店売上高(日本百貨店協会)をみると、多くの商材の売上が前年を下回る中、「美術・宝飾・貴金属」の売上は前年比+12.0%と高い伸びとなっています。その背景には、サービス消費を控えた分の支出を高額商材に回す動きや高水準の株価の影響があるとみられます。このように、サービス消費の手控えが続く中で、財消費が消費を下支えする構図となっています。

そのほか、インターネットを利用した消費が伸びたことがこの間の消費の特徴として挙げられます(資料3)。20年4-6月期の家計のインターネットを利用した支出をみると、支出全体は前年同期比+14.3%であるのに対し、家電が同+112.9%、食料品が同+74.2%と全体を大きく上回る伸びとなりました(資料3)。20年7-9月期も高い伸びは続き、財消費を中心にインターネットを利用した消費の普及が加速しています。

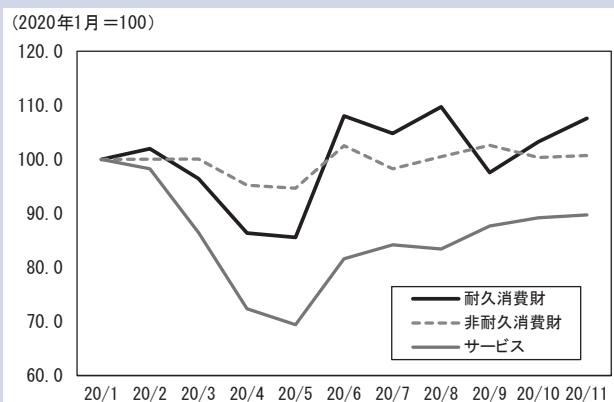
このように、コロナ禍において消費のトレンドに変化が表れています。感染収束がみられないなか、こうしたトレンドはまだ続く可能性が高いとみられます。

資料1 消費活動指数の推移(季節調整値、実質)



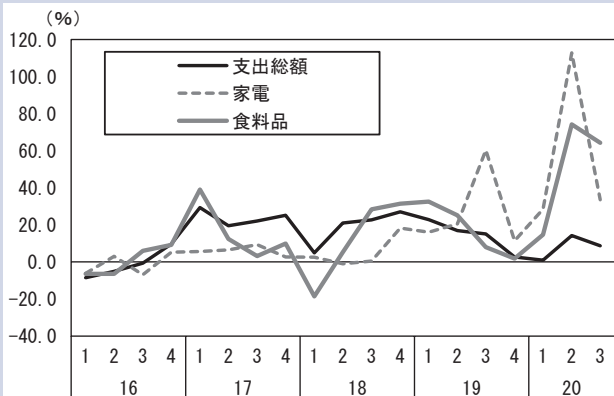
(出所)日本銀行「消費活動指数」より第一生命経済研究所作成

資料2 形態別消費の推移(季節調整値、実質)



(注)感染拡大前の2020年1月を100としている
(出所)日本銀行「消費活動指数」より第一生命経済研究所作成

資料3 インターネットを利用した支出(2人以上の世帯、前年比)



(出所)総務省「家計消費状況調査」より第一生命経済研究所作成