

2021年3月30日
株式会社ロイヤリティ マーケティング

Ponta消費意識調査でみるコロナ禍の1年

**コロナ禍で消費意識が増加したものは、自宅での食関連・金融商品・医薬品
いま購入したいもの、「食品（ふだん食べるもの）」は1年前と比べて6.6ポイント増の80.9%**

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、消費者の意識とポイントの利用意向を把握するため、2014年4月から隔月で、「Ponta消費意識調査」を実施しています。このたび、新型コロナウイルス感染拡大が消費者の消費意識に及ぼした影響を調べるため、毎回調査で聴取している「いま購入・消費したい商品・サービス」について、コロナ感染拡大前の2019年12月調査から最新の2021年2月調査までをまとめましたので、ご報告いたします。

- ・食について (P.2)
- ・余暇活動について (P.3)
- ・金融商品について (P.4)
- ・家電について (P.5)
- ・服飾について (P.6)
- ・健康・美容について (P.7)
- ・生活雑貨について (P.8)

<本リリースのまとめについて>

「あなたがいま購入・消費したい商品・サービスをお答えください。（いくつでも）」という設問に食、生活雑貨、住居、服飾、健康・美容、自動車、通信・メディア、余暇活動、金融商品、その他の10分野79選択肢で回答いただいた結果のうち、特徴的な傾向がうかがえるものをまとめています。
※生活雑貨の1分野8選択肢は、2020年4月調査より聴取開始

<調査概要>

調査方法： インターネット調査

パネル： 「Pontaリサーチ」会員（Ponta会員で「Pontaリサーチ」への会員登録をして頂いている方）

回答者数： 3,000人 男性、女性×年代別（20・30・40・50・60代以上）の各10セルで300サンプル

※調査結果は小数点第2位を四捨五入しています。

<集計対象調査>

第38回調査実施・・・2019年11月29日（金）～ 12月5日（木）（調査発表2019年12月20日）

第39回調査実施・・・2020年1月31日（金）～ 2月4日（火）（調査発表2020年2月26日）

第40回調査実施・・・2020年3月27日（金）～ 3月28日（土）（調査発表2020年4月23日）

第41回調査実施・・・2020年5月29日（金）～ 5月31日（日）（調査発表2020年6月24日）

第42回調査実施・・・2020年7月29日（水）～ 7月31日（金）（調査発表2020年8月27日）

第43回調査実施・・・2020年9月26日（土）～ 9月28日（月）（調査発表2020年10月29日）

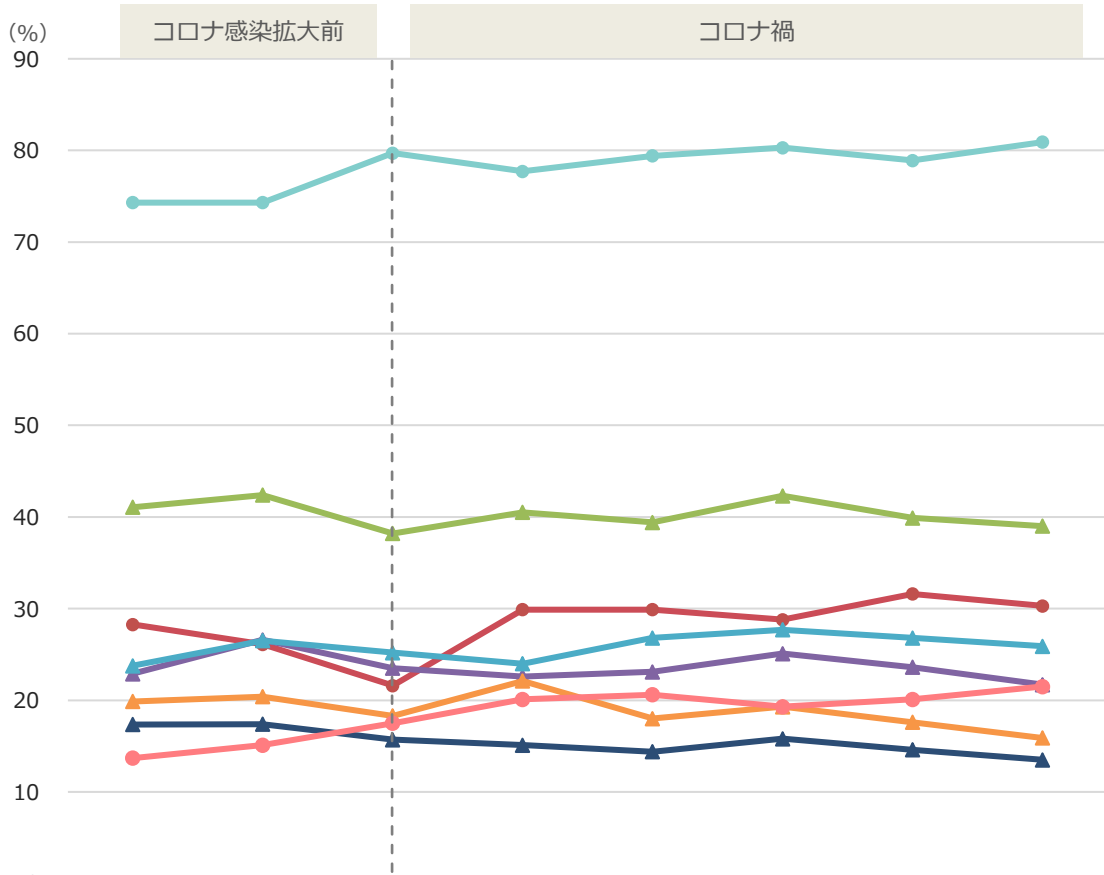
第44回調査実施・・・2020年11月27日（金）～ 11月30日（月）（調査発表2020年12月24日）

第45回調査実施・・・2021年1月28日（木）～ 1月30日（土）（調査発表2021年2月25日）

LMは、「Ponta」の「便利・おトク・楽しい」世界が、いつでもどこでも広がる生活密着型サービスを提供しています。

<食について>

- ・「ふだん食べるもの」「お取り寄せなど、特別なもの」「料理品宅配と中食」がコロナ禍で増加傾向
 … 2020年4月調査を境に、“自宅での食関連”で増加傾向がうかがえる。最新の2021年2月調査を、前年同月の2020年2月調査と比べると、「ふだん食べるもの」は6.6ポイント、「お取り寄せなど、特別なもの」は4.2ポイント、「料理品宅配と中食」は6.4ポイント増加した。
- ・**外食関連は2020年4月調査で減少し、その後横ばい**
 …外食関連は、2020年4月調査で減少し、その後自宅での食関連のような増加は見られない。



	2019/12	2020/2	2020/4	2020/6	2020/8	2020/10	2020/12	2021/2
● 食品 (ふだん食べるもの)	74.3	74.3	79.7	77.7	79.4	80.3	78.9	80.9
● 食品 (お取り寄せなど、特別なもの)	28.3	26.1	21.6	29.9	29.9	28.8	31.6	30.3
▲ 外食 (食堂・レストラン、和・洋・中ほか専門店)	41.1	42.4	38.2	40.5	39.4	42.3	39.9	39.0
▲ 外食 (ファミリーレストラン)	22.9	26.6	23.5	22.6	23.1	25.1	23.6	21.7
▲ 外食 (ファストフード)	23.8	26.5	25.2	24.0	26.8	27.7	26.8	25.9
▲ 外食 (居酒屋・ビアホール)	19.9	20.4	18.3	22.1	18.0	19.3	17.6	15.9
▲ 外食 (喫茶・バー)	17.4	17.4	15.7	15.1	14.4	15.8	14.6	13.5
● 料理品宅配と中食 (宅配ピザや持ち帰り弁当・惣菜など)	13.7	15.1	17.5	20.1	20.6	19.3	20.1	21.5

※グラフの年月は、調査の発表月です。

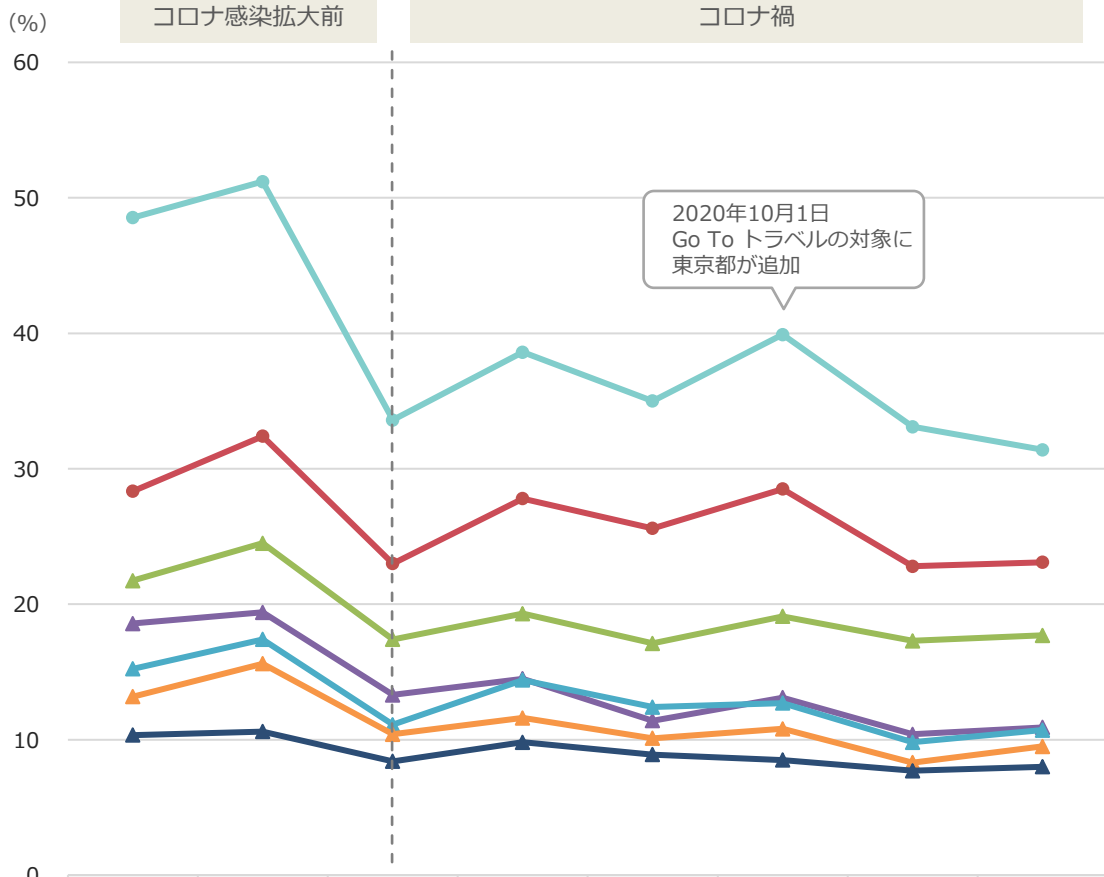
<余暇活動について>

・旅行関連は、Go To トラベル期間に一時増加するも、再び減少傾向

…「宿泊を伴うもの」は2020年4月調査において、2020年2月調査と比べ、17.6ポイント減少。
東京がGo To トラベルの対象に追加される数日前に実施した2020年10月調査は増加したものの、
コロナ感染拡大で一時停止してからは減少に転じている。

・映画鑑賞、観劇・コンサート、テーマパーク、スポーツ関連も減少の傾向

… コロナ禍で余暇活動関連は減少した後、横ばいが続いている。



	2019/12	2020/2	2020/4	2020/6	2020/8	2020/10	2020/12	2021/2
旅行（宿泊を伴うもの）	48.5	51.2	33.6	38.6	35.0	39.9	33.1	31.4
旅行（日帰り）	28.3	32.4	23.0	27.8	25.6	28.5	22.8	23.1
映画鑑賞	21.7	24.5	17.4	19.3	17.1	19.1	17.3	17.7
観劇・コンサート	18.6	19.4	13.3	14.5	11.4	13.1	10.4	10.9
テーマパーク・遊園地	15.2	17.4	11.1	14.4	12.4	12.7	9.8	10.7
スポーツ観戦	13.2	15.6	10.4	11.6	10.1	10.8	8.3	9.5
スポーツ（実践）	10.3	10.6	8.4	9.8	8.9	8.5	7.7	8.0

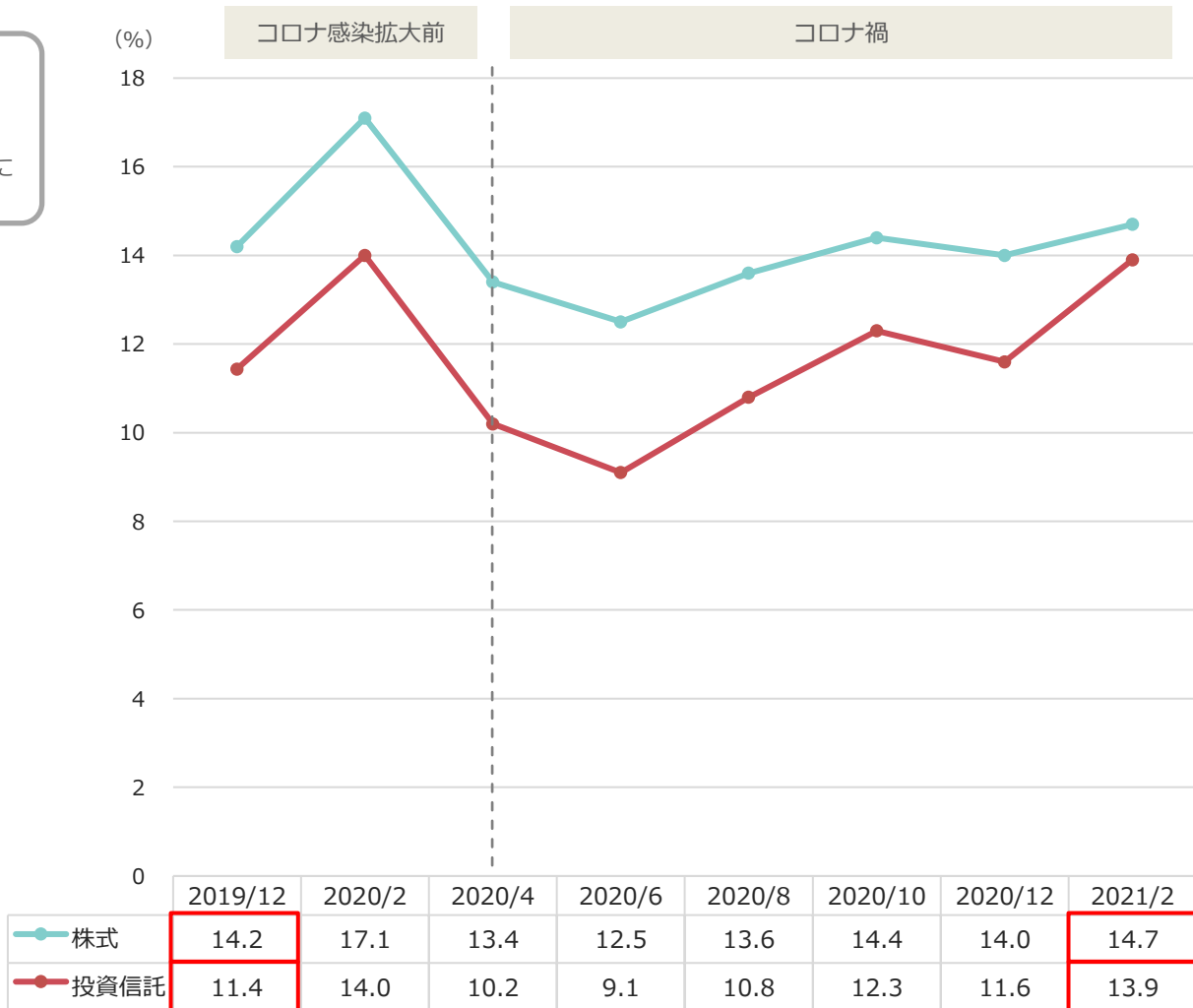
【参考：Go To トラベルに関する大まかな出来事】

- ・ 2020年7月22日 Go To トラベル事業開始（国内旅行を対象に宿泊・日帰り旅行代金の割引）。東京都発着の旅行は対象外。
- ・ 2020年10月1日 Go To トラベル東京都を目的とする旅行と東京都に在住している方の旅行も対象に追加。
加えて、旅行先で使える地域共通クーポンの付与開始。
- ・ 2020年11月24日 札幌市・大阪市を目的地とする旅行の一時停止を発表。
- ・ 2020年12月14日 総理より、12月27日までの東京都・名古屋市への到着分の停止、出発分を控えるよう呼びかけ。
12月28日から、全国一斉にGo To トラベラー一時停止を発表。
- ・ 2021年3月5日時点 一時停止措置続く

※グラフの年月は、調査の発表月です。

<金融商品について>

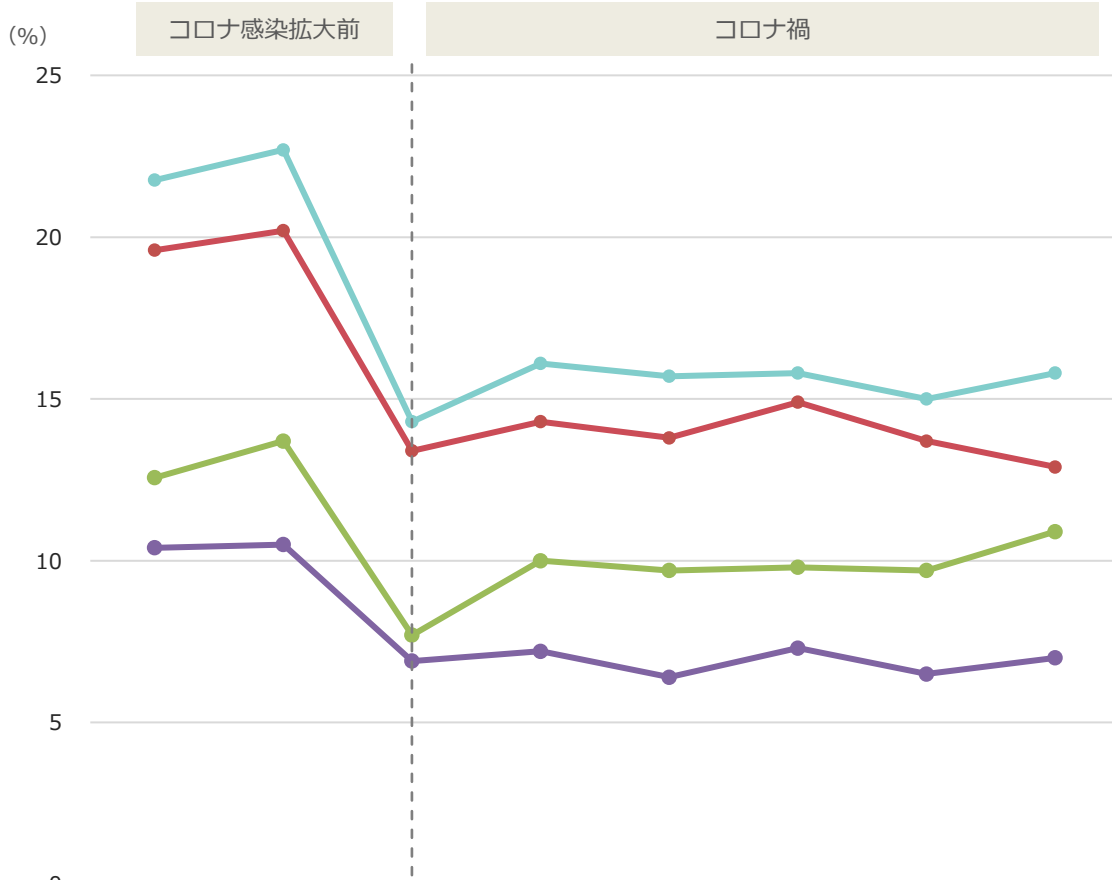
- 「株式」「投資信託」ともにコロナ感染拡大の当初は減少し、2020年8月調査以降は増加傾向**
 …「株式」「投資信託」ともに、2020年4月調査・2020年6月調査と連続して減少した。
 2020年8月調査以降は増加傾向となっており、最新の2021年2月調査では、コロナ感染拡大前の2019年12月調査よりも高い結果となった。
 コロナ禍の中、消費者の投資意欲の高まりがうかがえる。



※グラフの年月は、調査の発表月です。

<家電について>

・ **2020年4月調査で、家電関連の全ての選択肢が減少し、その後の回復は見られず**
 … 2020年4月調査で、「キッチン・生活系」「AV系」「健康・美容系」「オーディオ系」全てが減少した。コロナ感染拡大前の2020年2月調査と比較し、「キッチン・生活系」の減少幅が最も大きく、8.4ポイント減っている。
 その後、調査ごとの増減がありながらも、コロナ感染拡大前の高さには戻っていない。



	2019/12	2020/2	2020/4	2020/6	2020/8	2020/10	2020/12	2021/2
キッチン・生活系、冷蔵庫、電子レンジなど	21.8	22.7	14.3	16.1	15.7	15.8	15.0	15.8
AV系、テレビ・DVDレコーダーなど	19.6	20.2	13.4	14.3	13.8	14.9	13.7	12.9
健康・美容系、空気清浄器、マッサージ機など	12.6	13.7	7.7	10.0	9.7	9.8	9.7	10.9
オーディオ系、MP3プレーヤーなど	10.4	10.5	6.9	7.2	6.4	7.3	6.5	7.0

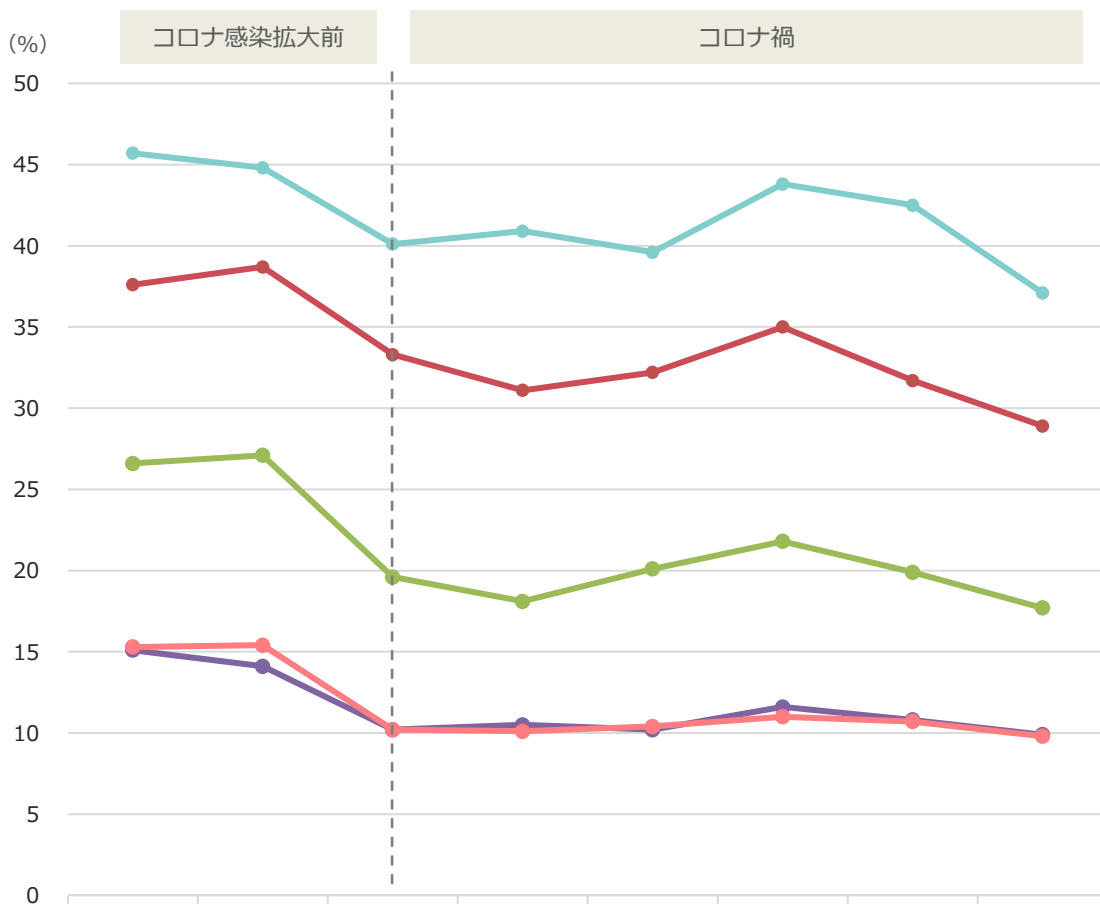
※グラフの年月は、調査の発表月です。

<服飾について>

・「衣服」「くつ」「かばん」はコロナ禍で減少傾向

…服飾関連は、2020年4月調査で減少。「衣服」「くつ」「かばん」は2020年10月調査にかけて、一時増加したものの、その後再び減少傾向となっている。

最新の2021年2月調査を、前年同月の2020年2月調査と比べると、「衣服」は7.7ポイント、「くつ」は9.8ポイント、「かばん」は9.4ポイント減っている。

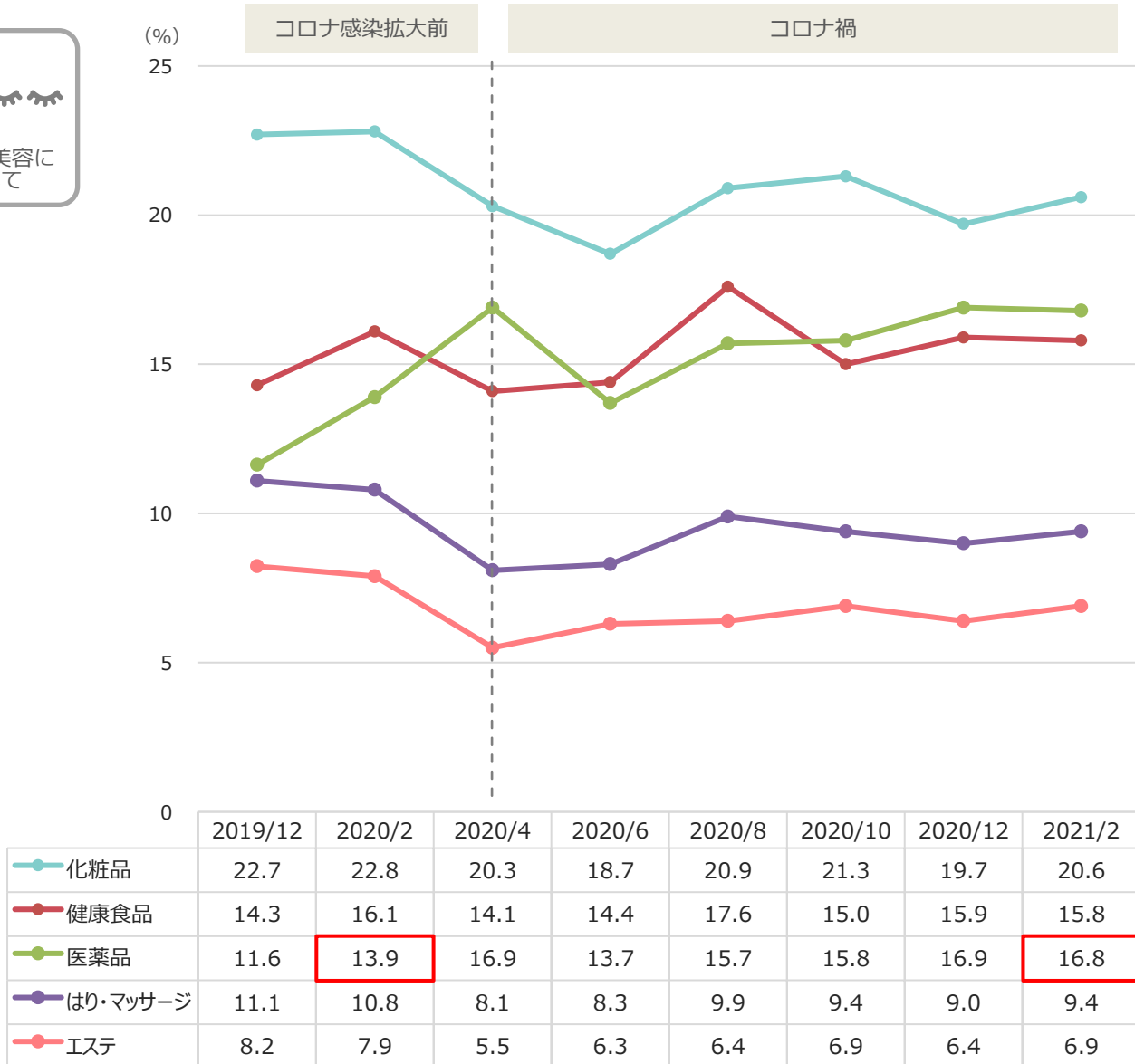


	2019/12	2020/2	2020/4	2020/6	2020/8	2020/10	2020/12	2021/2
衣服	45.7	44.8	40.1	40.9	39.6	43.8	42.5	37.1
くつ	37.6	38.7	33.3	31.1	32.2	35.0	31.7	28.9
かばん	26.6	27.1	19.6	18.1	20.1	21.8	19.9	17.7
アクセサリ	15.1	14.1	10.2	10.5	10.2	11.6	10.8	9.9
腕時計	15.3	15.4	10.2	10.1	10.4	11.0	10.7	9.8

※グラフの年月は、調査の発表月です。

<健康・美容について>

- ・「化粧品」「はり・マッサージ」「エステ」はコロナ感染拡大時に減少
 …「化粧品」「はり・マッサージ」「エステ」は2020年4月調査で減少。
 「化粧品」は、その後2020年8月調査・2020年10月調査と連続して増加がみられた。
- ・「医薬品」は増加傾向
 …「医薬品」は、2020年4月調査において、その前の調査よりも増加した。2020年6月調査で一時減少した後は再び増加傾向となった。
 最新の2021年2月調査では、前年同月の2020年2月調査と比べ、2.9ポイント増えている。

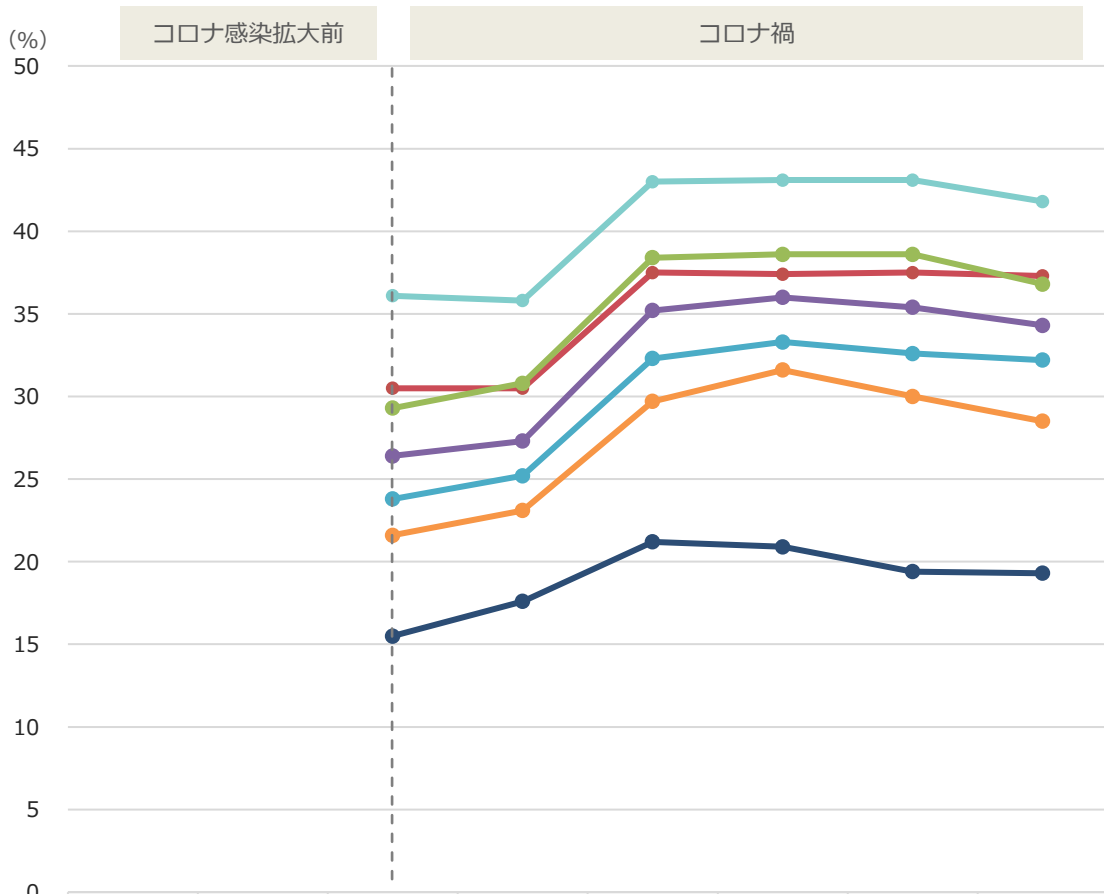


※グラフの年月は、調査の発表月です。

<生活雑貨について>

・生活雑貨関連は、2020年8月調査で増加しその後横ばい

…生活雑貨関連は、2020年4月調査から設問の選択肢に追加した。
いずれの選択肢も、2020年8月調査で増加し、その後横ばいが続いている。



	2019/12	2020/2	2020/4	2020/6	2020/8	2020/10	2020/12	2021/2
トイレトペーパー			36.1	35.8	43.0	43.1	43.1	41.8
ティッシュペーパー			30.5	30.5	37.5	37.4	37.5	37.3
シャンプー、リンス			29.3	30.8	38.4	38.6	38.6	36.8
歯ブラシ、歯磨き粉			26.4	27.3	35.2	36.0	35.4	34.3
洗濯用洗剤			23.8	25.2	32.3	33.3	32.6	32.2
食器用洗剤			21.6	23.1	29.7	31.6	30.0	28.5
固形石鹸、手洗い石鹸			15.5	17.6	21.2	20.9	19.4	19.3

※グラフの年月は、調査の発表月です。
※本項目は、2020年4月調査から新たに聴取を始めました。
※上記グラフの選択肢の他、「タオル」も聴取しています。

【参考】「Pontaリサーチ」コンサルティング・リサーチチーム 見解

2020年より、新型コロナウイルス感染症の影響が拡大し、消費者の生活は大きく変化しています。そこで、コロナ禍が消費意識に及ぼした影響を調べるため、Ponta消費意識調査で毎回聴取している「いま購入・消費したい商品・サービス」の結果をまとめました。この設問は、食、生活雑貨、住居、服飾、健康・美容、自動車、通信・メディア、余暇活動、金融商品、その他の10分野79選択肢から複数回答で聴取しています。コロナ感染拡大前からコロナ禍の変化をみるため、2019年12月調査から最新の2021年2月調査まで（年月は調査発表月）を集計しました。各調査期間は1ページ目の「集計対象調査」に記載しています。

調査結果のうち、特徴的な傾向がうかがえるものをまとめました。

ー コロナ禍で消費意識が増加したものは、「自宅での食関連」「金融商品」「医薬品」
いま購入したいもの、「食品（ふだん食べるもの）」は1年前と比べて6.6ポイント増の80.9%
旅行関連は、Go To トラベルによる意欲の変化がうかがえる

・食について

“自宅での食関連”は、コロナ禍の中で増加傾向がうかがえる結果となりました。最新の2021年2月調査を、前年同月の2020年2月調査と比べると、「ふだん食べるもの」は6.6ポイント、「お取り寄せなど、特別なもの」は4.2ポイント、「料理品宅配と中食」は6.4ポイント増加しています。不要不急の外出自粛による巣ごもりで、家での食事機会が増えた方が多かったのではないのでしょうか。また、外食控えも呼びかけられていることから、家での食事に非日常感や楽しみを求め、「お取り寄せなど、特別なもの」「料理品宅配と中食」も増加したと考えられます。

一方“外食関連”は、国内でコロナ感染が拡大した時期の2020年4月調査で減少し、それ以降も横ばいが続いている様子が見えます。なお、飲食店を応援する「Go To イート」が開始された2020年10月1日頃の2020年10月調査では、その前の2020年8月調査と比べ、外食関連の全ての選択肢が増加しました。

・余暇活動について

全79選択肢の中で、2020年2月調査から2020年4月調査にかけて減少幅が最も大きかったのは、「旅行（宿泊を伴うもの）」でした（17.6ポイント減少）。東京がGo To トラベルの対象に追加される数日前に行った2020年10月調査では増加したものの、コロナ感染拡大で一時停止してから減少に転じています。最新の2021年2月調査は31.4%であり、依然として旅行に対する意欲は低い状況が続いています。

旅行関連以外の余暇活動の選択肢において、コロナ感染拡大前の調査結果（2019年12月～2020年2月調査）を、コロナ禍の調査結果（2020年4月～2021年2月調査）が超えたものはありませんでした。

・金融商品について

「株式」「投資信託」ともに、2020年4月調査・2020年6月調査と連続して減少しました。2020年8月調査以降は増加傾向となっており、最新の2021年2月調査では、コロナ感染拡大前の2019年12月調査よりも高い結果です。消費者の投資意欲の変化は、日経平均株価の値動きと似たような推移をしています。投資意欲の高まりが今後どのように変化するか、注目したいと思います。

・服飾について

不要不急の外出自粛があり、服飾関連は2020年4月調査以降、減少傾向がうかがえます。「衣服」「くつ」「かばん」が一時増加した2020年10月調査は、季節が変わり、衣替えのタイミングではないかと考えられます。最新の2021年2月調査を、前年同月の2020年2月調査と比べると、「衣服」は7.7ポイント、「くつ」は9.8ポイント、「かばん」は9.4ポイント減っており、コロナ禍で服飾関連への意欲が低下している様子が見えます。

・健康・美容について

「医薬品」は、2020年4月調査において、その前の調査よりも増加しました。最新の2021年2月調査では、前年同月の2020年2月調査と比べ、2.9ポイント増加しています。コロナ禍では、病院へ行く代わりに、市販の医薬品で対応しようという気持ちの方が多いのかもしれません。

新型コロナウイルスの感染拡大は多くの商品・サービスに対する消費・購入意欲の低下をもたらし、現在も元に戻っている様子はうかがえません。今後も、本調査項目の聴取を続け、消費意識を追っていきたいと思います。

<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、“「Pontaリサーチ」調べ”とクレジットを記載していただけますようお願い申し上げます。