

コロナウイルスの影響でのGWにおける消費及びGW明けの消費に関する実態調査の実施

株式会社モニタス（本社：東京都港区、代表取締役社長：林 秀紀）は、新型コロナウイルス感染症の影響で人々のゴールデンウィークの過ごし方に波及している状況を受け、全国の生活者1,000人に対し「コロナウイルスの影響でのGWにおける消費及びGW明けの消費に関する実態調査」を実施いたしました。

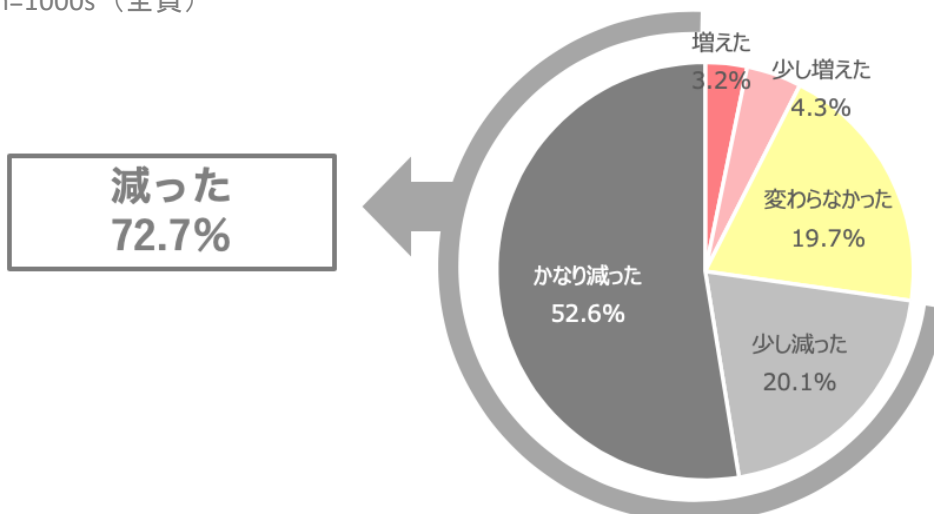
（調査期間：2020年5月7日（木）～2020年5月11日（月））
調査・分析の主なポイントは以下の通りです。

<サマリー>

- a) コロナ影響により2020年のGWの消費は大きく減少した様子で、消費金額1万円以内が6割を超え、3万円より多く消費した人の割合は約1割に留まる。
- b) コロナ影響が続く場合、節約すると答えた人の割合は70%。
前回（3月下旬）調査時の66%より3ポイント程度の上昇となり、時間の経過による節約意識の高まりはほぼみられない結果となった。
- c) GW後消費が増えると思われる大カテゴリは「食品・飲料」45%（増減+38pt）、
「日用品」17%（増減+12pt）。アルコール類を除くすべての食品の消費が増える見込み。
- d) GW後消費が減るとされている詳細カテゴリは「ファッション・衣料品」で、減るが17%。（増減-9pt）。内訳をみると、外出着・アウターと、靴・カバン・ファッション小物の消費が減る見込み。

<TOPICS①> GW中の消費は「減った」が7割を超える。約5割の人が「かなり減った」と回答。
全国の20～50代男女計1,000名を対象に、今年のGWは去年と比べて、お金を使う変化はありましたか？という質問したところ、72.7%の人が『減った』、20.1%の人が『少し減った』と回答し、約7割の人が去年に比べて消費が減少したことがわかりました。

◆ GW中の消費増減 (SA)
n=1000s（全員）

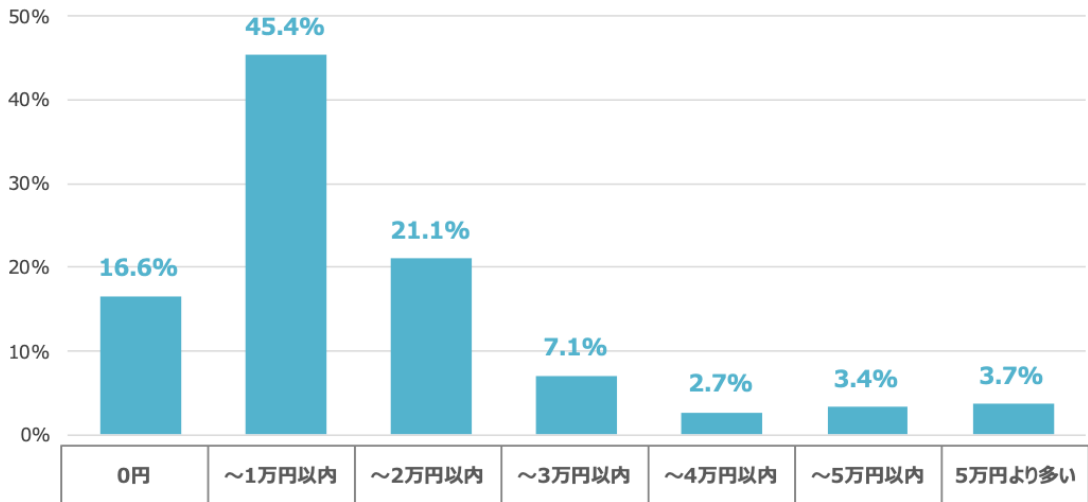


< TOPICS② > GW中の消費金額は約8割の方が「0～2万円以内」。という結果に。

「実際に今年のGWでは、いくらくらいお金を使いましたか？」という質問をしたところ、『～1万円以内』と答えた方が45.4%と最も多く、続いて『～2万円以内』21.1%、『0円』16.6%となり、約8割の人が「0～2万円以内」と回答。緊急事態宣言発令により、外出・レジャー等を自粛したことにより「5万円より多い」消費は4%程度に留まり、3万円より多く消費した人は全体で約1割未満となった。

◆GW中の消費金額 (SA)

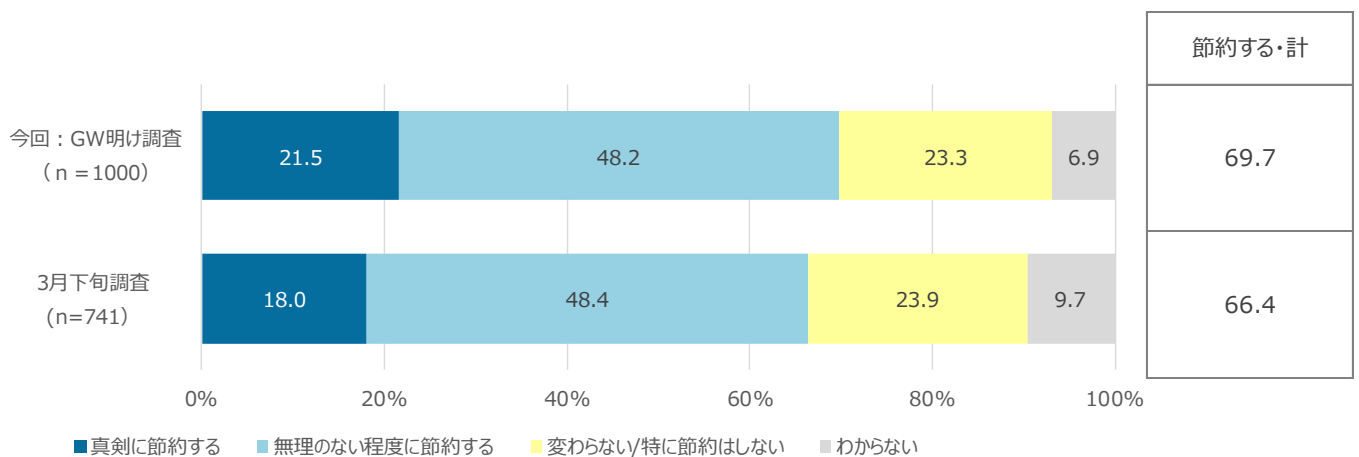
n=1000s (全員)



< TOPICS③ > コロナ影響が続く場合、節約すると答えた人の割合は70%。

続いて、GW後は、節約を意識しますか？という質問をしたところ、真剣に節約する(21.5%)、無理のない程度に節約する(48.2%)と約7割の方が節約すると回答。

また、前回(3月下旬)調査時と比べてみると、節約するという回答の66%より3ポイント程度の上昇となり、時間の経過による節約意識の高まりはほぼみられない結果となった。



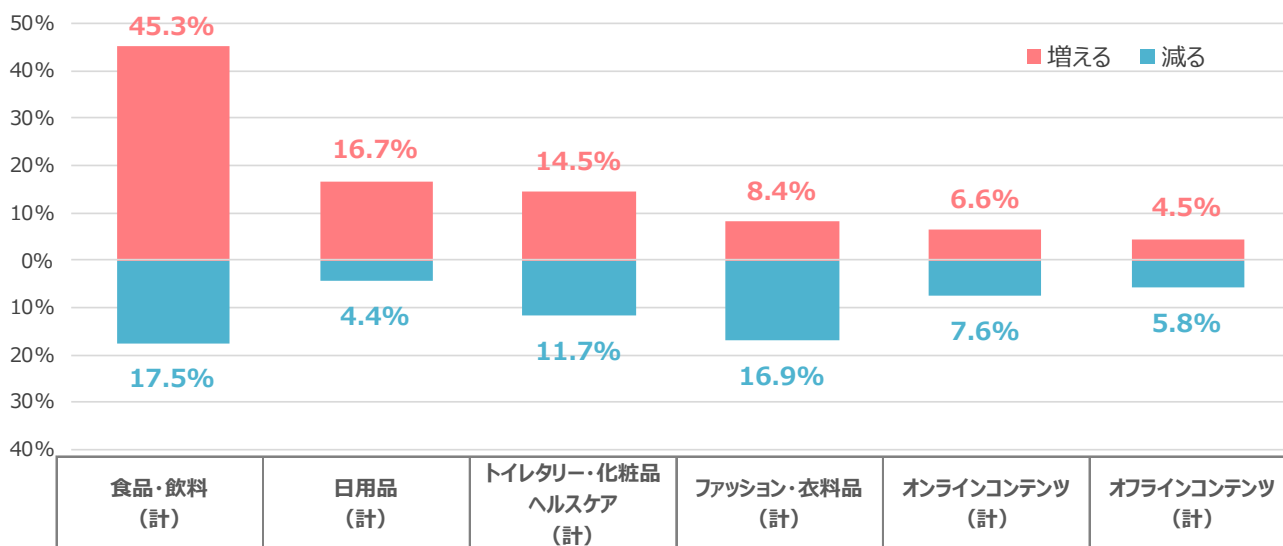
<TOPICS④> GW後消費が増えると思われるカテゴリは「食品・飲料」45%、「日用品」17%。これに対し、減少が目立つカテゴリは「ファッション・衣料品」

最後に、GW後の具体的な消費に関して調査を行ったところ、GW後に消費が増えると思われるカテゴリは「食品・飲料」（増減+28pt）、「日用品」（増減+12pt）。外食が減ったことや、給食がなくなったことなどから料理に力を入れる家庭が増え、自宅で生活する時間が長くなることで掃除・洗濯などの日用品の購入率が増加している。

これに対し、3月下旬時の調査と比べても「ファッション・衣料品」（増減-9pt）は減少傾向にある。ファッション関連の消費は、外出機会やイベントが減る現状が続く限り、今後も減ったまま停滞すると考えられる。

◆GW後の消費意識（増える・減ると思うもの）：カテゴリ大区分(MA)

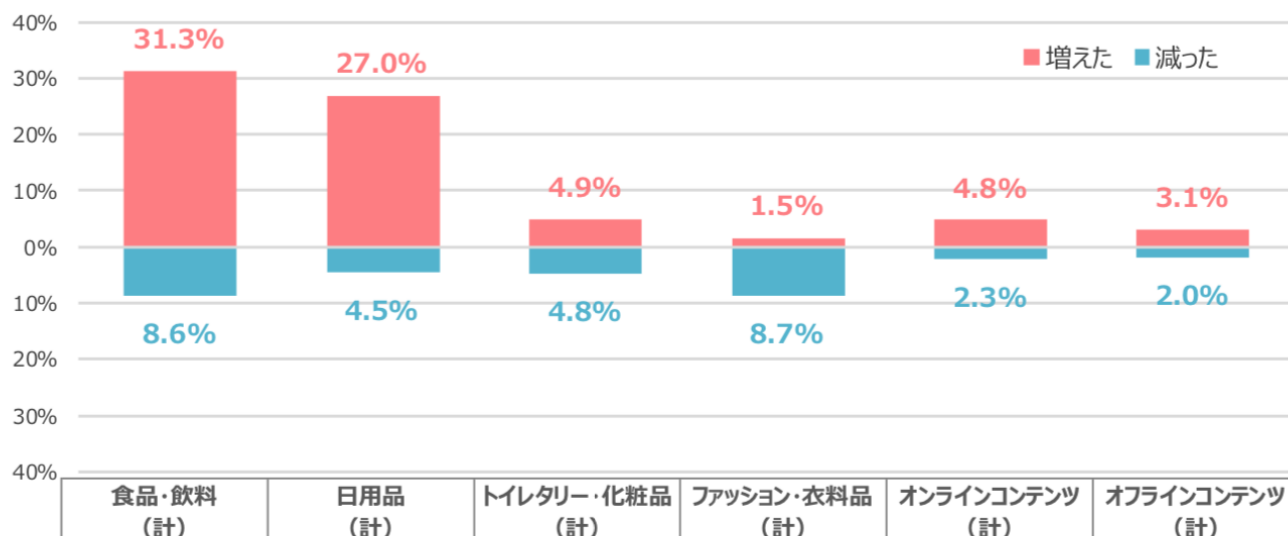
n=1000s（全員）



増減	+27.8	+12.4	+2.8	-8.6	-1.0	-1.3
----	-------	-------	------	------	------	------

◆3月下旬時における消費意識（増える・減ると思うもの）：カテゴリ大区分(MA)

n=1000s（全員）



増減	+22.7	+22.4	+0.1	-7.2	+2.6	+1.1
----	-------	-------	------	------	------	------

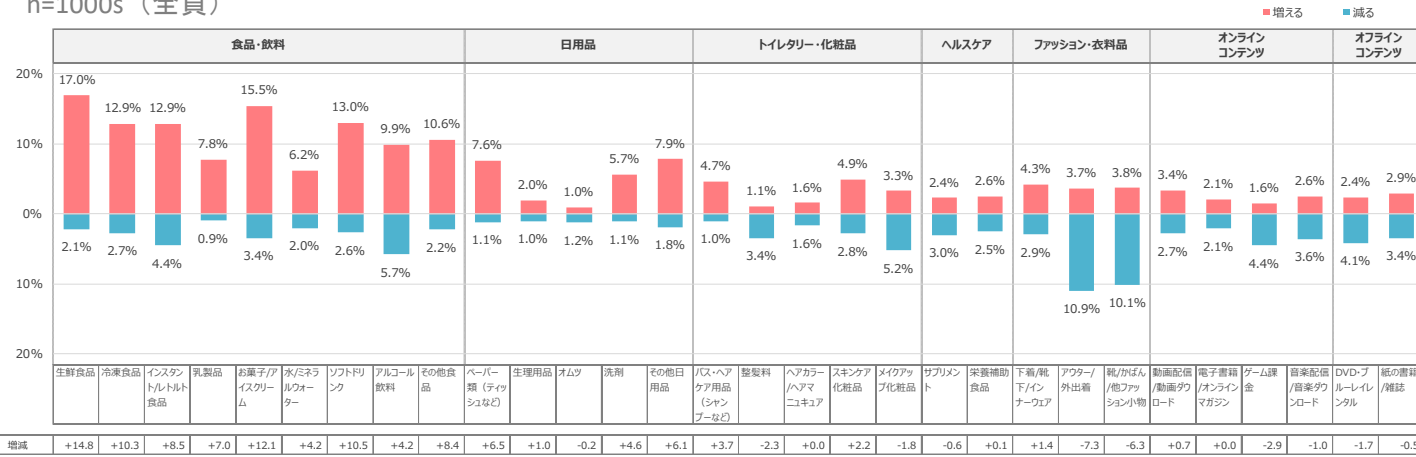
<TOPICS⑤>GW後消費が減るとされている詳細カテゴリは、『外出着・アウター』と、『靴・カバン・ファッション小物』での消費が減る見込み。

カテゴリ詳細をみると、外出着・アウター(10.9%)と、靴・カバン・ファッション小物(10.1%)と消費減少が強いことがわかる。外出自粛で外出する予定がないことから、春服を買うなどの行動がなくなったことによって減少傾向に。

また「食品・飲料」については、お菓子やアルコール飲料といった嗜好品の節約がなされるが、3食の食事に関わる商品や水、乳製品といった必需品に近いものへの節約意識は薄いことがわかった。

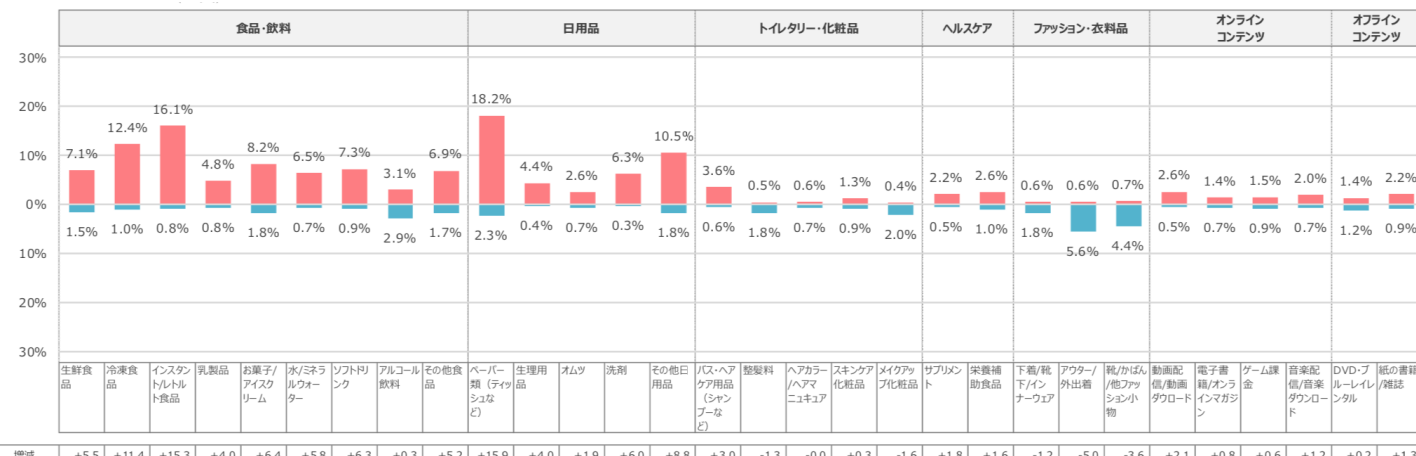
◆GW後の消費意識（増える・減ると思うもの）：カテゴリ詳細(MA)

n=1000s (全員)



◆3月下旬消費意識（増える・減ると思うもの）：カテゴリ詳細(MA)

n=1000s (全員)



■調査概要

調査対象：全国の20代~50代の男女1,000名

調査期間：2020年5月7日～5月11日

調査方法：『モニタス』インターネット調査

■会社概要

会社名：株式会社モニタス

代表者：代表取締役社長林 秀紀

所在地：〒105-0011 東京都港区芝公園1-1-1 住友不動産御成門タワー9F

設立：1991年4月

事業内容：モニターアライアンス事業、LINEリサーチ事業、アンケートサイトQzooの運営

資本金：7,422万円

URL：<http://monitas.co.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社モニタス 広報担当：川上

MAIL: press@monitas.co.jp