

基礎研 レポート

消費者の考える1年後の行動や働き方の予測

「第7回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」より

生活研究部 上席研究員 久我 尚子
(03)3512-1878 kuga@nli-research.co.jp

1—はじめに～3年目のコロナ禍、消費者は今後の消費行動や働き方をどう考えているか？

コロナ禍も3年目に入った。依然として先行きは不透明だが、国内でもワクチンの追加接種が進み始め、経口薬の種類も増えつつある。未知のウイルスの登場に得体の知れない不安を感じていた当初と比べれば、状況は改善しているだろう。また、長期化するコロナ禍において、消費者の感染予防対策は習慣化し、過ごし方のコツのようなものも掴みつつある。このような中で、消費者は今後の社会や生活をどのように捉えているのだろうか。

本稿では、昨年末に実施した、ニッセイ基礎研究所「[第7回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査¹](#)」を用いて、消費者の考える1年後の行動や働き方の予測や期待感について捉える。なお、[第5回調査](#)（2021年7月）でもワクチン接種後の行動予測として同様のことを尋ねており²、これと対比しながら見ていきたい。

2—1年後の消費行動等や働き方の予測～新しい生活様式の定着は約7割、消費行動再開は約4割で7月より肯定的な見方は弱まる、テレワーク定着は約4割

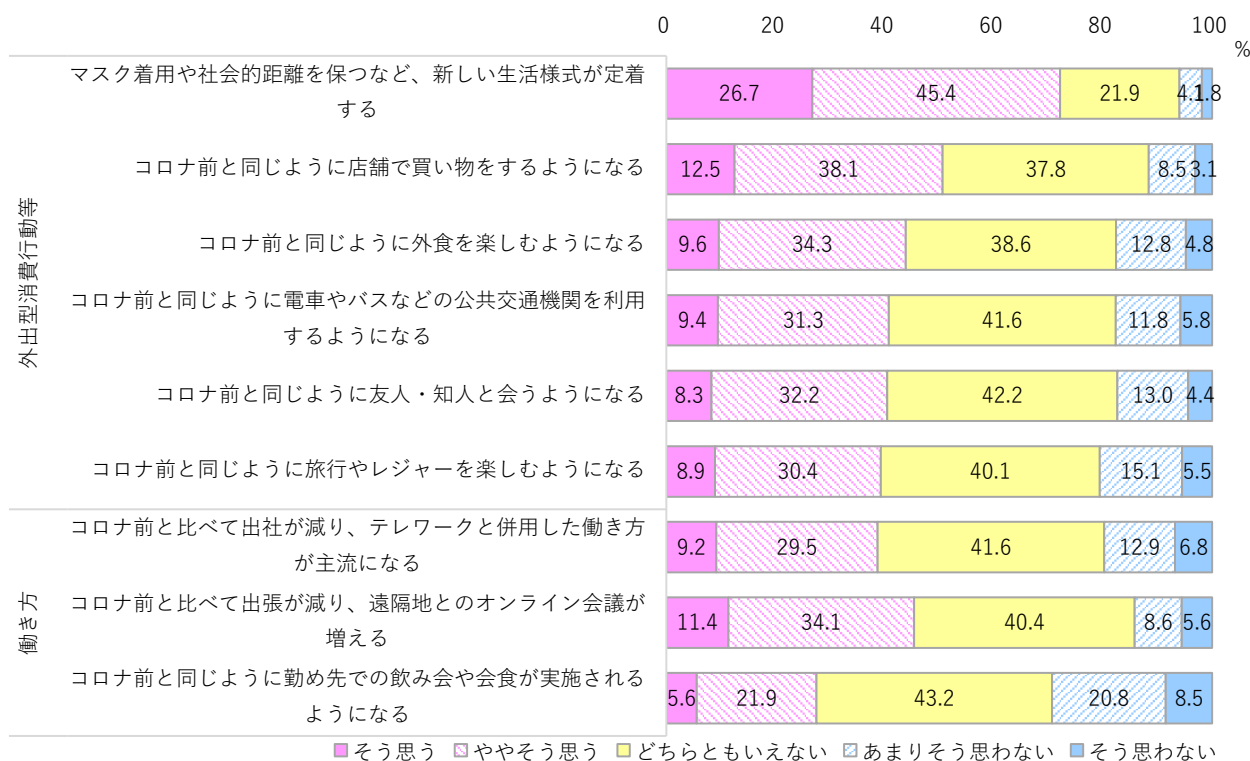
調査では、1年後のマスク着用等の新しい生活様式の定着や外出を伴う消費行動、働き方について、いくつかの観点をあげ、それぞれについて、どの程度そう思うかを尋ねている（図表1）。

まず、20～74歳全体の結果を見ると、新しい生活様式の定着については72.2%がそう思う（「そう思う」＋「ややそう思う」）と回答しており、2021年7月にワクチン接種後として尋ねた結果（66.3%）と比べて+5.9%pt上昇している（図表1・2）。一方、そう思わない（「そう思わない」＋「あまりそう思わない」）割合は8.9%から6.0%（▲2.9%pt）へやや低下している。この背景には、オミクロ

¹ 調査時期は2021年12月22日～28日、調査対象は全国に住む20～74歳の男女、インターネット調査、株式会社マクロミルのモニターを利用、有効回答2,543。

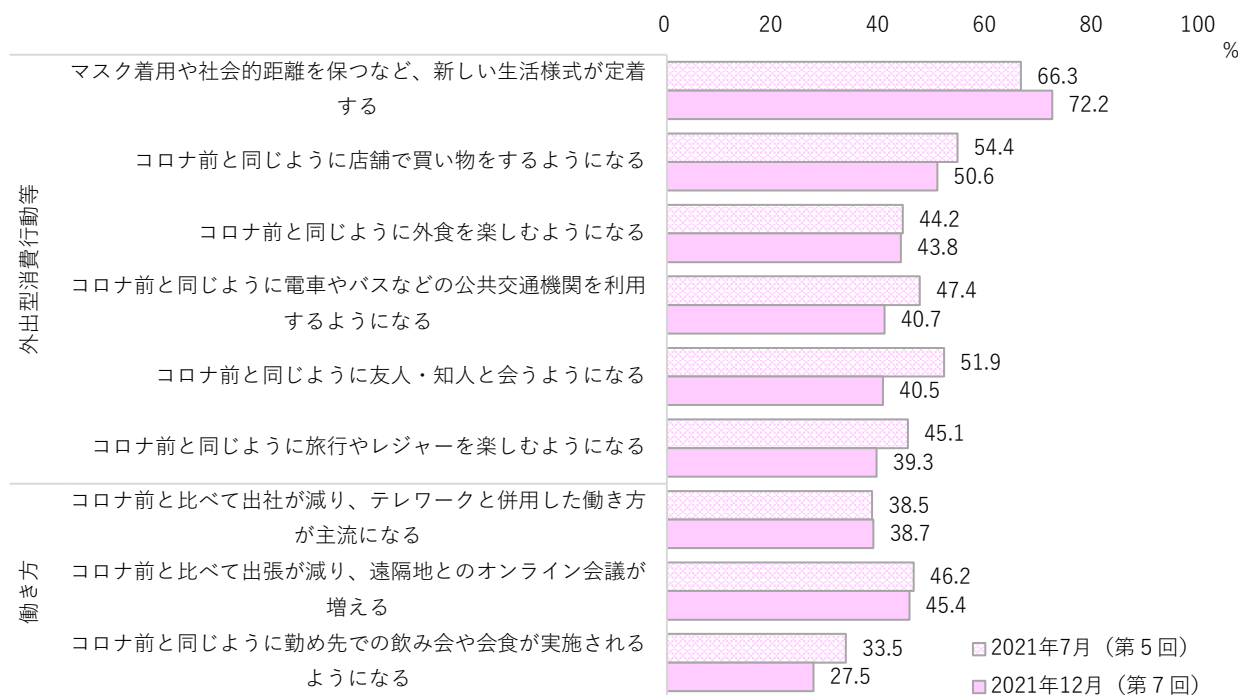
² 久我尚子「[新型コロナワクチン接種後の消費行動や働き方の予測](#)」、ニッセイ基礎研究所、(2021/7/20)

図表1 1年後の外出型の消費行動等や働き方の状況 (n=2,543、2021年12月)



(資料) ニッセイ基礎研究所「第7回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」、以下、同じ資料は表記略

図表2 外出型消費行動等や働き方の状況についての「そう思う」割合（「そう思う」＋「ややそう思う」）の比較



(注) 7月はワクチン接種が進んだ後として、12月は1年後として尋ねた結果。

ン株による感染拡大下では、ワクチン2回接種後のブレイクスルー感染が数多く確認されていることがあげられる。

外出型の消費行動がコロナ前と同様になるかどうかについては、そう思う割合は、店舗での買い物

では50.6%、外食や旅行・レジャーなどのその他の行動では、いずれも約4割を占める。7月と比べると、そう思う割合はいずれも低下しており、特に友人・知人と会うことでは約1割（▲11.4%pt）、公共交通機関の利用（▲6.6%pt）や旅行・レジャー（▲5.8%pt）でも5%pt以上低下している。

また、そう思う割合が最も低い行動は7月では外食（44.2%）だったが、12月では旅行・レジャー（39.3%）や友人・知人と会うこと（40.4%）、公共交通機関の利用（40.7%）で比較的大きく低下したことで、外食（43.8%）を下回るようになっている。

つまり、生活者の4割程度は1年後に外出型の消費行動がコロナ前と同様に戻ると考えているものの、長引くコロナ禍で肯定的な見方は全体的に弱まっている。特に、友人・知人と会うことについて肯定的な見方は弱まっているが、これはデルタ株の爆発的な感染拡大を経て、コロナ禍において改めて同居家族以外と会うことに制約を感じた生活者も少なくなかったためだろう。一方、当初から感染リスクの高さが指摘されている外食については既に肯定的な見方は弱かったためか、足元でも同程度である。

次に、働き方については、そう思う割合は、出張が減り遠隔地とのオンライン会議が増えることについては45.4%、出社が減りテレワークと併用した働き方が主流になることについては38.7%を占める。どちらも7月と同程度であり、背景には7月の時点で既に就業者の一部ではテレワークが定着していたことがあるのだろう。調査では、テレワークが可能な就業者は全体の約4割にとどまるが、当該層ではコロナ前と比べて在宅勤務やオンライン会議などの利用が増加したと回答する割合はじわりと上昇傾向にある³。

一方、勤め先での飲み会や会食の再開については、そう思う割合は27.5%にとどまり、7月より低下している（▲6.0%pt）。また、そう思わない割合は29.3%であり、図表1に示す項目の中で唯一、そう思う割合を若干超えており（+1.8%pt）、他の行動と比べて否定的な見方をする層が多い。働き方が変わることで職場でのコミュニケーションの在り方も変わっていくという見方は、長引くコロナ禍で一層、強まっているようだ。

3——属性別に見た1年後の消費行動等の予測～女性やシニア、若者で期待感強いが、肯定的な見方は弱まっている

1 | 性別の状況～女性の方が男性より消費行動再開への期待感が強いが肯定的な見方は弱まっている

まず、性別に新しい生活様式の定着について見ると、そう思う割合は女性（79.0%）が男性（65.3%）を1割以上上回る（図表3）。また、男女とも7月と比べて上昇している（男女とも+5%pt以上）。

女性の方が男性より感染予防対策が定着していくと考える背景には、女性の方が男性より感染不安が強いことがあげられる。調査では各種不安の度合いを尋ねているのだが⁴、不安のある割合（「不安」+「やや不安」）は「感染による健康状態悪化」では男性50.3%、女性63.9%（男性より+13.6%pt）、「感染による人間関係悪化」では男性37.7%、女性53.9%（同+16.2%pt）で、どちらも女性が男性を1割以上上回り、その他の項目でも女性が男性を上回るものが目立つ。

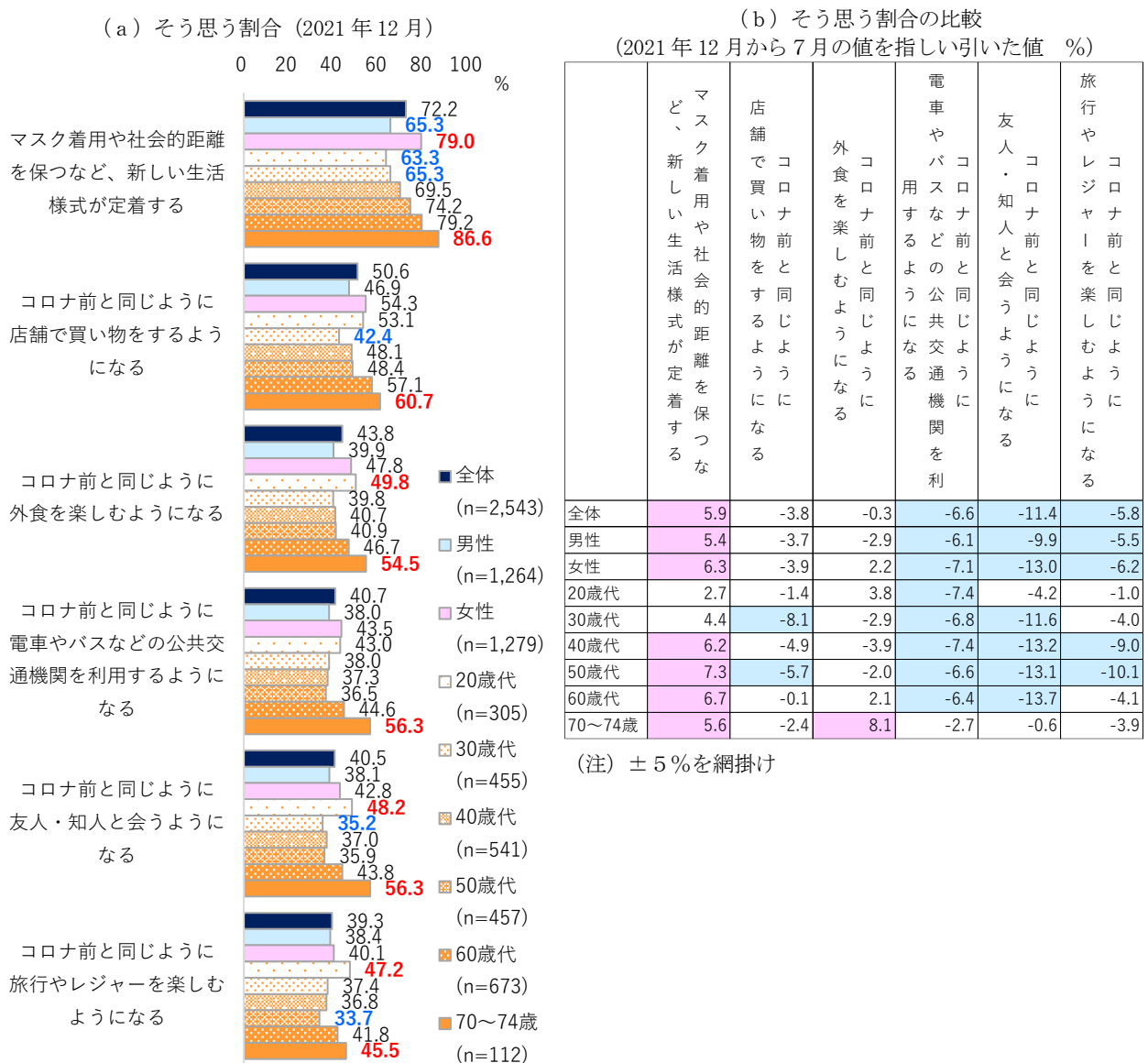
³ ニッセイ基礎研究所「[第7回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査](#)」調査結果概要（2021/1/20）

⁴ 調査では感染不安や経済不安、人間関係不安など様々な不安について尋ねており、いずれも選択肢は「不安」「やや不安」「どちらともいえない」「あまり不安ではない」「不安ではない」「該当しない」の6つ。

外出型の消費行動の再開については、そう思う割合は、いずれも女性が男性を上回り、外食（女性が男性より+7.9%pt）や店舗での買い物（同+7.4%pt）、公共交通機関の利用（同+5.5%pt）で差がひらく。7月と比べると、そう思う割合は女性の外食以外では低下しており、特に友人・知人と会うことで低下幅が大きい（男女とも1割程度）。よって、女性の方が男性より1年後の外出型の消費行動再開について肯定的に見ているものの、7月と比べて肯定的な見方は弱まっている。

なお、昨年秋以降の感染状況が改善した時期の消費行動再開の状況を見ると⁵、女性の方が男性より外食や店舗での買い物をはじめ積極的に行動を再開している傾向があり、その要因として従来から消費意欲が旺盛で時間のゆとりがあることなどをあげた。よって、1年後の行動再開でも女性の方が肯定的な見方が強い背景には同様の要因があげられ、行動再開への期待感が強いことが影響しているのだろう。

図表3 性年代別に見た1年後の外出型消費行動等の状況



(注) 赤太字は全体より+5%pt、青太字は-5%pt

⁵ 久我尚子「[感染拡大収束後の消費行動](#)」、ニッセイ基礎研究所、基礎研レター（2022/2/4）

2 | 年代別の状況～シニアや若者で消費行動再開への期待感が強いが肯定的な見方は弱まっている

次に、年代別に新しい生活様式の定着について見ると、そう思う割合は高年齢ほど高く、70～74歳では約9割（86.6%）に上り、最も低い20歳代（63.3%）を2割以上上回る。また、7月と比べて全ての年代でそう思う割合は上昇し、40歳代以上では+5%pt以上上昇している。長引くコロナ禍で重篤化リスクの高い高年齢層ほど、今後とも感染予防対策の必要性を一層強く感じているようだ。

外出型の消費行動の再開については、そう思う割合は40歳代前後を底に、シニア層と若者で高い傾向がある。旅行・レジャーでは、そう思う割合は20歳代が47.2%を占めて最も高いが（70～74歳は45.5%で僅差で続く）、その他はいずれも70～74歳が最も高く、店舗での買い物や公共交通機関の利用、友人・知人と会うことは約6割を占める。

7月と比べると、そう思う割合は外食以外では低下しており、特に30～60歳代の友人・知人と会うこと、50歳代の旅行・レジャーでの低下が目立つ（いずれも1割以上）。一方、外食については20歳代や60歳代以上で上昇しており、特に70～74歳で上昇が目立つ（7月より+8.1%pt）。

先の感染状況が改善した時期の行動再開の状況を年代別に見た結果もあわせると⁵、シニアや若者で1年後の行動再開について肯定的な見方が強い背景には、どちらも時間のゆとりがあり行動再開に積極的であることに加えて、シニアはコロナ禍で外出自粛傾向が強いために期待感が強いこと、また、若者は感染による重篤化リスクが低いために従来から外出行動に積極的であることがあげられる。

なお、各年代で性別に見ても、そう思う割合は、おおむね女性が男性を上回り、特に、20歳代や30歳代の若い年代で差が大きい（図表略）。

4——属性別に見た1年後の働き方の予測～女性や正規雇用者でテレワーク浸透、若者で飲み会再開の見方が強い

1 | 性別の状況～男性より女性でテレワーク浸透への期待感が強いが現実的な見方も強まっている

性別に働き方について見ると、そう思う割合は、いずれも女性が男性を上回り、出張が減りオンライン会議が増えることについては約1割（男性40.8%、女性50.0%で男性より+9.2%pt）、出社が減りテレワーク併用が主流になることについては5%pt以上上回る（男性35.9%、女性41.4%で同+5.5%pt）（図表4）。また、7月と比べると、男性は出張が減ることについては、そう思う割合がやや低下しているが、女性は同程度である。

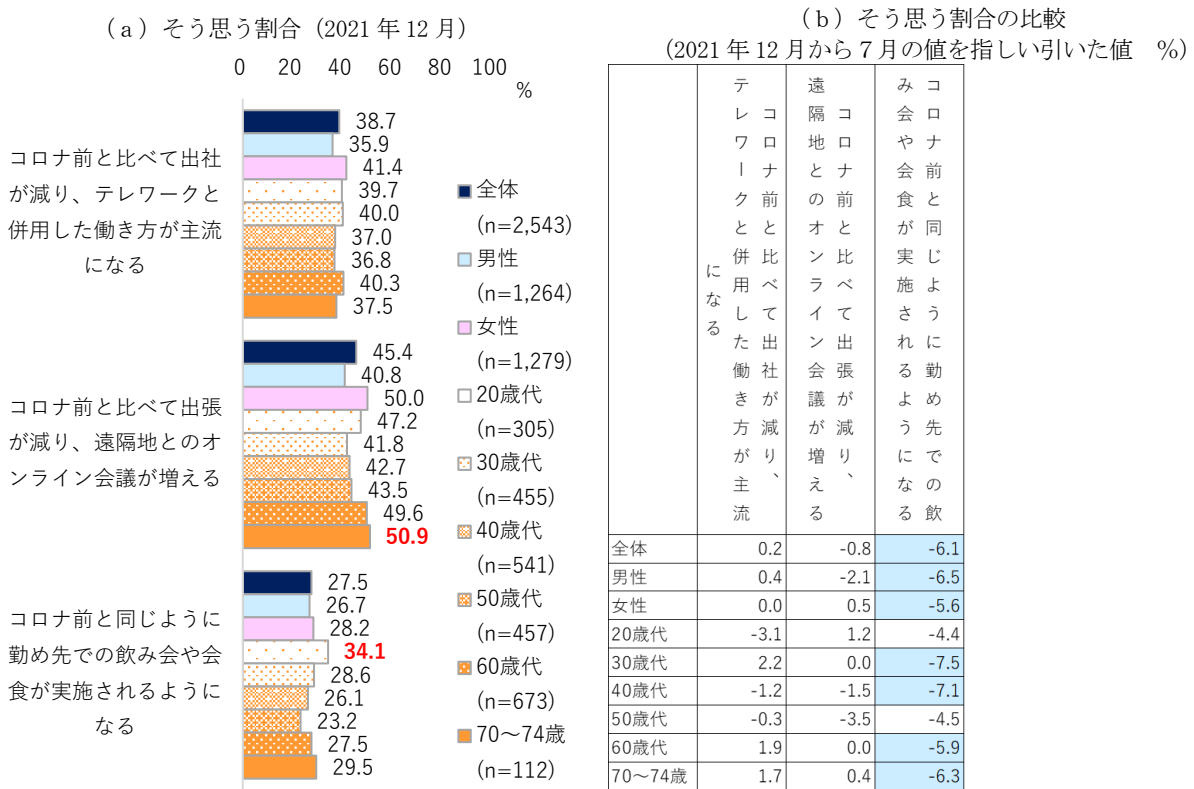
女性の方が男性より1年後にテレワークが浸透すると考える背景には、女性の方がテレワークの浸透に対して肯定的で期待感が強いことがあげられる。従来から女性では仕事と家庭との両立にあたり、家事や育児の負担が大きいことは様々なところで指摘されている⁶。

調査では、テレワーク環境が浸透し、在宅勤務が増えることについての就業者の意識を捉えているのだが⁷、女性の方が男性より、そう思う割合が高い項目には「人間関係のストレスが減る」（男性20.6%、女性32.0%で男性より+11.4%pt）や「郊外の居住が増える」（男性28.4%、女性36.9%で同+8.6%pt）、「時間管理型から成果主義の報酬体系へと変わる」（男性30.1%、女性34.3%で同+4.3%pt）、

⁶ 例えば、内閣府「令和2年版男女共同参画白書」によると、2016年の共働き世帯の家事・育児・介護時間は、夫は週平均39分だが、妻は258分であり、3時間半以上の差があることなど。

⁷ いずれも選択肢は「そう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」の5つ。

図表4 性年代別に見た1年後の働き方の状況



(注) 赤太字は全体より+5%pt、青太字は-5%pt

(注) ±5%を網掛け

「都合の良い時間に働きやすくなる」(男性29.3%、女性32.8%で同+3.5%pt) などがある。

なお、これらの在宅勤務が増えることへの期待は、7月と比べると、男女ともやや低下している(数値表記省略)。また、全体的に女性の方が低下幅は大きい傾向があり、特に「郊外の居住が増える」で目立つ(男性▲1.3%pt、女性▲5.2%pt)。よって、女性の方が依然として在宅勤務等によるテレワークの浸透への期待感強いものの、長引くコロナ禍で働き方が定着してきたことで、現実的な見方も強まっているのかもしれない。

一方、勤め先での飲み会や会食の再開については、そう思う割合は男女とも3割弱にとどまる。また、そう思う割合は7月と比べて低下しており、男女とも働き方が変わることで職場でのコミュニケーションの在り方も変わっていくという見方は強まっている。

2 | 年代別の状況～感染による重篤化リスクが低い若者で飲み会の再開への期待感が強い

年代別に見ると、テレワークと併用した働き方が主流になることについては、そう思う割合は年代による差は見られず、おおむね4割前後を占める。一方、出張が減りオンライン会議が増えることについては、そう思う割合は30歳代以上では高齢層ほど高く、70~74歳で50.9%を占めて全体を+5.5%pt上回る。また、コロナ前のように勤め先で飲み会等が実施されることについては、そう思う割合は50歳代を底に若い年代ほど高い傾向があり、20歳代で34.1%を占めて全体を+6.6%pt上回る。背景には消費行動の再開でも見た通り、若者は重篤化リスクが低いために飲み会等にも積極的であり、期待感が強いことがあげられる。

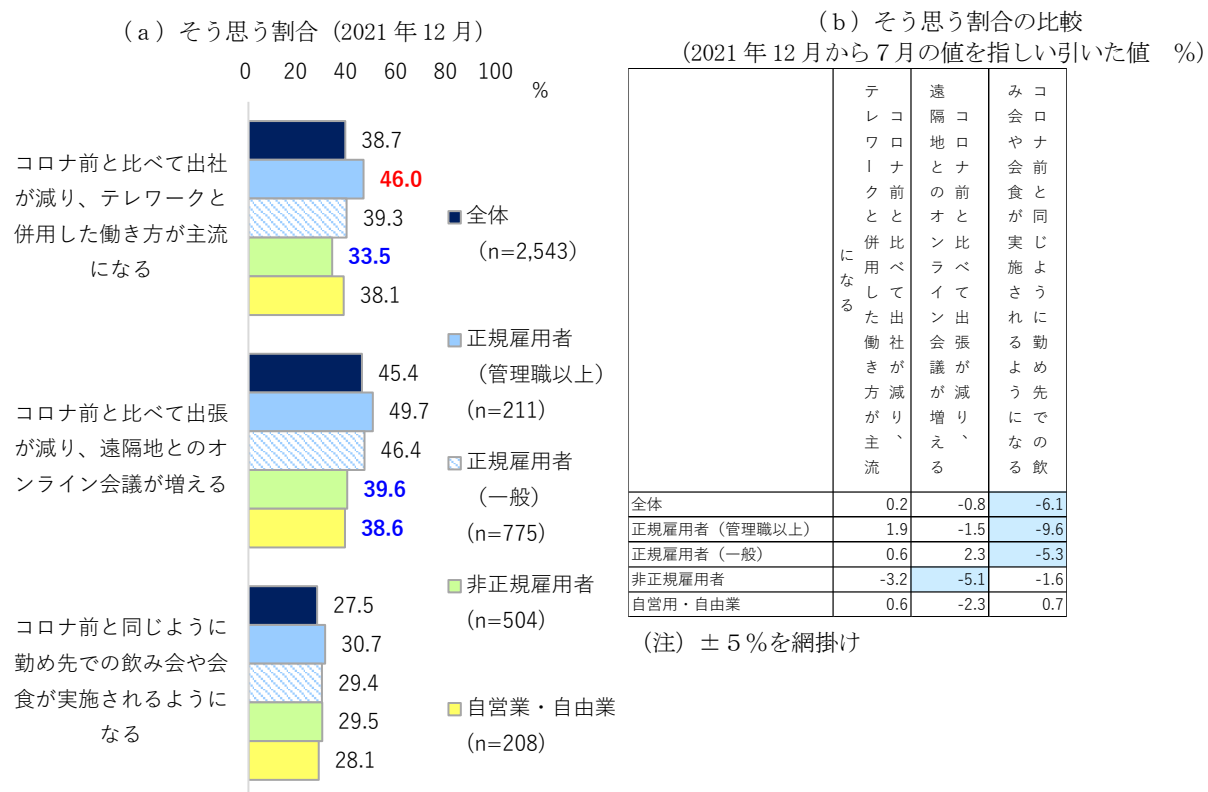
なお、シニア層では無職が多いため、自分自身のことというよりも世間一般のことを想定して回答している層が多くを占める。当調査では専業主婦・主夫や無職・その他は60歳代で52.3%、70歳代で79.5%を占める。

3 | 就業形態別の状況～サービス従事者の多い非正規雇用者より正規でテレワーク浸透の見方が強い

就業形態別に見ると、そう思う割合は、いずれも正規雇用者、特に管理職以上で高い傾向があり、特にテレワークを併用した働き方が主流になることでは46.0%を占めて全体を+7.3%pt上回る(図表5)。一方、非正規雇用者や自営業・自由業ではテレワークの浸透に対して、そう思う割合が低い傾向がある。背景には非正規雇用者ではテレワークの難しい対面型サービス業従事者が多いことがあげられる。調査では、特に飲食サービス業や理美容業を含む生活関連サービス業、清掃業を含むその他サービス業従事者が非正規雇用者で多く、これらを合計した従事割合は正規雇用者では1割未満だが(管理職7.0%、一般8.6%)、非正規雇用者では2割を超える(21.7%)。また、正規雇用者でも管理職以上と一般で差のある背景には、前稿²でも指摘した通り、管理職以上は、組織においてテレワークを推進していく立場にあることや、在宅勤務の利用をはじめ日頃の業務における裁量の幅が大きいこと、また、現場業務が比較的少ないために在宅勤務を活用しやすいことなどがあげられる。

なお、先の在宅勤務が増えることについての就業者の意識について就業形態別に見ると、「在宅勤務が増え、人間関係のストレスが減る」を除くと、正規雇用者の管理職以上で、在宅勤務が増えたことで生じる効果について、そう思う割合が高い傾向がある。

図表5 就業形態別に見た1年後の働き方の状況



また、7月と比べると、正規雇用者の管理職以上や一般で、勤め先での飲み会や会食の再開については、そう思う割合が5%pt以上低下する一方（管理職以上▲9.6%pt、一般▲5.3%pt）、テレワークを併用した働き方が主流になることについては若干上昇している（管理職以上+1.9%pt、一般+0.6%pt）。やはりテレワークの浸透が進む層ほど、働き方が変わることによって職場でのコミュニケーションの在り方も変わっていくという見方は強まっているようだ。

4—おわりに～外出型の消費行動再開への肯定的な見方は弱まるが、今後の状況次第で揺り戻しも

本稿で見た通り、12月下旬に実施した調査では、1年後にマスク着用など新しい生活様式が定着することについて約7割がそう思うと回答し、7月調査時点より上昇していた。昨年の夏から秋にかけてのデルタ株による爆発的な感染拡大を経て、感染予防対策の定着化の見方は強まっているようだ。

また、旅行や店舗で買い物などの外出を伴う消費行動がコロナ前と同様になるかどうかについて、消費者の約4割は肯定的に捉えているが、全体的に7月より肯定的な見方は弱まっていた。特に、友人・知人と会うことについて顕著であり、コロナ禍の2年間で同居家族以外と会うことに制約を感じた生活者は少なくない様子がうかがえた。

働き方については、約4割がテレワーク浸透との見方をしており、働き方が変わることによって飲み会が減るなど職場の上司や同僚との付き合い方が変わっていくという見方は強まっていた。

この中で働き方（テレワークの浸透）については、コロナ前からの「働き方改革」による流れのもとでコロナ禍が契機となって加速した不可逆的な変化であり、今後も技術革新等によって一層、進化していくのだろう。一方で生活習慣や消費行動については、今後の感染状況の推移や、ワクチンや特效薬などの対応で、どの程度、制御が可能となっていくのかに大きく影響されると考える。

消費行動の中には買い物のネットシフトや中食需要の高まりなど、働き方と同様に、コロナ前からの変化が加速したものもあるが、旅行や外食、会いたい人と会うことなどは、その時、その場所で、その人と、そこでしか感じられない空気を臨場感を持って、五感で楽しむこと自体が目的の行動だ。将来的にはメタバースやバーチャル・リアリティの進展で、現在のリアル行動の代替手段の水準は格段に上がり、新たな付加価値を持つ形にも成長していくだろう。一方で、1年後、3年後の近い将来においては、今後のウイルスの制御状況次第では、むしろリアルの価値が再認識されることで、大きく揺り戻しが生じる可能性もある。特に、コロナ禍で人との交流に制約がある中では、リアル・コミュニケーションを楽しむ場への需要が強いのではないか。

ニッセイ基礎研究所では引き続き、コロナ禍における意識や行動について調査・分析していく予定であり、今後の変化も報告していきたい。