

レポート「コロナ下における県内個人消費の動向について」

要旨

- 世界各国で新型コロナウイルスが感染拡大し、広範囲に大きな影響を及ぼしている。本レポートは、新型コロナウイルス下の県内個人消費の動向を探るべく、家計調査をもとに消費支出額の傾向をみるとともに、弊社の月例景況調査先を中心に2020年4月～8月の状況についてヒアリング調査を実施しまとめたものである。
- 2019年10月の消費税率引上げ後、県内および全国では節約志向の動きがみられ、個人消費は弱い動きとなっていた。そして2020年4月、新型コロナウイルスの影響により政府による緊急事態宣言が発出され、消費は大幅に下落した。一方で、5月頃から順次実施された1人10万円の特別定額給付金支給は、消費の持ち直しに期待がかかるも、県内および全国ではそれほど消費に回らなかった。
- 外出自粛で家にいる時間が増加したことで、県内の消費支出のうち生活必需品である食料や、ステイホームを有意義に過ごす目的でDIYや園芸用品関係が増加した。一方で、外出自粛により衣服を着る機会が減ったことで被服関連の消費は減少した。また、遠出が控えられたことから交通、旅行宿泊なども減少した。
- 2019年10月から2020年6月までの政府によるキャッシュレス・ポイント還元事業により、クレジットカード払いや電子マネー決済などのキャッシュレス決済が増加した。コロナ下では感染リスクを抑えるため「非接触」が浸透し、キャッシュレス決済が私たちの生活に定着するようになった。
- コロナの終息時期や景気回復の見通しは不透明であることから、消費活動について消極的な動きがみられる。しかし、インターネットを利用した買い物などは、全国をはじめ九州・沖縄地区でも増加している。県内スーパーやホームセンターも消費活動の変化に柔軟に対応するよう、ネットスーパーの拡充やSNSを活用した商品案内を実施、検討している。
- 今後落ち込んだ消費を喚起するには、小売店舗側が実店舗以外にネットスーパーやオンラインショップといった消費のチャンネルを増やすほか、特別定額給付金の再支給や消費税率引き下げといった経済対策の後押しが必要となろう。個人消費は経済活動に占める割合が大きく、影響力が大きいいため、早期回復が望まれる。

## 1.はじめに

世界各国で感染がまん延している新型コロナウイルスは、宿泊業や飲食業をはじめとしたあらゆる業界で重大な影響を及ぼしている。国内の2020年4～6月のGDPは戦後最悪となり、医療体制は2020年11月現在もひっ迫状態である。感染拡大抑止のため、外出自粛などがうたわれ、私たちの行動は一気に変化した。

新型コロナウイルスは県内の個人消費へどのような影響を及ぼしたのか。本レポートで「家計調査」をもとに消費支出の変化や、県内スーパー・ホームセンターにヒアリング調査を行い、消費行動の変化をまとめた。

## 2.新型コロナウイルス感染症の状況について

2020年1月より中国の湖北省・武漢市が感染源といわれている新型コロナウイルス感染症が世界全体へ感染拡大した。日本では同年1月に国内初の感染者が確認され、2月には全国各地で感染拡大となった。日本政府は感染拡大を抑えるために、2月27日に全国の小中高校に臨時休校を要請。卒業式の規模縮小や中止、入学式は延期など、各地で新型コロナウイルスの影響が現れ始めた。3月12日にはWHO(世界保健機関)が世界の流行状況を「パンデミック」と認定し、7月開催予定であった東京オリンピック・パラリンピックは翌年へ延期が決定となった。日本政府は、基本的な感染予防の実施や不要不急の外出の自粛、「3つの密(密閉空間、密集場所、密接場所)」を避けるなど、自己への感染を回避するとともに他人に感染させないように徹底を行う「緊急事態宣言」を4月7日に7都府県に対し発出。同月16日には緊急事態宣言の対象地区を全国へと拡大した。緊急事態宣言下では、飲食店は閉店時間の繰り上げ、小売店などは休業を行う店舗が続出するなど、経済活動において大きな影響を及ぼした(図1)。

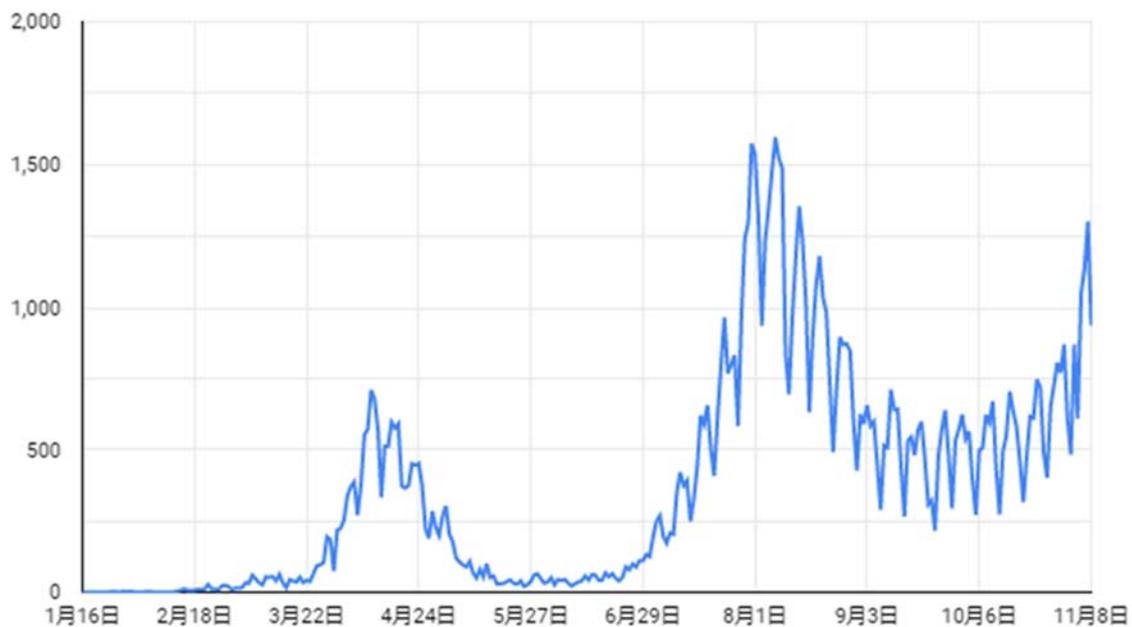
図1 全国の新型コロナウイルスをめぐる主な動き

年	月/日	全国の出来事
2019	12月	中国の湖北省・武漢市で原因不明の肺炎疾患患者確認
2020	1月16日	国内初の感染者確認
	2月13日	国内初の死亡例確認
	2月27日	首相が全国の学校に臨時休校を要請
	3月12日	WHOが世界の流行状況を「パンデミック」と認定
	4月7日	政府が緊急事態宣言発出(対象地域:7都府県)
	4月16日	緊急事態宣言の対象地域を全国へ拡大
	4月20日	「特別定額給付金事業実施」が閣議決定
	5月31日	緊急事態宣言発出期限

出所: マスコミ報道より筆者まとめ

政府は経済対策の一環として、2020年4月20日に個人に対し1人10万円の特別定額給付金の支給を閣議決定し、事業者に対しては2020年5月から持続化給付金の申請受付を実施。5月14日には39県で感染縮小の動きがみられたことから、緊急事態宣言解除となり、同月25日には全都道府県において解除となった。6月19日に都道府県をまたぐ移動が全国で緩和されたものの、人の動きは鈍く、7月に入ると東京で1日100人超の感染者が確認されるなど、感染再拡大の動きがみられた(図2)。

図2 全国の新型コロナウイルス新規感染者数



出所:公益財団法人 九州経済調査協会

図3 県内の新型コロナウイルスをめぐる主な動き

年	月/日	県内の出来事
2020	2月14日	県内初の感染者確認
	4月8日	知事より来県自粛要請
	4月16日	緊急事態宣言発出の対象地域となる
	5月1日	県内新規感染者、確認なし
	5月15日	緊急事態宣言解除
	7月8日	69日ぶりの新規感染者1名確認
	8月1日	県独自の緊急事態宣言発出
	9月5日	県独自の緊急事態宣言解除

出所:マスコミ報道より筆者まとめ

沖縄県では、2月に県内で初めての感染者が確認された。4月より感染者が増加したことを受け、同月8日に県知事は来県自粛の要請を行った。県内では緊急事態宣言期間は4月16日～5月15日であったが、5月1日より県内で新規感染者が確認されず、68日間新規感染者は0名であった。7月8日には米軍基地内で感染者が確認され、県内においても再び経路不明の感染者が増加。県は独自の緊急事態宣言を発出し、8月1日から2回の延期を経て、9月5日に緊急事態宣言解除へ至った(図3、4)。

図4 県内の新型コロナウイルス新規感染者数



出所:公益財団法人 九州経済調査協会

### 3. 平均消費性向の推移

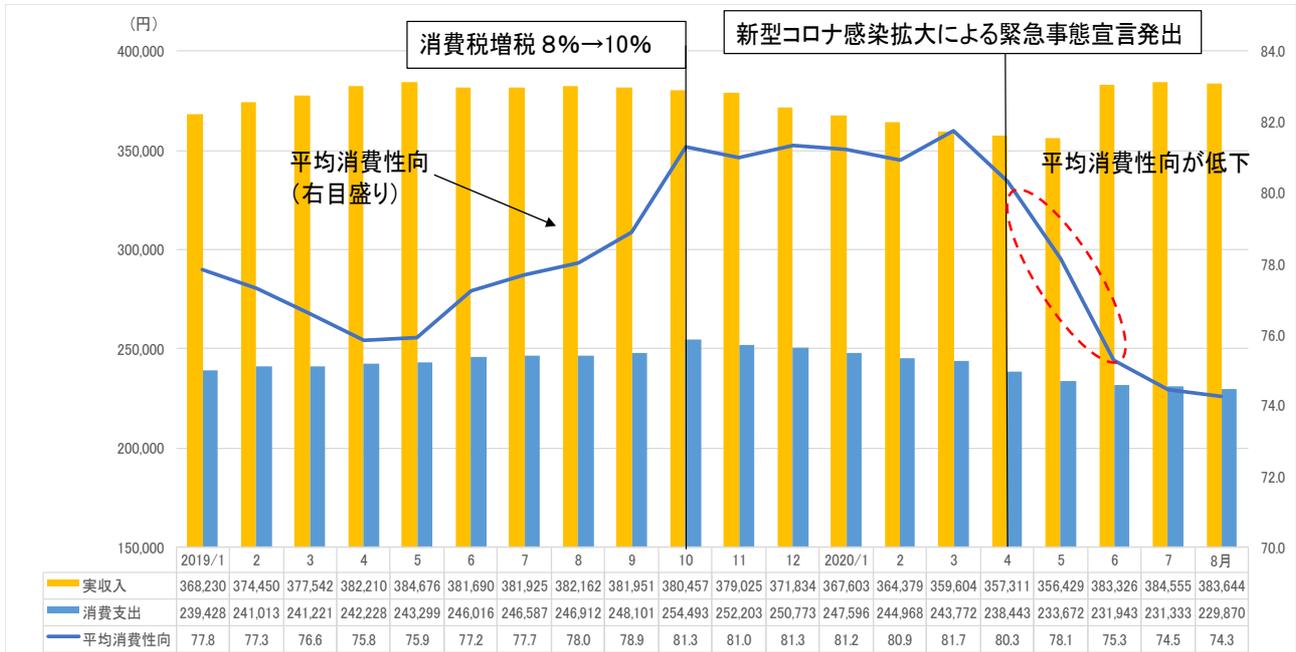
新型コロナウイルスは家計にどれほどの影響を与えたのだろうか。総務省が毎月公表している家計調査を用いて、県内と全国の比較を行った。ここでは2人以上世帯のうち勤労所得世帯を対象世帯とし、その世帯の家計収支および平均消費性向をみる。

平均消費性向とは、可処分所得のうちどのくらいを消費支出に充てたのかを示す数値である。平均消費性向が大きい値の場合、消費を積極的に行う傾向にあり、逆に小さい値の場合、貯蓄を行う傾向にある。

まず県内をみると、2020年1月から5月にかけて実収入と消費支出額が減少している。平均消費性向をみると、2020年3月に一度上昇するも、4月から低下していることがわかる。これは3月にマスクなどの買い占めが始まったことや、臨時休校措置などが取られたことで児童生徒らの給食がなくなり自宅で昼食の準備をする必要が生じたことなどから、積極的に消費を行う動きがみられたことに起因すると考えられる。2020年6月以降は特別定額給付金の支給などから実収入が増加するも、消費支出額は横ばいに推移していることから平均消費性向が低下、その後ほぼ横ばいの動き

となっている。このことから、特別定額給付金はそれほど消費へ回っていないことがわかる(図5)。

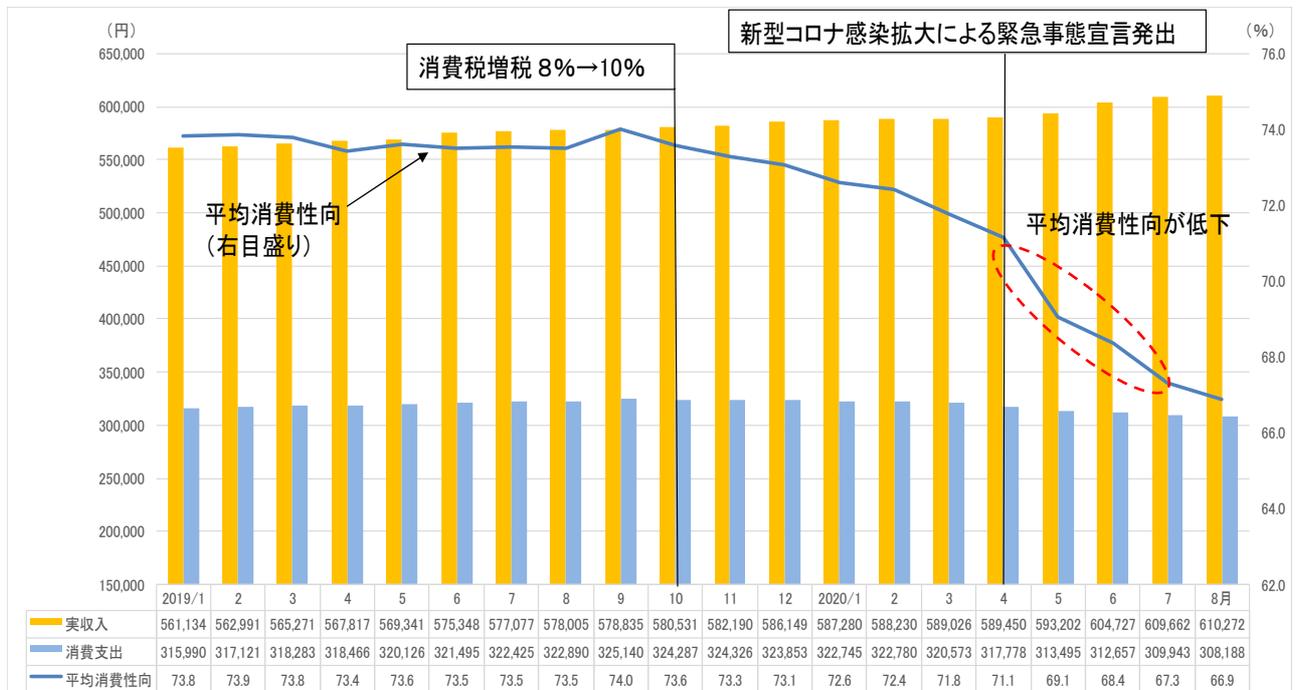
図5 県内の家計における実収入・消費支出・平均消費性向の推移



出所: 沖縄県「家計調査」

(注: 実収入、消費支出、平均消費性向は12カ月移動平均を算出し、作成)

図6 全国の家計における実収入・消費支出・平均消費性向の推移



出所: 総務省「家計調査」

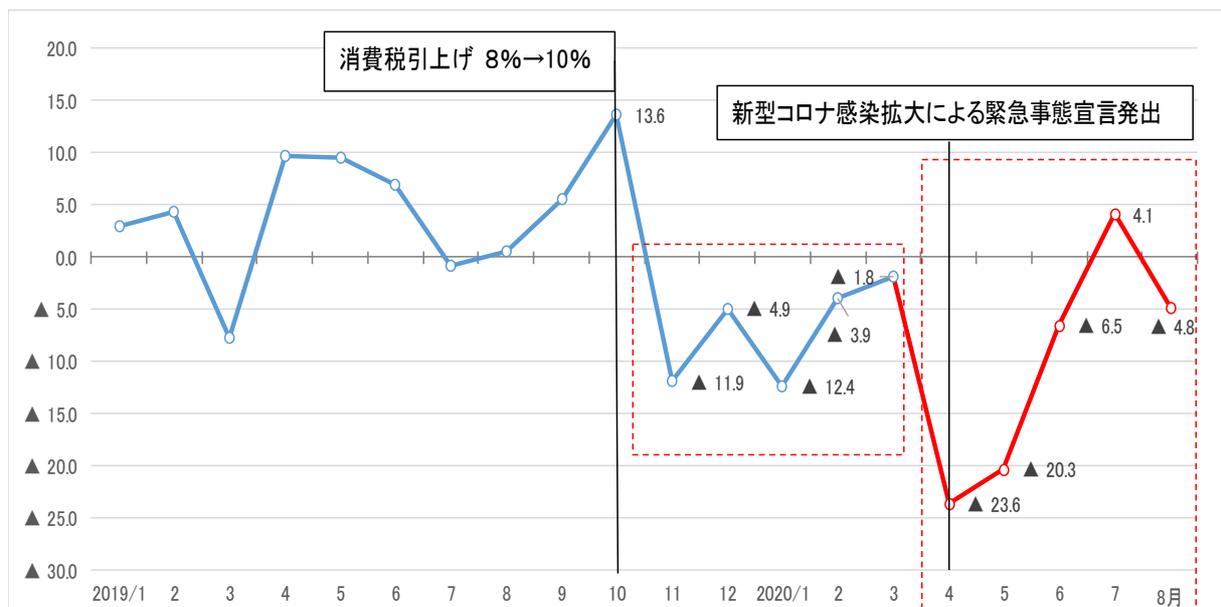
(注: 実収入、消費支出、平均消費性向は12カ月移動平均を算出し、作成)

一方全国をみると、実収入は2019年1月から2020年4月にかけて緩やかに増加している。消費支出額は2019年1月から4月まで横ばいに推移し、2019年5月に微増、6月から2020年3月にかけてほぼ横ばいに推移している。平均消費性向は2019年1月から8月まではほぼ横ばいとなり、消費税率引き上げ前の2019年9月には上昇、10月以降は低下していることがわかる。2020年5月以降の実収入は増加しているが、消費支出額は2020年4月から消費支出額は減少傾向となっており、平均消費性向は2020年5月にさらに低下を続けている。このことから全国でも県内同様、新型コロナウイルスの影響により、消費を控えた傾向にあることがうかがえる(図6)。

#### 4. 県内消費支出の推移

県内の2人以上世帯の消費支出の推移をみると、消費税率引き上げ後の2019年11月より前年を下回っている。2020年3月に回復基調となるも、4月の緊急事態宣言発出により大きく下落した。5月から7月にかけて回復傾向となるが、県独自の緊急事態宣言発出により、8月に再び減少に転じた(図7)。

図7 県内消費支出の前年同月比(実質増減率)



出所: 沖縄県「家計調査」 2人以上世帯の消費支出

消費支出の内訳をみると、食料は増加幅が大きく、消費支出の押し上げに寄与していることがわかる。一方で、外出に関連する被服、交通、教養娯楽などが4月から5月にかけて減少幅が拡大した。6月から7月にかけて、前年を下回る品目は減少するも、8月には前年を下回る品目が増加した(図8)。

図8 県内消費支出の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

分類	2020年3月			4月			5月		
	支出額(円)	前年同月比	寄与度	支出額(円)	前年同月比	寄与度	支出額(円)	前年同月比	寄与度
消費支出(合計)	205,394	▲ 1.8	-	181,691	▲ 23.6	-	176,864	▲ 20.3	-
食料	64,266	6.7	1.9	65,366	6.6	1.6	64,203	8.2	2.1
住居	20,905	39.5	2.8	15,559	0.0	0.0	15,334	▲ 13.1	▲ 1.0
光熱水道	18,682	11.0	0.9	17,415	▲ 7.0	▲ 0.6	16,874	▲ 7.3	▲ 0.6
家具・家事用品	10,353	3.0	0.1	9,382	▲ 5.4	▲ 0.2	9,676	▲ 26.5	▲ 1.5
被服及び履物	5,989	▲ 28.5	▲ 1.1	3,903	▲ 51.5	▲ 1.7	5,092	▲ 33.1	▲ 1.1
保健医療	7,566	▲ 22.5	▲ 1.0	7,156	▲ 23.3	▲ 0.9	9,267	1.1	0.0
交通・通信	24,019	▲ 2.8	▲ 0.3	22,351	▲ 21.5	▲ 2.6	21,288	▲ 28.9	▲ 4.0
教育	7,355	70.3	1.6	8,444	▲ 36.5	▲ 2.3	2,258	▲ 67.5	▲ 2.4
教養娯楽	16,789	▲ 22.6	▲ 2.3	10,554	▲ 67.1	▲ 9.0	10,209	▲ 45.9	▲ 3.8
諸雑費	12,523	▲ 4.6	▲ 0.3	11,273	▲ 3.7	▲ 0.2	11,415	▲ 18.7	▲ 1.3
分類	6月			7月			8月		
	支出額(円)	前年同月比	寄与度	支出額(円)	前年同月比	寄与度	支出額(円)	前年同月比	寄与度
消費支出(合計)	210,308	▲ 6.5	-	212,063	4.1	-	211,658	▲ 4.8	-
食料	61,105	7.5	1.8	64,309	10.0	2.8	73,652	4.4	1.3
住居	16,309	17.8	1.1	14,750	▲ 5.6	▲ 0.4	14,257	▲ 13.9	▲ 1.0
光熱水道	18,708	9.8	0.8	19,557	7.4	0.7	21,622	10.9	1.0
家具・家事用品	17,201	68.8	3.0	13,570	61.2	2.5	9,140	▲ 9.9	▲ 0.4
被服及び履物	6,862	13.2	0.4	5,667	12.8	0.3	3,601	▲ 32.9	▲ 0.8
保健医療	9,556	15.0	0.6	9,082	▲ 20.5	▲ 1.1	9,546	14.9	0.6
交通・通信	25,028	▲ 51.1	▲ 11.8	35,457	10.4	1.7	36,119	48.4	5.3
教育	5,645	44.6	0.9	2,352	▲ 56.7	▲ 1.7	3,798	▲ 16.2	▲ 0.4
教養娯楽	12,649	▲ 26.7	▲ 2.0	16,086	21.7	1.4	11,795	▲ 23.4	▲ 1.7
諸雑費	21,137	54.4	3.7	17,450	53.4	3.3	12,193	▲ 22.1	▲ 1.7

出所:沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出 ※寄与度は実質増減率に対する値。

以下、各分類の品目についてより詳細にみてる。食料と教養娯楽の一部について、県内スーパーおよびホームセンターへ実施したヒアリング調査の内容についても記す。

(1) 食料

食料は、外食を除くほぼすべての品目が前年を上回った。生鮮食品などの材料を購入し、自宅で調理する巣ごもり消費が活発になったことが要因とわかる。また、外食が著しく前年を下回っている一方、減少した分は主に穀類や魚介類、肉類へシフトしたとみることができる(図9)。

図9 食料品目別支出額および前年同月比(実質増減率)の推移

(単位:円、%)

食料	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
穀類	6,185	11.6	7,113	35.4	6,493	19.9	6,075	15.7	5,934	11.4	7,660	40.2
魚介類	4,101	8.3	4,698	34.2	4,230	29.1	3,974	11.3	4,216	33.9	4,516	2.0
肉類	7,023	17.6	7,435	32.4	7,421	26.6	6,314	17.5	6,778	26.7	8,155	15.4
乳卵類	3,746	24.4	4,009	30.9	3,639	21.6	3,182	13.6	3,283	5.7	3,567	12.7
野菜・海藻	7,162	16.8	7,622	4.8	7,817	0.9	7,311	2.0	7,496	2.3	9,747	6.3
果物	2,882	49.7	2,461	27.8	2,279	13.8	2,294	17.3	2,399	▲ 1.2	3,289	▲ 4.8
油脂・調味料	3,799	22.6	4,054	33.7	3,510	22.7	3,364	17.0	3,275	13.0	4,162	35.8
菓子類	5,376	9.7	5,915	20.0	5,657	26.3	5,063	28.2	4,614	6.3	5,885	4.5
調理食品	10,040	2.9	10,283	▲ 1.7	9,903	10.6	9,287	16.6	9,705	5.1	10,509	▲ 4.8
飲料	4,367	▲ 0.5	4,775	15.4	5,264	19.2	6,098	48.2	6,635	42.4	7,028	33.1
酒類	3,100	15.9	3,274	12.7	3,492	20.8	3,078	▲ 6.7	3,138	16.4	3,712	▲ 6.3
外食	6,484	▲ 28.0	3,728	▲ 60.0	4,496	▲ 46.8	5,065	▲ 40.3	6,837	▲ 14.8	5,423	▲ 39.8

出所: 沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出より、筆者にて実質化

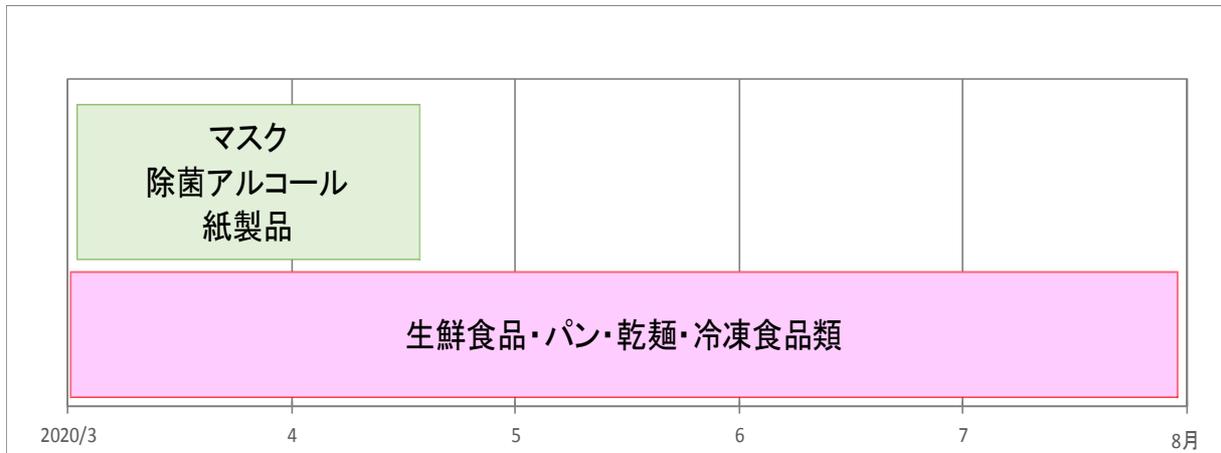
県内スーパーへのヒアリング調査では、調理機会が増加したことで、調味料などが一時的に品不足になったという回答もみられた。家計調査でも2020年3月から油脂・調味料が前年を大きく増加していることがわかる。

飲料についても4月以降増加幅が拡大した。飲料は従来、行楽需要により500mlペットボトルの商品が好調であったが、一部のスーパーでは今年は2ℓペットボトルが好調だったとの回答があった。行楽需要のあった平常時には持ち運びがしやすい小型タイプが好まれ、コロナ下では自宅で家族と共有するため大容量タイプが好まれたと考えられる。また、自宅でコーヒーやお茶などを楽しむ傾向にあるため、小分けのインスタントコーヒーや茶パックなども好調だったとの回答があった。

従来、県内スーパーでは3月には卒業シーズン、4月には沖縄行事の清明祭など人が集まる機会が多く、オードブル需要が活発である。しかし今年はオードブル需要が減少した。コロナ下では人との接触機会を減らしたことから、大人数での集まりをやめ、清明祭を少人数で行うなどといった対策をとったことが考えられる。一方で、感染リスクを抑えるためマスクや除菌アルコールといった衛生用品のまとめ買い特需がみられた。また、一部でトイレトペーパーが足りなくなるという噂から、3月から4月にかけて紙製品の品不足状態がみられた(図10)。

そのほか、3月より臨時休校措置がとられ外出自粛の動きが強まったことから生鮮食品やパン、乾麺、冷凍食品などといった商品が大きく増加した。さらに惣菜コーナーでは、不特定多数の人が触れるトングを衛生面から不安視し、使用を控える傾向が強くなったことから、パック詰めをして販売をするスタイルへ変更したとの回答が多くあった。

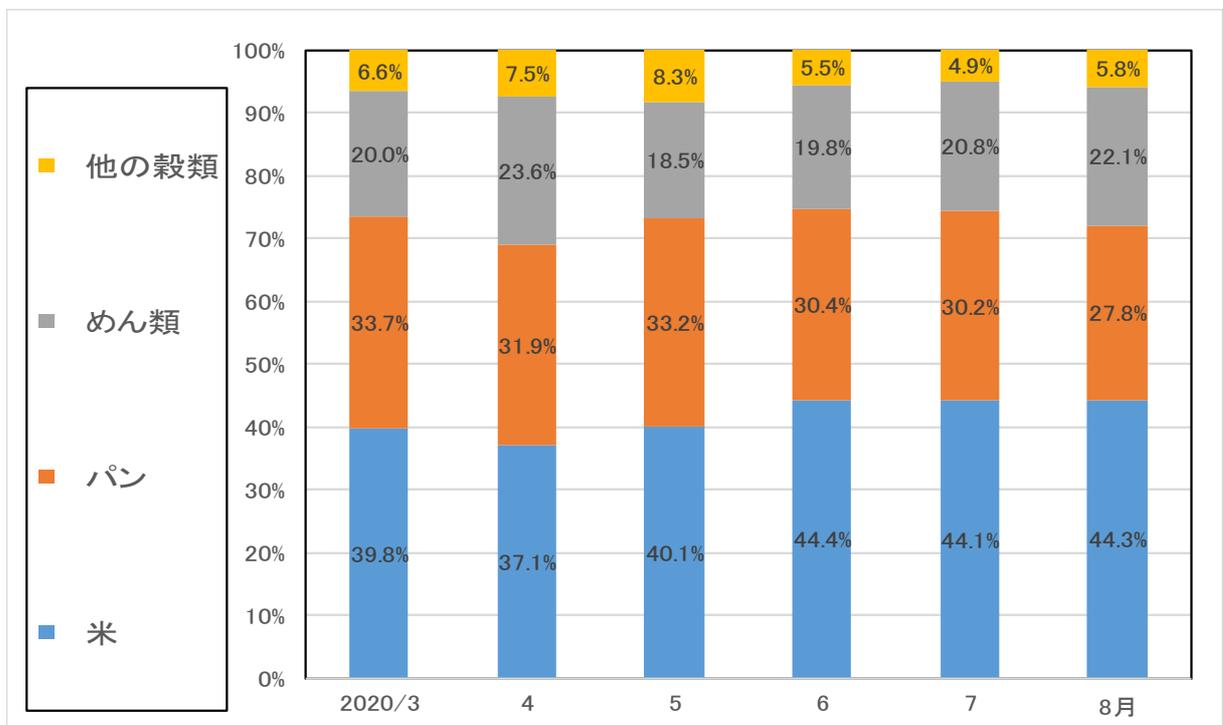
図 10 県内スーパーで増加した商品



出所: 県内スーパー5社ヒアリング調査にて、筆者作成

また、小麦粉やホットケーキミックス粉も県内スーパーでかなり売れ行きが好調だったとの回答があった。外出自粛によるステイホームが続いた4、5月にお菓子作りを行う家庭が増加したことが要因と考えられる。家計消費支出の穀類構成比からも、4、5月にその他穀類が増加したことがわかる(図 11)。

図 11 穀類(詳細)の構成比

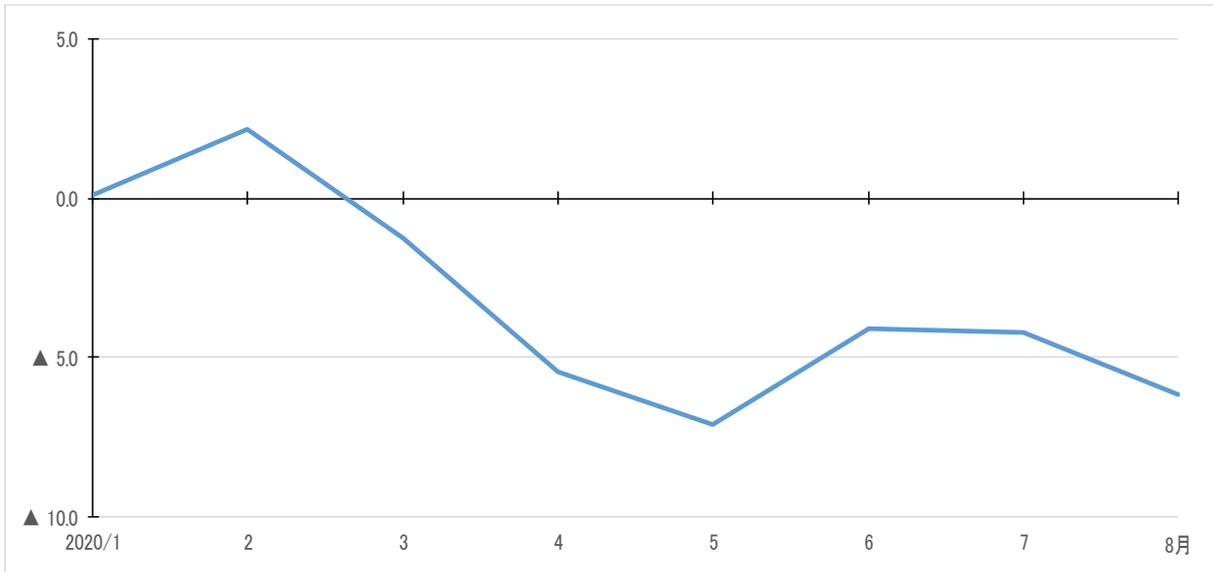


出所: 沖縄県「家計調査」

### ○来店客数の変化

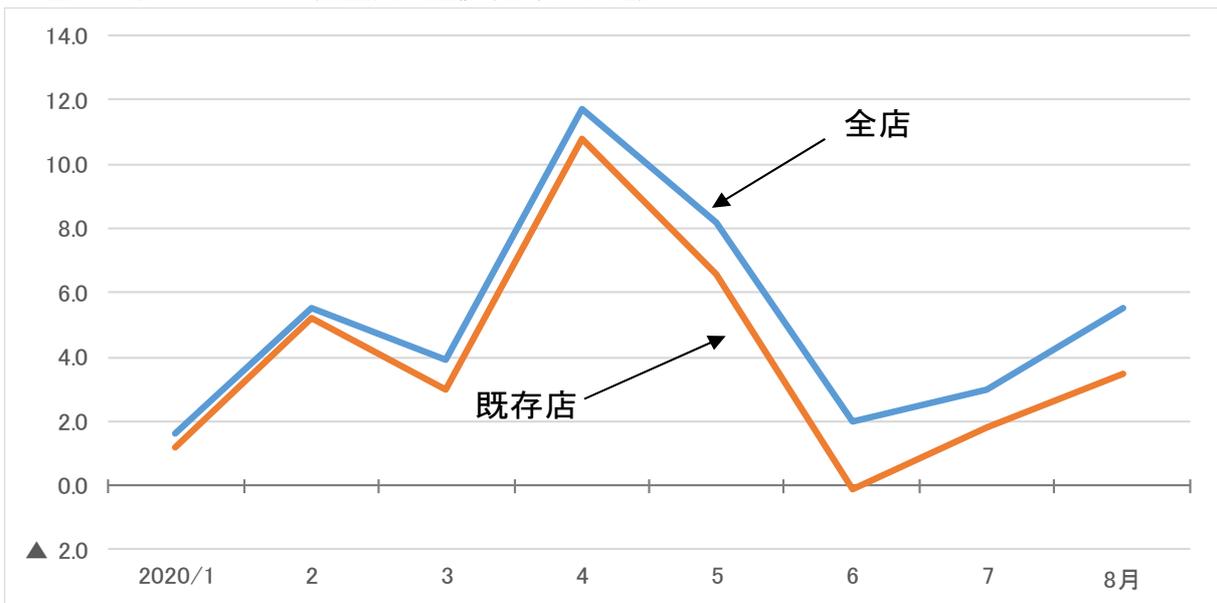
県内スーパーへの来店客数は3月頃から減少を始め、6月より客足が戻るも弱い動きとなっている。来店客数が減少する一方、ヒアリング先すべてで1人当たりの購入単価が増加したと回答があった。県内スーパーの売上高推移からも、3月から8月のほぼすべての月で、売上高が前年を上回っていることがわかる。つまり、外出自粛の動きが浸透したことで来店回数を減らし、1回の買い物でまとめ買いをする傾向にあったことがわかる(図 12、13)。

図 12 県内スーパーへの来店客数の推移(前年同月比)



出所: 県内スーパー5社ヒアリング調査にて、筆者作成

図 13 県内スーパーの売上高の推移(前年同月比)

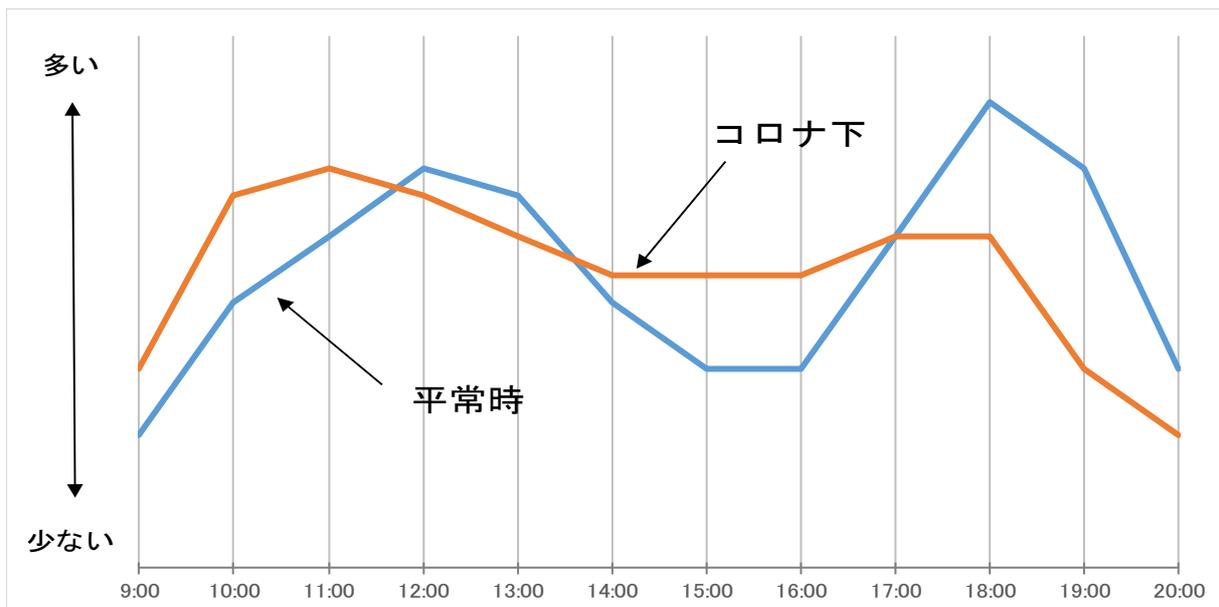


出所: りゅうぎん総合研究所

### ○来店時間の変化

県内スーパーでは、平常時の来店時間は昼食時間と仕事帰りの夕方にピークを迎えることが多かった。コロナ下では、スーパー側によるピーク時を避けての来店を促すなどの対応がみられた。また、朝市・夕市など決まった時間内での特売を終日に変更するなどといった対応がみられた。その結果、消費者自身もピークの時間帯を意識し、午前中に買い物を済ませるなど、来店時間の分散がみられた(図 14)。

図 14 県内スーパーの来店時間の推移



出所: 県内スーパー5社ヒアリング調査にて、筆者作成

ヒアリング調査では、一部のスーパーにおいて生鮮食品のうち、生鮮魚介類や肉類で比較的単価の高い商品が売れ、いわゆるプチ贅沢志向がみられたとの回答があった。そこで、家計調査のデータを用いて商品の質の変化を生鮮魚介および生鮮肉に着目し、みてみる。

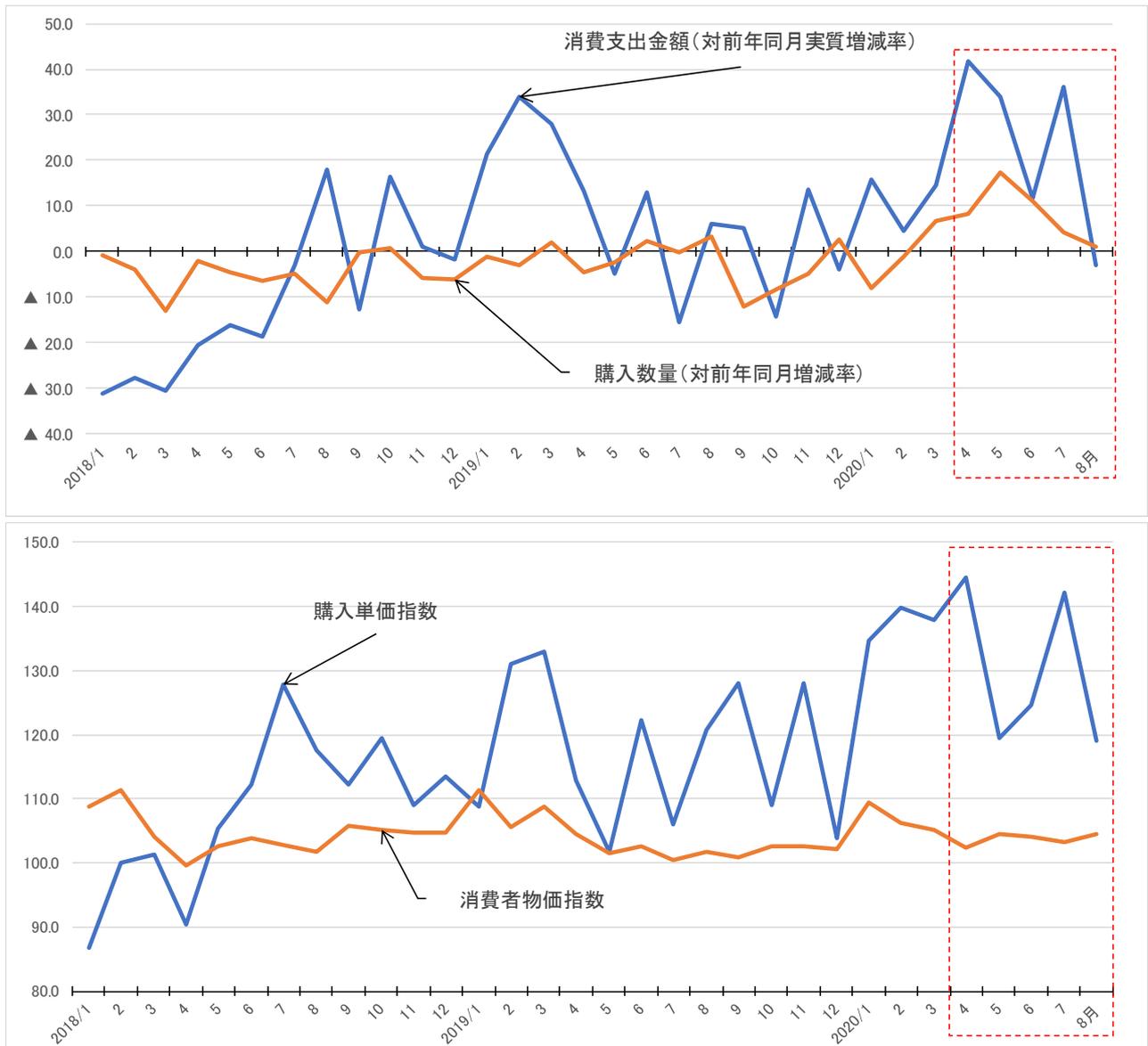
～分析に用いた指標について～

- ・購入数量は総務省公表分の全国値を用いた。(購入数量は地域別統計がされておらず、家庭における消費数量は県内および全国で同じ傾向であると仮定。)
- ・購入単価について、消費支出額を購入数量で除し、2015年を100とし指数化した。

生鮮魚介の購入単価指数をみると、4月に指数が上昇し、5月には低下するも6月から7月にかけて再び上昇し、8月は5月並みの水準となった。購入数量増減率は3月から8月にかけて前年を上回った。その間の消費者物価指数をみると、変動はあるものの大きな動きがみられなかった。漁獲量の増減などによって消費者物価指数は変動するが、この期間について影響はそれほどなかったと考えられる(図 15)。

このことから、生鮮魚介については物価変動の影響はないことから、比較的単価の高い商品を多く購入したことがわかる。つまりプチ贅沢志向があったと考えられる。

図 15 生鮮魚介の消費支出金額(対前年同月実質増減率)、購入数量(対前年同月増減率)、購入単価指数および消費者物価指数の推移

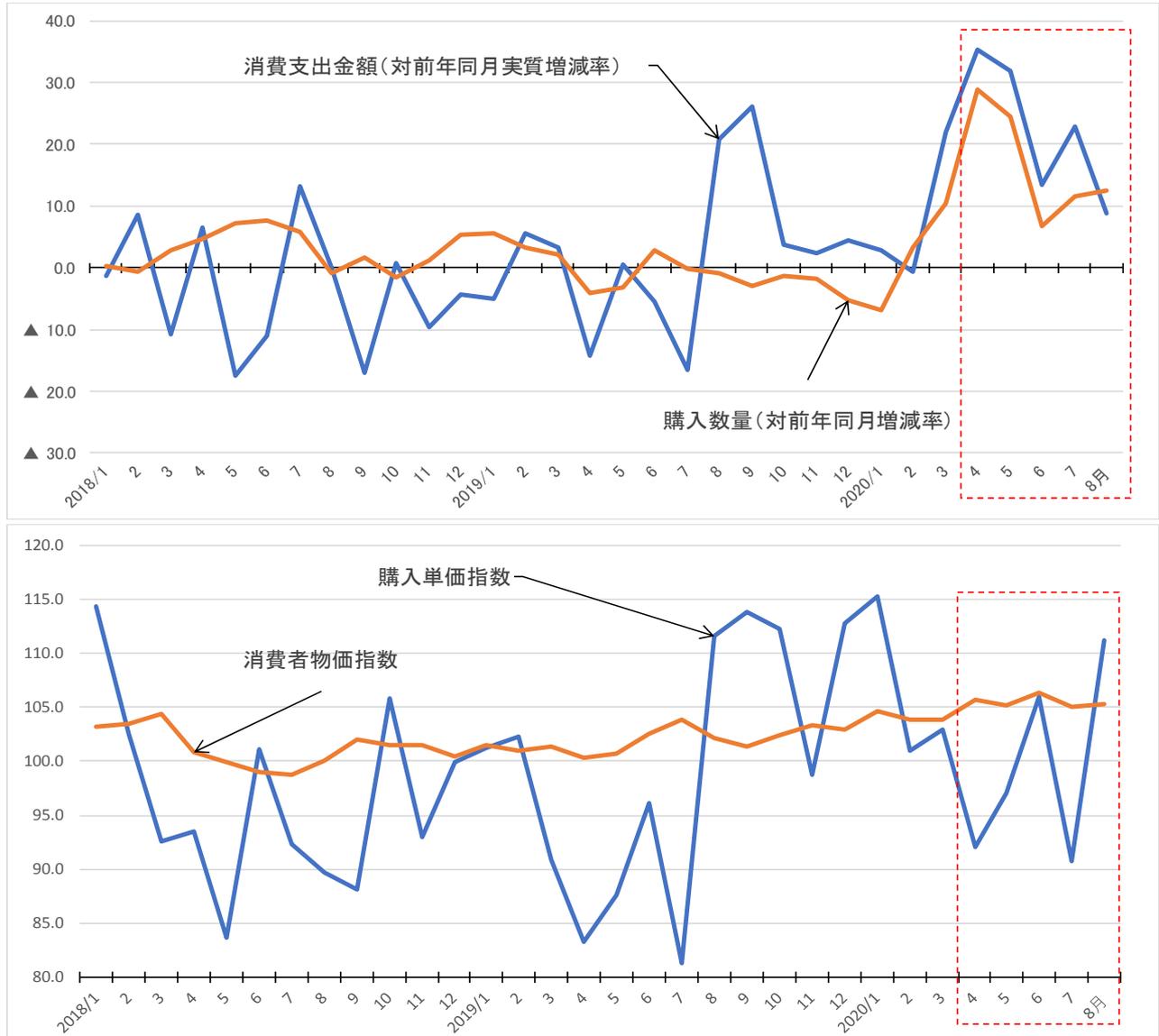


	2020/1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
消費支出金額実質増減率(%)	15.9	4.6	14.5	41.8	34.0	11.6	36.1	▲ 3.1
購入数量増減率(%)	▲ 7.9	▲ 1.2	6.7	8.2	17.2	11.1	4.2	1.0
購入単価指数(2015年=100)	134.7	139.7	137.8	144.6	119.5	124.7	142.1	119.0
消費者物価指数(2015年=100)	109.5	106.3	105.1	102.3	104.5	104.0	103.3	104.4

出所:総務省「家計調査」、「消費者物価指数」

次に、生鮮肉についてみる。

図 16 生鮮肉の消費支出金額(対前年同月実質増減率)、購入数量(対前年同月増減率)、購入単価指数および消費者物価指数の推移



	2020/1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
消費支出金額実質増減率(%)	2.7	▲ 0.7	21.9	35.2	31.8	13.4	23.0	8.8
購入数量増減率(%)	▲ 7.0	3.4	10.3	28.9	24.4	6.7	11.6	12.5
購入単価指数(2015年=100)	115.2	101.0	102.9	92.0	97.0	106.0	90.7	111.2
消費者物価指数(2015年=100)	104.6	103.9	103.9	105.7	105.2	106.4	105.1	105.3

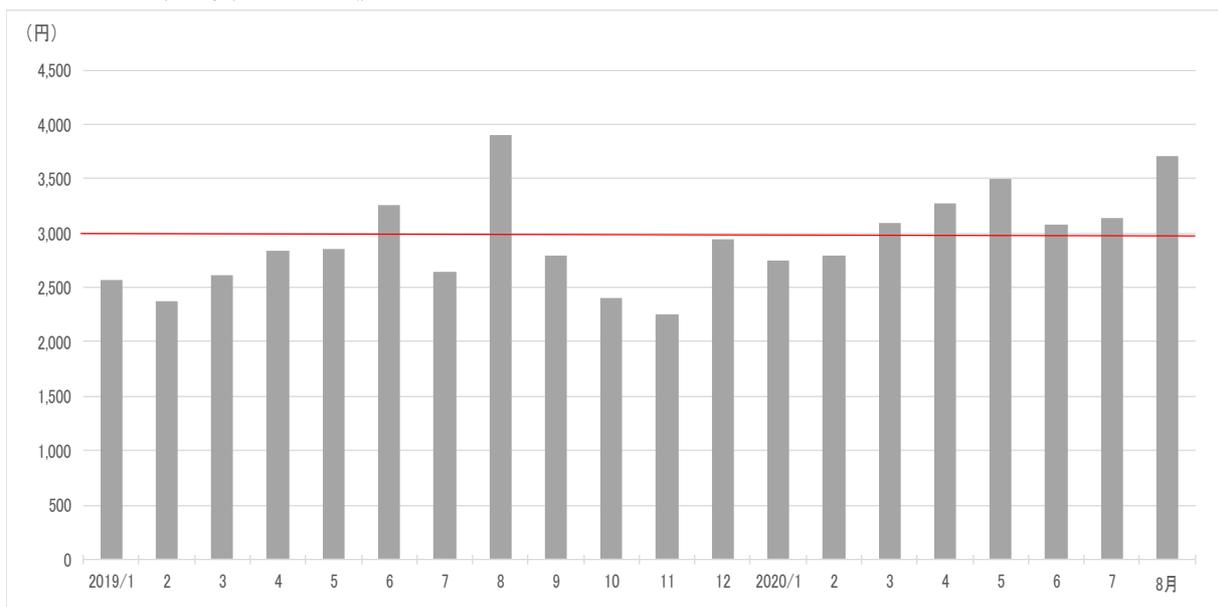
出所:総務省「家計調査」、「消費者物価指数」

購入単価指数は、4、5月は100を下回り低下したが、6月には上昇、7月には再び低下し、8月には上昇した。購入数量増減率をみると、3月以降から前年を上回っており、6月には増加幅が縮小するも、7月から増加幅が拡大した。その間の消費者物価指数は、4月には上昇するも、その後はほぼ横ばいに推移していることがわかる(図16)。

このことから、コロナの感染拡大が懸念された4、5、7月には比較的安価な商品も多く購入し、新規感染者が確認されなかった6月には比較的単価の高い商品を購入する傾向があったことがわかる。8月には購入単価および数量は上昇・増加したが、月末の台風接近による台風対策などから店頭には並んでいる商品を、価格に関係なく購入したと考えられる。

酒類についてしてみると、こちらも巣ごもり消費の恩恵を受けていることがうかがえる。家計調査では、コロナ以前では月あたりの支出額が3,000円以上連続することがほとんどみられなかった。しかし2020年3月以降、5カ月連続で3,000円以上の支出額が確認でき、県内スーパーのヒアリング調査においても酒類の売上が増加したとの回答があった。このことから、コロナ下で県内では「外で飲む」から「自宅で飲む」へシフトしたことがわかる(図17)。

図17 酒類消費支出の推移



出所: 沖縄県「家計調査」 2人以上世帯の消費支出

これまでみてきたように、食料支出については巣ごもり消費により好調に推移していることがわかった。しかし県内スーパーへのヒアリングでは、6月頃からまとめ買いが落ち着き始めたとの回答があった。新型コロナウイルスの影響がまだ不透明だった時期には心理的にまとめ買いの傾向であったが、徐々に状況に慣れてきたことから、まとめ買いを控え、平常時の買い物へ戻りつつあるものとみられる。

今後、ウィズコロナの生活が定着すると、4、5月のようなまとめ買いによる特需は見込めず、横ば

いの動きが予想される。消費喚起のため、一部のスーパーではさらなる特売セールを検討しているという。

## (2) 住居

図 18 住居の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)の推移

(単位:円、%)

住居	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
家賃地代	17,187	20.1	13,549	▲ 5.0	13,175	▲ 19.6	12,593	▲ 5.4	13,207	▲ 10.1	12,862	▲ 16.1
設備修繕・維持	3,719	479.5	2,011	52.2	2,159	67.2	3,716	584.3	1,542	62.7	1,395	13.4

出所:沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

住居をみると、設備修繕・維持が3月以降前年を上回っていることがわかる。この品目はシステムキッチンやベランダといった設備器具や、レンガや壁紙、芝生といった設備材料、外壁塗装や庭の維持などにかかる支出が含まれる。コロナ下では在宅時間が増加し、DIYを用いて自宅の補修などを行ったことで、住居関連支出が増加したと考えられる。

## (3) 光熱・水道

図 19 光熱・水道の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

(単位:円、%)

光熱・水道	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
電気代	8,265	14.0	7,756	▲ 12.6	7,914	▲ 10.5	9,692	2.7	11,738	12.3	13,673	16.1
ガス代	4,467	▲ 8.2	4,261	▲ 6.0	4,364	▲ 1.5	3,763	6.9	3,281	▲ 2.6	3,472	5.5
他の光熱費	1,271	86.7	800	53.4	542	46.0	444	77.2	619	125.7	199	▲ 21.1
上下水道料	4,678	13.0	4,598	▲ 5.1	4,054	▲ 12.3	4,809	23.9	3,918	▲ 4.9	4,278	3.9

出所:沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

光熱水道は、全国では在宅時間の増加により公共料金は3月から8月にかけてほとんどの月で前年を上回った。しかし県内において、電気代は電力自由化の影響や、1、2月の燃料価格低下の影響を受け、4、5月は前年を下回った。上下水道料についてはコロナの影響による各自治体の支払減免措置などで、前年を下回ったと考えられる。

(4) 家具・家事用品

図 20 家具・家事用品の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

(単位:円、%)

家具・家事用品	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
家庭用耐久財	3,935	22.0	2,743	▲ 26.0	2,023	▲ 71.4	6,159	30.8	3,639	52.6	2,325	▲ 2.3
室内装備・装飾品	215	▲ 66.1	116	▲ 59.7	545	186.5	823	422.4	405	44.2	410	▲ 6.1
寝具類	458	▲ 37.4	496	17.8	273	▲ 27.6	2,261	690.2	2,678	1,254.7	326	▲ 19.6
家事雑貨	1,573	▲ 26.3	1,396	▲ 39.9	2,183	32.6	2,701	66.3	2,382	13.6	1,836	▲ 22.5
家事用消耗品	3,607	23.5	4,096	50.8	3,798	16.6	3,842	26.7	3,815	27.1	3,908	14.4
家事サービス	565	32.8	536	17.8	853	15.5	1,415	226.2	652	58.2	335	▲ 70.4

出所:沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

家具・家事用品は、トイレーパー類や洗剤、ウェットティッシュなどを含む家事用消耗品は4月以降増加するも、家電製品やエアコンなどが弱い動きとなり家庭用耐久財は減少したことから家具・家事用品全体では4、5月は前年を下回った。6、7月は特別定額給付金の影響などで、家電製品、エアコンが好転し、前年を上回った。8月には家具・家事用品の特需が全体的に落ち着いたことから前年を下回ったと考えられる。

(5) 被服および履物

図 21 被服および履物の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

(単位:円、%)

被服及び履物	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
和服	0	-	0	-	0	-	0	-	23	▲ 13.6	0	-
洋服	2,446	▲ 43.8	1,861	▲ 34.2	1,566	▲ 49.5	2,100	1.2	1,954	4.0	1,112	▲ 46.6
シャツ・セーター類	1,247	▲ 8.2	839	▲ 49.5	1,121	▲ 40.3	2,105	43.7	1,851	45.3	1,328	▲ 5.2
下着類	520	62.8	297	▲ 63.0	925	62.3	735	34.4	475	▲ 17.8	523	14.5
生地・糸類	36	-	126	-	134	-	73	-	47	-	31	-
他の被服	291	▲ 42.4	220	▲ 59.2	423	23.0	405	4.2	442	▲ 4.9	192	▲ 35.3
履物類	867	▲ 34.0	349	▲ 70.2	736	▲ 43.1	1,140	▲ 10.9	740	12.5	242	▲ 73.8
被服関連サービス	582	103.3	212	▲ 77.5	188	▲ 33.4	304	61.6	134	75.9	174	46.3

出所:沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

被服および履物は、コロナ前より弱い動きであったが、コロナによる外出自粛などで衣服を着る機会が減少し、購入マインドが低下したことからさらに弱い動きとなった。6月以降は特別定額給付金などにより消費回復の傾向がみられたが、8月には県独自の緊急事態宣言により再び消費マイ

ンドの低下がみられた。

(6) 保健医療

図 22 保健医療の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

(単位:円、%)

保健医療	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
医薬品	2,035	12.7	1,818	▲ 4.8	1,425	▲ 26.8	1,816	8.4	1,778	▲ 12.7	2,343	33.2
健康保持用接種品	965	16.0	884	27.3	787	2.3	563	▲ 23.9	740	▲ 61.0	860	▲ 9.9
保健医療用品・器具	1,286	▲ 1.6	1,707	1.6	2,405	38.6	2,113	8.4	1,990	25.6	2,246	58.8
保健医療サービス	3,280	▲ 43.6	2,747	▲ 45.6	4,650	▲ 1.4	5,064	28.3	4,573	▲ 22.8	4,097	▲ 2.0

出所: 沖縄県「家計調査」 2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

保健医療は、マスクや体温計等を含む保健医療用品・器具について4月以降まとめ買いなどで増加するも、医療機関の診療代などを含む保健医療サービスは県内感染が拡大した4月と7月に前年を下回った。診療の際、感染リスクが高まるのでは、との懸念から受診を控える動きがあったと考えられる。

(7) 交通通信

図 23 交通通信の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

(単位:円、%)

交通・通信	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
交通・通信	1,120	▲ 62.7	967	▲ 78.5	662	▲ 71.4	1,443	▲ 29.9	1,324	▲ 44.4	1,136	▲ 57.7
自動車等関係費	11,786	3.1	9,720	▲ 20.1	9,059	▲ 35.4	11,361	▲ 69.8	21,176	25.9	22,490	92.0
通信	11,113	9.5	11,664	▲ 1.9	11,568	▲ 15.7	12,223	12.5	12,957	▲ 0.6	12,494	24.5

出所: 沖縄県「家計調査」 2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

交通通信について、4、5月は外出自粛により自動車を運転する機会が減少し、ガソリン代が減少したことなどで前年を下回った。6月には自動車購入が大きく減少したことで前年を下回るも、7月には自動車購入が回復に転じ、前年を上回った。6月の特別定額給付金により自動車購入資金の調達ができ、7、8月に購入したといった動きが考えられる。

## (8) 教育

図 24 教育の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

(単位:円、%)

教育	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
授業料等	4,293	135.2	6,331	▲ 40.2	817	▲ 80.4	3,263	14.9	1,718	▲ 50.3	3,039	▲ 3.6
教科書・学習参考教材	689	▲ 37.9	608	27.8	48	▲ 83.6	432	1,113.9	45	10.6	6	▲ 50.8
補習教育	2,372	57.2	1,505	3.1	1,393	▲ 42.8	1,951	127.9	590	▲ 67.8	753	▲ 37.5

出所:沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

教育について、2019年10月より幼児教育・保育の無償化による、教育費低下の影響が続いている。コロナによる臨時休校の影響は小さいと考えられる。

## (9) 教養娯楽

教養娯楽は3月より減少し始め、4月は減少幅が拡大した。従来、3月は新生活需要によりパソコンやテレビといった教養娯楽用耐久財が増加傾向にある。また、卒業シーズンやゴールデンウィーク、夏休みシーズンなどには旅行・宿泊といった教養娯楽サービスが増加する傾向にある。しかし今年はその傾向が一変した(図 25)。

図 25 教養娯楽の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

(単位:円、%)

教養娯楽	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
教養娯楽用耐久財	842	▲ 71.7	812	▲ 79.1	762	▲ 58.2	1,317	▲ 58.6	3,712	398.9	682	68.8
教養娯楽用品	4,619	1.8	2,246	▲ 52.7	3,410	▲ 31.4	3,636	▲ 6.6	4,039	10.4	3,011	▲ 12.1
書籍・他の印刷物	1,986	▲ 4.0	1,970	▲ 9.5	2,048	▲ 10.9	2,090	▲ 1.7	1,764	▲ 1.7	1,779	▲ 12.6
教養娯楽サービス	9,342	▲ 22.8	5,526	▲ 74.1	3,989	▲ 59.3	5,606	▲ 29.9	6,570	▲ 6.2	6,324	▲ 33.2

出所:沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

4、5月の教養娯楽用耐久財は減少しているが、6月から支出額が増加し、7月には前年を大きく上回った。要因として、特別定額給付金の恩恵により、パソコンやテレビなどが増加したと考えられる。

教養娯楽用品をみると、5月から支出額は増加しており、7月には前年を上回った。教養娯楽用品には文房具やスポーツウェア、園芸用植物や園芸用品などが含まれる。県内ホームセンターのヒアリング調査より、園芸用品の売れ行きが好調だったことから、県内では教養娯楽用品のうち、園芸用品が最も伸長したと考えられる。また、DIYも好調であった。前述した「住居」品目のうち、「設

備修繕・維持」も3月以降から増加していることがわかる。

書籍・他の印刷物について支出額をみると、5月から6月にかけてやや増加していることがわかる。ステイホーム下で、自宅で書物を読む傾向にあったことが考えられる。

他の教養娯楽サービスをみると、4、5月は減少しているが、6月に前年を上回った。この品目は放送受信料や映画館や遊技場などの入場料、ゴルフプレー料などが含まれる。緊急事態宣言発出時期においては外出自粛モードであったため、自宅でテレビを楽しむ家庭が増え、その状況下で動画配信サービスなどの放送受信料が増加したと推測できる。

図 26 教養娯楽サービスの品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

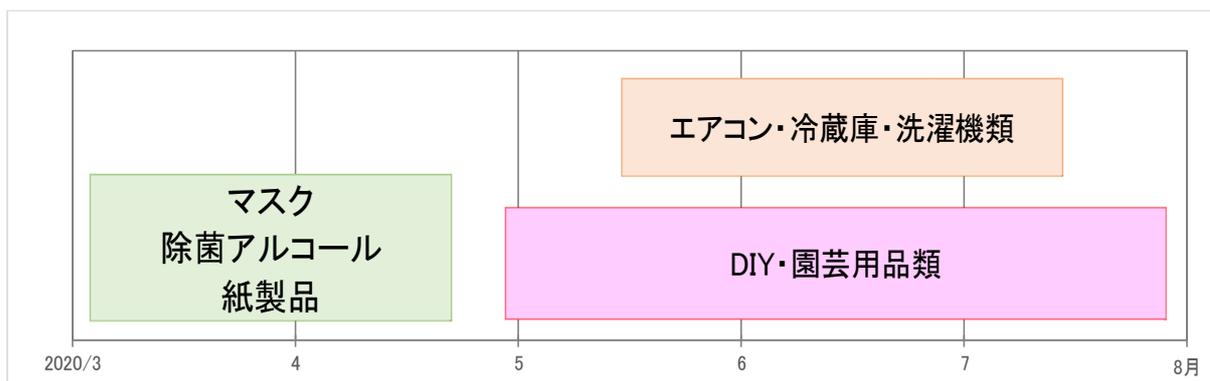
(単位:円、%)

教養娯楽サービス	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
宿泊料	218	▲ 23.0	22	▲ 98.8	118	▲ 77.5	824	▲ 51.6	1,111	417.2	915	86.8
パック旅行費	109	▲ 96.9	4	▲ 100.0	0	▲ 100.0	223	▲ 81.4	39	▲ 95.8	45	▲ 98.3
月謝類	5,145	88.5	1,427	▲ 5.6	846	▲ 39.6	406	▲ 70.8	1,306	▲ 11.0	445	▲ 64.0
他の教養娯楽サービス	3,871	▲ 31.0	4,073	▲ 24.5	3,026	▲ 45.7	4,153	12.1	4,115	▲ 6.6	4,919	▲ 3.3

出所: 沖縄県「家計調査」 2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

教養娯楽サービスのうち、パック旅行費について4、5月はどちらも前年同月比 100.0%減となっており、宿泊料も前年を大幅に下回った。政府の緊急事態宣言時下では宿泊旅行を控えたことがうかがえる(図 26)。

図 27 県内ホームセンターで増加した商品(ヒアリング調査)



出所: 県内ホームセンター3社ヒアリング調査にて、筆者作成

県内ホームセンターのヒアリング調査によると、3、4月にはマスクや除菌アルコール、トイレトペーパーなどの紙製品が大きく増加し、品不足がみられたところがあった(図 27)。

5月のゴールデンウィーク頃からはマスク類の品不足に落ち着きがみられ、ステイホームを有意

義に過ごすための商材が売れ始めたとの回答が多くあった。主にDIYや園芸用品などが好調に推移したという。DIYでは特にペンキといった塗装類が増加し、次いで資材や工具類が増加した。

園芸用品についてはベランダなどで家庭菜園を始める人が増えたことで、プランターや土、種苗などが増加した。これらは9、10月でも堅調に推移しているという。特に園芸用品については、従来、春・秋口に植え付けなど行うことから夏の需要はそれほどなかったが、コロナ下においては季節に関係なく需要があったという。

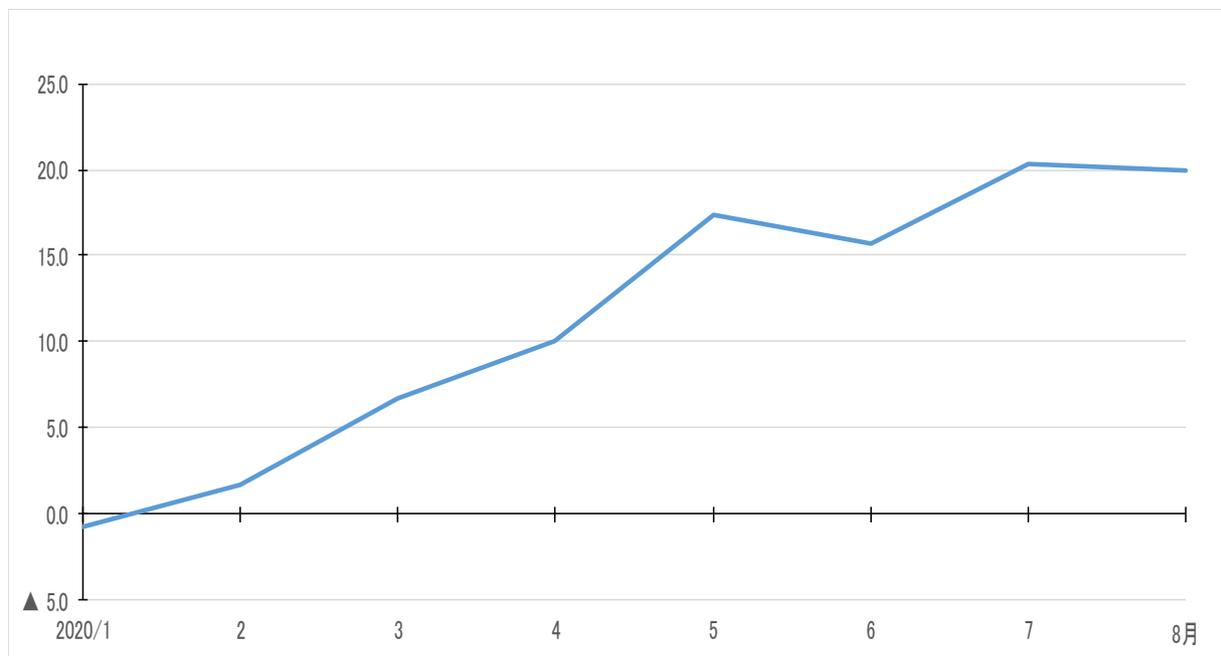
また一部では、公共交通機関の利用を避けるため自転車の売上が増加したところもあった。6、7月には特別定額給付金の影響から、エアコンや冷蔵庫、洗濯機、農業用の工作機などが増加したとの回答もあった。

一方で、行楽需要の減少によりテントやレジャーシート、簡易イス、日除けといったレジャー用品が減少した。また、外出自粛による遠出を控えたことから自動車のタイヤやオイルなども減少したところもあった。

#### ○来店客数の変化

県内ホームセンターでは3月頃から客足が伸び、7月にはさらに増加したと回答があった。ホームセンターでは従来、平常時は休日、特に日曜日に来客が集中することだが、コロナ下においてもその傾向はあまり変化がなかったという。客層についても、大きな変化はみられなかったという(図28)。

図28 県内ホームセンター来店客数の推移(前年同月比)

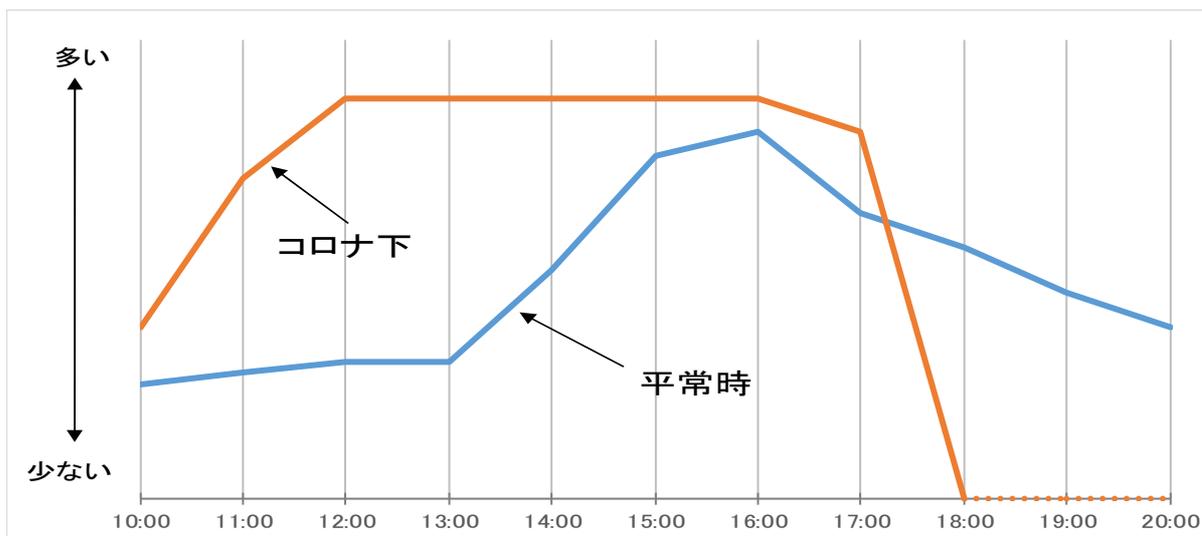


出所: 県内ホームセンター3社ヒアリング調査にて、筆者作成

○来店時間の変化

平常時の来店時間は平均して午後2時から午後4時にかけてピークがあった。コロナ下では開店時間からピークを迎えていたホームセンターもあった。ヒアリング先では、4～8月まで閉店時間を午後6時までとする対応をとっていたが、閉店時間間際まで客足が伸長していたとの回答があった(図29)。

図29 県内ホームセンターの来店時間の推移



出所: 県内ホームセンター3社ヒアリング調査にて、筆者作成

注: コロナ下は閉店時間は午後6時。

このことから、県内では5月頃からステイホームを有意義に過ごすための工夫が各家庭でみられ、DIYや園芸用品、テレビ視聴を楽しむといった傾向にあることがわかる。9月以降についてもDIYや園芸用品のニーズは堅調に推移していると回答があり、コロナの終息見通しが立たないため、今後もしばらくはこの傾向が続くとみられる。

(10) 諸雑費

図30 諸雑費の品目別支出額および前年同月比(実質増減率)

(単位: 円、%)

諸雑費	2020年3月		4月		5月		6月		7月		8月	
	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比	支出額	前年同月比
理美容サービス	997	▲ 14.7	689	▲ 45.3	1,454	41.8	1,274	▲ 1.7	1,479	29.4	1,469	12.9
理美容品	3,395	▲ 20.3	3,101	▲ 0.7	3,094	▲ 12.1	3,819	5.3	2,959	▲ 21.2	3,118	▲ 11.8
身の回り用品	1,100	34.6	437	▲ 58.5	436	▲ 50.8	730	22.8	5,067	940.8	867	21.0
たばこ	785	▲ 4.0	926	▲ 1.1	707	▲ 37.7	936	▲ 1.3	1,221	53.3	1,575	124.1
他の諸雑費	6,247	8.3	6,119	19.8	5,724	▲ 17.4	14,377	114.0	6,724	35.3	5,155	▲ 39.4

出所: 沖縄県「家計調査」2人以上世帯の消費支出より筆者にて実質化

諸雑費をみると、バッグやアクセサリなどを含む身の回り用品が4、5月に大きく前年を下回った。外出自粛の影響で身に着ける機会が減ったことが要因と考えられる。また、化粧品などを含む理美容品は、6月を除いてすべての月で前年を下回った。こちらも外出自粛やマスク着用により、化粧品をする機会が減り、マスクで隠れる部分については化粧品をしないなどといった傾向から前年を下回ったと考えられる(図 30)。

以上、各品目について推移をみてきたが、外出自粛の影響により生活必需品やステイホームを有意義に過ごすための消費は増加し、一方で対面機会が減ったことから身に着けるものや外出関連商品が減少したことがわかった。コロナ終息が見通せない中、今後しばらくはこの傾向が続くと考えられる。

## 5. 消費行動の変化について

コロナ下において「新しい生活様式」の浸透が徐々にみられるが、電子決済といった買い物の際の支払い方法に変化はあったのだろうか。県内スーパーおよびホームセンターに、支払い方法についてもヒアリング調査を行った。ヒアリング調査を行うにあたって、2019年1月から9月までを「増税前」、2019年10月から2020年3月までを「増税後」、2019年10月から2020年6月までを「キャッシュレス・ポイント還元事業対象期間」、そして2020年4月から8月までを「コロナ下」とし、支払い方法の変化をみていく。ここでは、キャッシュレス決済とはクレジットカード払いや電子マネー決済などの決済方法を指す。

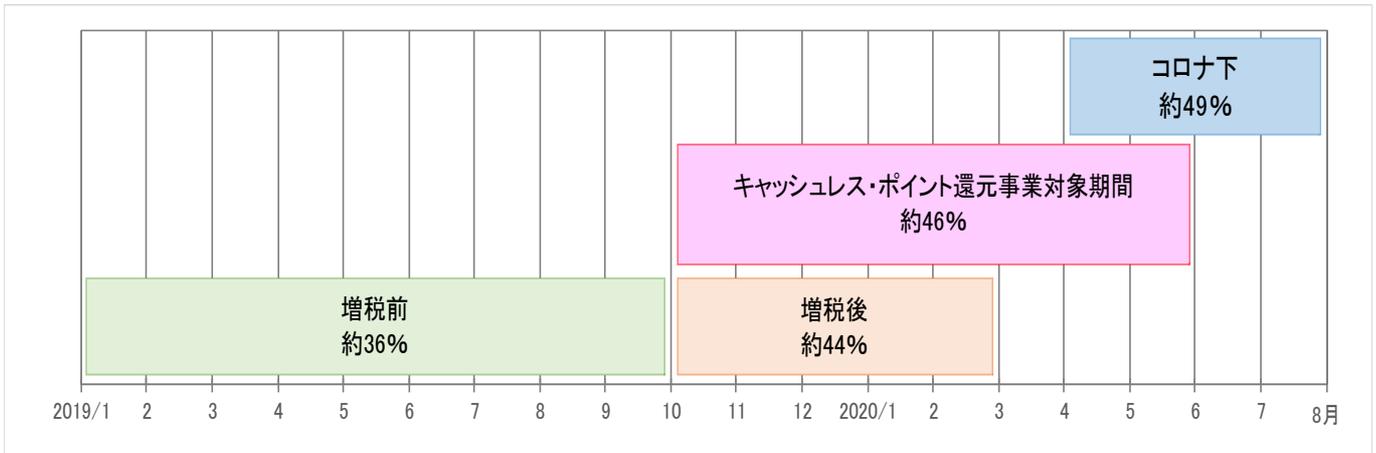
### 1) 県内スーパー

県内スーパーでは、増税前の決済割合は現金は約64%、キャッシュレスは約36%であった。増税後にはキャッシュレス決済割合は約44%と増税前と比べ8%ポイント程度増加した。これは増税月の2019年10月からキャッシュレス・ポイント還元事業の開始も後押しとなったことから、キャッシュレス決済をする割合が増加したと考えられる。そして、2020年4月から8月のコロナ下では、キャッシュレス決済割合は約49%となっている(図 31)。

キャッシュレス・ポイント還元事業は2020年6月に終了しているが、7月以降のキャッシュレス決済割合はほぼ横ばいに推移していることから、還元事業期間にキャッシュレス決済に慣れた消費者が、その行動を継続したと考えられる。コロナの影響によりキャッシュレス決済割合が増加した、というよりは還元事業の恩恵が大きいと考えられる。

また、県内スーパーのうちネットスーパーを取り扱っている先について、2020年3月から8月の推移をヒアリングした。ネットスーパーの利用は3月頃から伸び始め、調査対象期間において前年の約1.6倍増加したと回答があった。一部で5月頃の伸び幅が鈍化したが、9、10月においても堅調に推移しているという。利用者は高齢者や共働き世帯がやや目立つと回答があったが、あらゆる世代において利用しているという。今後、ネットスーパー対象地区の拡大を検討したり、移動販売を始めたスーパーもある。また、オンラインショップの拡充などを始めた先もある。

図 31 県内スーパーのキャッシュレス決済割合の推移

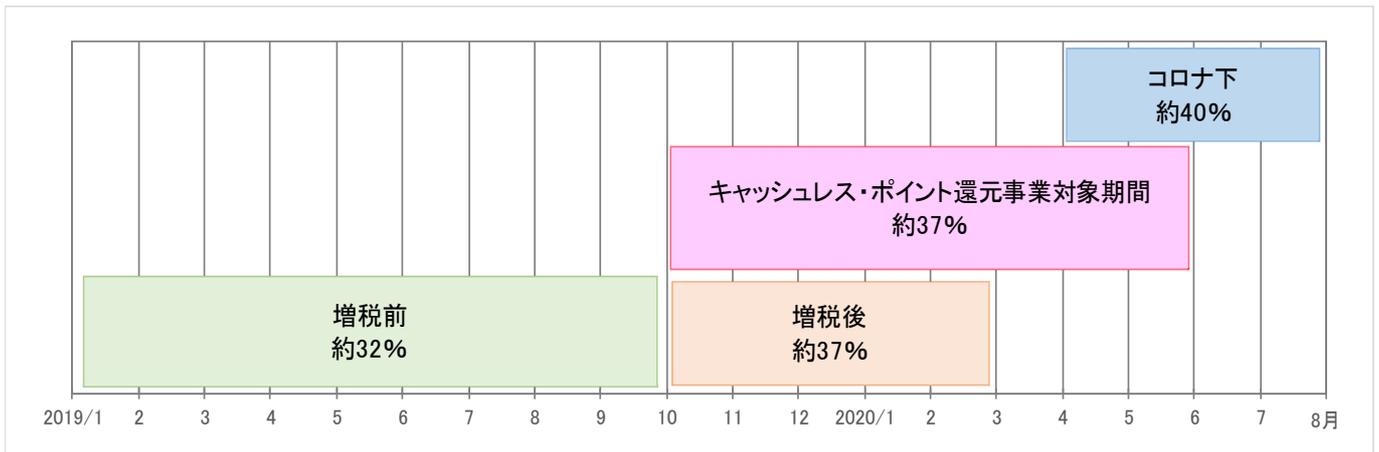


出所: 県内スーパー5社ヒアリング調査にて、筆者作成

## 2) 県内ホームセンター

県内ホームセンターでは、増税前はキャッシュレス決済割合は約 32%、増税後は約 37%となっており、5%ポイント増加した。コロナ下では約 40%となっており、増税後と比較し3%ポイント程度増加している。県内ホームセンターでは、キャッシュレス・ポイント還元事業の底上げでキャッシュレス決済が拡大したことに加え、コロナ下でまとめ買いなど消費が拡大したことから支払金額が大きくなり、現金よりキャッシュレス決済の方が好まれたと推測される(図 32)。

図 32 県内ホームセンターのキャッシュレス決済割合の推移



出所: 県内ホームセンター3社ヒアリング調査にて、筆者作成

以上から、県内では決済方法に変化はみられたものの、コロナによる影響というよりはキャッシュレス・ポイント還元事業の恩恵による決済方法の浸透が、コロナ下でも継続して行われたと考えられる。

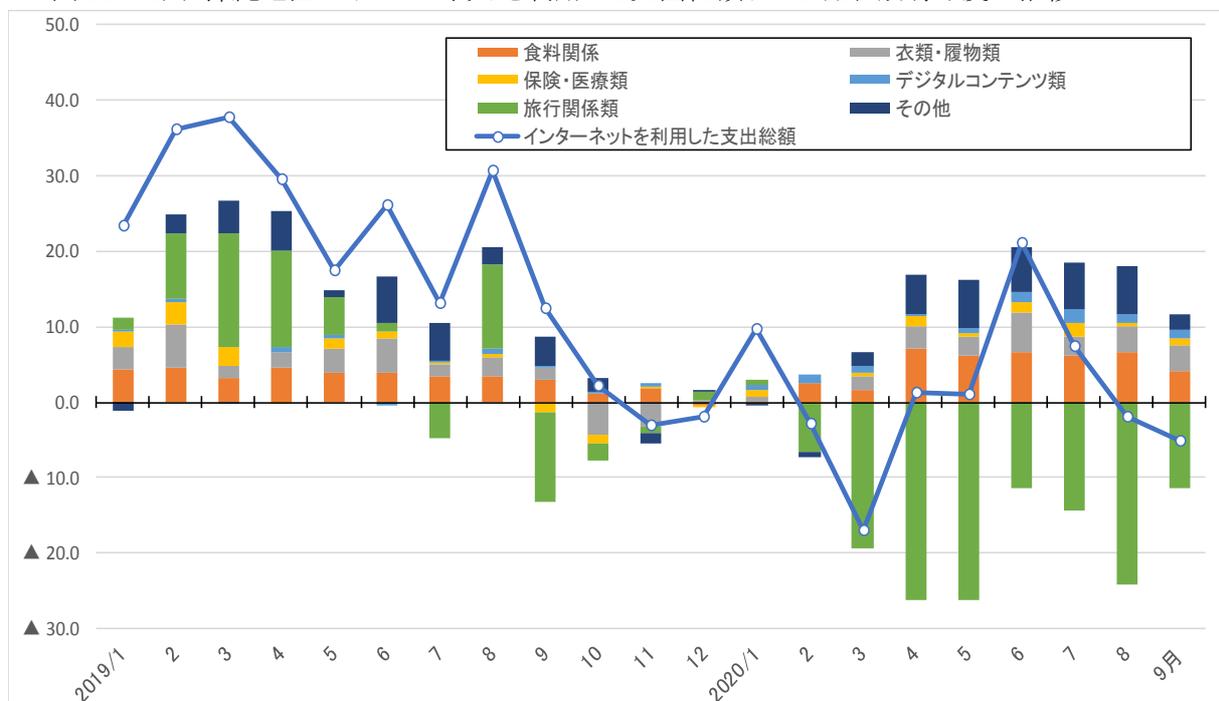
県内ホームセンターでも一部店舗ではネット販売の開始を検討しているところもある。SNSを使

った情報発信なども検討しており、時代にあった販売方法を見直しているところもある。

### 6. コロナ下のインターネットを利用した支出について

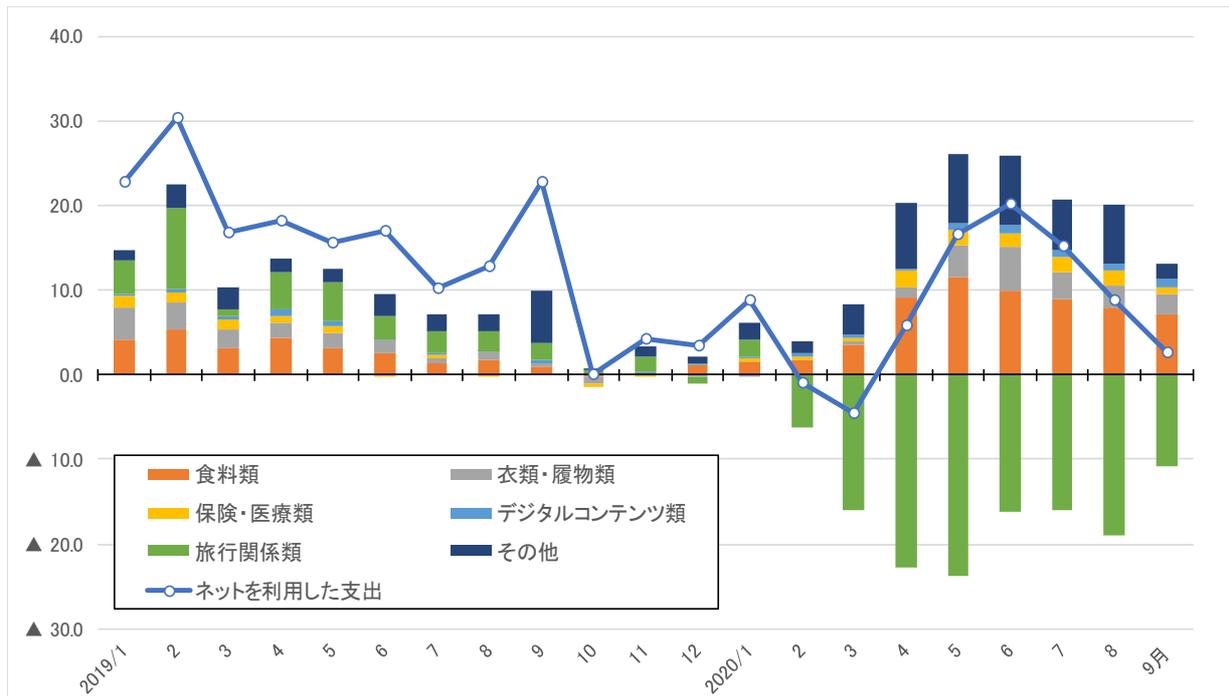
総務省が公表している「家計消費状況調査」より、インターネットを利用した支出金額の推移をみる(図 33、34)。九州・沖縄地区では 2020 年4月よりインターネット支出額が増加しており、なかでも食料関係の支出額は4月から8月にかけて横ばいで推移している。全国地区をみても、同様の傾向にあることがわかる。このことから、コロナ下では一時的に実店舗での買い物を控え、インターネットを利用した買い物へシフトしたと考えられる。ヒアリング調査より、県内スーパーでもオンラインショップを開設し、消費行動の変化に柔軟に対応するなどの取組みもみられることから、今後小売店舗については消費者へのアプローチ方法の見直しといった転換期になるだろう。

図 33 九州・沖縄地区のインターネットを利用した支出総額および品目別寄与度の推移



出所:総務省「家計消費状況調査」

図 34 全国地区のインターネットを利用した支出総額および品目別寄与度の推移

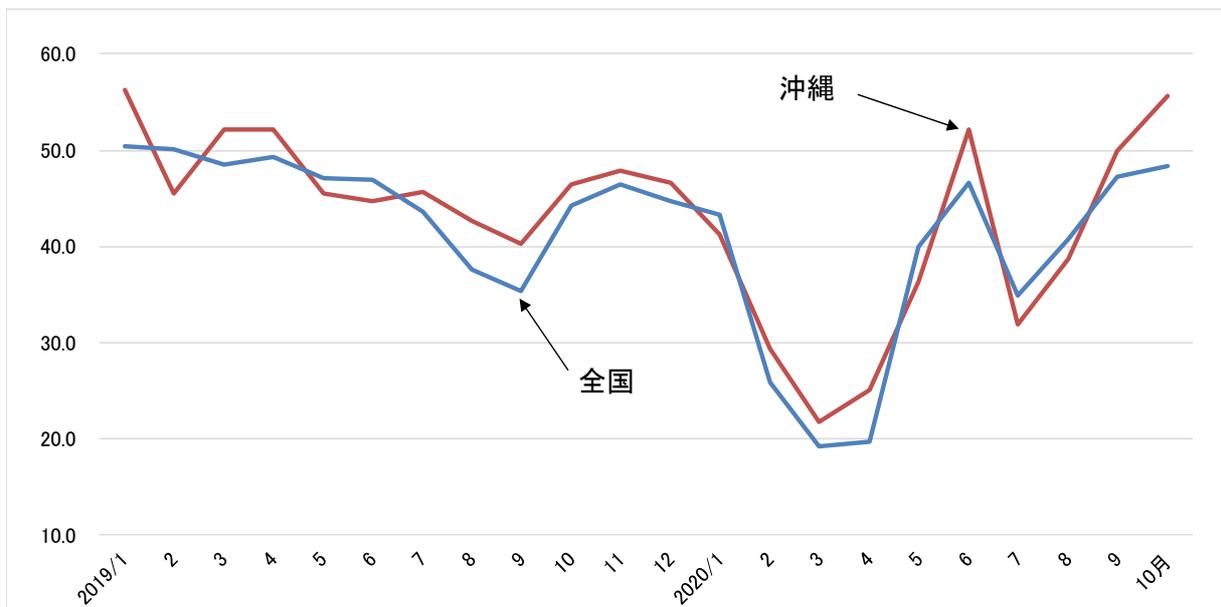


出所:総務省「家計消費状況調査」

7. 今後の見通し

毎月内閣府が公表している「景気ウォッチャー調査」より、家計動向関連における景気の先行きDIをみる(図 35)。

図 35 沖縄と全国の家計動向関連 DI 推移(原数値)



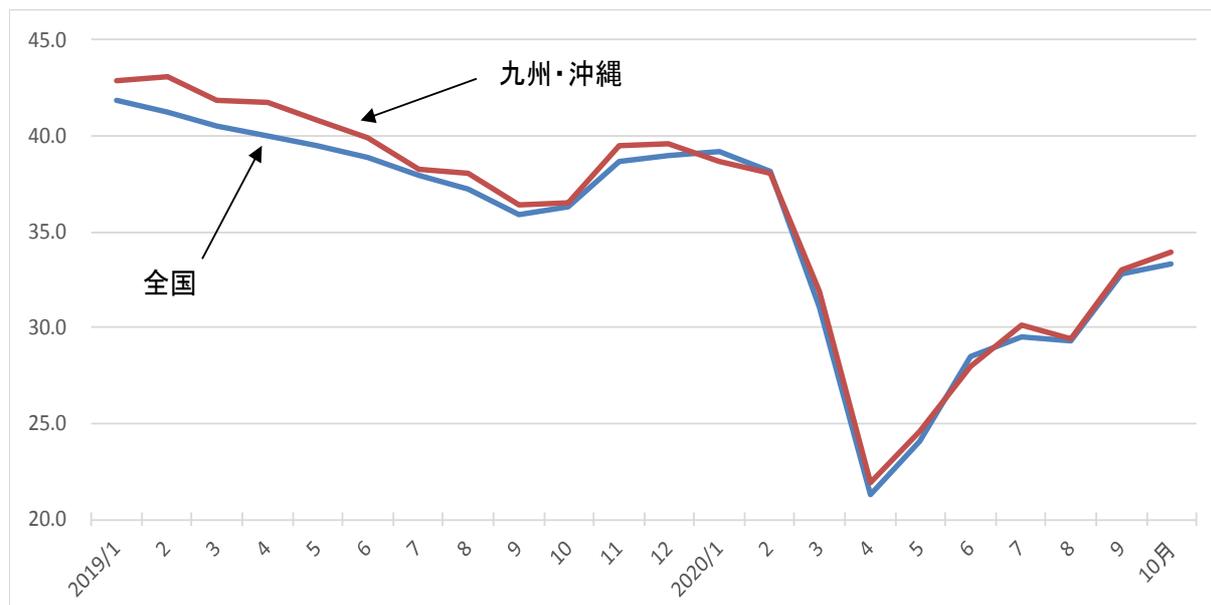
出所:内閣府「景気ウォッチャー調査」

2020年1月から県内および全国において低下しているが、これは新型コロナウイルスの影響による訪日客関連業界の低下が要因となっている。3月には新型コロナウイルスによる影響が顕著に出始め、各業種においても「先行きは悪くなる」の回答が増加した。

県内では5月中旬より緊急事態宣言が解除され、徐々に外出自粛緩和の動きがみられたことや、6月19日より他府県への移動自粛が解かれたことなどから、6月には「先行きは良くなる」「やや良くなる」の回答が増加した。しかし7月には感染が再拡大したことからDIは低下した。9月以降は政府による観光支援策「Go To トラベル」の効果に期待する声が増え、またウィズコロナの生活が浸透してきたことから、消費活動が回復するとの期待感からDIは上昇した。

消費者の今後6カ月間の消費動向の見通しを表す「消費者態度指数(原数値)」によると、九州・沖縄地区および全国は2020年4月に統計開始以来、最も低下した。5月以降は持ち直しの動きがみられたが、7月から8月に横ばいの動きがみられる。この時期は、新型コロナウイルス新規感染者が全国的に再び増加傾向にあった時期である。9月から10月には感染者数が減少しはじめたことから、消費者態度指数は上昇した。このことから、新規感染者の増減が消費マインドに影響を与えることがわかる(図36)。

図 36 九州・沖縄地区と全国の消費者態度指数(原数値)



出所:内閣府「消費動向調査」

県内におけるコロナ下の家計消費支出の減少要因を大きく2つに分けると、(1)行動制限によるもの、(2)消費マインドの低下が考えられる。(1)について、消費意欲はあるが、外出自粛や事業者への休業要請などにより、消費ができない状態のことである。一方(2)は、先行き不透明であり収入低下などが予想され、またコロナ感染リスクが残ることから、消費意欲が低下する状態を指す。

政府による緊急事態宣言発出期間であった4～5月は、行動制限による消費支出減少と考えられる。食料や衛生用品のまとめ買いが頻発し、家計消費支出においては外出関連消費が減少する中、食料が大きく増加した。一方、6～7月は消費マインド低下により消費支出が減少したと考えられる。この時期は行動制限が解かれ、特別定額給付金の支給もあり手元資金が比較的潤沢であった。消費が促される環境であったにもかかわらず、先述した平均消費性向は低下した。8月について、県独自の緊急事態宣言が発出されたが、4月並みの行動制限までは至らなかったことから、消費マインド低下に起因する消費支出減少と考えられる。

このことから、強力な行動制限措置が今後ないとしても、消費マインド低下を払拭させる取り組みを講じなければ、消費支出は減少したままの状態になると推測される。

個人消費を再燃させるためには、特別定額給付金の再支給や消費税率の引き下げなどといった、消費を後押しする経済対策が必要であると考ええる。経済対策の一環として、2020年7月22日から開始した政府による観光支援策「Go To トラベル」事業や、県内では11月17日より開始した「Go To イート」事業の成功も消費マインド再燃の鍵となろう。感染対策をとりつつ、経済活動を同時に行うことが成功すると、今までは周囲の目を気にし、消費活動に対して消極的であった消費者心理が積極的になることが予想される。

また、消費者一人ひとりが「新しい生活様式」を守ることも大切になってくると考える(図37)。「新しい生活様式」を守ることは、コロナの感染拡大防止につながると考える。感染状況に縮小の兆しが見え始めると消費活動は積極的になるが、反対に感染が拡大すると、行動制限が講じられることが予想され、ひいては消費活動自体が制限されることになるからだ。したがって「新しい生活様式」を守ることは、積極的な消費活動の土台になると言い換えることができる。

小売店舗などといった事業者側にとっても、今後更なる非接触型決済やネット販売などといった「新しい生活様式」に柔軟に対応する取組が今後求められるだろう。実際、キャッシュレス決済割合は増税前とコロナ下の時期で比較すると、県内スーパーでは約13%ポイント増加、県内ホームセンターでは約8%ポイント増加している。

官民ともにこの困難にスピード感をもち対策を講じることが、今後の消費のモチ直し、さらには景気回復にも繋がると考える。

(以上)

(りゅうぎん総合研究所 大城 美波)

図 37 新しい生活様式の実践例および人との接触を減らす、10のポイント

### 「新しい生活様式」の実践例

#### (1) 一人ひとりの基本的感染対策

**感染防止の3つの基本：①身体的距離の確保、②マスクの着用、③手洗い**

- 人との間隔は、できるだけ2m（最低1m）空ける。
- 遊びに行くなら屋内より屋外を選ぶ。
- 会話をする際は、可能な限り真正面を避ける。
- 外出時、屋内にいるときや会話をするとき、**症状がなくてもマスクを着用**
- 家に帰ったらまず**手や顔を洗う**。できるだけすぐに着替える、シャワーを浴びる。
- 手洗いは30秒程度**かけて**水と石けんで丁寧に洗う**（手指消毒薬の使用も可）

※ 高齢者や持病のあるような重症化リスクの高い人と会う際には、体調管理をより厳重にする。

#### 移動に関する感染対策

- 感染が流行している地域からの移動、感染が流行している地域への移動は控える。
- 帰省や旅行はひかえめに。出張はやむを得ない場合に。
- 発症したときのため、誰とどこで会ったかをメモにする。
- 地域の感染状況に注意する。

#### (2) 日常生活を営む上での基本的な生活様式

- まめに**手洗い・手指消毒**
- 咳エチケットの徹底
- こまめに換気
- 身体的距離の確保
- 「3密」の回避（密着、密接、密閉）
- 毎朝で体温測定、健康チェック。発熱又は風邪の症状がある場合はムリせず自宅で療養

  
外出控え

  
密集回避

  
密接回避

  
密閉回避

  
換気

  
咳エチケット

  
手洗い

#### (3) 日常生活の各場面別の生活様式

##### 買い物

- 通販も利用
- 1人または少人数ですいた時間に
- 電子決済の利用
- 計画を立てて早く済ませ
- サンプルなど展示品への接触は控えめに
- レジに並ぶときは、前後にスペース

##### 公共交通機関の利用

- 会話は控えめに
- 混んでいる時間帯は避けて
- 徒歩や自転車利用も併用する

##### 懇親、スポーツ等

- 公園はすいた時間、場所を選ぶ
- 筋トレやヨガは自宅で動画を活用
- ジョギングは少人数で
- すれ違うときは距離をとるマナー
- 予約制を利用してゆったりと
- 狭い部屋での長居は無用
- 歌や応援は、十分な距離かオンライン

##### 食事

- 持ち帰りや出前、デリバリーも
- 屋外空間で気持ちよく
- 大皿は避けて、料理は個々に
- 対面ではなく横並びで座ろう
- 料理に集中、おしゃべりは控えめに
- お酌、グラスやお箸口の回し飲みは避けて

##### 冠婚葬祭などの親族行事

- 多人数での会食は避けて
- 発熱や風邪の症状がある場合は参加しない

#### (4) 働き方の新しいスタイル

- テレワークやローテーション勤務
- 時差通勤でゆったりと
- オフィスはひろびろと
- 会議はオンライン
- 名刺交換はオンライン
- 対面での打合せは換気とマスク

※ 業種ごとの感染拡大予防ガイドラインは、関係団体が別途作成予定

### 人との接触を8割減らす、10のポイント

参考資料 1

緊急事態宣言の中、誰もが感染するリスク、誰でも感染させるリスクがあります。新型コロナウイルス感染症から、あなたと身近な人の命を守るよう、日常生活を見直してみましょう。

<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">1</div> <p>ビデオ通話で <b>オンライン帰省</b></p> 	<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">2</div> <p>スーパーは1人 または<b>少人数で</b> すいている時間に</p> 	<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">3</div> <p>ジョギングは <b>少人数で</b> 公園は<b>すいた時間、</b> <b>場所を選ぶ</b></p> 		
<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">4</div> <p>待てる買い物は <b>通販で</b></p> 	<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">5</div> <p>飲み会は <b>オンラインで</b></p> 	<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">6</div> <p>診療は<b>遠隔診療</b> 定期受診は間隔を調整</p> 		
<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">7</div> <p>筋トレやヨガは <b>自宅で動画を活用</b></p> 	<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">8</div> <p>飲食は <b>持ち帰り、</b> <b>宅配も</b></p> 	<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">9</div> <p>仕事は<b>在宅勤務</b> 通勤は医療・インフラ・ 物流など社会機能維持 のために</p> 		
<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">10</div> <p>会話は <b>マスクをつけて</b></p> 			<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">3つの密を 避けましょう</div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 換気の悪い密閉空間</li> <li>2. 多数が集まる密接場所</li> <li>3. 間近で会話や発声をする密接場面</li> </ol>	<div style="background-color: #f96; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">手洗い・ 咳エチケット・ 換気や、健康管理</div> <p>も、同様に重要です。</p>

出所：厚生労働省ホームページより