

長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2020年年末調査)～ 県内消費者の今年を表す漢字は「耐」が最多

本調査は、来年の消費動向を見通す参考として、景況感や消費意識に関わるテーマについて、県内世帯を対象に実施した。

👉 調査結果のポイント

<県内消費者の今年を表す漢字一文字>

1位は「耐」。新型コロナウイルスが大きく影響

- ・ 2020年を表す漢字一文字は、1位「耐」、2位「忍」、3位「禍」、4位「病」、5位「苦」となった。
- ・ 「耐」と「忍」はいずれも全体のおよそ1割が回答しており、新型コロナウイルスに耐え忍んだ1年だったことがうかがえる。3位以下も、新型コロナウイルスに関連する漢字が多く並んだ。また、9位の「家」や11位の「静」、13位の「粛」、20位の「籠」からは、外出を控え自宅で過ごした様子もうかがえた。

<今年の出来事について>

2020年印象の強かった出来事：全国、長野県内ともに新型コロナウイルス関連の出来事が並ぶ

- ・ 20年で印象の強かった全国の出来事は、1位「新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令」、2位「特別定額給付金10万円の支給」、3位「1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認」などとなった。
- ・ 長野県内で印象の強かった出来事は、1位が「2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認」となったが、地域別にみると北信では「イトーヨーカ堂長野店閉店」、南信では「各地の夏祭りや花火大会が中止」など異なる出来事が1位となった。

<世の中の景気の見方について>

- ・ 21年の世の中の景気の見通しは、「悪くなる」が24.1%、「やや悪くなる」が23.9%と、半数近くが「悪化」を見込んでいる。

<自身の生活（家計）の見方について>

- ・ 21年の自身の生活（家計）の見通しは、「良くなる」が1.0%、「やや良くなる」が6.4%となる一方、「悪くなる」が13.0%、「やや悪くなる」が27.3%となり、悪化するとの見方が多くなっている。

<余暇の過ごし方について>

- ・ 20年の余暇の主な過ごし方では、「スマホいじり（SNS、ゲームなど）」、「庭いじり・園芸・家庭菜園」、「読書」など、家庭での過ごし方が上位となった。

<商品・サービスの購入（利用）経験・意向について>

- ・ 近年話題を集める商品やサービスで、20年に比べ21年の購入（利用）意向が高いものは、「5Gスマホ」や「電気自動車（EV）」などとなった。

～ 調査から見る20年の振り返りと21年の展望 ～

- ・ 今年を表す漢字、印象の強かった出来事いずれも新型コロナウイルスに関する回答が多かった。
- ・ 21年の消費も、新型コロナウイルスの感染状況に影響され、慎重な姿勢が続くとみられる。

<お問い合わせ先>

一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501
 担当：調査部 上席研究員 桑井 裕至
 研究員 佐藤 翔胤

【調査の概要】

「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2020年11月中旬～下旬

調査対象： ブルーカード会員のうち、
長野県内在住の消費者 2,861世帯

回答属性： 性別 男性 44.2% 女性 55.8%

年代

20代以下	3.3%
30代	11.7%
40代	25.3%
50代	31.4%
60代	19.3%
70代以上	9.0%

居住地

北信	59.1%
東信	5.2%
中信	20.0%
南信	15.7%

調査方法： インターネット調査

※四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。

<県内消費者の今年を表す漢字一文字>

◆ 2020年を表す漢字：1位は「耐」

- ・ 20年を表す漢字一文字は、1位が「耐」となった。次いで「忍」「禍」「病」「苦」などとなった（図表1）。
- ・ 「耐」と「忍」はいずれも全体のおよそ1割が回答しており、新型コロナウイルス（以下、新型コロナという）に耐え忍んだ1年だったことがうかがえる。また、3位以下も、新型コロナウイルスに関連する漢字が多く並んだ。
- ・ 9位の「家」や11位の「静」、13位の「粛」、20位の「籠」からは、外出を控え自宅で過ごした様子もうかがえた。

図表1 今年を表す漢字一文字（上位20字）

順位		漢字	回答割合(%)	
20年	19年		20年(n=2,861)	19年(n=2,425)
1	6	耐	9.89	3.13
2	4	忍	9.40	3.88
3	-	禍	7.24	0.08
4	-	病	5.52	1.44
5	2	苦	4.58	4.99
6	3	変	3.53	4.54
7	-	菌	3.36	-
8	-	密	2.45	-
9	-	家	2.31	-
10	-	疫	2.24	0.16
11	-	静	1.75	0.33
12	18	悪	1.68	1.20
13	-	粛	1.57	0.04
14	11	難	1.40	1.48
15	-	恐	1.26	0.04
16	15	無	1.12	1.36
17	-	辛	0.94	0.95
17	9	疲	0.94	1.65
19	1	災	0.91	12.41
20	-	暗	0.87	0.25
20	12	新	0.87	1.44
20	-	不	0.87	0.87
20	-	籠	0.87	-

(注)「-」は、19年において、順位では21位以下、回答割合では回答なしを表す

<2020年印象の強かった出来事について>

- ◆ 全国で印象の強かった2020年の出来事：1位は「新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令」
- ・ 20年で印象の強かった出来事は、1位が「新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令」で回答割合は80.0%だった。次いで「特別定額給付金10万円の支給」(53.7%)、「1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認」(52.0%)などと、新型コロナに関する出来事が多くなった(図表2)。
- ・ 新型コロナ関連以外では、「レジ袋が有料化される」や「安倍首相が辞任」、「鬼滅の刃が大ヒット」などがみられた。

図表2 全国で印象の強かった2020年の出来事(上位15項目)

		(%)
順位	出来事	回答割合 (n=2,861)
1	新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令	80.0
2	特別定額給付金10万円の給付	53.7
3	1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認	52.0
4	東京オリンピック・パラリンピック延期	50.4
5	レジ袋が有料化される	45.3
6	安倍首相が辞任	29.8
7	鬼滅の刃が大ヒット	26.8
8	全世帯に布マスク配布	16.5
9	春・夏の高校野球中止	16.3
10	Go To キャンペーン開始	15.3
11	菅首相誕生	15.0
12	藤井聡太が最年少タイトル(棋聖位)	9.2
13	およそ29年ぶりに日経平均株価が26,000円台を回復	6.4
14	キャッシュレスポイント還元終了	5.8
15	マイナポイント事業が開始	3.9

(注) 5つまでの複数回答

<参考>年代別にみた、全国で印象が強かった2020年の出来事（上位10項目）

20代以下

順位	出来事	回答割合
1	新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令	73.7
2	レジ袋が有料化される	53.7
3	1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認	51.6
4	特別定額給付金10万円の給付	50.5
5	鬼滅の刃が大ヒット	41.1
6	東京オリンピック・パラリンピック延期	35.8
6	安倍首相が辞任	35.8
8	Go To キャンペーン開始	20.0
9	全世帯に布マスク配布	17.9
9	菅首相誕生	17.9

50代

順位	出来事	回答割合
1	新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令	80.7
2	東京オリンピック・パラリンピック延期	55.2
3	特別定額給付金10万円の給付	53.0
4	1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認	49.6
5	レジ袋が有料化される	45.4
6	安倍首相が辞任	29.3
7	鬼滅の刃が大ヒット	24.2
8	春・夏の高校野球中止	18.5
9	全世帯に布マスク配布	16.5
10	Go To キャンペーン開始	13.0

30代

順位	出来事	回答割合
1	新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令	79.2
2	レジ袋が有料化される	53.3
2	特別定額給付金10万円の給付	53.3
4	1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認	46.4
5	東京オリンピック・パラリンピック延期	40.8
6	鬼滅の刃が大ヒット	40.5
7	安倍首相が辞任	27.1
8	Go To キャンペーン開始	16.1
9	菅首相誕生	13.1
10	全世帯に布マスク配布	12.8

60代

順位	出来事	回答割合
1	新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令	80.8
2	特別定額給付金10万円の給付	58.1
3	東京オリンピック・パラリンピック延期	57.4
4	1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認	56.1
5	レジ袋が有料化される	41.4
6	安倍首相が辞任	29.9
7	全世帯に布マスク配布	19.2
8	春・夏の高校野球中止	18.7
9	鬼滅の刃が大ヒット	18.5
10	菅首相誕生	18.1

40代

順位	出来事	回答割合
1	新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令	80.1
2	1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認	49.2
3	特別定額給付金10万円の給付	48.8
4	レジ袋が有料化される	46.9
5	東京オリンピック・パラリンピック延期	43.4
6	鬼滅の刃が大ヒット	35.4
7	安倍首相が辞任	28.4
8	春・夏の高校野球中止	16.7
9	全世帯に布マスク配布	16.0
10	Go To キャンペーン開始	14.8

70代以上

順位	出来事	回答割合
1	新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令	78.7
2	1月に国内で新型コロナウイルス感染者確認	66.7
3	特別定額給付金10万円の給付	62.4
4	東京オリンピック・パラリンピック延期	56.6
5	安倍首相が辞任	36.4
6	レジ袋が有料化される	35.3
7	菅首相誕生	23.6
8	Go To キャンペーン開始	18.2
9	全世帯に布マスク配布	15.9
10	春・夏の高校野球中止	14.0

- ◆ 長野県で印象の強かった 2020 年の出来事: 1 位は「2 月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認」
- ・ 長野県で印象の強かった 20 年の出来事は、1 位が「2 月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認」で回答割合は 54.6%だった。次いで「各地の夏祭りや花火大会が中止」(50.1%)、「イトーヨーカ堂長野店閉店」(43.8%)、「善光寺御開帳の1年延期が決定」(38.0%)、「4 月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請」(33.8%) などとなった (図表 3)。

図表 3 長野県で印象の強かった 2020 年の出来事 (上位 15 項目)

順位	出来事	回答割合 (n=2,861)
1	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	54.6
2	各地の夏祭りや花火大会が中止	50.1
3	イトーヨーカ堂長野店閉店	43.8
4	善光寺御開帳の1年延期が決定	38.0
5	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	33.8
6	県内各地でプレミアム付商品券が発売	26.7
7	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	24.7
8	飯綱高原スキー場閉鎖	20.0
9	中南信を中心に豪雨被害	19.3
10	信州ブレイブウォリアーズがB1昇格	10.1
11	4月から東京都から長野県への転出入者数で転入超過が続く	9.5
12	県内有効求人倍率が1.00倍を下回る	8.8
13	セイジ・オザワ松本フェスティバル中止	7.9
14	プロ野球ドラフト会議で長野県関係者に複数指名	7.5
15	都道府県対抗男子駅伝優勝	6.2

(注) 5つまでの複数回答

<参考>年代別にみた、長野県で印象の強かった2020年の出来事（上位10項目）

20代以下

順位	出来事	回答割合
1	イトーヨーカ堂長野店閉店	50.5
2	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	46.3
3	各地の夏祭りや花火大会が中止	34.7
4	善光寺御開帳の1年延期が決定	27.4
5	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	26.3
6	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	25.3
7	県内各地でプレミアム付商品券が発売	24.2
8	飯綱高原スキー場閉鎖	16.8
9	中南信を中心に豪雨被害	13.7
10	県内有効求人倍率が1.00倍を下回る	11.6

50代

順位	出来事	回答割合
1	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	53.7
2	各地の夏祭りや花火大会が中止	51.3
3	イトーヨーカ堂長野店閉店	42.9
4	善光寺御開帳の1年延期が決定	39.2
5	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	33.7
6	県内各地でプレミアム付商品券が発売	24.9
7	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	21.9
8	飯綱高原スキー場閉鎖	20.7
9	中南信を中心に豪雨被害	19.0
10	信州プレイブウォリアーズがB1昇格	9.9

30代

順位	出来事	回答割合
1	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	51.2
2	各地の夏祭りや花火大会が中止	47.6
3	イトーヨーカ堂長野店閉店	46.1
4	善光寺御開帳の1年延期が決定	31.8
4	県内各地でプレミアム付商品券が発売	31.8
6	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	30.1
7	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	21.1
8	飯綱高原スキー場閉鎖	19.3
9	中南信を中心に豪雨被害	17.6
10	信州プレイブウォリアーズがB1昇格	11.0

60代

順位	出来事	回答割合
1	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	62.1
2	各地の夏祭りや花火大会が中止	56.3
3	イトーヨーカ堂長野店閉店	41.9
4	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	39.9
5	善光寺御開帳の1年延期が決定	37.7
6	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	29.9
7	県内各地でプレミアム付商品券が発売	27.8
8	中南信を中心に豪雨被害	19.6
9	飯綱高原スキー場閉鎖	18.5
10	4月から東京都から長野県への転出入者数で転入超過が続く	11.8

40代

順位	出来事	回答割合
1	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	48.1
2	イトーヨーカ堂長野店閉店	47.2
3	各地の夏祭りや花火大会が中止	45.0
4	善光寺御開帳の1年延期が決定	39.3
5	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	30.7
6	県内各地でプレミアム付商品券が発売	23.9
7	飯綱高原スキー場閉鎖	22.1
8	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	20.5
9	中南信を中心に豪雨被害	18.4
10	信州プレイブウォリアーズがB1昇格	11.8

70代以上

順位	出来事	回答割合
1	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	67.8
2	各地の夏祭りや花火大会が中止	55.4
3	善光寺御開帳の1年延期が決定	42.6
4	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	39.1
5	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	37.6
6	イトーヨーカ堂長野店閉店	35.7
7	県内各地でプレミアム付商品券が発売	32.2
8	中南信を中心に豪雨被害	26.0
9	都道府県対抗男子駅伝優勝	18.2
10	飯綱高原スキー場閉鎖	16.3

<参考>地域別にみた、長野県で印象の強かった2020年の出来事（上位10項目）

北信

順位	出来事	回答割合
1	イトーヨーカ堂長野店閉店	62.9
2	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	54.4
3	各地の夏祭りや花火大会が中止	47.3
4	善光寺御開帳の1年延期が決定	46.0
5	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	31.8
6	飯綱高原スキー場閉鎖	27.6
7	県内各地でプレミアム付商品券が発売	26.5
8	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	23.1
9	信州プレイブウォリアーズがB1昇格	12.2
10	中南信を中心に豪雨被害	10.0

中信

順位	出来事	回答割合
1	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	57.4
2	各地の夏祭りや花火大会が中止	49.3
3	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	39.5
4	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	31.5
5	中南信を中心に豪雨被害	30.1
6	県内各地でプレミアム付商品券が発売	28.8
7	善光寺御開帳の1年延期が決定	27.9
8	セイジ・オザワ松本フェスティバル中止	19.0
9	イトーヨーカ堂長野店閉店	17.9
10	4月から東京都から長野県への転出入者数で転入超過が続く	11.8

東信

順位	出来事	回答割合
1	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	54.7
2	各地の夏祭りや花火大会が中止	52.7
3	善光寺御開帳の1年延期が決定	37.3
4	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	34.7
5	イトーヨーカ堂長野店閉店	30.7
6	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	26.0
7	中南信を中心に豪雨被害	20.7
8	プロ野球ドラフト会議で長野県関係者に複数指名	14.7
9	4月から東京都から長野県への転出入者数で転入超過が続く	14.0
10	セイジ・オザワ松本フェスティバル中止	12.7

南信

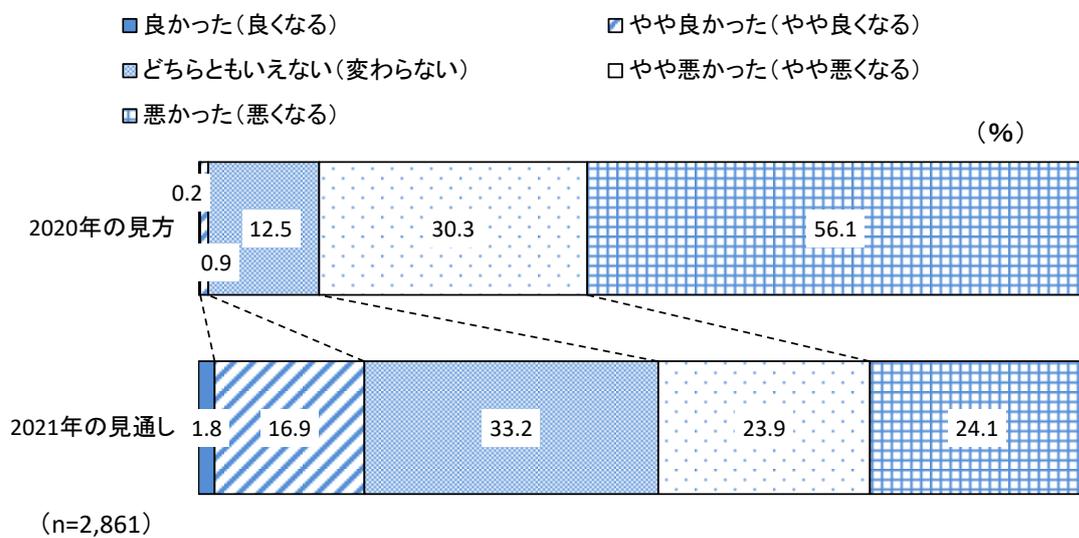
順位	出来事	回答割合
1	各地の夏祭りや花火大会が中止	58.0
2	2月に県内初の新型コロナウイルス感染者確認	53.1
3	中南信を中心に豪雨被害	37.8
4	4月に阿部知事、県民に対して不要不急の外出自粛要請	35.3
5	県内各地でプレミアム付商品券が発売	29.4
6	長野県が「移住したい都道府県」ランキングで14年連続1位	23.8
7	善光寺御開帳の1年延期が決定	22.4
8	4月から東京都から長野県への転出入者数で転入超過が続く	13.1
9	イトーヨーカ堂長野店閉店	11.0
10	県内有効求人倍率が1.00倍を下回る	10.8

<世の中の景気の見方について>

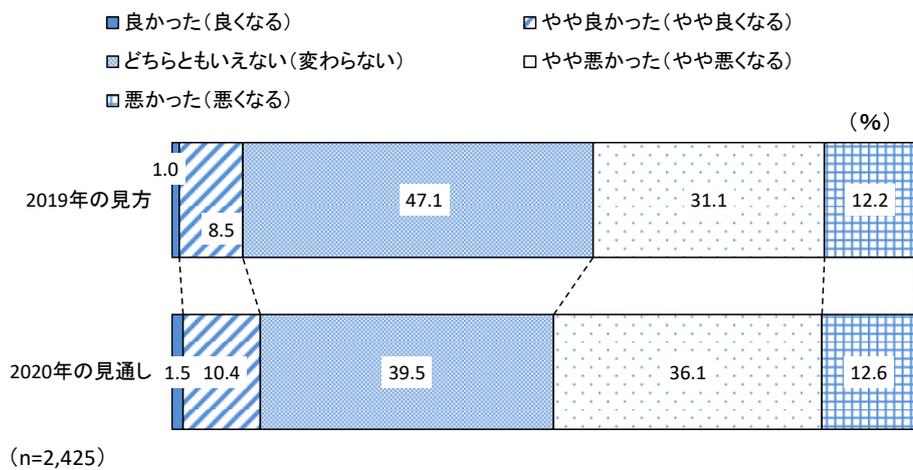
◆ 2021年の世の中の景気：新型コロナの収束見通しが立たず、半数近くが「悪化」するとの見通し

- ・ 20年の「世の中の景気」については、「悪かった」が56.1%、「やや悪かった」が30.3%となり、9割近くが景気を「悪い」と回答した（図表4）。2019年調査（以下、前回調査という）に比べ、「悪い」と判断した回答割合が43.1ポイント増加した。新型コロナが大きく影響したとみられる。
- ・ 21年の見通しは、「良くなる」が1.8%、「やや良くなる」が16.9%となった。一方で、「悪くなる」が24.1%、「やや悪くなる」が23.9と、半数近くが「悪化」を見込んでいる。

図表4 世の中の景気の見方



(参考資料) 2019年調査結果

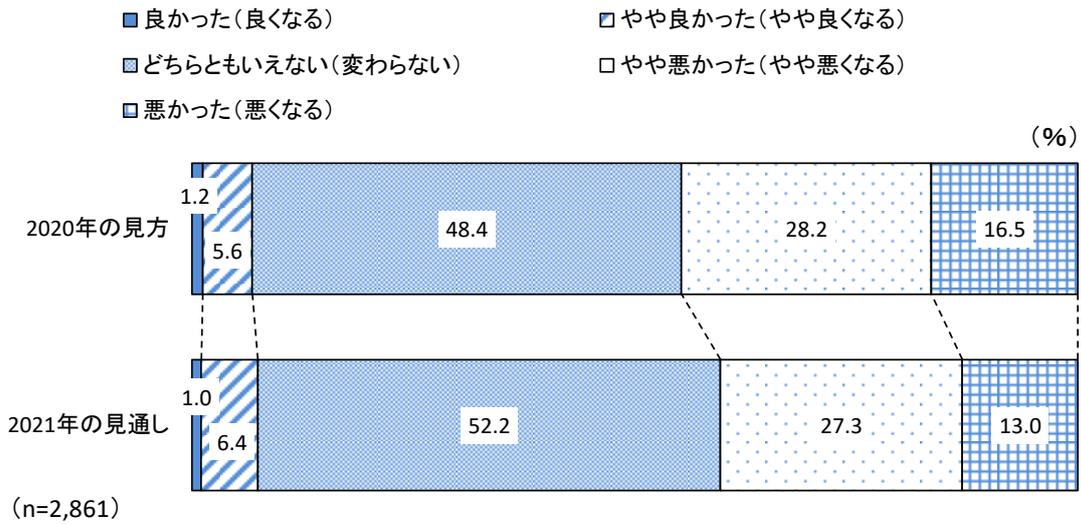


<自身の生活(家計)の見方について>

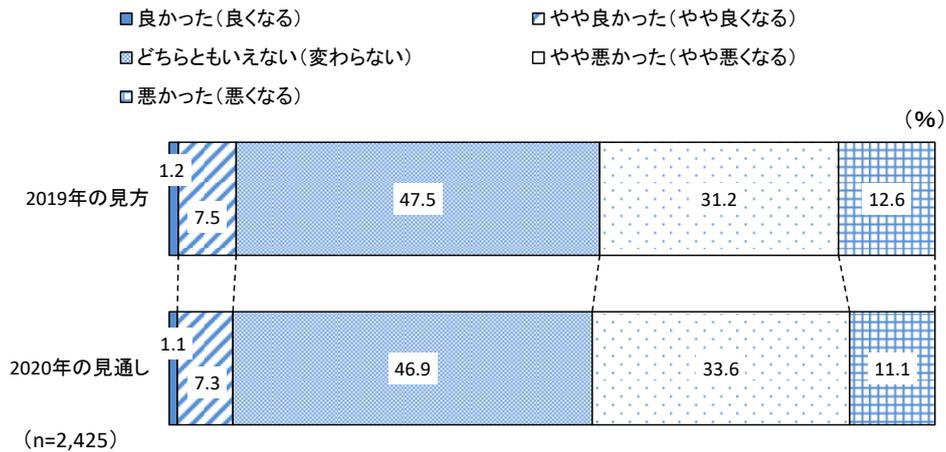
◆ 2021年の自身の生活(家計):「悪くなる」が「良くなる」を上回る

- ・ 20年の「自身の生活(家計)」は、「悪かった」が16.5%、「やや悪かった」が28.2%となり、「悪い」と感じる割合が4割となった(図表5)。
- ・ 21年の見通しは、「良くなる」が1.0%、「やや良くなる」が6.4%となる一方、「悪くなる」が13.0%、「やや悪くなる」が27.3%となり、悪化するとの見方が多くなっている。

図表5 自身の生活(家計)の見方



(参考資料) 2019年調査結果

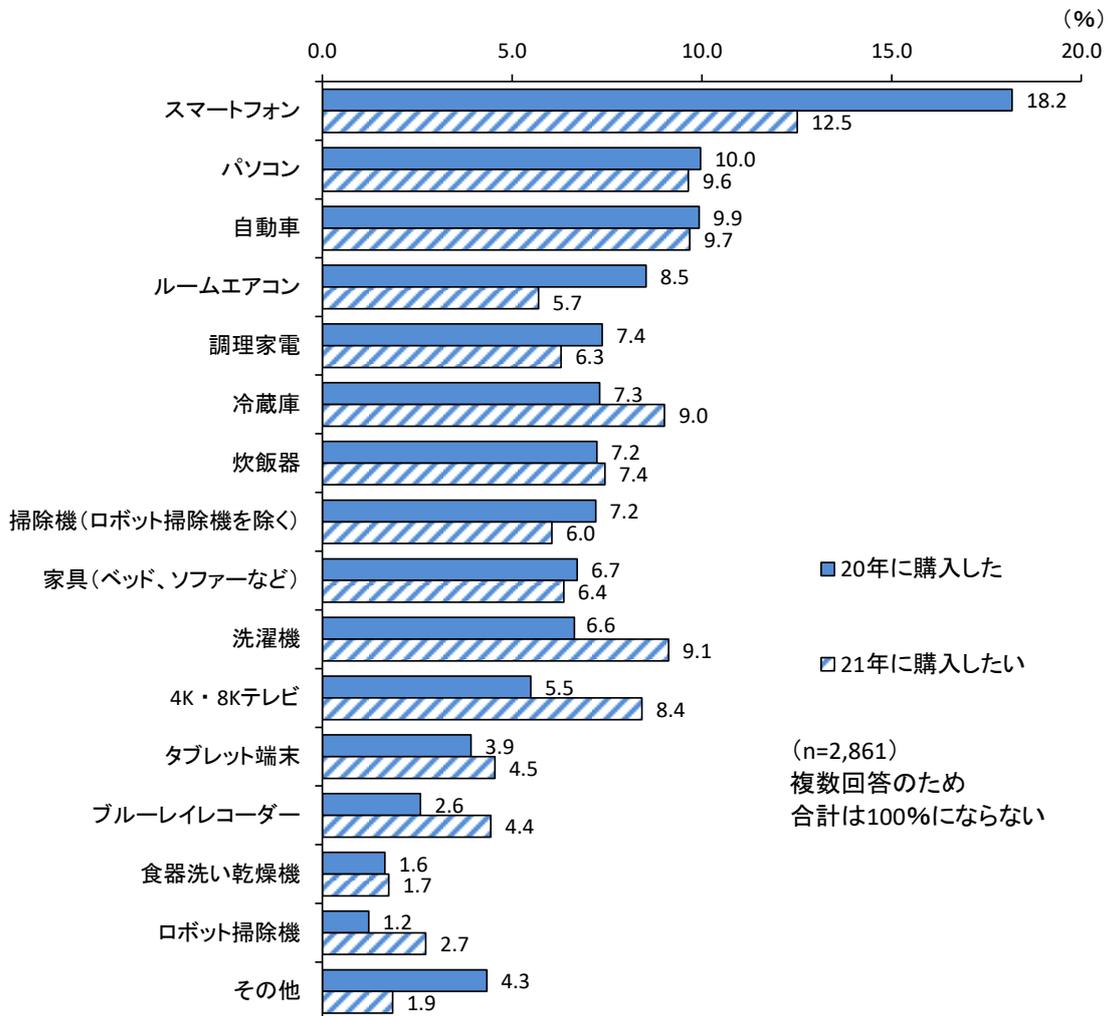


<耐久消費財について>

◆ 2021年に購入したい耐久消費財：「スマートフォン」、「自動車」、「パソコン」、「洗濯機」が上位

- ・ 20年に購入した耐久消費財は、「スマートフォン」が18.2%と最も多く、「パソコン」(10.0%)、「自動車」(9.9%)、「ルームエアコン」(8.5%)などが続いた(図表6)。
- ・ 21年に購入したい耐久消費財は、「スマートフォン」が12.5%と20年と同様に最も多く、次いで「自動車」(9.7%)、「パソコン」(9.6%)、「洗濯機」(9.1%)などとなった。
- ・ 20年に比べ、回答割合が最も大きく増加した21年に購入したい耐久消費財は、「4K・8Kテレビ」(+2.9ポイント)で、次いで「洗濯機」(+2.5ポイント)となった。

図表6 「20年に購入した耐久消費財」と「21年に購入したい耐久消費財」

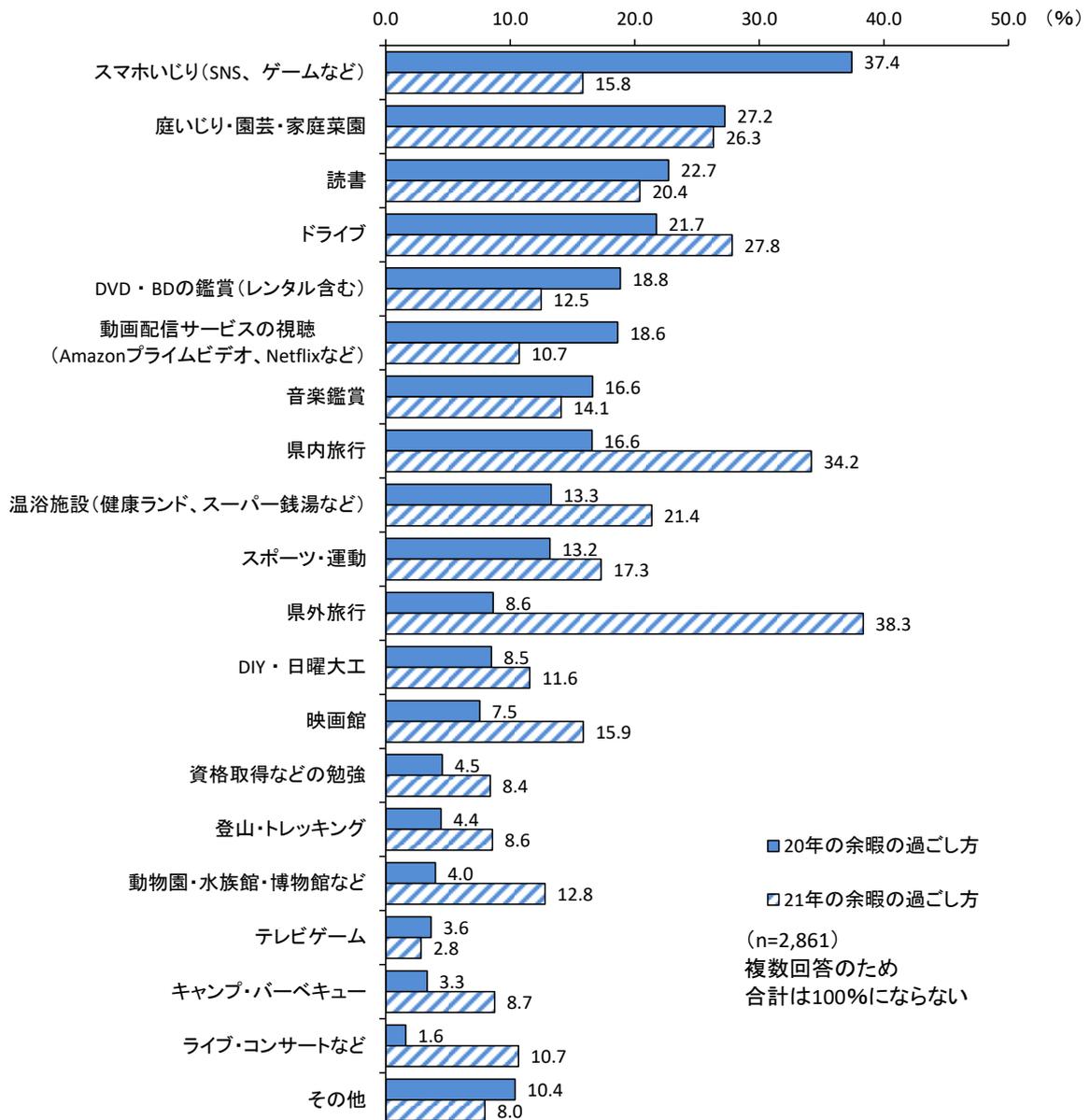


<余暇の過ごし方について>

◆ 2021年の余暇の過ごし方：「県外旅行」、「県内旅行」、「ドライブ」が上位

- ・ 20年の余暇の主な過ごし方は、「スマホいじり」が37.4%と最も多く、次いで「庭いじり・園芸・家庭菜園」(27.2%)、「読書」(22.7%)など、家庭での過ごし方が上位となった(図表7)。
- ・ 21年の余暇を主にどのような過ごし方になりたいかは、「県外旅行」が38.3%と最も多く、次いで「県内旅行」(34.2%)、「ドライブ」(27.8%)など、外出に関する過ごし方が上位となった。
- ・ 20年は新型コロナによる外出自粛の影響で、家庭内で余暇を過ごすことが多かったとみられる。それに対し21年の余暇の過ごし方では、20年に比べ「県外旅行」が29.7ポイント、「県内旅行」が17.6ポイントそれぞれ回答割合が増加しており、旅行への意欲が高まっている。

図表7 余暇の主な過ごし方

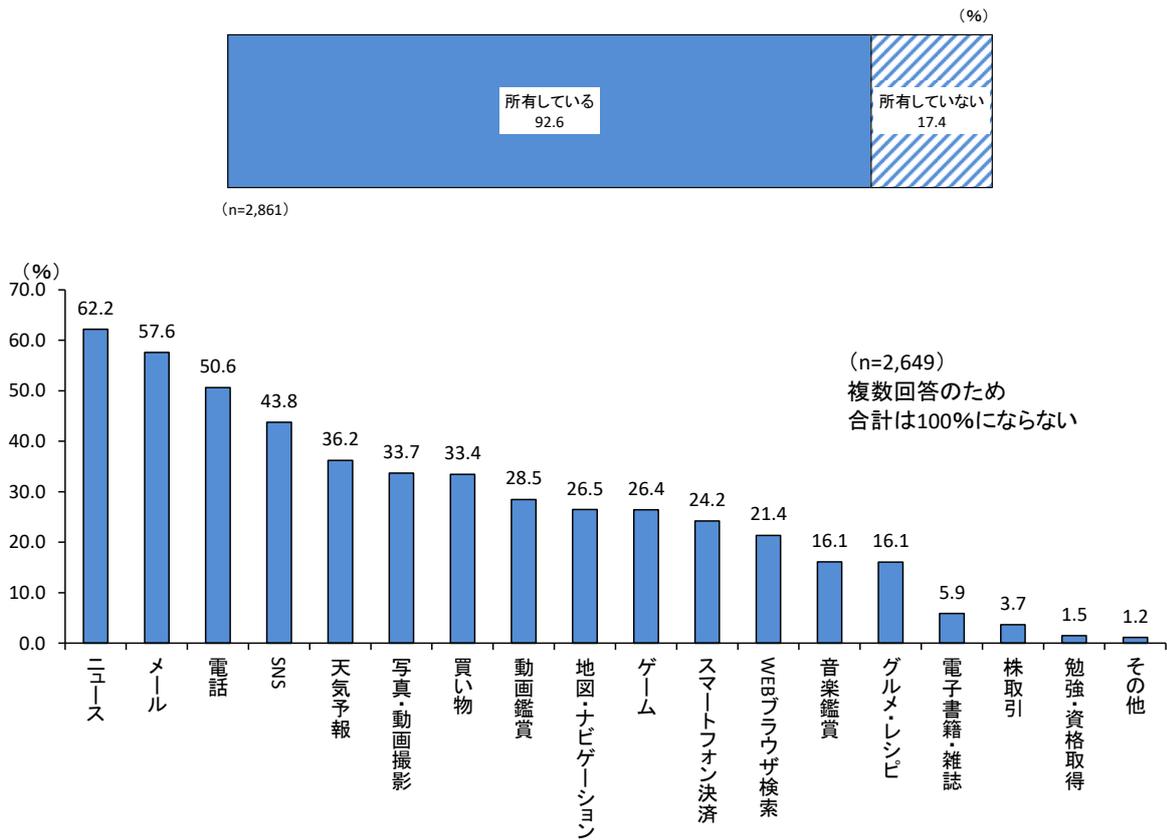


<スマホの主な使い方について>

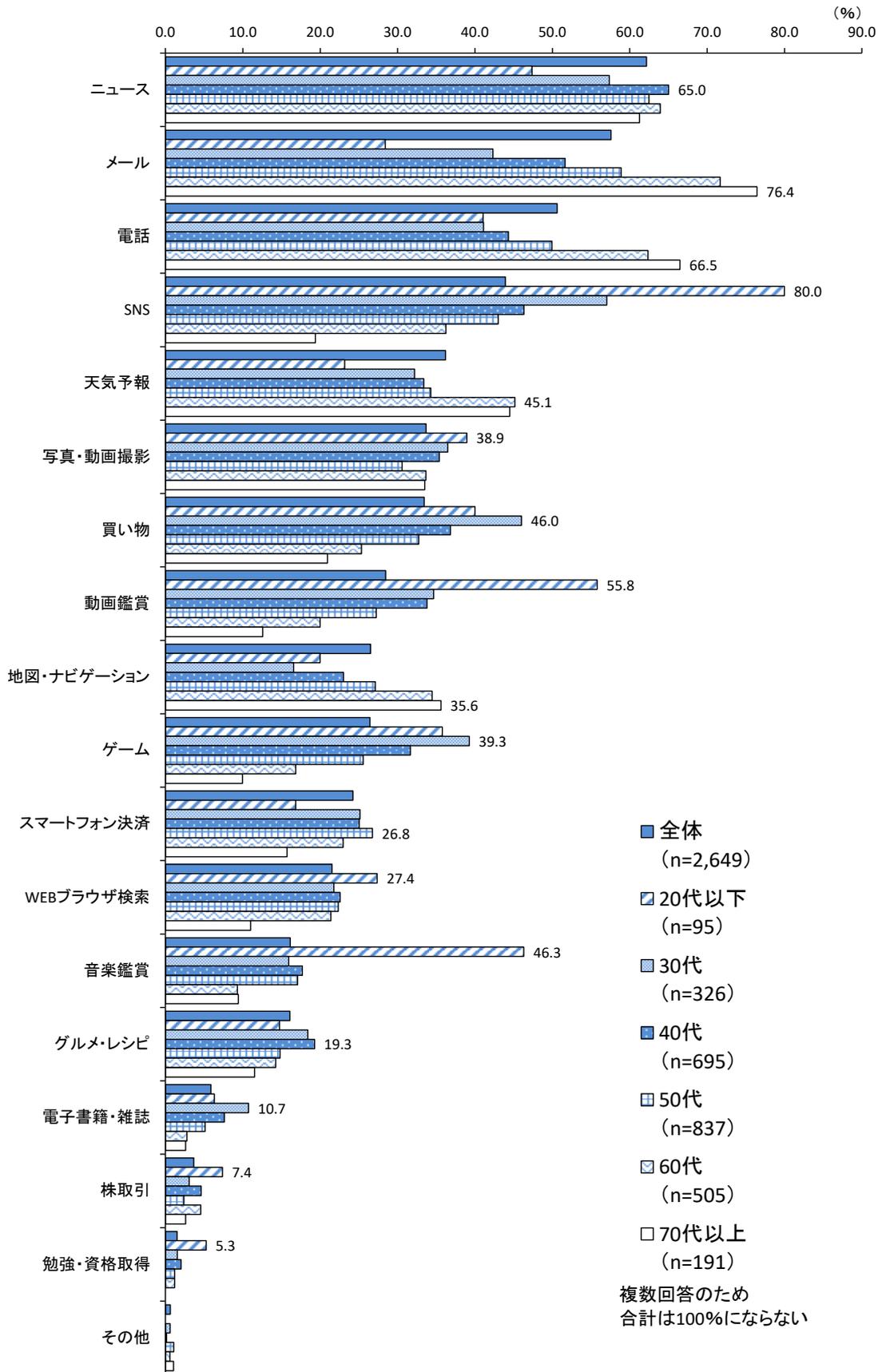
◆ 電話やメールなどの基本的な機能よりも、情報収集として活用されている

- ・ 調査対象者におけるスマホの所有率は92.6%だった（図表8）。
- ・ スマホの主な使い方では、「ニュース」が62.2%と最も多く、次いで「メール」（57.6%）、「電話」（50.6%）、「SNS」（43.8%）などとなった。「メール」や「電話」、「SNS」といった基本的な連絡手段よりも、「ニュース」による情報収集としての使い方が多くなった。「ニュース」は20代以下を除きいずれの年代でも6割近くが利用している（図表9）。また、「メール」や「電話」は年代が高いほど、「SNS」は年代が低いほど回答割合が多くなった。
- ・ 年代別にみると、高齢層は「天気予報」や「地図・ナビゲーション」の回答割合が多い傾向にあり、日常生活における情報収集に活用しているとみられる。一方、若い層では、「買い物」や「動画鑑賞」、「ゲーム」、「音楽鑑賞」の回答割合が多い傾向にあり、スマホを趣味や娯楽に活用しているとみられる。

図表8 スマホ所有率と主な使い方



図表9 スマホの主な使い方（年代別）

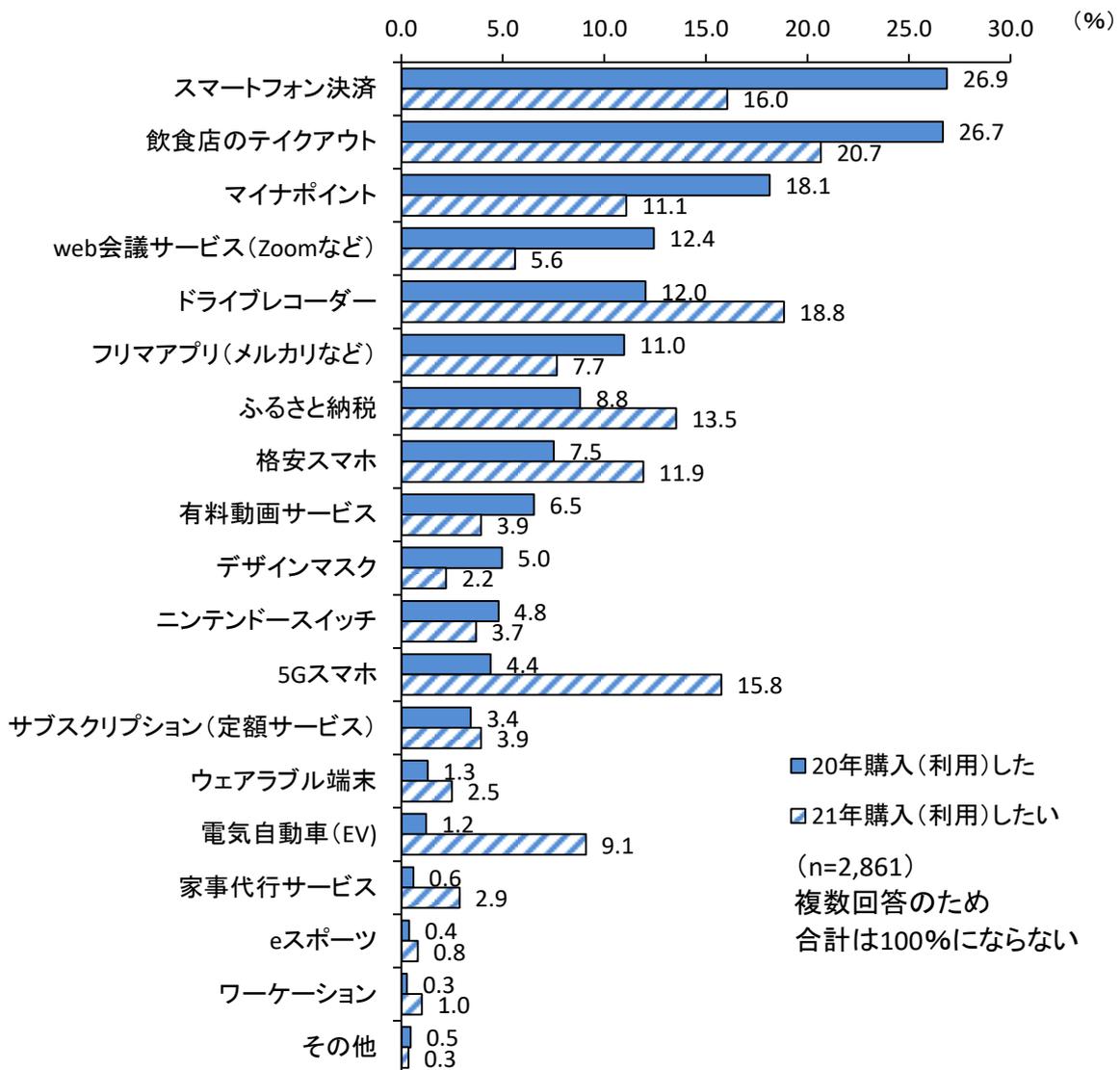


<商品・サービスの購入(利用)経験・意向>

◆ 「5Gスマホ」や「電気自動車(EV)」の購入(利用)意向が高まる

- ・ 近年話題を集める商品やサービスで、20年に購入(利用)したものは、「スマートフォン決済」が26.9%と最も多く、次いで「飲食店のテイクアウト」(26.7%)、「マイナポイント」(18.1%)、「web会議サービス(Zoomなど)」(12.4%) などとなった(図表10)。
- ・ 21年に購入(利用)したい商品やサービスは、「飲食店のテイクアウト」が20.7%と最も多く、次いで「ドライブレコーダー」(18.8%)、「スマートフォン決済」(16.0%)、「5Gスマホ」(15.8%) などとなった。
- ・ 20年に比べ21年の購入(利用)意向が高い商品やサービスは、「5Gスマホ」や「電気自動車(EV)」で、その回答割合の増加幅は、それぞれ11.4ポイントと7.9ポイントだった。

図表10 近年注目される商品やサービス

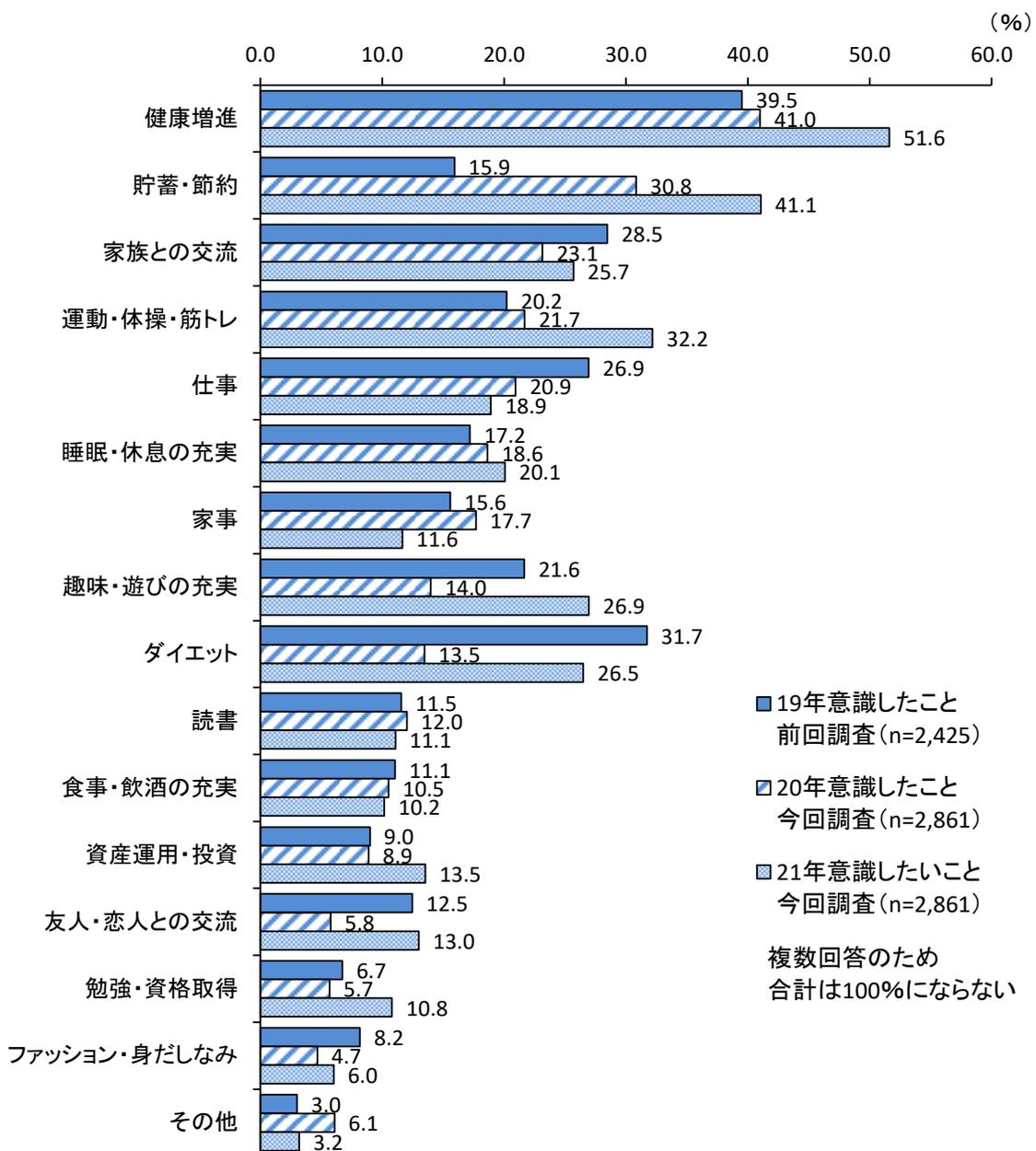


<意識している取り組みについて>

◆ 前回調査に比べ、「貯蓄・節約」への意識が高まる

- ・ 20年に意識して取り組んだことは、「健康増進」が41.0%と最も多く、次いで「貯蓄・節約」(30.8%)、「家族との交流」(23.1%) などとなった(図表11)。前回調査と比較すると、「貯蓄・節約」が14.9ポイント増加しており、新型コロナにより貯蓄や節約に対する意識が高まったことがうかがえる。
- ・ 21年に意識して取り組みたいことは、「健康増進」が51.6%と最も多く、次いで「貯蓄・節約」(41.1%)、「運動・体操・筋トレ」(32.2%)、「趣味・遊びの充実」(26.9%)などが上位となった。

図表11 意識して取り組みたいこと

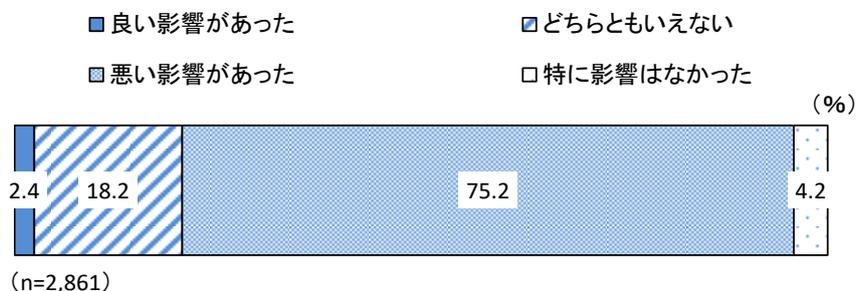


<新型コロナウイルスについて>

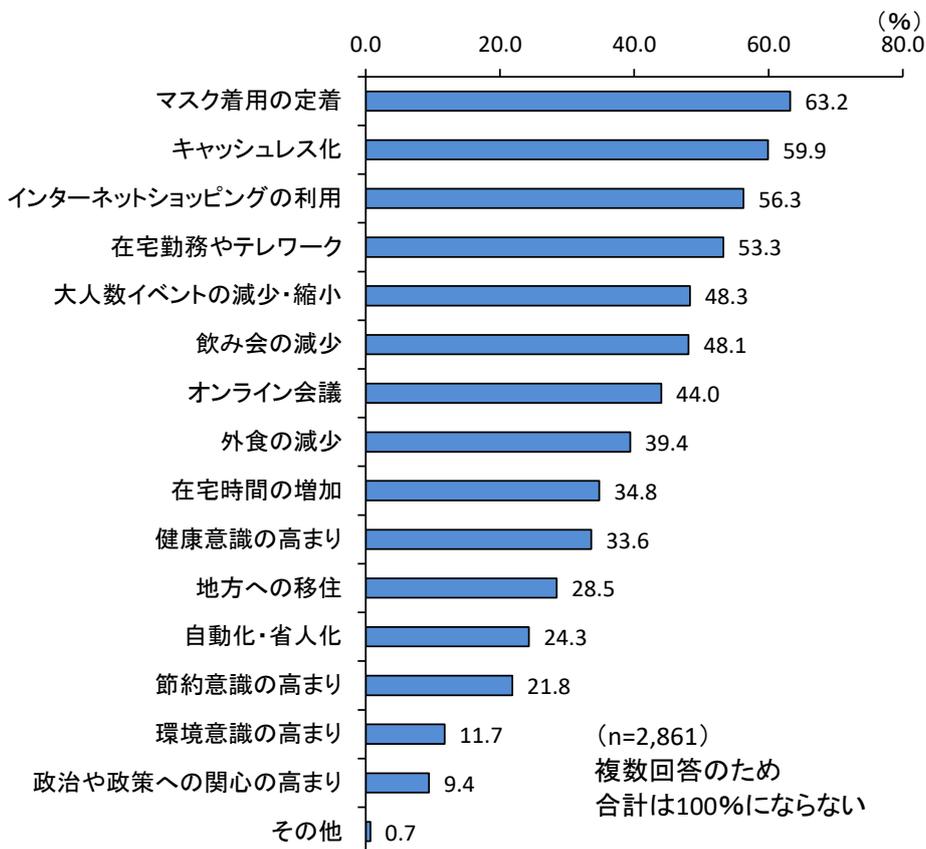
◆ 新型コロナをきっかけに進むと思う変化は「マスク着用の定着」

- ・ 新型コロナが消費者に与えた影響は、「悪い影響があった」が75.2%、「良い影響があった」が2.4%となった（図表12）。
- ・ 具体的な影響を自由回答で尋ねたところ、「悪い影響があった」では、仕事や収入の減少、旅行や帰省の中止、家族や友人と会えなくなったなどがあり、「良い影響があった」では、子供や家族と過ごす時間が増えた、健康意識が高まったなどがあった。
- ・ 新型コロナをきっかけに進むと思う変化では、「マスク着用の定着」が63.2%と最も多く、「キャッシュレス化」(59.9%)、「インターネットショッピングの利用」(56.3%)、「在宅勤務やテレワーク」(53.3%)などが続いた（図表13）。

図表12 新型コロナの影響

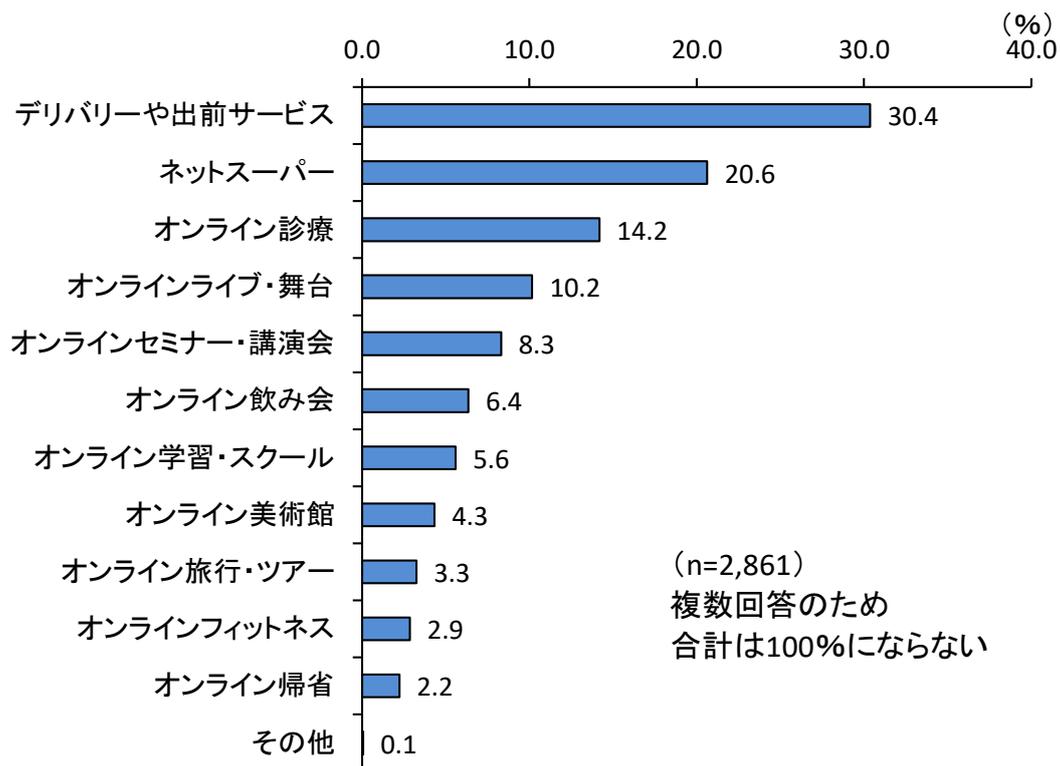


図表13 新型コロナをきっかけに進むと思う変化



- ・ コロナ禍で話題となっているオンラインサービスの中で利用してみたいものは、「デリバリーや出前サービス」が30.4%と最も多く、次いで「ネットスーパー」(20.6%)、「オンライン診療」(14.2%)などとなった(図表14)。接触を避けるため、飲食や買い物をオンラインで済ませたいとする意向がみられる。

図表14 利用してみたいオンラインサービス

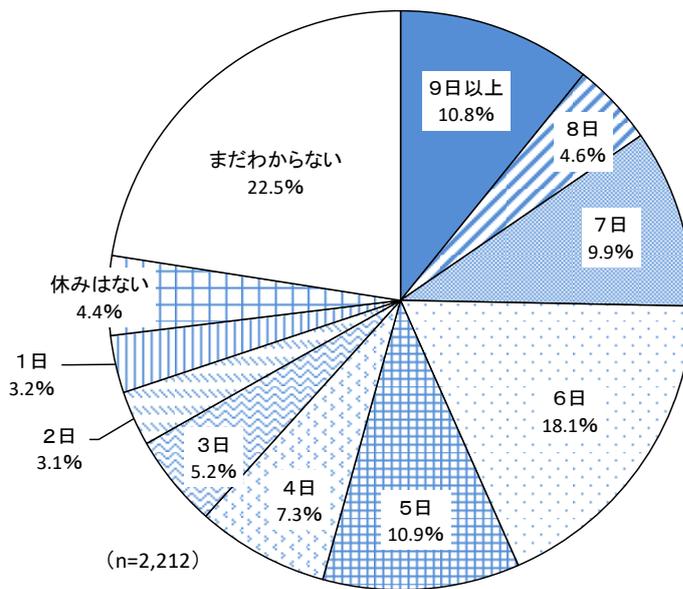


<年末年始の過ごし方について>

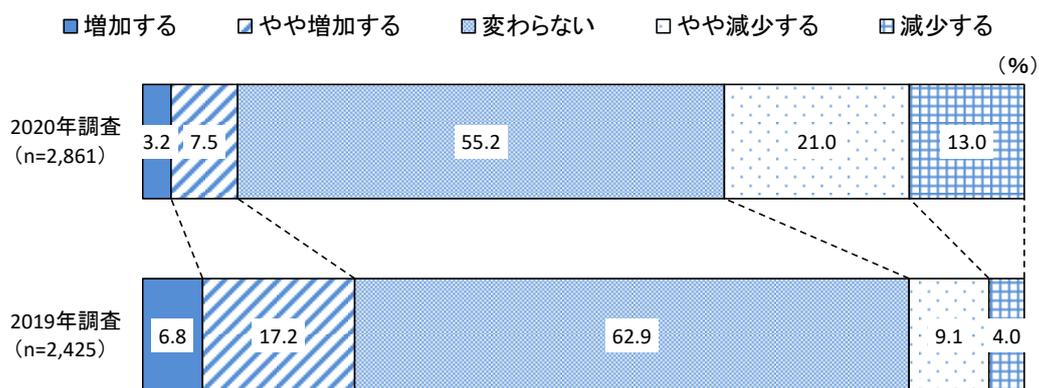
◆ 年末年始の支出は前年よりも減少

- 勤労者に対して、年末年始の勤務先の休暇日数について尋ねたところ、「6日」が18.1%と最も多く、次いで「5日」(10.9%)、「9日以上」(10.8%)、「7日」(9.9%) などとなった(図表15)。
- 年末年始の支出見通しについては、減少見通し(「減少する」(13.0%) + 「やや減少する」(21.0%))が増加見通し(「増加する」(3.2%) + 「やや増加する」(7.5%))を上回った(図表16)。

図表15 年末年始の土日祝日を除く休暇日数(勤労者のみ)



図表16 年末年始の支出見通し

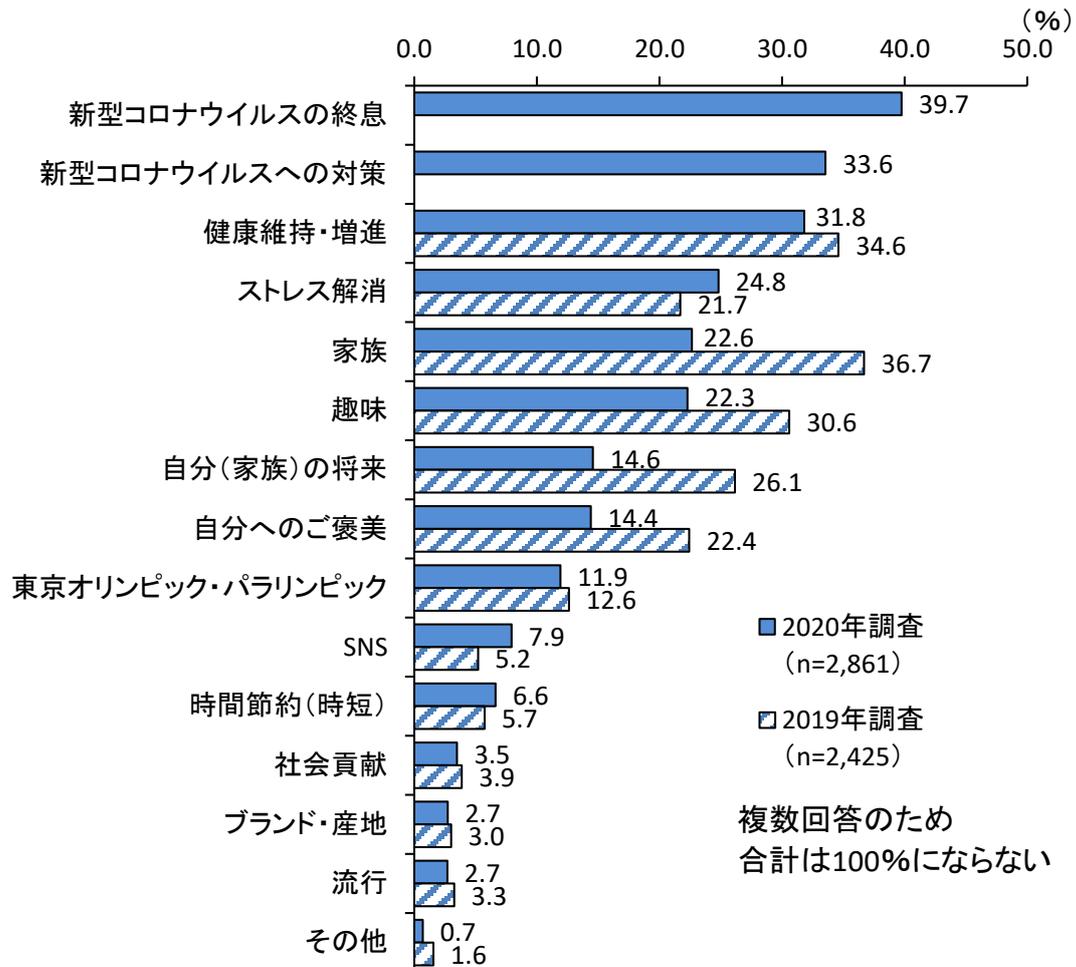


<来年の消費につながるキーワードについて>

◆ 21年の消費は新型コロナの影響に左右される

- 21年の消費につながるキーワードは、「新型コロナウイルスの終息」が39.7%と最も多く、次いで「新型コロナウイルスへの対策」(33.6%)、「健康維持・増進」(31.8%) などとなった(図表17)。新型コロナが終息し、感染の不安がない状況で消費することへの期待が大きい。

図表17 来年の消費につながるキーワード



以上