



# 「新型コロナウイルスに関する 消費者意識調査 日本」

「COVID-19 Consumer Sentiment Snapshot:  
Special Feature—Asia-Pacific」 抜粋版

2020年5月

# 図表1: 日本では「最悪の状態は脱していない」と答えた消費者が他国に比べて多い

● : 回答者の70%以上   ● : 回答者の40%以上70%未満   ● : 回答者の40%未満

同意する消費者の割合 (%)	オーストラリア	日本	インド	中国	カナダ	フランス	イタリア	アメリカ	イギリス
新型コロナウイルスの影響で景気後退が起きる	84	89	81	70	86	89	89	80	89
新型コロナウイルスの影響で公共スペースへの外出を極力避けている	83	82	87	83	86	84	88	85	86
新型コロナウイルスによる最悪の状態はまだ脱していない	48	82	44	26	61	59	50	57	65
新型コロナウイルスの影響で日常生活スタイルを変えた	81	73	82	68	83	70	83	82	85
新型コロナウイルスの影響で世界は深刻な危険に晒されている	77	88	83	62	55	57	59	51	52

**注:** 質問文「新型コロナウイルスに関して、以下の記述にどれほど賛同しますか」円の大きさは記述に同意する回答者の割合を示す。インドのサンプルは主要都市圏から二級都市（人口50万人以上の都市；上位100都市）の人口の35%を示す

**出所:** ボストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、2020年4月20日-24日 (N = 1,046 オーストラリア; 1,946 カナダ; 1,856 中国; 1,970 フランス; 2,021 イタリア; 2,079 イギリス; 1,856 アメリカ); ボストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、2020年4月18日-20日 (N = 7,485 日本); ボストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、4月17日-20日 (N = 2,324 インド); 国勢調査人口統計の±3%以内

# 図表2: 日本では行動制限に対する法的拘束力がないにもかかわらず、自主的に活動を抑え、支出を減らす傾向

予定をキャンセル/延期した、支出を減らしたと回答した消費者の割合 (%)

■ 支出を減らした、キャンセルした、あるいは延期した消費者 (%)  
 ■ 支出を減らしていない消費者 (%)



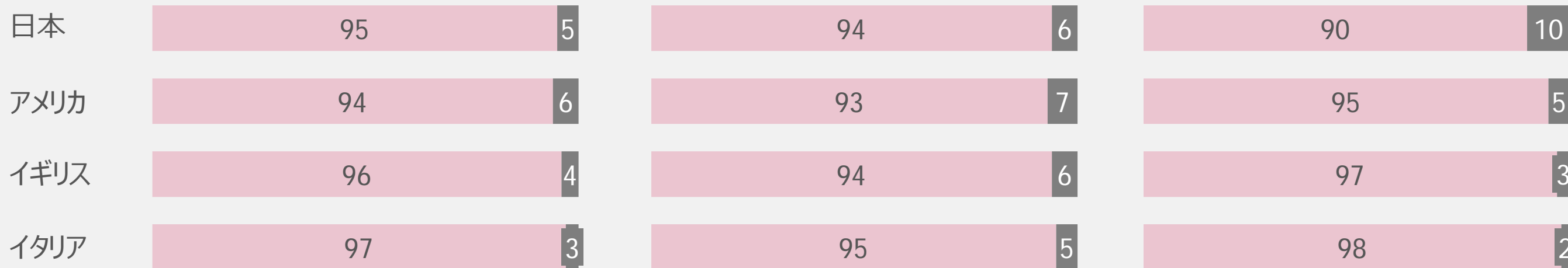
近隣のレジャー施設への外出



国内旅行



レストランでの食事



**注:** 質問文「新型コロナウイルスの影響で、以下の活動の計画をキャンセルしたり、実際に支出を減らしたりしましたか」計画がそもそもないと答えた回答については除外

**出所:** ボストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、2020年4月10日-13日 (N = 2,922 イタリア; 3,112 イギリス; 2,960 アメリカ); ボストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、2020年4月18日-20日 (N = 7,485 日本); 国勢調査人口統計の±3%以内

# 図表3: 支出を減らす・増やす予定の 카테고리は類似している



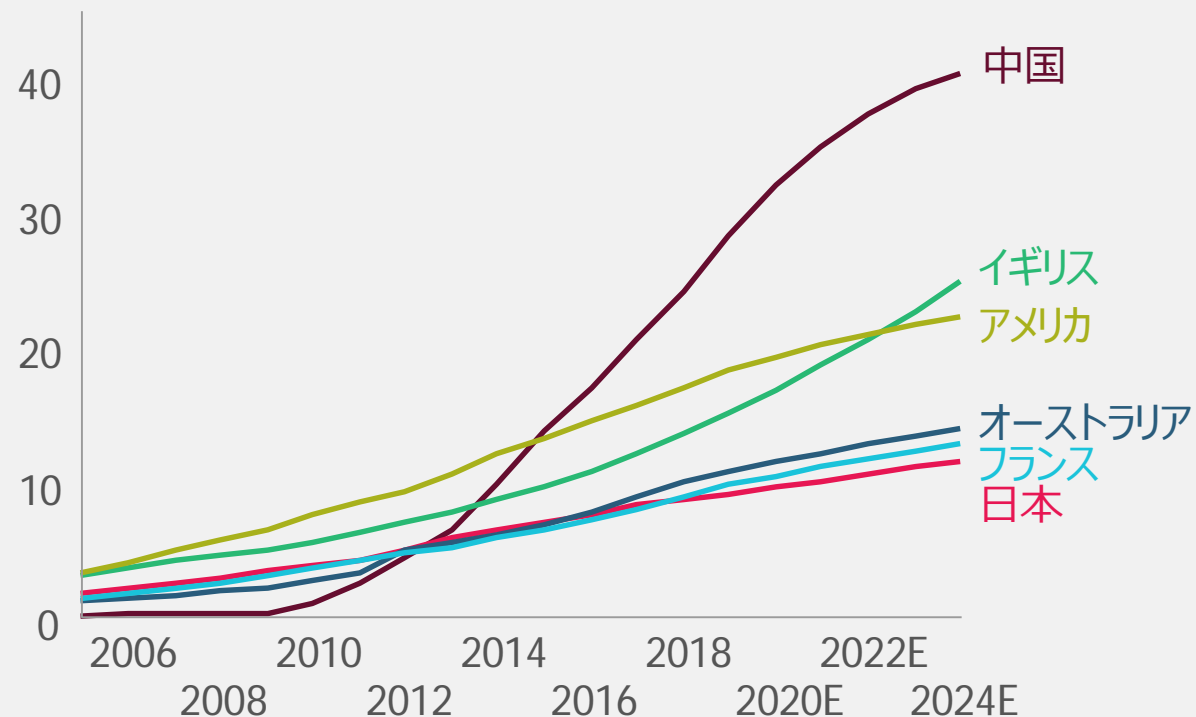
■ 上位 20%以上の回答者が支出を増やすと回答  
 ■ 下位 20%以上の回答者が支出を減らすと回答

注: 質問文: 「今後6カ月で、あなたの以下の分野における支出はどのように変化すると思いますか」  
 出所: ボストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、2020年4月20日-24日 (N = 1,046 オーストラリア; 1,856 中国; 1,969 フランス; 2,017 イタリア; 2,079 イギリス; 1,856 アメリカ); ボストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、2020年4月18日-20日 (N = 7,485 日本); 国勢調査人口統計の±3%以内

# 図表4: EC化が遅れていた日本でも、新型コロナウイルスの影響により、消費者の20%が「衣料品」、4%が「生鮮食品」のオンライン購入を増やすと回答

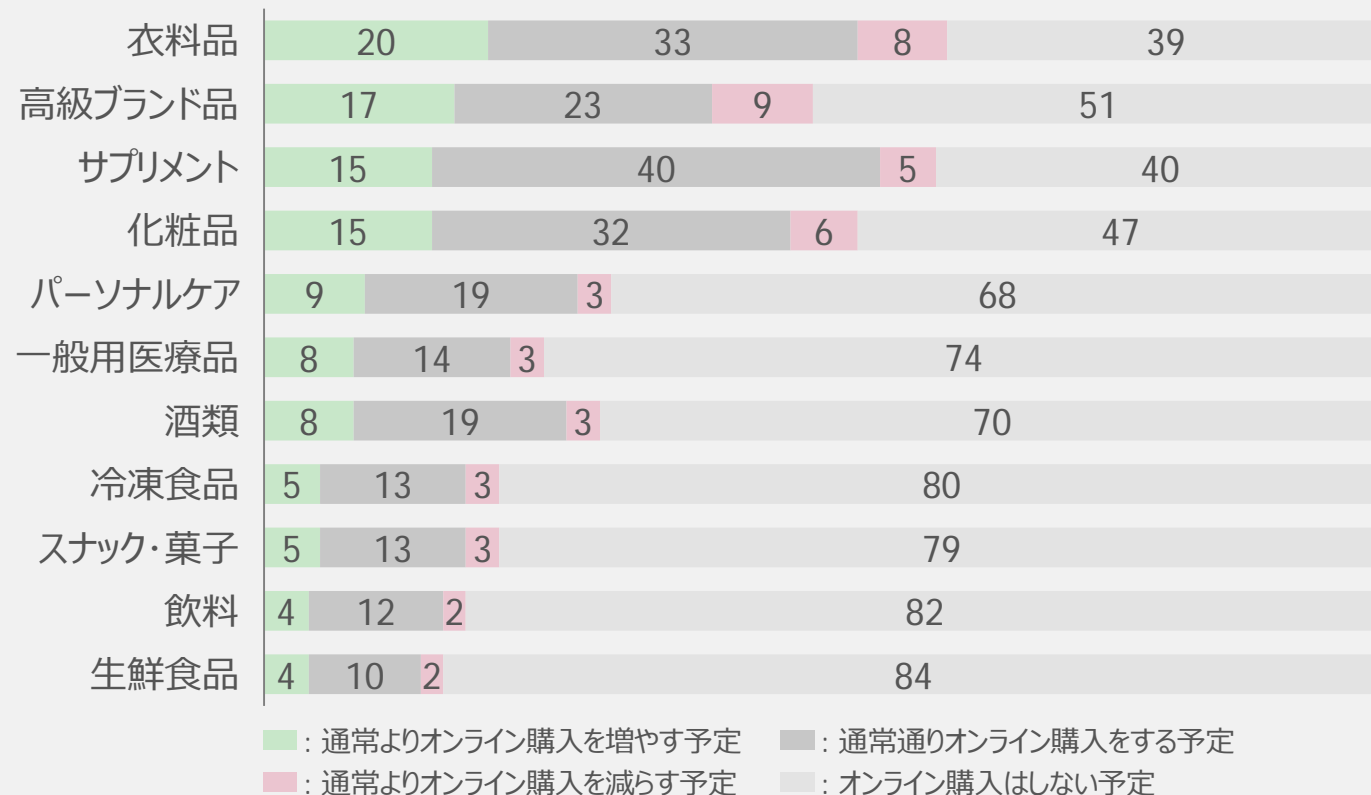
従来、日本はEC化が中国、アメリカ、ヨーロッパに比べて遅れていたが...

ネット通販の普及率 (%)



...日本の消費者もオンライン購入への意欲を示し始めた

今後1か月のオンライン購入に対する意向度合い (%)

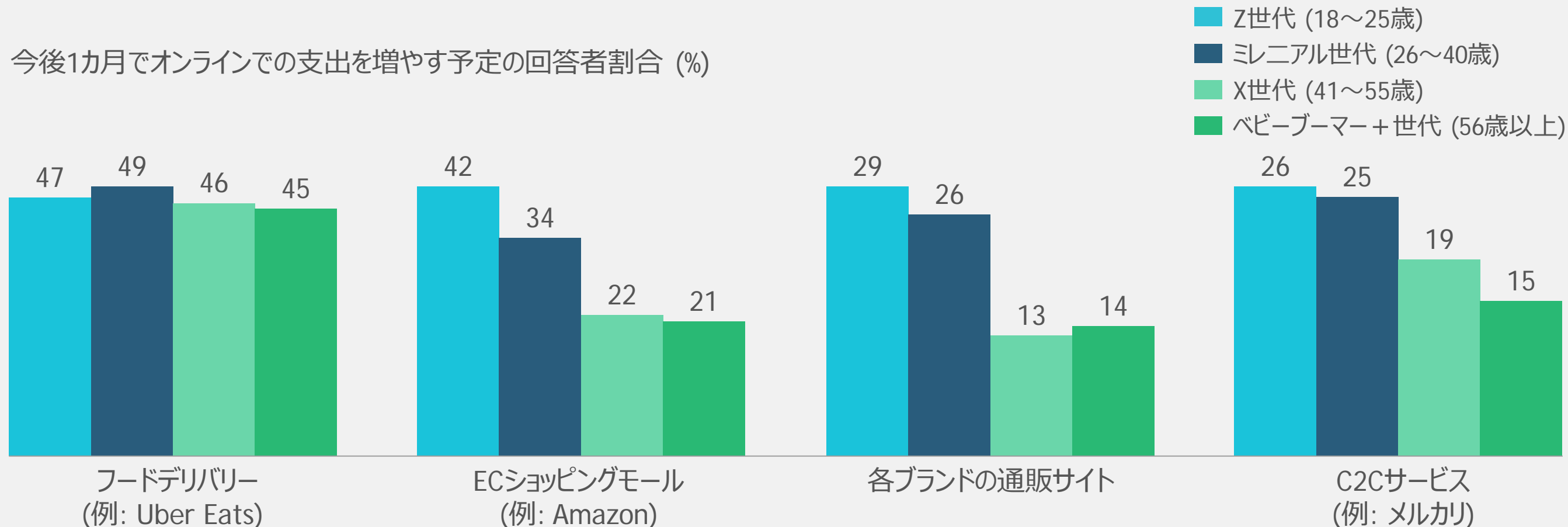


注: 端数調整により、数字の合計は100%ではない

出所: Euromonitor、ボストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、2020年4月18日-20日 (N = 7,485 日本)

# 図表5: ECの利用意向は世代により異なる: フードデリバリーサービスは全世代で急成長が見込まれる一方で、通販サイト等は40歳前後で差

今後1カ月でオンラインでの支出を増やす予定の回答者割合 (%)



**注:** 質問文「今後1カ月の間で、以下の店舗/サイト/サービスのあなたの支出の総額 (購入する商品を問わず、これらの場所で使う金額) は、過去1カ月間に比べてどう変化すると思いますか」 C2C = customer to customer (個人間取引)

**出所:** ポストン コンサルティング グループ COVID-19 Consumer Sentiment Survey、2020年4月18日-20日 (N = 7,485 日本)





[bcg.com](https://www.bcg.com)