

長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2022年1月調査)～

新たな変異株による感染拡大で消費者マインドは再び悪化

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

<新型コロナに対する意識や消費行動の変化について>

新型コロナへの強い不安感が再び高まる

- ・ 新型コロナに対する意識は、「とても不安に感じている」(46.1%)と「やや不安に感じている」(44.6%)を合わせた9割が不安を感じている。「とても不安に感じている」が「やや不安に感じている」を上回るのは21年4月調査以来となった。

新型コロナ感染拡大前と比べ半数が消費行動を抑制

- ・ 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」(12.9%) + 「やや抑制的になった」(37.1%))の回答割合が半数となり、積極的(「積極的になった」(1.9%) + 「やや積極的になった」(7.3%))の9.2%を上回った。
- ・ 消費行動を抑制する理由は、「感染が怖いから」が67.8%と最も多く、次いで「イベント等の中止」(36.8%)、「自粛ムードがあるから」(36.0%)などとなった。

今後の消費行動は再び抑制色が強まる

- ・ 今後の消費行動については、抑制的(「抑制的になる」 + 「やや抑制的になる」)の回答割合が34.9%と、積極的(「積極的になる」 + 「やや積極的になる」)の11.5%を上回った。新型コロナの不安が高まっていることで、21年10月調査(以下、前回調査という)に比べ、抑制的の回答割合が増加したとみられる。

<環境への意識や具体的な取り組みについて>

レジ袋の有料化をきっかけに、環境意識が高まったとする割合は4割

- ・ 2020年7月にレジ袋が有料化されたことをきっかけとした環境意識の変化については、高まった(「高まった」(13.6%) + 「やや高まった」(30.7%))の回答割合が4割となった。

宿泊施設で提供されているシャワー用キャップを半数が不要と感じている

- ・ 22年4月に施行予定のプラスチック資源循環促進法で削減対象となる使い捨てプラスチック製品12品目について、店舗や宿泊施設などでの提供が不要だと思うものは、「シャワー用キャップ」が55.6%と最も多く、次いで「くし」(47.7%)、「ヘアブラシ」(45.6%)などとなった。

環境対策の具体的な効果の開示や説明が、環境への意識向上や行動促進につながる

- ・ 環境への意識向上や行動促進のため、行政や事業者の活動・行動として期待することは、「環境対策の具体的な効果の開示・説明」が32.9%と最も多く、次いで「地球温暖化や気候変動による環境への影響の詳細な説明」(29.2%)などとなった。

- 新型コロナ感染確認から2年が経過したものの、変異株の出現などにより感染が再拡大し、消費者の不安感が再び強まっている。長野県内にもまん延防止等重点措置が適用され、感染への警戒が強まっており、消費への影響が懸念される。

<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 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： 2022年1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 259世帯
二人以上世帯 741世帯

性別 男性 50.0% 女性 50.0%
年齢別

20代	8.8%
30代	15.8%
40代	17.9%
50代	24.7%
60代	17.4%
70代以上	15.4%

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。

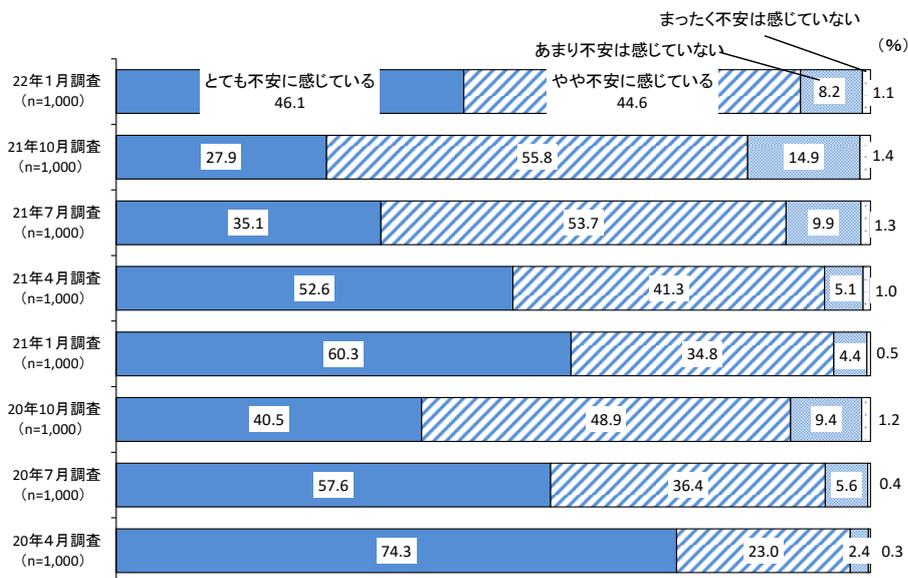
詳細は経済月報4月号をご覧ください。

<新型コロナに対する意識や消費行動の変化について>

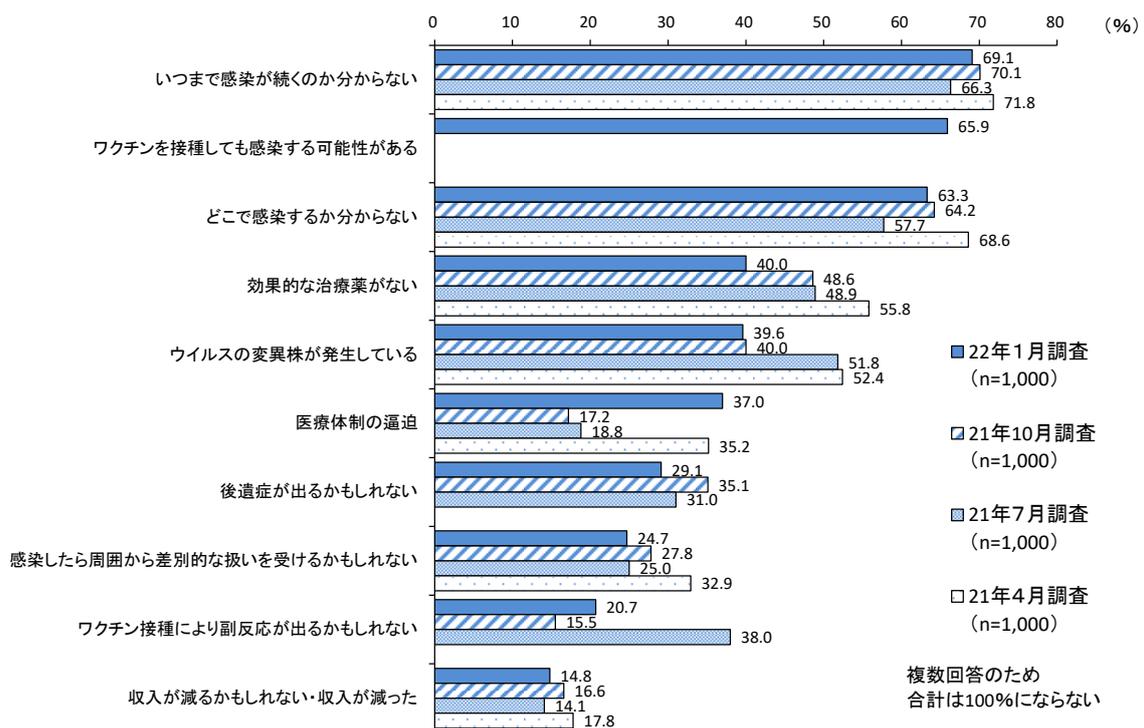
◆ 新型コロナへの強い不安感が再び高まる

- ・ 新型コロナに対する意識は、図表1のように「とても不安に感じている」(46.1%)と「やや不安に感じている」(44.6%)を合わせた9割が不安を感じている。「とても不安に感じている」が「やや不安に感じている」を上回るのは21年4月調査以来となった。
- ・ 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69.1%と最も多く、次いで「ワクチンを接種しても感染する可能性がある」が65.9%、「どこで感染するか分からない」が63.3%などとなった。

図表1 新型コロナに対する意識



図表2 新型コロナに関連して不安に感じること

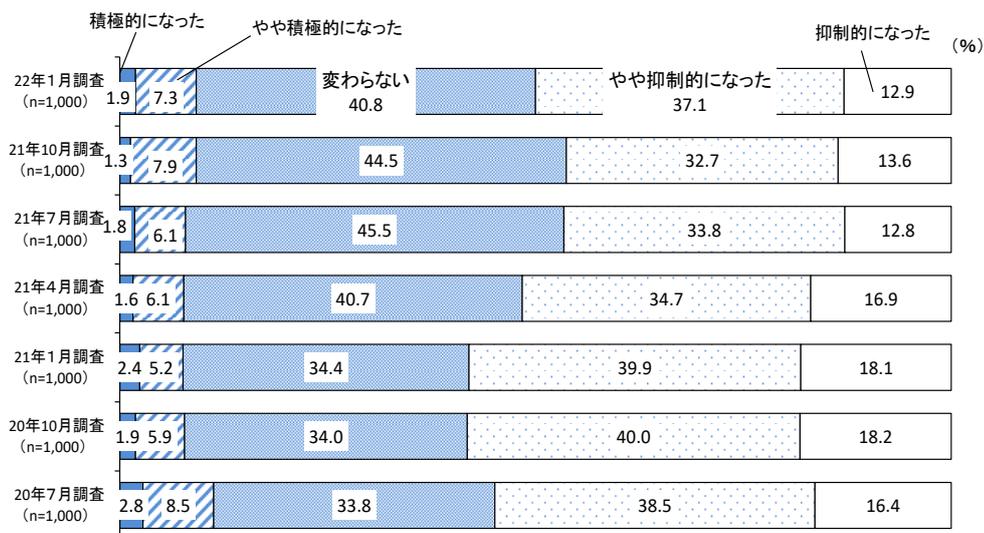


【注】 回答割合の多い上位10項目を掲載
 「ワクチンを接種しても感染する可能性がある」は今回より追加

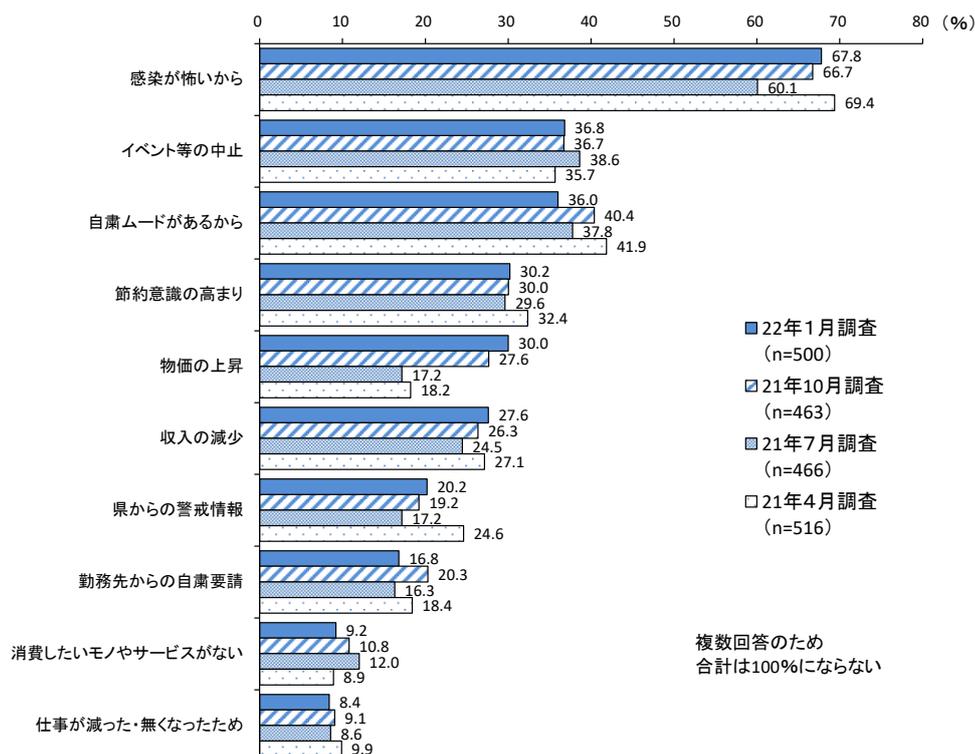
◆ 新型コロナ感染拡大前と比べ半数が消費行動を抑制

- ・ 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」(12.9%) + 「やや抑制的になった」(37.1%)）の回答割合が半数となり、積極的（「積極的になった」(1.9%) + 「やや積極的になった」(7.3%)）の9.2%を上回った。
- ・ 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67.8%と最も多く、次いで「イベント等の中止」(36.8%)、「自粛ムードがあるから」(36.0%) などとなった。

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

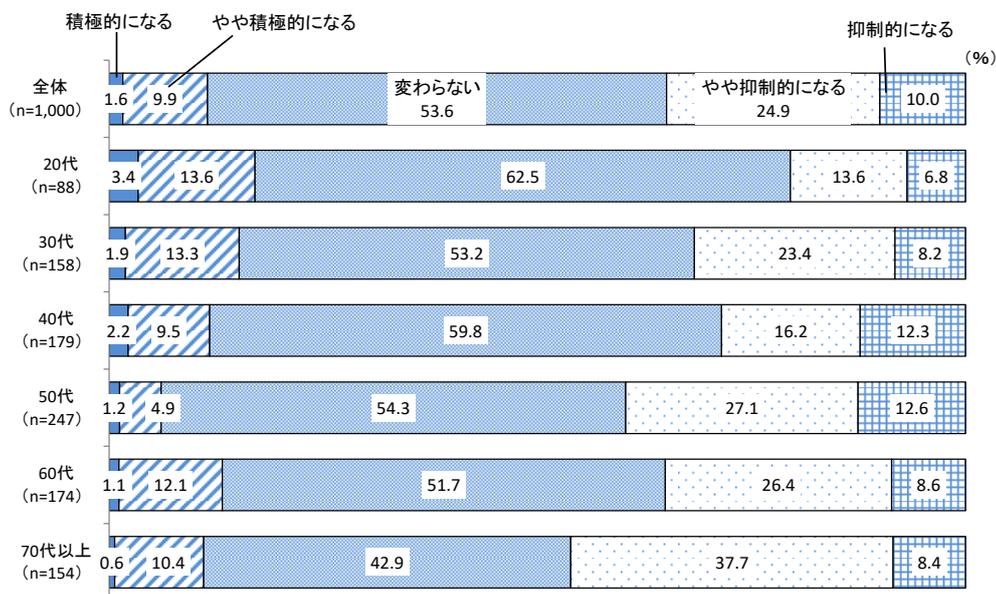


(注) 回答割合の多い上位10項目を掲載

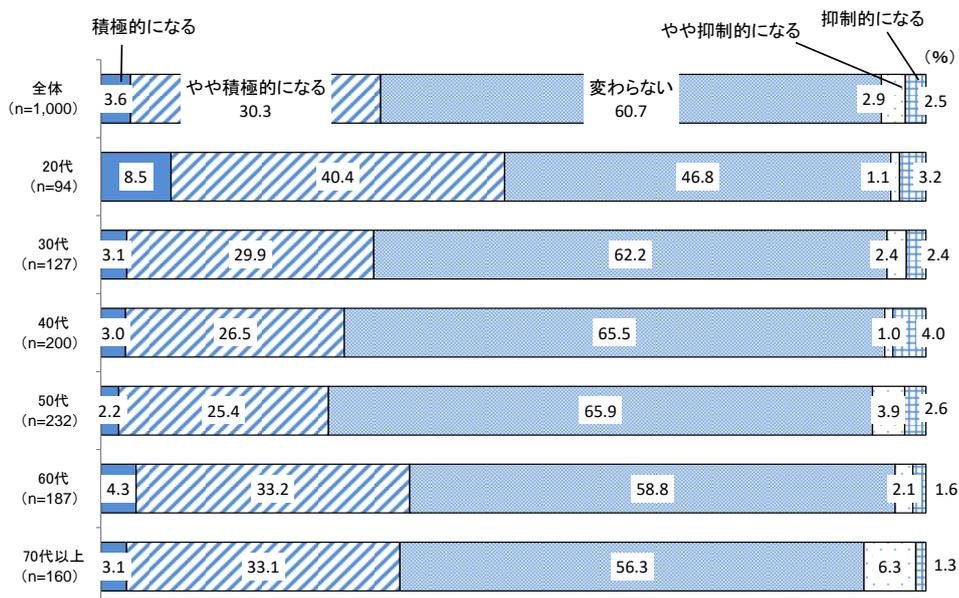
◆ 今後の消費行動は再び抑制色が強まる

- 今後の消費行動については、図表5のように、全体では抑制的（「抑制的になる」＋「やや抑制的になる」）の回答割合が34.9%と、積極的（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）の11.5%を上回った。新型コロナの感染が再拡大し不安感が再び高まったことで、抑制的の回答割合が前回調査に比べ増加したとみられる。
- 年代別にみると、抑制的の回答割合は高齢層ほど高い傾向にあり、いずれの年代も前回調査に比べその回答割合が増加している。

図表5 今後の消費行動



参考 今後の消費行動(21年10月調査)

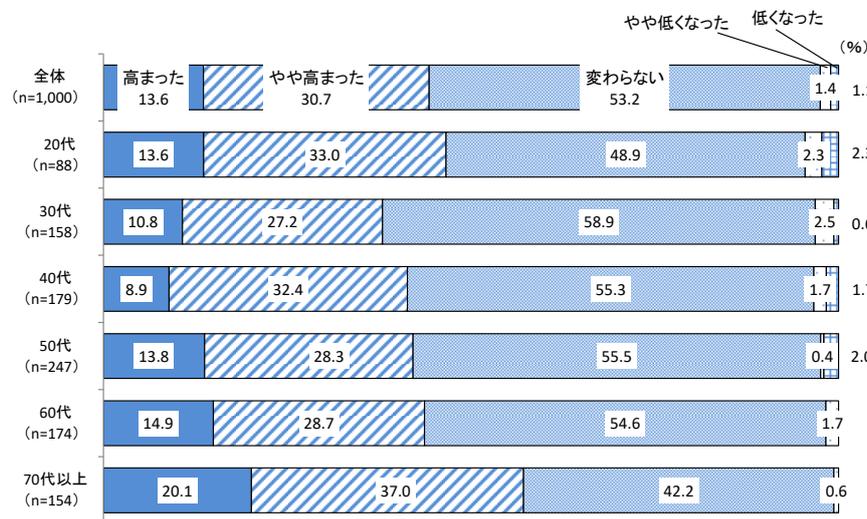


<環境への意識や具体的な取り組みについて>

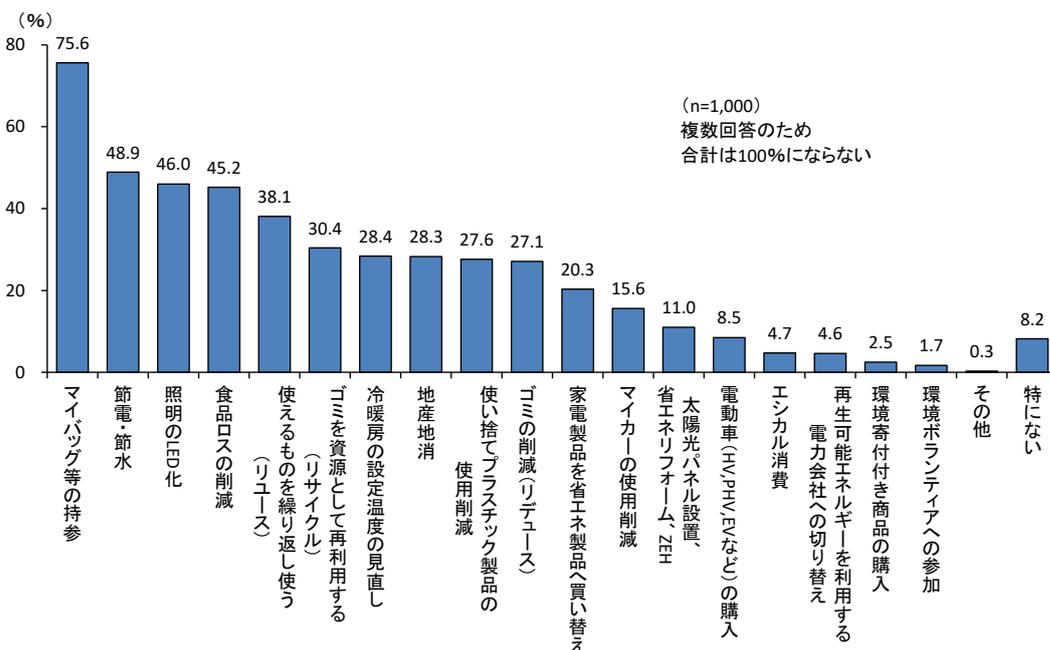
◆ レジ袋有料化をきっかけに、環境意識が高まったとする割合は4割

- 20年7月のプラスチックゴミ削減を目的としたレジ袋有料化から1年半が経過する中、消費者の環境に対する意識の変化や具体的な取り組みについて尋ねた。
- レジ袋有料化をきっかけとした環境意識の変化は、**図表6**のように、高まった（「高まった」（13.6%）＋「やや高まった」（30.7%））の回答割合が4割となった。年代別では、環境意識が高まった（「高まった」＋「やや高まった」）の回答割合は、70代以上が57.1%と最も多く、次いで20代が46.6%と、高齢層と若者で高くなった。
- 環境問題への具体的な取り組みについては、**図表7**のように、「マイバッグ等の持参」が75.6%と最も多く、次いで「節電・節水」（48.9%）、「照明のLED化」（46.0%）などとなった。レジ袋有料化などもきっかけとなり、マイバッグ等を持参する消費者が多くなっている。

図表6 環境意識の変化



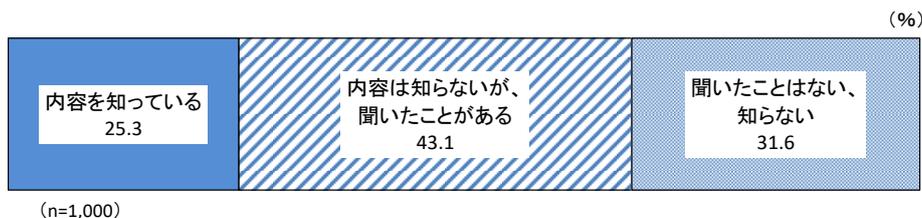
図表7 環境問題への具体的な取り組み



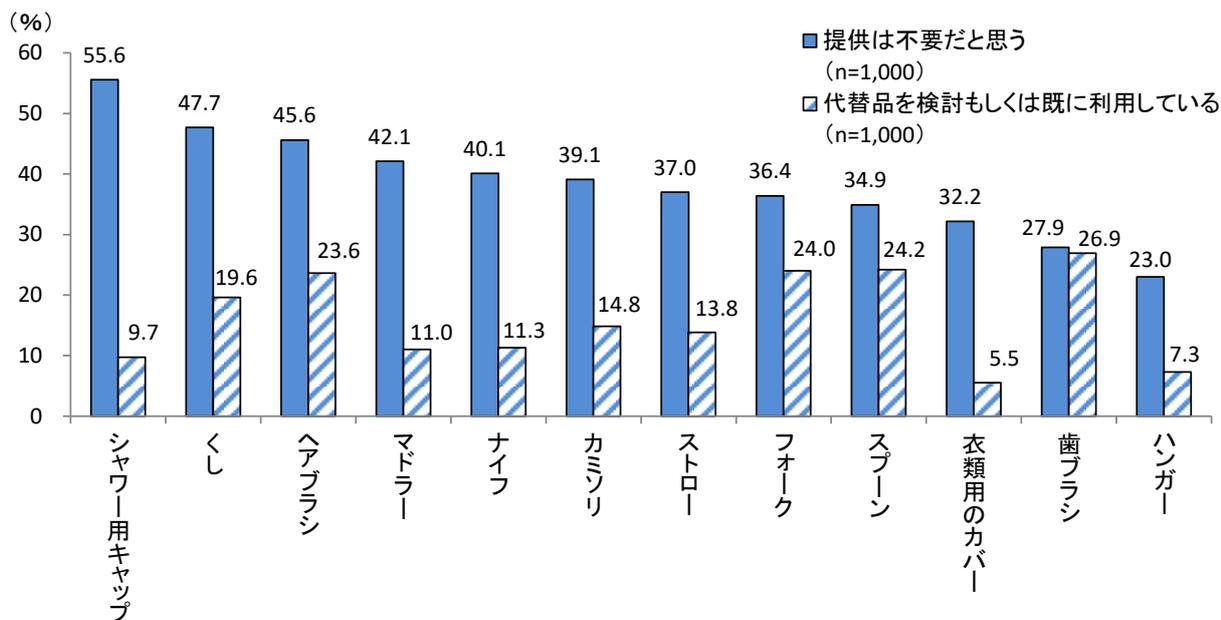
◆ 宿泊施設で提供されているシャワー用キャップを半数が不要と感じている

- 22年4月にプラスチック資源循環促進法が施行される。この法律では、コンビニエンスストアや宿泊施設、クリーニング店などで一定規模以上の事業者は、12品目の使い捨てプラスチック製品の削減が義務化される。
- この法律の認知度については、**図表8**のように、「内容を知っている」が25.3%、「内容は知らないが、聞いたことがある」が43.1%と、約7割が認知している。
- プラスチック資源循環促進法で削減対象となる使い捨てプラスチック製品12品目について、店舗や宿泊施設などでの提供が不要だと思うものは、**図表9**のように、「シャワー用キャップ」が55.6%と最も多く、次いで「くし」(47.7%)、「ヘアブラシ」(45.6%)など宿泊施設で提供されるものが上位となった。
- これらの使い捨てプラスチック製品について、レジ袋に対するマイバッグのような代替品の利用を考えている（もしくは既に利用している）ものは、「歯ブラシ」が26.9%と最も多く、次いで「スプーン」(24.2%)、「フォーク」(24.0%)などとなった。

図表8 プラスチック資源循環促進法の認知度



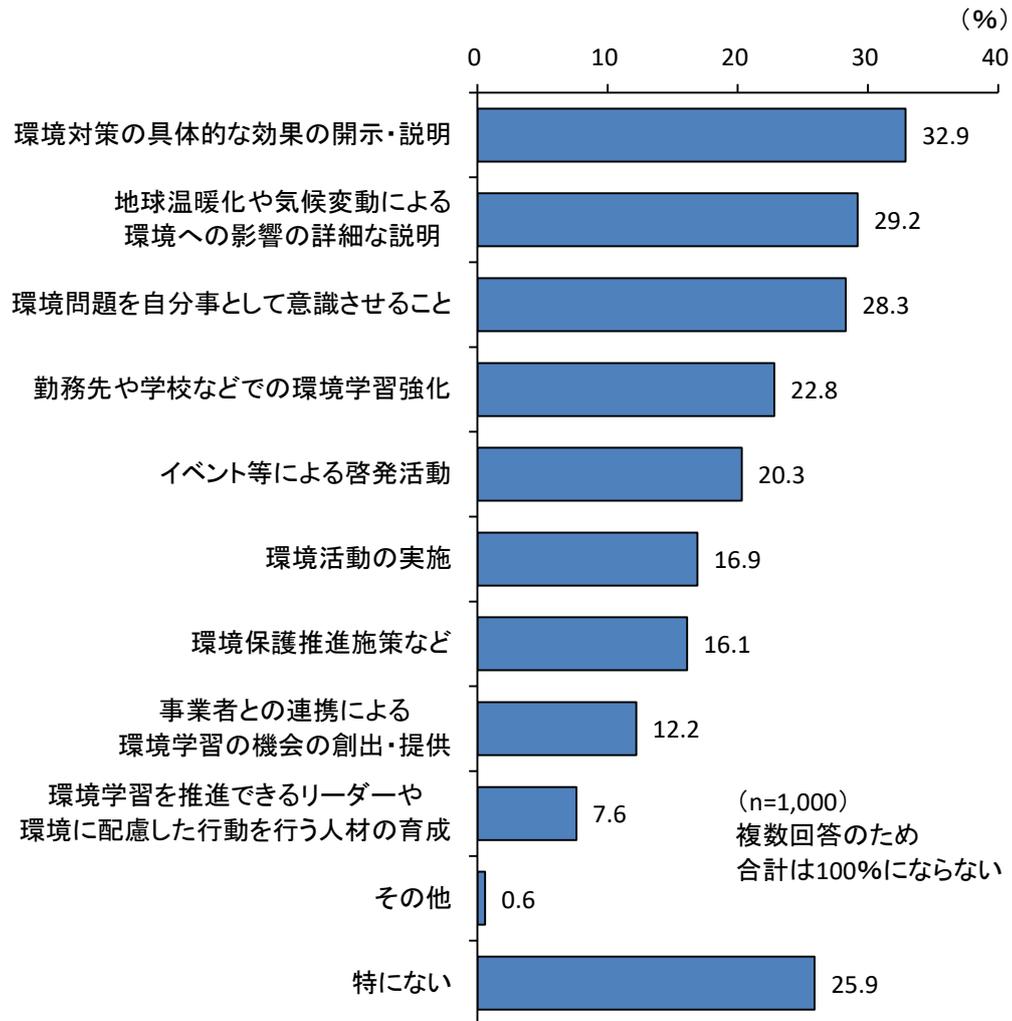
図表9 削減対象の12品目の使い捨てプラスチック製品



◆ 環境対策の具体的な効果の開示や説明が、環境への意識向上や行動促進につながる

- ・ 環境への意識向上や行動促進のため、今後の行政や事業者の活動・行動として期待することは、図表 10 のように、「環境対策の具体的な効果の開示・説明」が 32.9%と最も多く、次いで「地球温暖化や気候変動による環境への影響の詳細な説明」(29.2%)、「環境問題を自分事として意識させること」(28.3%) などとなった。

図表 10 行政や事業者の活動や行動として期待すること



以上