

感謝の心をこめて

Challenge & Smile



2021年2月3日

No. 21-018

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

## コロナ下で変わる消費行動に関するアンケート調査

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）では、このたび標記の調査結果を取りまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2021年3月1日発行の「IRC Monthly」2021年3月号に掲載予定です。

記

### 【調査概要】

- ・新型コロナウイルス流行後、オンラインショッピングで41.6%、テイクアウトでは31.2%の人が利用頻度を増やしている。
- ・新型コロナ収束後の利用意向について、「利用頻度はいま以上に増える」「変わらない」の割合が最も高いのは「オンラインショッピング」（計92.1%）、次いで「電子書籍・オンラインコミックの購読」（計80.8%）「有料動画配信」（計79.7%）の順となった。
- ・2020年4月以降、クレジットカードの利用頻度は「増えた」「やや増えた」と回答した人が計44.6%、電子マネーは計32.4%、スマホ決済は計30.0%となり、オンラインサービスの利用増加や接触回避ニーズの高まりがキャッシュレス決済の利用を後押ししている。
- ・Go To トラベル事業は27.4%の人が利用していた。具体的な旅行先（予定を含む）は、県内旅行が4割強を占め、次いで、四国地方（愛媛県以外）（28.3%）、中国地方（23.4%）と近場のエリアが上位となった。
- ・Go To イートキャンペーン事業のプレミアム付き食事券は35.4%の人が1回以上利用しており、オンライン予約によるポイント還元は11.6%の人が1回以上利用していた。

以上

私たちはチャレンジします。みなさまの笑顔のために。

NEWS RELEASE

株式会社 伊予銀行 愛媛県松山市南堀端町1番地 〒790-8514

## はじめに

新型コロナウイルス（以下、新型コロナ）感染拡大により、移動自粛や3密回避の行動が求められ、私たちの日常生活も大きく変わった。今回はコロナ下での消費行動に焦点を当て、アンケートを実施した。なお、調査概要は以下のとおり。

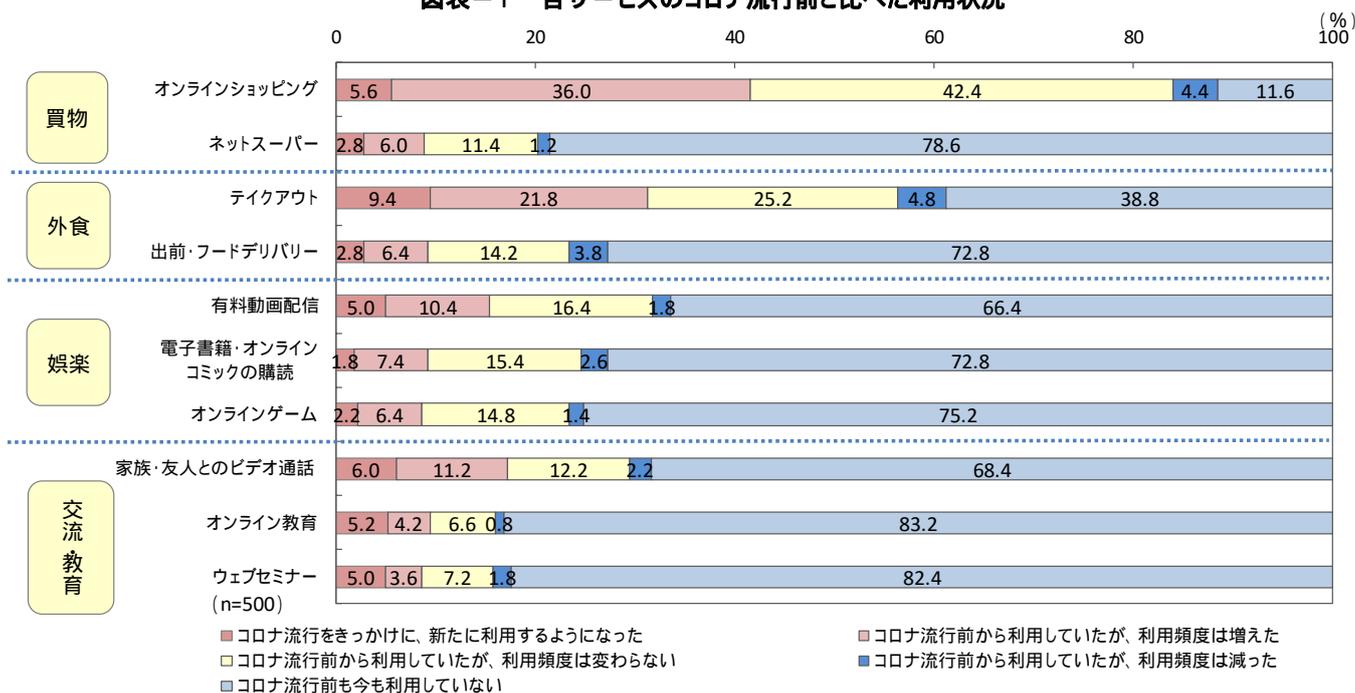
調査概要	
調査時期	2020年12月下旬
調査対象	愛媛県内在住者
調査方法	調査会社を通じたインターネット調査
有効回答数	500人
回答者属性	
性別	男性：47.2% 女性：52.8%
年代別	20歳代：16.2% 30歳代：15.8% 40歳代：18.0% 50歳代：20.2% 60歳代：17.4% 70歳代：12.4%

## 1. コロナ下で変わった消費行動

買物、外食、娯楽、交流・教育分野の関連サービス10項目の新型コロナ流行前と比べた利用状況を尋ねた（図表-1）。

新型コロナ流行後、オンラインショッピングを「新たに利用するようになった」が5.6%、「利用頻度は増えた」が36.0%となった。また、巣ごもり需要の高まりにより、テイクアウトを「新たに利用するようになった」が9.4%、「利用頻度は増えた」は21.8%だった。「有料動画配信サービス」「家族・友人とのビデオ通話」は全体では未利用者が半数以上占めたものの、新型コロナ流行後の利用増加が1割を超える結果となった。

図表-1 各サービスのコロナ流行前と比べた利用状況



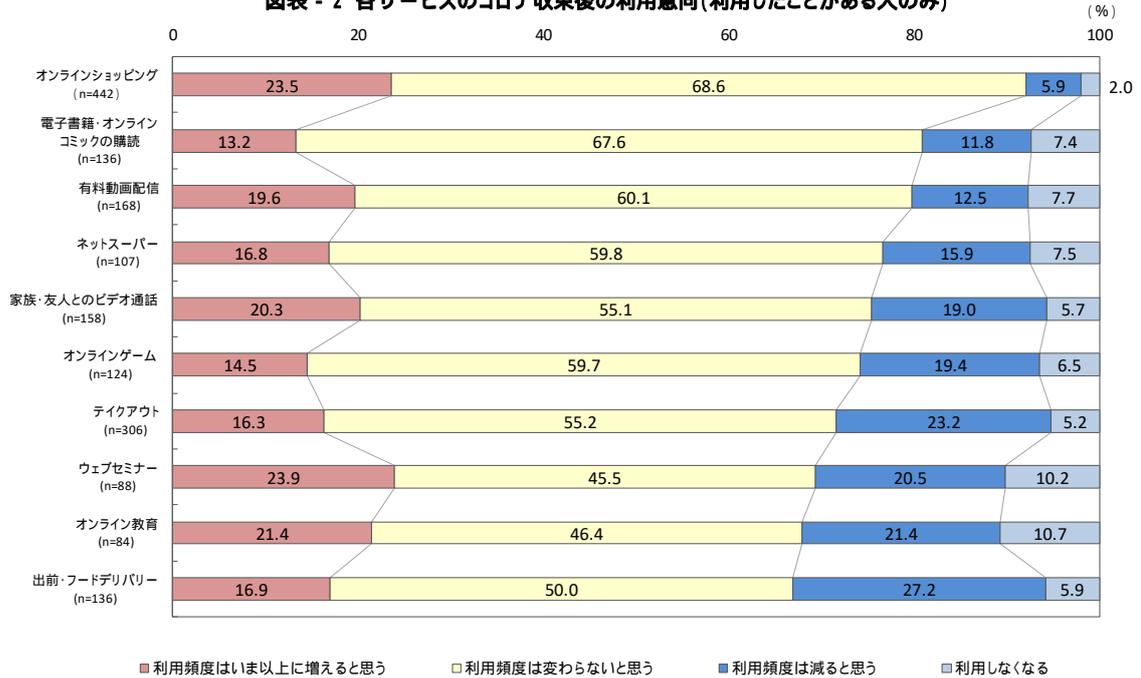
## 2. 今後の利用意向

前述10項目の利用経験者に、新型コロナ収束後の利用意向を尋ねた（図表-2）。「利用頻度はいま以上に増える」「変わらない」の割合が最も高いのは「オンラインショッピング」（計92.1%）で、次いで「電子書籍・オンラインコミックの購読」（計80.8%）「有料動画配信」（計79.7%）の順となった。

一方、「利用頻度は減ると思う」「利用しなくなる」の割合が最も高いのは「出前・フードデリバリー」（計33.1%）で、次いで「オンライン教育」（計32.1%）「ウェブセミナー」（計30.7%）の順となった。

多くのサービスが新型コロナ流行によって利用が進み、収束後もある程度定着しそうだ。

図表 - 2 各サービスのコロナ収束後の利用意向(利用したことがある人のみ)

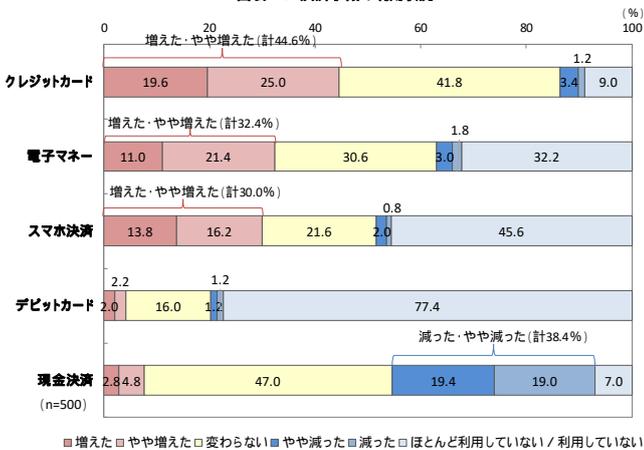


### 3. 決済手段の変化

#### ～キャッシュレス決済の利用が増加～

昨年4月以降の現金決済の利用頻度は、「減った」「やや減った」が38.4%だった(図表-3)。一方、クレジットカードは利用頻度が「増えた」「やや増えた」を合わせて44.6%、電子マネーは32.4%、スマホ決済は30.0%となり、新型コロナ流行前と比べ、キャッシュレス決済の利用頻度が高くなっている。

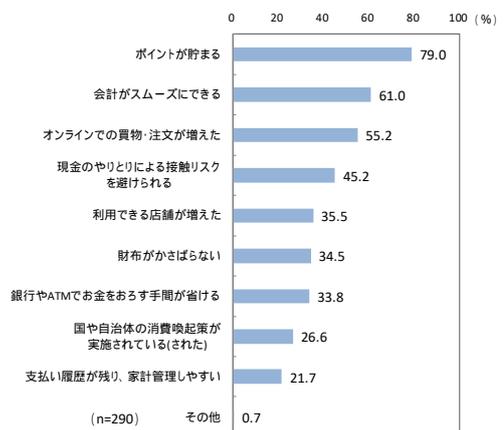
図表 - 3 決済手段の利用状況



#### ～オンラインサービスの利用増加や接触回避ニーズの高まりが利用を後押し～

キャッシュレス決済の利用が増えた理由は、「ポイントが貯まる」が79.0%で最も多く、次いで「会計がスムーズにできる」が61.0%であった(図表-4)。キャッシュレス決済のメリットである「お得感」と「利便性」が評価されている。また、「オンラインでの買物・注文が増えた」が55.2%、「現金のやりとりによる接触リスクを避けられる」が45.2%となり、オンラインサービスの利用増加や接触回避ニーズの高まりもキャッシュレス決済の利用を後押ししている。

図表 - 4 キャッシュレス決済の利用が増えた理由(複数回答)

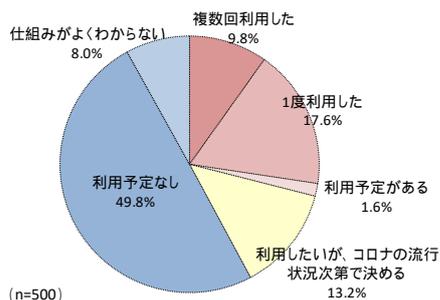


## 4 . Go To 事業の利用状況

### 「Go To ツラベル事業」～利用者は3割弱～

Go To ツラベル事業は「複数回利用した」が9.8%、「1度利用した」が17.6%となり、合わせて27.4%の人が利用していた（昨年12月時点）（図表-5）。また、約半数の人が「利用予定なし」と回答し、「コロナの流行状況次第で決める」が13.2%と、様子見の人も少なくない。

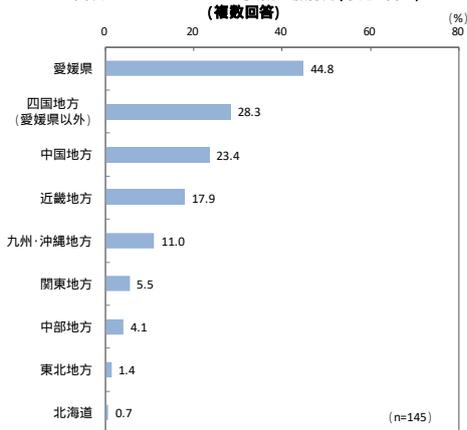
図表-5 「Go To ツラベル事業」の利用状況



### ～県内旅行（予定を含む）が4割強～

具体的な旅行先（予定を含む）は、県内旅行が最も多く、4割強を占めた（図表-6）。次いで、四国地方（愛媛県以外）（28.3%）、中国地方（23.4%）と、近場のエリアが上位となり、コロナ下で近距離旅行の需要が高まっていることがうかがえる。

図表-6 「Go To ツラベル事業」の旅行先（予定を含む）



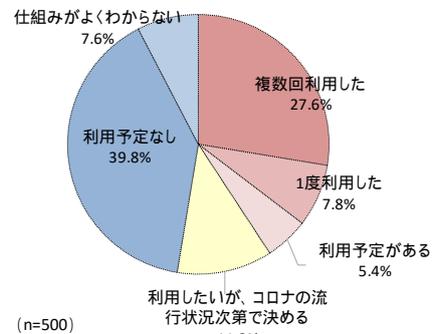
### 「Go To イートキャンペーン事業」

### ～プレミアム付き食事券は3割強の人が利用～

プレミアム付き食事券は、「複数回利用した」

（27.6%）と「1度利用した」（7.8%）合わせて35.4%となった（図表-7）。「利用予定なし」は39.8%だった。

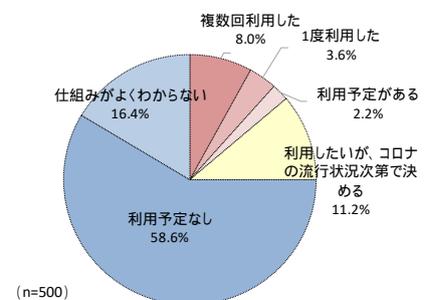
図表-7 「プレミアム付き食事券」の利用状況



### ～オンライン予約によるポイント還元は1割強の人が利用～

オンライン飲食予約によるポイント還元は、「複数回利用した」（8.0%）と「1度利用した」（3.6%）が合わせて11.6%となった（図表-8）。一方、「コロナの流行状況次第で決める」「利用予定なし」は7割弱となった。

図表-8 「オンライン予約によるポイント還元」の利用状況



## 5 . まとめ

新型コロナウイルスの感染拡大が人々の消費行動に大きな変化をもたらしている。外出自粛のなか、オンライン消費が着実に拡大し、また、オンライン消費の増加、接触回避ニーズの高まりにより、キャッシュレス化も一段と進んでいる。今後、一刻も早く新型コロナが収束し、消費の本格回復を期待しつつ、引き続き県内の消費動向に注目していきたい。

（孫 璇）