

## 長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2021年10月調査)～

### 若者と高齢層で高まる消費意欲

本調査は、県内の消費動向や消費者意識を把握するため、県内1,000世帯を対象に、3カ月ごとに実施している。

#### 調査結果のポイント

##### <新型コロナウイルスについて>

###### 新型コロナへの強い不安感は弱まる

- 新型コロナウイルス（以下、新型コロナという）に対する不安感（「とても不安に感じている」＋「やや不安に感じている」）は、83.7%と8割が不安を感じている。ただ、「とても不安に感じている」は27.9%と、2020年4月の調査以降で最も低い回答割合となった。

###### 抑制的な消費行動は半数を下回る

- 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、「抑制的」（「抑制的になった」＋「やや抑制的になった」）の回答割合が46.3%と、前回調査に続き半数を下回った。

###### 1年前と比べ消費行動への抵抗感は弱まる

- 抵抗を感じる消費行動については、「県外旅行」が70.9%と最も多く、次いで「海外旅行」（59.7%）、「大人数での宴会やパーティー」（59.4%）などとなり、1年前（20年10月）の調査に比べ、各消費行動に対する抵抗感は弱まっている。
- 9月に緊急事態宣言等が解除され、国内ワクチン接種も進む中、消費を増やしたい項目については、「外食」が35.9%と最も多く、次いで「県外旅行」（35.7%）、「県内旅行」（28.7%）などとなった。

###### 3割が消費に積極的な意向

- 今後の消費行動については、全体では「積極的」（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）の回答割合は33.9%となった。
- これを年代別にみると、「積極的」の回答割合は、20代が48.9%と最も多く、次いで60代（37.5%）、70代以上（36.2%）と続き、若者と高齢層で高くなった。

##### <生活満足度について>

###### 生活満足度は1割

- 現在の生活満足度は、満足（「満足」＋「どちらかといえば満足」）の回答割合が10.8%、不満（「不満」＋「どちらかといえば不満」）の回答割合が42.7%となった。
- 生活要素別の満足度をみると、「満足」では、「住居」が25.5%と最も多く、次いで「食生活」（23.6%）、「睡眠・休息」（18.6%）などとなった。一方「不満」では、「友人などと直接接する機会」が45.6%と最も多く、次いで「趣味・遊び」（31.6%）、「収入」（23.1%）などとなった。

- 今後の消費行動は、若者や高齢層を中心に、旅行や外食、家族や友人などと会う機会が増えることにより改善していくとみられる。感染が落ち着いた状況がこのまま続けば、人の動きが増加する年末年始に向けて、消費の回復に期待が高まる。

#### <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 主任研究員 寺嶋 孝太郎  
 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： 2021 年 10 月中旬～下旬

調査対象： 長野県内在住の 1,000 世帯

回答属性： 単独世帯 227 世帯  
二人以上世帯 773 世帯

性別 男性 50.0 % 女性 50.0 %  
年齢別

20 代	9.4 %
30 代	12.7 %
40 代	20.0 %
50 代	23.2 %
60 代	18.7 %
70 代以上	16.0 %

調査方法： インターネット調査

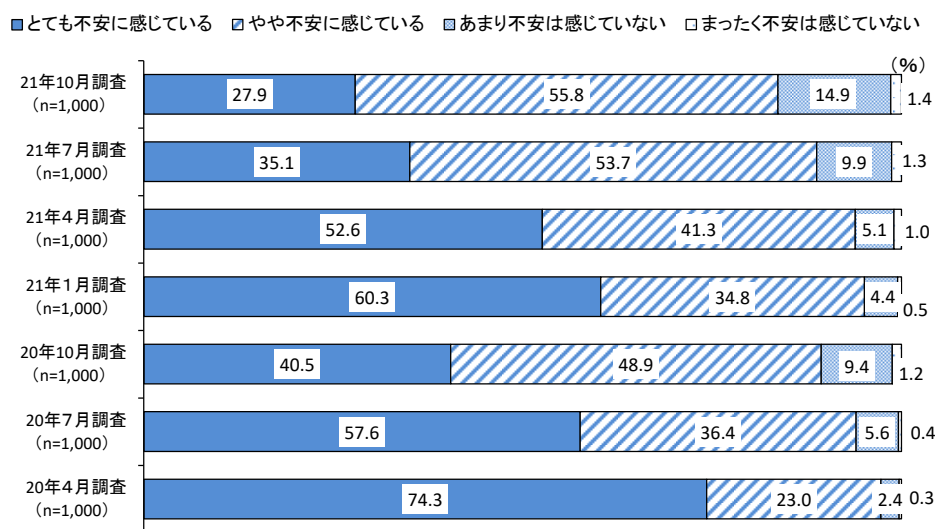
※ 四捨五入の関係で、合計が 100%にならない場合がある。

## <新型コロナウイルスについて>

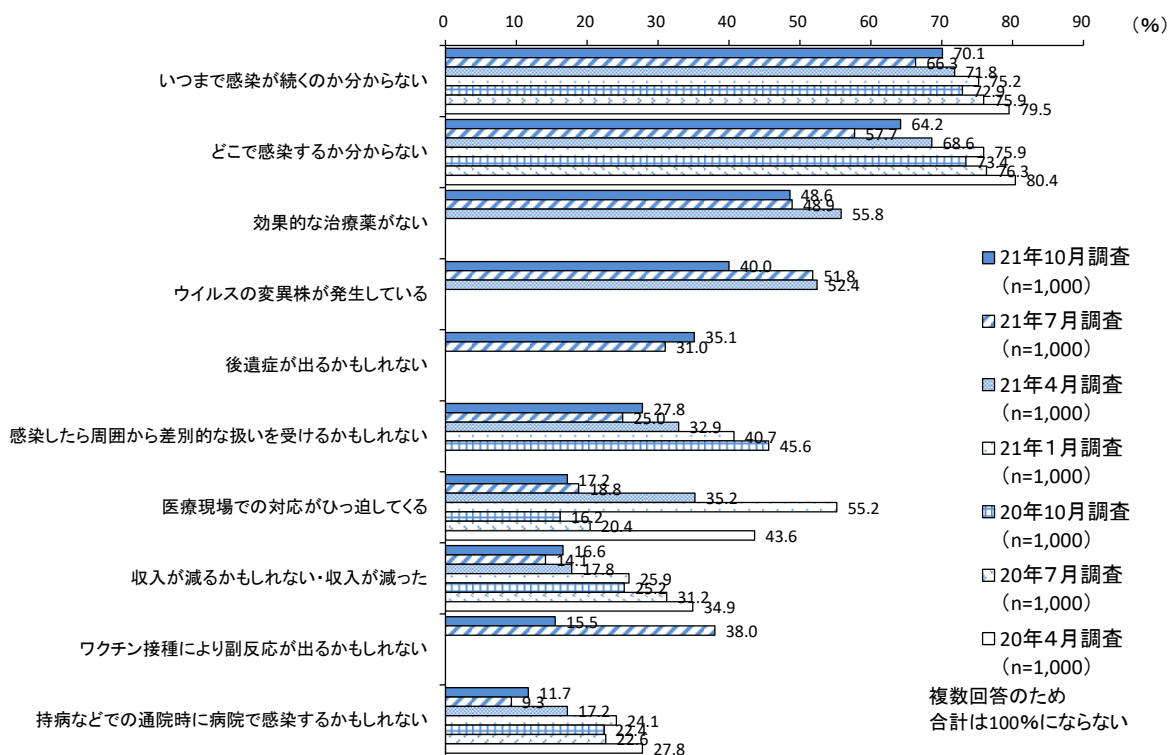
### ◆ 新型コロナへの強い不安感は弱まる

- ・ 新型コロナに対する不安感（「とても不安に感じている」＋「やや不安に感じている」）は、**図表1**のように、83.7%と8割が不安を感じている。ただ、「とても不安に感じている」は27.9%と、2020年4月の調査以降最も低い回答割合となった。
- ・ 新型コロナに関連して不安に感じることは、**図表2**のように、「いつまで感染が続くのか分からない」が70.1%と最も多く、次いで「どこで感染するか分からない」が64.2%と、引き続き感染の長期化に対する不安感が強い。

図表1 新型コロナに対する意識



図表2 新型コロナに不安を感じている理由

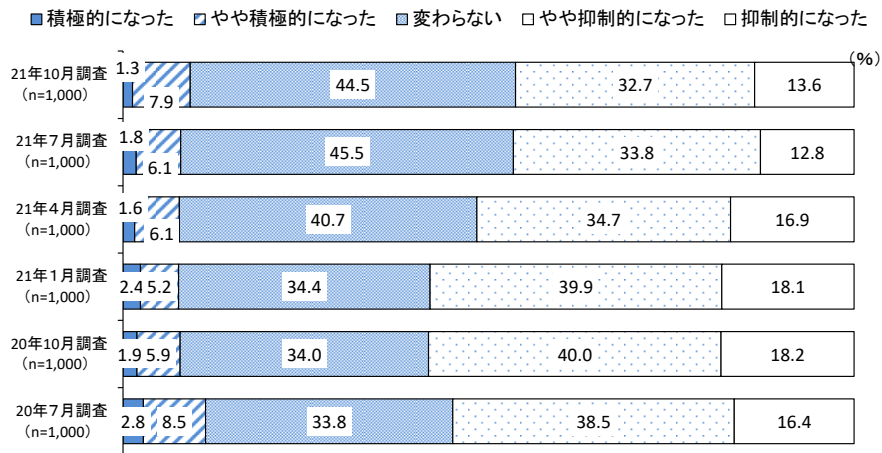


(注) 回答割合の多い上位10項目を掲載

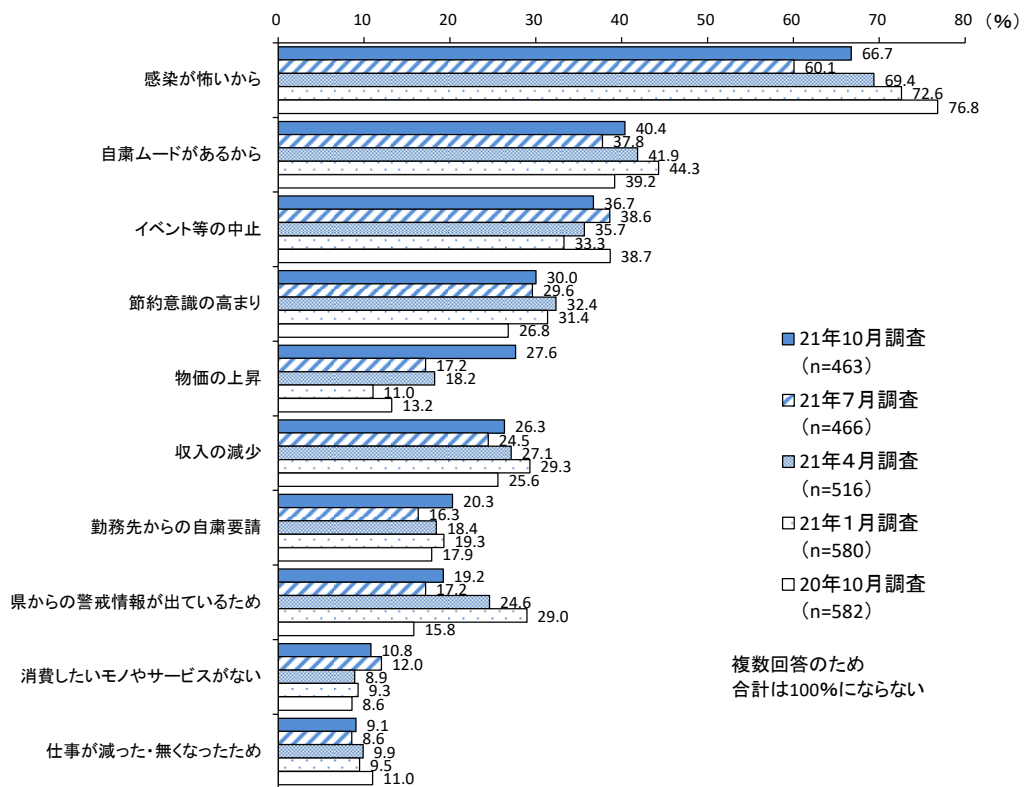
◆ 抑制的な消費行動は半数を下回る

- ・ 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、**図表3**のように、「抑制的」（「抑制的になった」＋「やや抑制的になった」）の回答割合が46.3%と、前回調査に続き半数を下回った。
- ・ 消費行動を抑制する理由は、**図表4**のように「感染が怖いから」が66.7%と最も多く、次いで「自粛ムードがあるから」（40.4%）、「イベント等の中止」（36.7%）、などとなった。また「物価の上昇」の回答割合は、前回調査に比べ10.4ポイント増加している。

図表3 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動



図表4 消費行動を抑制する理由

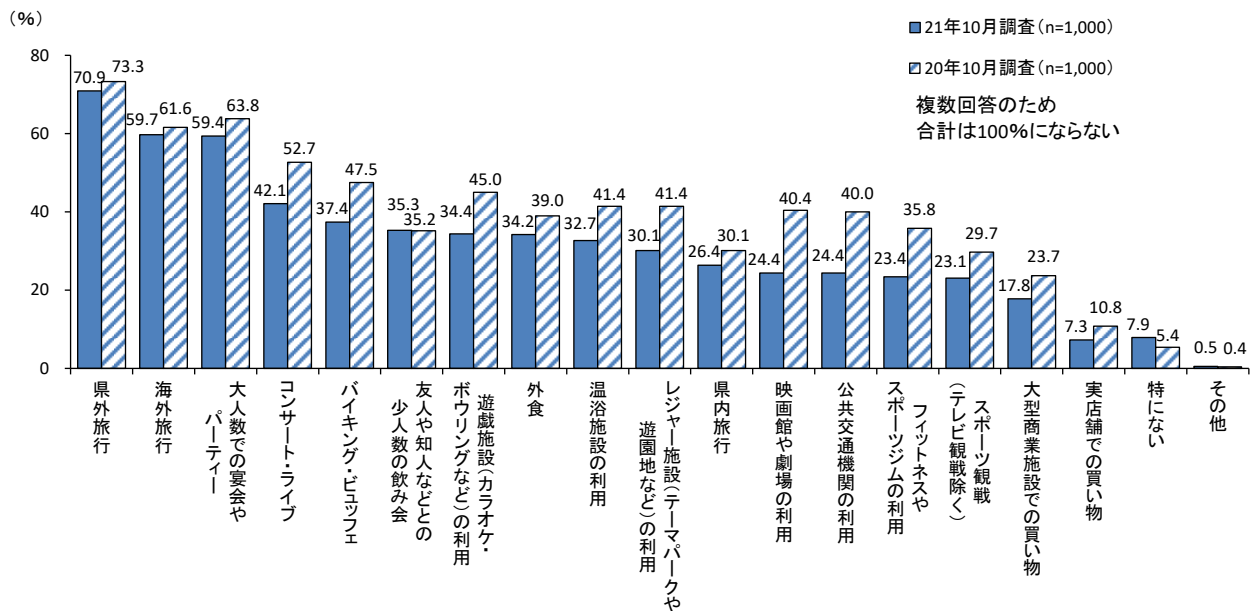


(注) 回答割合の多い上位10項目を掲載

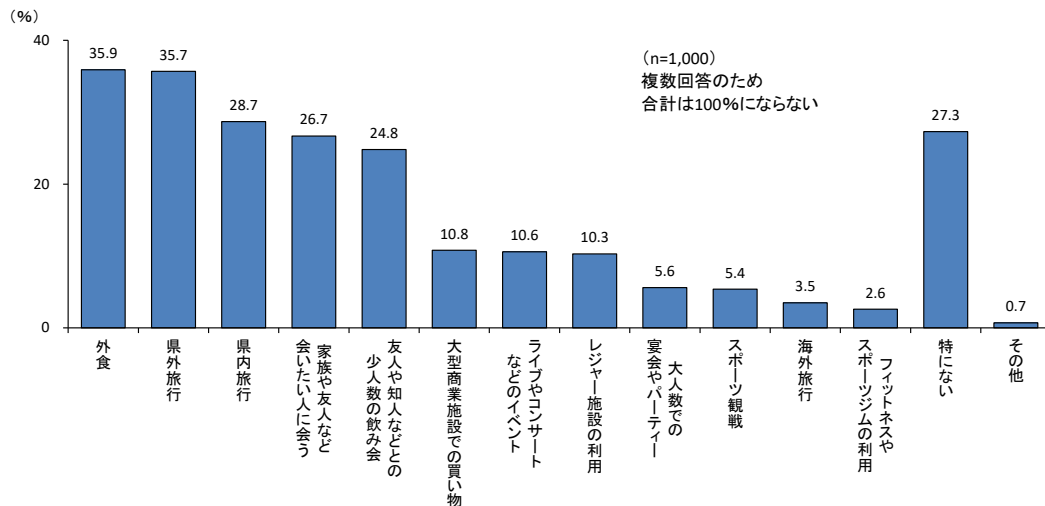
◆ 1年前と比べ消費行動への抵抗感は弱まる

- 抵抗を感じる消費行動については、**図表5**のように、「県外旅行」が70.9%と最も多く、次いで「海外旅行」(59.7%)、「大人数での宴会やパーティー」(59.4%) などとなった。
- 1年前(20年10月)の調査に比べ、全体的に回答割合は減少し抵抗感は弱まっているが、旅行や大人数で集まることへの抵抗感は引き続き強い。
- 9月に緊急事態宣言等が解除され、国内ワクチン接種も進む中、消費を増やしたい項目について尋ねると、**図表6**のように、「外食」が35.9%と最も多く、次いで「県外旅行」(35.7%)、「県内旅行」(28.7%) などとなった。

図表5 抵抗を感じる消費行動



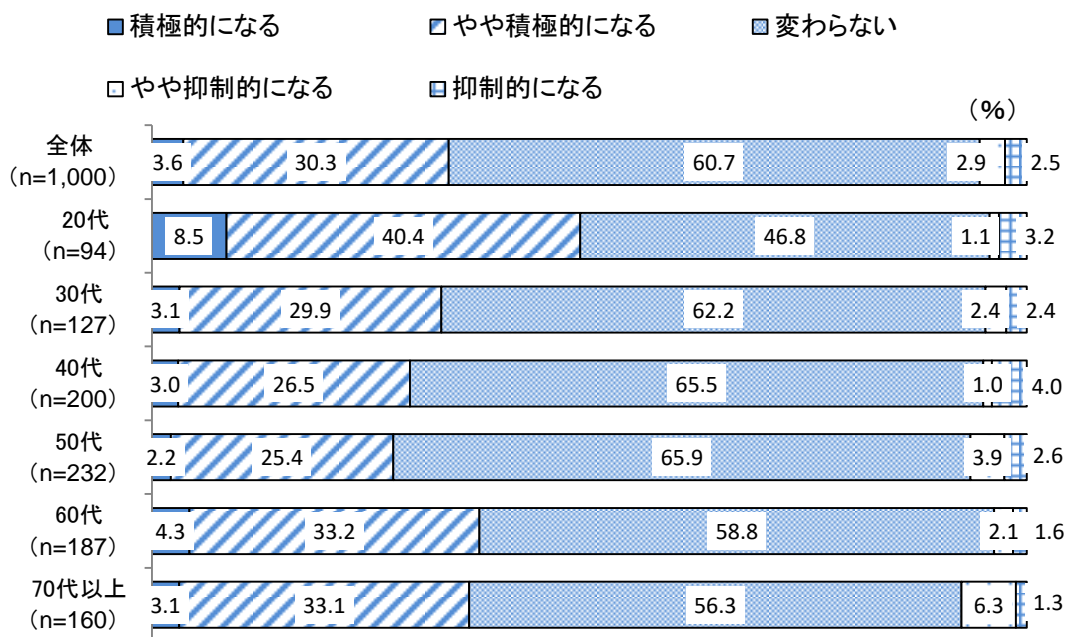
図表6 消費を増やしたい項目



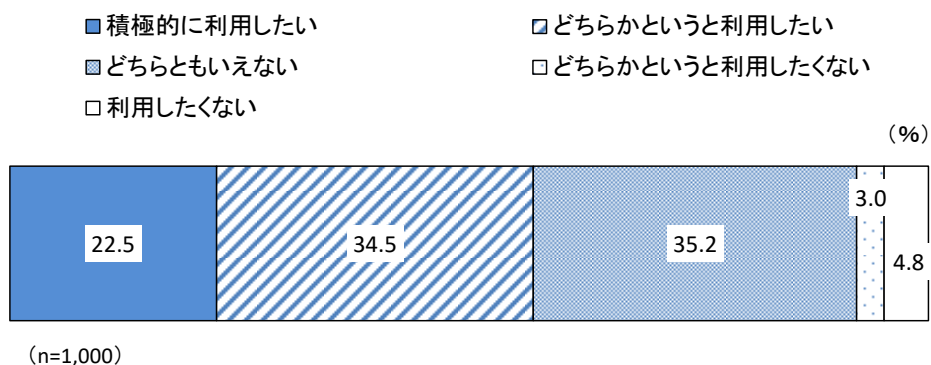
◆ 若者と高齢層で高まる消費意欲

- ・ 今後の消費行動については、図表7のように、全体では「積極的」（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）の回答割合は33.9%となった。
- ・ 年代別にみると、「積極的」の回答割合は、20代が48.9%と最も多く、次いで60代（37.5%）、70代以上（36.2%）と続き、若者と高齢層で高くなった。
- ・ ワクチン接種割引の利用意向は、図表8のように、積極的（「積極的に利用したい」＋「どちらかという利用したい」）の回答割合が57.0%と半数を超えた。

図表7 今後の消費行動



図表8 ワクチン接種割引の利用意向

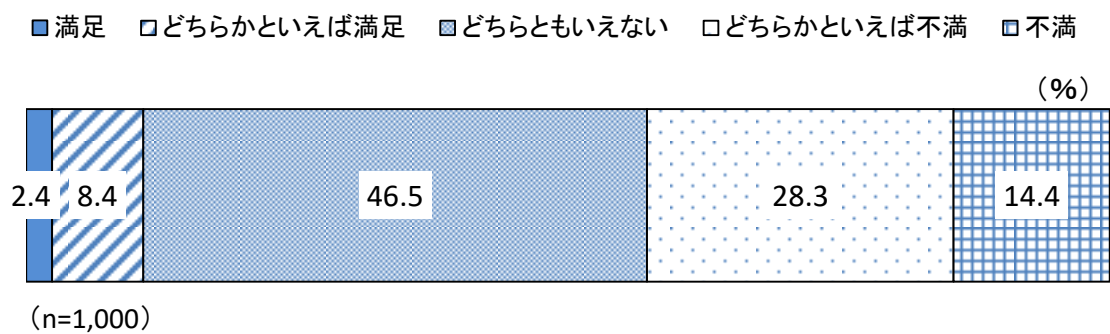


<現在の生活満足度について>

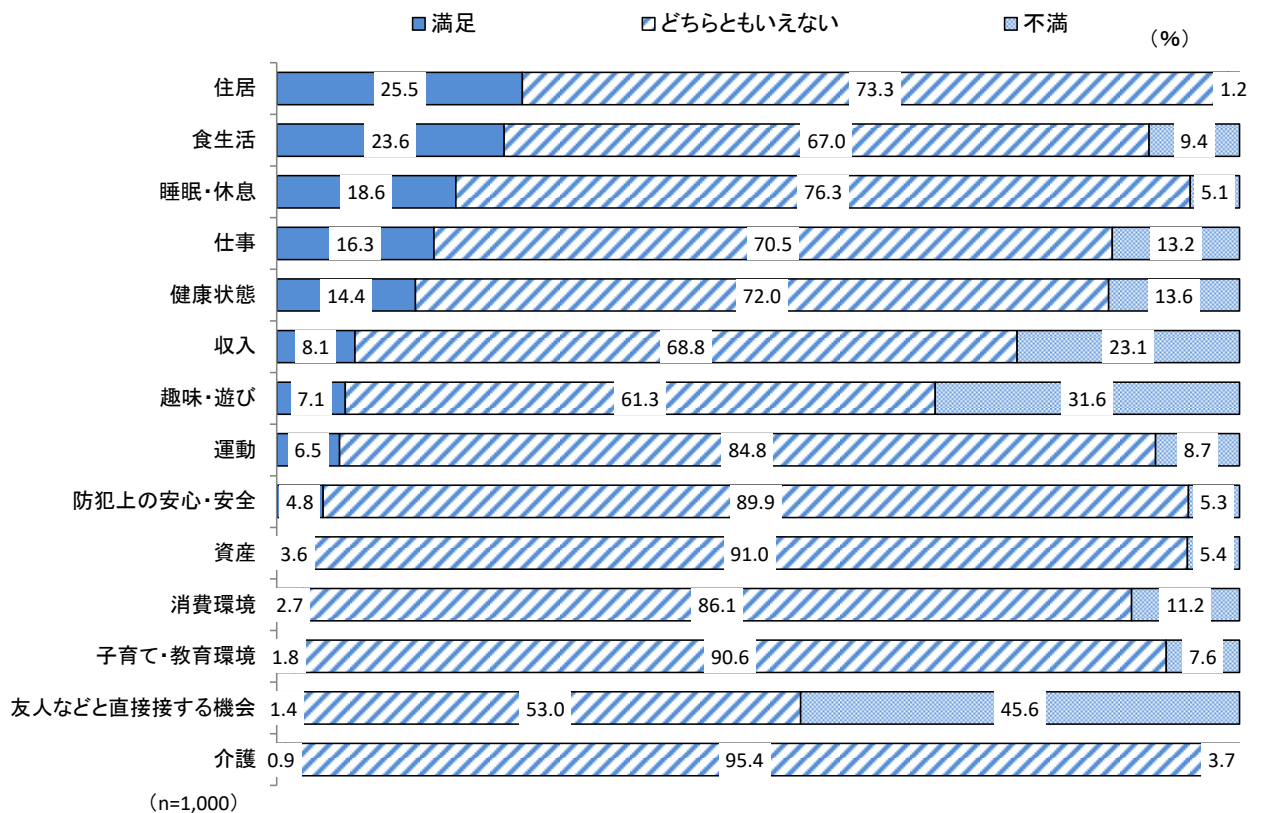
◆ 新型コロナによる制限もあり、4割が現在の生活に不満

- ・ 現在の生活満足度は、図表9のように、満足（「満足」＋「どちらかといえば満足」）の回答割合が10.8%、不満（「不満」＋「どちらかといえば不満」）の回答割合が42.7%となった。
- ・ 生活要素別の満足度については、図表10のように、「満足」の回答割合は、「住居」が25.5%と最も多く、次いで「食生活」（23.6%）、「睡眠・休息」（18.6%）などとなった。
- ・ 一方、「不満」の回答割合は、「友人などと直接接する機会」が45.6%と最も多く、次いで「趣味・遊び」（31.6%）、「収入」（23.1%）などとなった。

図表9 現在の生活満足度



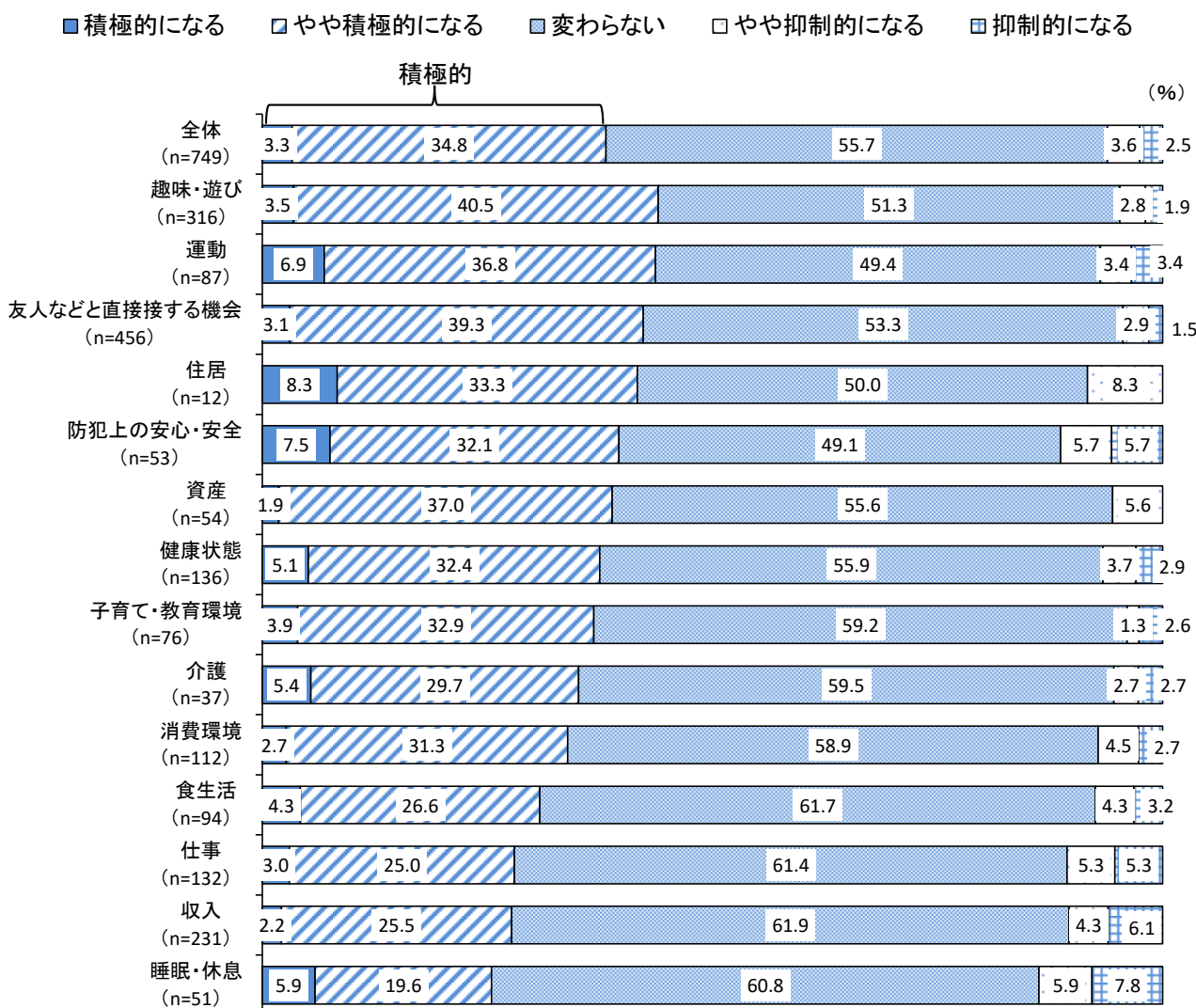
図表10 生活の主な要素別満足度



◆ 友人などと直接接する機会や趣味・遊びの不満解消は、消費の改善につながる可能性も

- ・ 図表 10 の生活の主要要素別満足度で「不満」と回答した層の今後の消費行動（図表 7）をみると、全体では「積極的」（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）の回答割合は 38.1% となった。
- ・ 主要要素別にみると、「積極的」の回答割合は「趣味・遊び」が 44.0% と最も多く、次いで「運動」（43.7%）、「友人などと直接接する機会」（42.3%）などとなった。図表 10 で「不満」の回答割合が高かった「友人などと直接接する機会」や「趣味・遊び」では、今後の消費行動に積極的な回答が多くなった。
- ・ 新型コロナの影響で制限しているとみられる「友人などと直接接する機会」や「趣味・遊び」は消費を伴うことが多いため、外出などの制限緩和によりこれらの不満が解消に向かうことで、消費の改善につながる可能性がある。

図表 11 不満と回答した層の今後の消費行動



以上