

## コロナ禍のなかの県内消費動向

### －20年5月家計調査の結果から－

今年7月、政府は2020年度の国内総生産（GDP）の実質成長率見通しについて、1月時点で示した前年度比1.4%増を4.5%減へと引き下げた。これは、リーマンショックが起こった08年度（3.4%減）を下回るもので、マイナス成長となるのも消費税率を8%に引き上げた14年度以来6年振りとなる。このうち、GDPの半分程度を占める個人消費は4.5%減と見込んでいる。

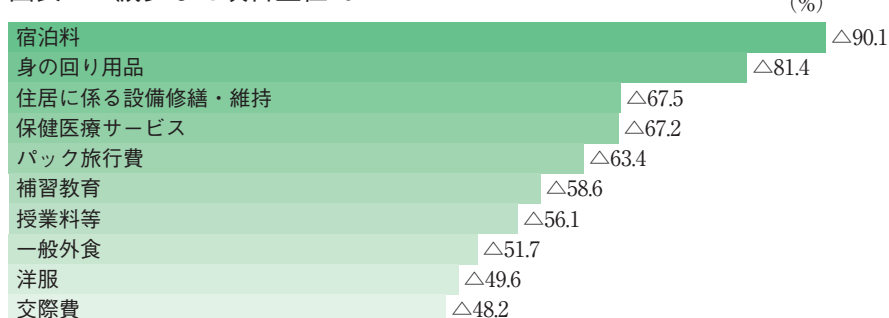
総務省がまとめた今年5月の家計調査をみても、全国の二人以上の勤労者世帯の消費支出は280,883円、前年同月比15.5%減と07年以降最大の落ち込みとなった。これを項目ごとにみると、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、緊急事態宣言が発令されたことから、消費行動に顕著な変化がみ

図表1 2020年5月の勤労世帯1世帯あたり消費支出の増加項目と前年同月比  
全国と長崎市

(円、%)

減少した項目	全国			長崎市		B/A 増減率
	2019年5月	2020年5月	前年同月比	2015年5月～ 2019年5月平均 (A)	2020年5月 (B)	
消費支出	332,273	280,883	△15.5	305,205	266,471	△12.7
宿泊料	2,564	52	△98.0	2,038	201	△90.1
身の回り用品	2,063	732	△64.5	2,747	510	△81.4
住居に係る設備修繕・維持	9,637	4,889	△49.3	2,185	711	△67.5
保健医療サービス	5,853	5,080	△13.2	5,489	1,799	△67.2
バック旅行費	2,592	279	△89.2	810	296	△63.4
補習教育	4,189	3,555	△15.1	2,013	833	△58.6
授業料等	16,753	11,782	△29.7	9,800	4,299	△56.1
一般外食	14,948	7,289	△51.2	12,700	6,129	△51.7
洋服	5,161	3,305	△36.0	3,838	1,936	△49.6
交際費	17,216	10,104	△41.3	20,548	10,652	△48.2
交通	7,732	3,224	△58.3	5,691	3,139	△44.8
学校給食	2,048	756	△63.1	1,323	828	△37.4
履物類	1,917	1,136	△40.7	2,361	1,599	△32.3
こづかい（使途不明）	11,064	10,194	△7.9	12,190	8,597	△29.5
理美容サービス	3,099	2,698	△12.9	2,375	2,012	△15.3
自動車等関係費	28,872	24,873	△13.9	38,311	33,182	△13.4
他の教養娯楽サービス	10,024	6,391	△36.2	7,701	7,501	△2.6

図表2 減少した項目上位10



られる。そこで、この特徴的な動きを長崎市についてみていこう。なお、長崎市は、標本世帯数が少なく振幅が大きくなるため、直近5年間の5月の平均値と今年5月のデータを比較した。(図表1)

まず、落ち込みが大きかった品目をみると、「宿泊料」(90.1%)、「身の回り用品」(△81.4%)、「保健医療サービス」(△67.2%)、「パック旅行費」(△63.4%)など、県をまたぐ移動や外出自粛の影響がみられる。

このほか、教育面では感染拡大防止のための三密回避や学校の臨時休校などから、「補習教育」(△58.6%)、「授業料等」(△56.1%)が減少した。

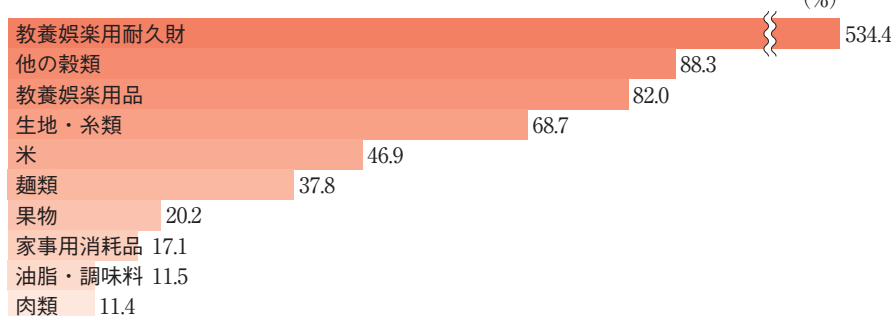
さらに、巣ごもり、出張の自粛、在宅勤務の増加など外出機会が減ったことから、「一般外食」(△51.7%)、「洋服」(△49.6%)、「交際費」(△48.2%)「交通」(△44.8%)、「履物類」(△32.3%)が減少した。

一方、消費支出が前年を大幅に下回るなか、増加した品目もみられる。(図表3)

図表3 2020年5月の勤労世帯1世帯あたり消費支出の減少項目と前年同月比 全国と長崎市 (円、%)

増加した項目	全国			長崎市		
	2019年5月	2020年5月	前年同月比	2015年5月～ 2019年5月平均 (A)	2020年5月 (B)	B/A 増減率
消費支出	332,273	280,883	△15.5	305,205	266,471	△12.7
教養娯楽用耐久財	2,205	2,627	19.1	661	4,196	534.4
他の穀類	368	560	52.2	308	580	88.3
教養娯楽用品	7,545	8,571	13.6	4,778	8,694	82.0
生地・糸類	91	152	67.0	81	137	68.7
米	1,741	1,981	13.8	1,777	2,611	46.9
麺類	1,485	2,068	39.3	1,315	1,812	37.8
果物	2,073	2,344	13.1	1,816	2,182	20.2
家事用消耗品	3,396	3,981	17.2	2,630	3,078	17.1
油脂・調味料	3,401	4,173	22.7	3,277	3,655	11.5
肉類	7,658	9,832	28.4	7,768	8,656	11.4
野菜・海藻	7,730	9,676	25.2	7,391	8,175	10.6
主食的調理食品	4,420	4,858	9.9	3,791	4,181	10.3
魚肉練製品	493	515	4.5	769	811	5.5
菓子類	6,600	6,914	4.8	5,894	6,214	5.4
乳卵類	3,846	4,691	22.0	3,653	3,730	2.1

図表4 増加した項目上位10



「教養娯楽用耐久財」(534.4%)が大きく増加したのは、パソコン周辺機器の需要が伸びたことなどが挙げられ、これまで実施したことがなかったテレワーク・在宅勤務を急遽実施する必要に迫られたことがその背景とみられる。「教養娯楽用品」(82.0%)についても、外出自粛による運動不足解消や休校中の子供のための出費などとみられる。

また、「他の穀類」、「米」、「麺類」、「果物」、「油脂・調味料」、「肉類」、「野菜・海藻」、「主食的調理食品」、「魚肉練製品」、「菓子類」、「乳卵類」などの食料は大きく増加した。これは、緊急事態宣言が発令されたなかで、休校や在宅勤務となり、家庭で料理をする機会が増えたことや、保存食の需要、子供のおやつ等が増えたためとみられる。

一部の食材が全国比で増加した要因の一つとして、本県は買い物弱者が全国で最も多い<sup>(注1)</sup>とも言われることから、コロナ禍において外出自粛が求められ、買いだめをする傾向に拍車がかかったものと考えられる。

このほか特徴として挙げられる品目では、手芸用の「生地・糸類」(68.7%)である。自宅で過ごす時間が増えたことや、使い捨てマスクの入手が困難になったことをきっかけに、自分の好きな布でオリジナルマスクを作る人が増加したことなどが考えられる。

「他の教養娯楽サービス」・・・遊園地入場・乗り物代、スポーツ観覧料など。

「身の回り用品」・・・傘、かばん、アクセサリ、腕時計など

「教養娯楽用耐久財」・・・教養・娯楽・趣味などのために用いる耐久財。テレビ・音響映像機器・パソコン・カメラ・楽器・学習机など。

「教養娯楽用品」・・・文房具・運動用具・玩具・音楽映像用メディア・愛玩動物など

「他の穀類」・・・小麦粉、もちなど

「主食的調理食品」・・・「弁当」(幕の内弁当、焼き肉弁当、駅弁などごはんとおかずがセットで売られているもの)、持ち帰りの「すし(弁当)」「おにぎり等」、「調理パン」。

(注1) 買い物弱者とは、店舗まで500メートル以上かつ自動車利用が困難な65歳以上の高齢者のことをいい、長崎県は人口の34.6%(14万人)を占める。〔農林水産政策研究所「食料品アクセス困難人口(都道府県別)2015年」〕

現在、全国的に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあることから、しばらくはウィズコロナが続き、外食や宿泊、交通などの支出が、コロナ前の水準に戻ることは難しいものとみられる。

一方で、まめに手洗いや手指消毒、マスクの着用など衛生面の意識の高まりや三密の回避、ソーシャルディスタンスなど「新しい生活様式」を取り入れる動きのなか、自宅や屋外での時間の楽しみ方、在宅勤務やオンライン会議・受講などコロナ禍を機に始まった取組みの一部は定着していくとみられる。事業者にとっては、消費者ニーズの変化を捉え、如何に対応するかがポイントになると考えられる。

(三浦 由美子)