

第2回 コロナ禍における消費価値観の変化調査

コロナショック直後と比べて、消費やストレス状態は回復の兆し

今後ワクチン接種が進むと、外食・娯楽など外出を伴う消費が活性化する見通し

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、Ponta リサーチにて1万人を対象に、コロナ前・コロナショック直後・現在の消費価値観の変化を聴取した「コロナ禍における消費価値観の変化調査」（実施期間：2021年6月25日～6月30日）の結果をご報告いたします。

■調査トピックス

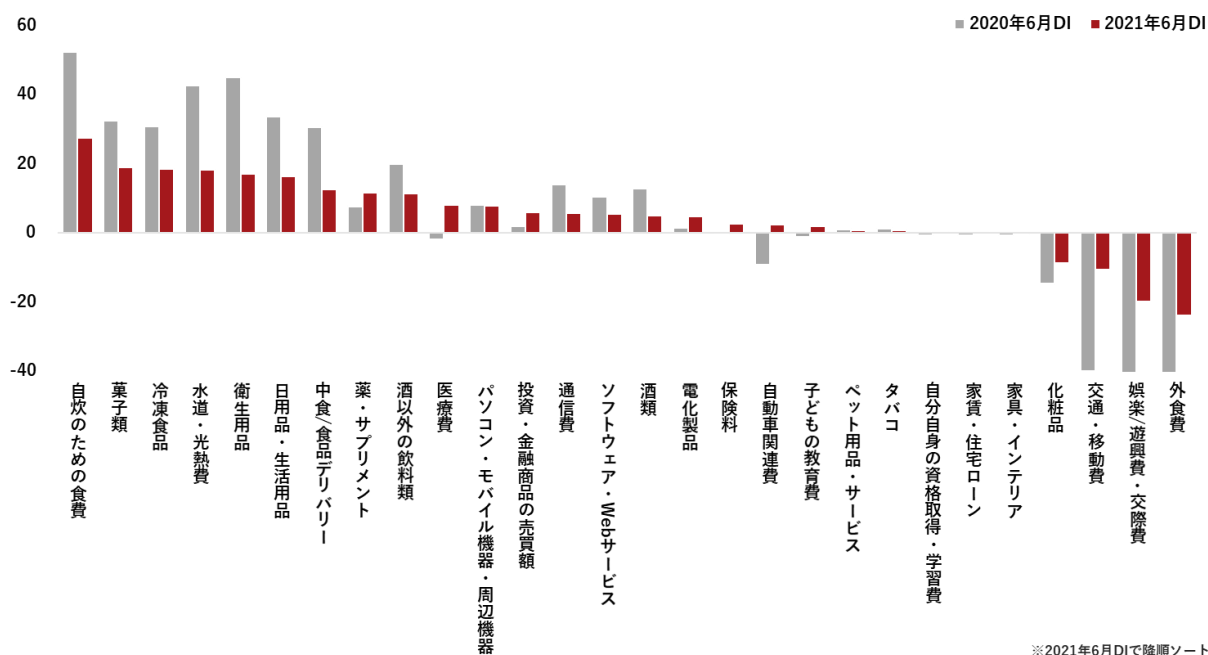
<コロナショック直後からの行動の変化>

2020年6月に実施したコロナ禍における消費行動の調査と今回調査（2021年6月）で、時系列の比較を実施しました（※1）。前回調査はコロナショック前から2020年6月調査時点での消費行動の推移を聴取。一方、今回調査は1年前の2020年6月から現在（2021年6月）の消費行動の推移を聴取。各調査のDI値（※2）を基に前回調査との時系列比較をしています。

コロナショック直後と比べた消費行動

2020年6月調査で消費が増加していた「自炊のための食費」「菓子類」「衛生用品」は、2021年6月調査では低下。コロナショック直後と比べて、現在は消費の落ち着きがみられる。一方で、2020年6月調査で消費が落ち込んだ「外食費」「娯楽／遊興費・交際費」「化粧品」などは増加。徐々に外出を伴う消費活動に回復の兆しがうかがえる。

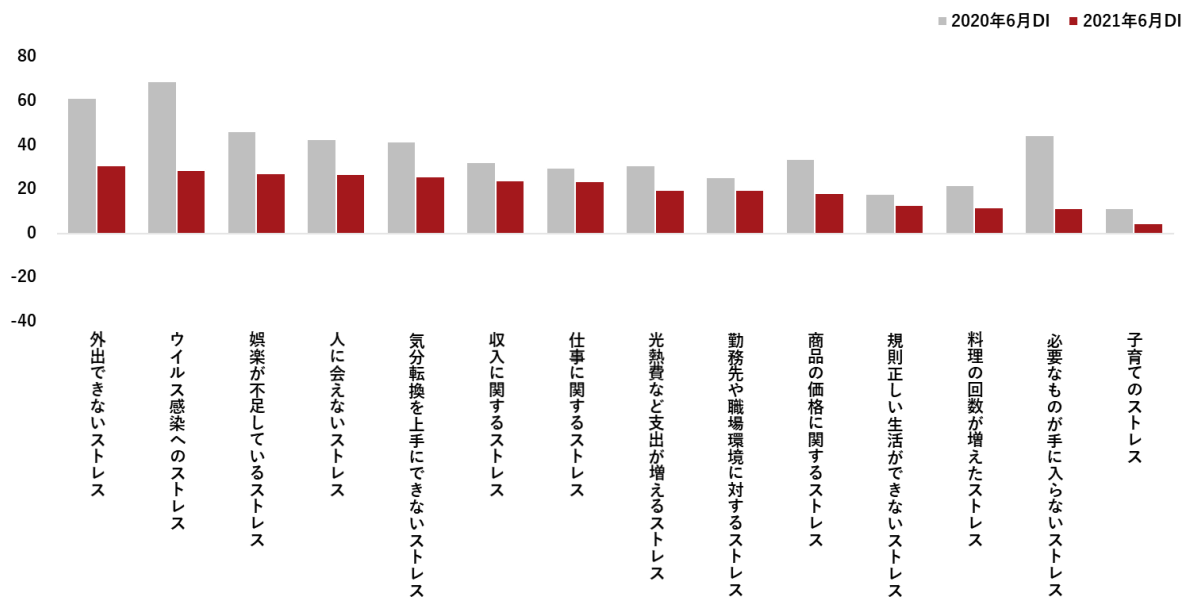
▼2020年6月と2021年6月の消費増減の比較（DI値）



コロナショック直後と比べたストレス状態

2020年6月調査と比べて全体的にストレスは低下し、落ち着きがみられる。特に、コロナショック直後に増加していた「ウイルス感染へのストレス」「外出できないストレス」「必要なものが手に入らないストレス」は、2021年6月調査では大幅に低下した。依然としてコロナ禍を意識しながらも、非日常感は薄れつつあると考えられる。

▼2020年6月と2021年6月のストレス増減の比較 (DI値)



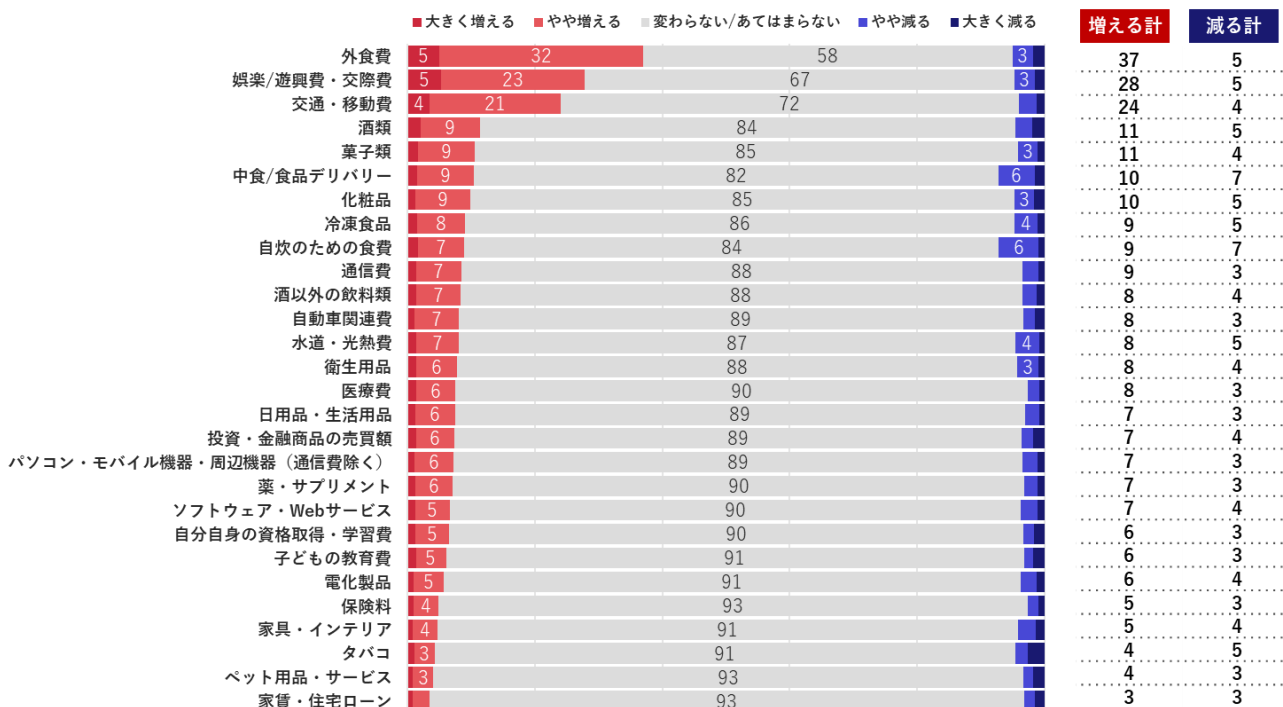
※2021年6月DIで降順ソート

<今後の行動の予測>

ワクチン接種が進んだ場合の消費増減予測

ワクチン接種後の消費行動予想をみると、「外食費」「娯楽／遊興費・交際費」「交通・移動費」の増加予想が20%以上と突出して高い。一方で、目立って減少が予想される消費項目はみられない。ワクチン接種が進むと、外出を伴う消費が活性化することが予測される。

▼ワクチン接種後の消費行動予想



※TOP2で降順ソート

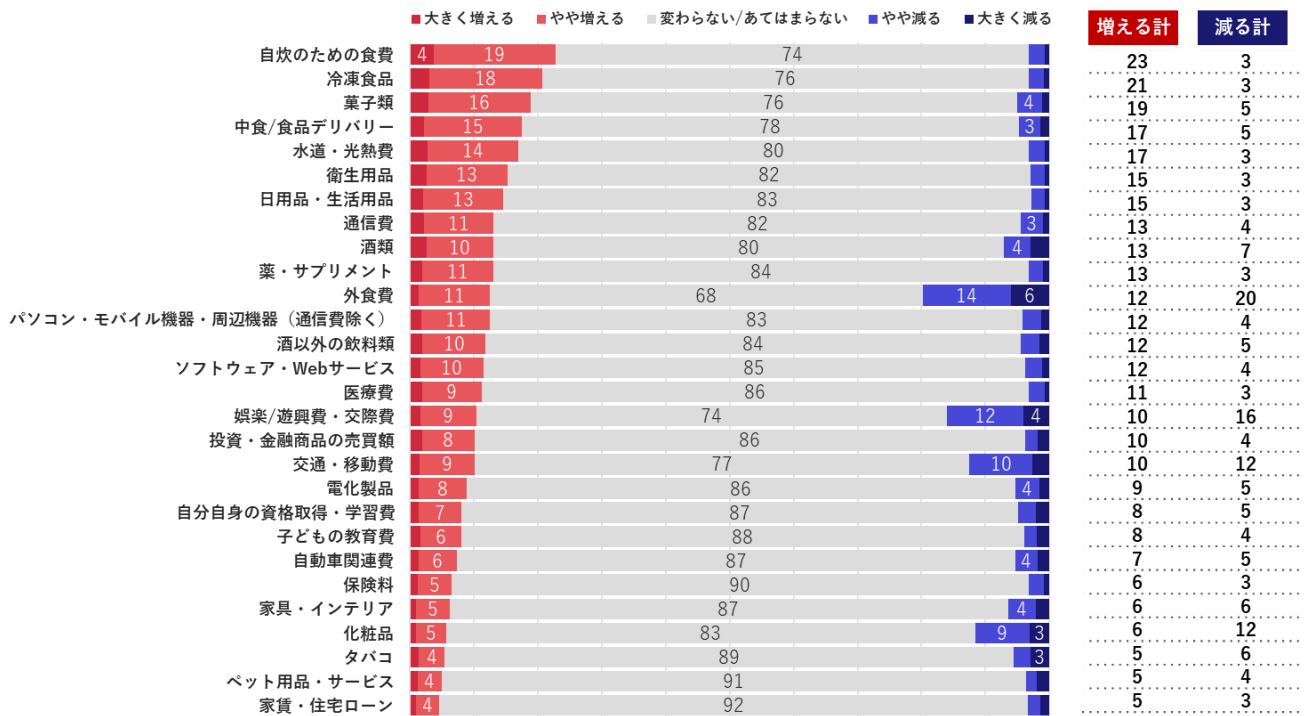
※視認性確保のため3%未満非表示

コロナ禍が続いた場合の消費増減予測

コロナ禍が続いた場合の消費行動予想をみると、「自炊のための食費」「冷凍食品」「菓子類」「中食／食品デリバリー」「水道・光熱費」は増加予想が約20%と高い。また、「外食費」「娯楽／遊興費・交際費」は減少予想が約20%と高い。

「外食」「娯楽／遊興費・交際費」「交通・移動費」「化粧品」といった外出を伴う消費はワクチン接種が進むまで消費回復の兆しがみられない。一方で「冷凍食品」「自炊」はコロナ禍の継続が消費増に大きく寄与すると考えられる。

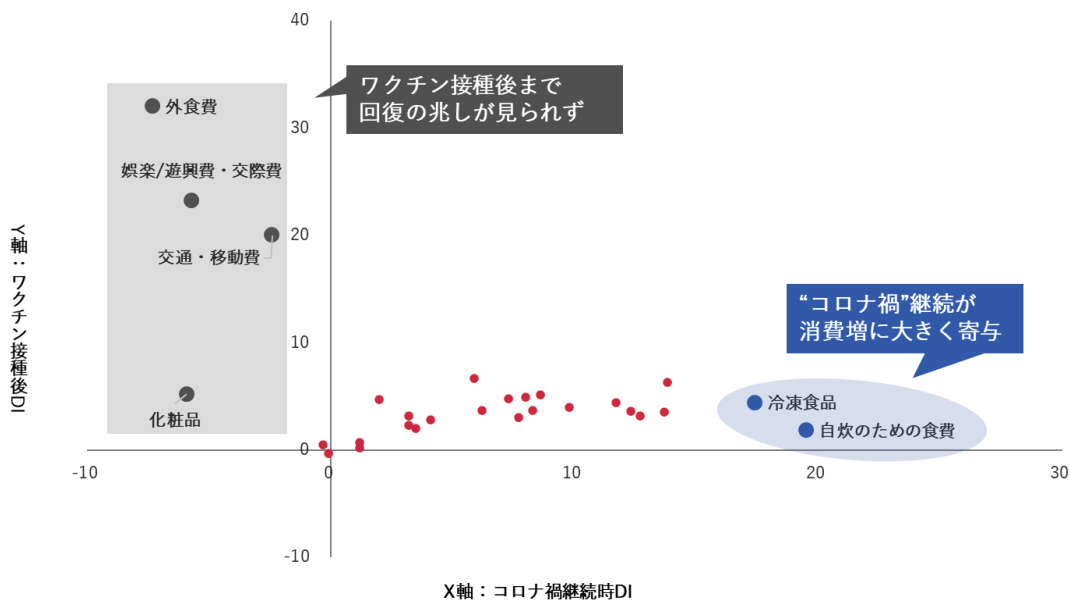
▼コロナ禍が続いた場合の消費行動予想



※TOP2で降順ソート

※視認性確保のため3%未満非表示

▼今後の消費行動予想



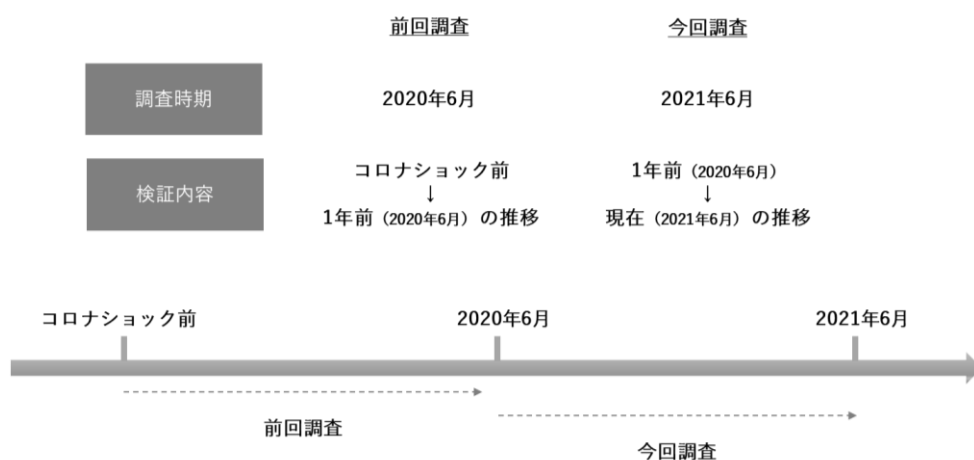
以上

<調査概要>

調査方法 : インターネット調査
 調査期間 : 2021年6月25日～6月30日
 パネル : 「Ponta リサーチ」会員
 (Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
 調査対象 : 20～60代の男女
 有効回答数 : 10,000名

<参考>

※1 前回調査との比較内容について



※2 DI 値について

増減傾向を把握するため、回答結果に対してDI*値を算出して記載。

▼算出方法

【大きく増えた】と【やや増えた】の合計値から
 【大きく減った】と【やや減った】の合計値を引いた値がDI値となる

例題	
Q	次のそれぞれについて、1年前と現在を比べた、消費支出額の増減をお知らせください。
①	大きく増えた 40%
②	やや増えた 20%
③	変わらない／あてはまらない 10%
④	やや減った 15%
⑤	大きく減った 15%
DI値 : 30 (①+②) - (④+⑤)	

*DI : Diffusion Index の略。

景況感などの各種判断を指数化したもので、増減の「方向性」の確認に適している。

・関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>
公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

マーケティング施策立案にお役立ていただける、より詳細な追加分析レポートをご希望の方は、株式会社ロイヤリティ マーケティング ビジネスデザイン部リサーチ担当部局までお問い合わせください。

lm-sales-research@loyalty.co.jp