

コロナ禍における
日常生活の変化に関する調査データ
～お金の使い方 編～

2021年6月

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2021年 5月24日 (月) ~ 5月27日 (木)
- 調査対象 : 関東在住の女性 20歳~69歳
- 有効回答 : 400名

【内訳】

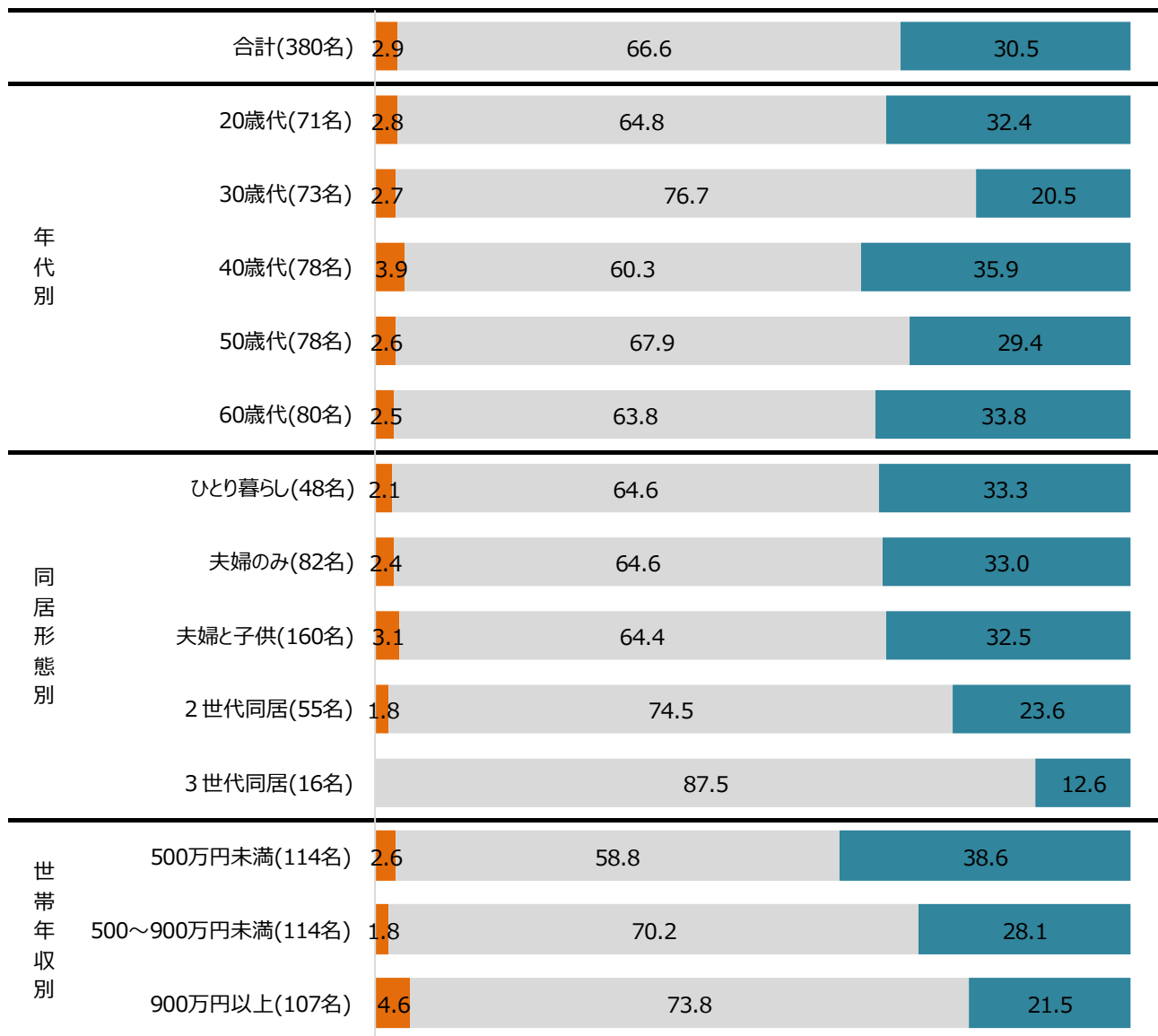
女性・20~29歳	80名
女性・30~39歳	80名
女性・40~49歳	80名
女性・50~59歳	80名
女性・60~69歳	80名

- 全体では、「増えた」が2.9%、「変わらない」が66.6%、「減った」が30.5%であった。コロナ禍で世帯収入が減った家庭が多く、増えた家庭は少ない。
- 世帯年収別でみると、金額が低いほど「減った」の割合が高い。一方、「増えた」の割合は900万円以上の層で4.6%と最も高い。

Q. コロナ禍の前後でご家庭の世帯収入に変化はありましたか。(SA)

N=380名（当質問に対する「わからない、答えたくない」の回答者を除く）

%表示



■ 増えた ■ 変わらない ■ 減った

※増えた：「増えた」と「やや増えた」の回答割合の合計 ※減った：「減った」と「やや減った」の回答割合の合計

2. 消費金額の変化（年代別、同居形態別のデータ）

Q.コロナ禍の前に比べて、ご家庭における消費金額が増えた費目をすべて選んでください。(MA)

%表示 ※色付けは20%以上

	年代別					同居形態別				
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	ひとり暮らし	夫婦のみ	夫婦と子供	2世代同居	3世代同居
	n=80	n=80	n=80	n=80	n=80	n=49	n=84	n=169	n=62	n=17
自宅での飲食費（テイクアウトは含まない）	55.0	63.8	56.3	60.0	58.8	44.9	59.5	62.7	54.8	70.6
水道光熱費	47.5	43.8	48.8	47.5	60.0	44.9	48.8	53.8	45.2	47.1
テイクアウトでの飲食費	50.0	43.8	41.3	35.0	40.0	32.7	46.4	42.0	45.2	47.1
通信費（電話、携帯、ネット）	32.5	21.3	23.8	30.0	36.3	22.4	26.2	34.3	27.4	29.4
家具、家事用品費	12.5	16.3	16.3	23.8	13.8	12.2	23.8	17.2	11.3	17.6
貯蓄、投資	15.0	16.3	12.5	15.0	15.0	20.4	16.7	9.5	24.2	11.8
読み物（本、雑誌、マンガなど）	12.5	15.0	18.8	16.3	11.3	14.3	19.0	13.6	9.7	29.4
自宅空間の充実（インテリア、オーディオ、カーテンなど）	11.3	13.8	11.3	17.5	17.5	6.1	25.0	12.4	14.5	11.8
酒、たばこ	7.5	11.3	13.8	17.5	20.0	10.2	21.4	14.2	9.7	5.9
自宅での娯楽（遊具、ゲーム、アプリ、楽器など）	17.5	17.5	16.3	11.3	7.5	8.2	13.1	17.2	14.5	11.8
有料放送、有料動画	16.3	15.0	11.3	7.5	11.3	10.2	14.3	12.4	11.3	17.6
保健医療費	6.3	6.3	8.8	13.8	16.3	6.1	17.9	11.2	4.8	5.9
自動車関連費	6.3	3.8	8.8	7.5	8.8	0.0	8.3	8.3	6.5	11.8
教育費	3.8	2.5	15.0	6.3	1.3	4.1	2.4	8.9	3.2	11.8
健康（ジム、サプリメント、健康器具など）	6.3	5.0	5.0	7.5	5.0	4.1	6.0	5.3	9.7	5.9
保険料	3.8	3.8	5.0	7.5	7.5	0.0	9.5	7.1	1.6	5.9
趣味、習い事	6.3	7.5	5.0	6.3	1.3	4.1	8.3	5.9	0.0	5.9
美容（理美容、化粧品、ネイル、エステなど）	8.8	5.0	3.8	3.8	1.3	6.1	4.8	3.0	8.1	5.9
家族の小遣い	2.5	3.8	3.8	5.0	5.0	0.0	6.0	4.1	6.5	0.0
被服費	1.3	2.5	3.8	6.3	0.0	2.0	2.4	3.0	3.2	5.9
交通費	1.3	1.3	3.8	5.0	1.3	2.0	3.6	3.0	1.6	0.0
外での飲食費（テイクアウトは含まない）	0.0	0.0	5.0	5.0	1.3	2.0	6.0	1.8	0.0	0.0
おしゃれ（アクセサリー、時計、ブランド品など）	0.0	2.5	2.5	2.5	0.0	0.0	2.4	1.2	3.2	0.0
外での娯楽（観戦、観劇、イベント、旅行など）	1.3	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0	1.2	0.6	1.6	0.0

Q.コロナ禍の前に比べて、ご家庭における消費金額が減った費目をすべて選んでください。(MA)

%表示 ※色付けは20%以上

	年代別					同居形態別				
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	ひとり暮らし	夫婦のみ	夫婦と子供	2世代同居	3世代同居
	n=80	n=80	n=80	n=80	n=80	n=49	n=84	n=169	n=62	n=17
外での飲食費（テイクアウトは含まない）	71.3	70.0	68.8	63.8	75.0	59.2	75.0	70.4	67.7	76.5
外での娯楽（観戦、観劇、イベント、旅行など）	50.0	58.8	56.3	62.5	60.0	51.0	65.5	57.4	54.8	76.5
交通費	37.5	43.8	46.3	48.8	60.0	44.9	58.3	44.4	43.5	58.8
被服費	33.8	45.0	43.8	48.8	55.0	44.9	54.8	42.0	43.5	41.2
美容（理美容、化粧品、ネイル、エステなど）	23.8	31.3	28.8	33.8	46.3	28.6	45.2	30.8	32.3	23.5
おしゃれ（アクセサリー、時計、ブランド品など）	33.8	28.8	28.8	28.8	35.0	30.6	32.1	33.1	22.6	47.1
趣味、習い事	13.8	15.0	21.3	28.8	31.3	24.5	28.6	19.5	21.0	29.4
貯蓄、投資	10.0	8.8	23.8	20.0	20.0	14.3	22.6	18.3	8.1	17.6
家族の小遣い	17.5	6.3	17.5	22.5	16.3	8.2	19.0	17.2	16.1	17.6
自動車関連費	11.3	7.5	16.3	18.8	21.3	10.2	21.4	16.0	8.1	17.6
教育費	15.0	8.8	11.3	18.8	20.0	8.2	21.4	13.0	16.1	17.6
健康（ジム、サプリメント、健康器具など）	13.8	6.3	13.8	16.3	20.0	10.2	17.9	11.8	12.9	35.3
保健医療費	15.0	6.3	15.0	13.8	15.0	8.2	13.1	13.6	14.5	17.6
読み物（本、雑誌、マンガなど）	11.3	10.0	10.0	10.0	17.5	8.2	13.1	11.2	14.5	23.5
家具、家事用品費	12.5	8.8	12.5	7.5	15.0	10.2	11.9	10.7	11.3	11.8
酒、たばこ	10.0	13.8	11.3	8.8	11.3	10.2	11.9	11.2	11.3	11.8
保険料	11.3	3.8	8.8	17.5	12.5	10.2	13.1	10.1	11.3	11.8
自宅での娯楽（遊具、ゲーム、アプリ、楽器など）	8.8	5.0	10.0	12.5	16.3	8.2	15.5	9.5	8.1	17.6
有料放送、有料動画	7.5	6.3	7.5	15.0	15.0	8.2	13.1	10.7	8.1	11.8
テイクアウトでの飲食費	3.8	6.3	12.5	13.8	11.3	10.2	10.7	9.5	8.1	11.8
自宅空間の充実（インテリア、オーディオ、カーテンなど）	10.0	5.0	8.8	8.8	10.0	8.2	8.3	9.5	6.5	11.8
通信費（電話、携帯、ネット）	3.8	7.5	8.8	6.3	5.0	0.0	8.3	7.7	3.2	5.9
自宅での飲食費（テイクアウトは含まない）	3.8	0.0	5.0	2.5	6.3	0.0	4.8	3.6	3.2	5.9
水道光熱費	0.0	0.0	6.3	1.3	0.0	0.0	1.2	2.4	1.6	0.0

3. 今後の消費意向（年代別、同居形態別のデータ）

Q. 今後、ご家庭における消費金額を増やしたい費目をすべて選んでください。(MA)

%表示

※色付けは20%以上

	年代別					同居形態別				
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	ひとり暮らし	夫婦のみ	夫婦と子供	2世代同居	3世代同居
	n=80	n=80	n=80	n=80	n=80	n=49	n=84	n=169	n=62	n=17
貯蓄、投資	35.0	35.0	38.8	43.8	20.0	34.7	40.5	29.6	38.7	23.5
外での娯楽（観戦、観劇、イベント、旅行など）	22.5	23.8	27.5	32.5	22.5	18.4	33.3	23.7	33.9	11.8
外での飲食費（テイクアウトは含まない）	12.5	15.0	15.0	12.5	20.0	6.1	16.7	15.4	19.4	17.6
趣味、習い事	12.5	15.0	15.0	15.0	16.3	8.2	22.6	14.2	14.5	11.8
自宅での飲食費（テイクアウトは含まない）	12.5	13.8	17.5	6.3	16.3	10.2	14.3	14.8	16.1	5.9
美容（理美容、化粧品、ネイル、エステなど）	16.3	11.3	7.5	11.3	16.3	12.2	14.3	10.1	19.4	5.9
健康（ジム、サプリメント、健康器具など）	6.3	16.3	11.3	12.5	13.8	8.2	21.4	11.8	8.1	0.0
テイクアウトしての飲食費	7.5	6.3	18.8	7.5	13.8	8.2	17.9	9.5	11.3	5.9
読み物（本、雑誌、マンガなど）	12.5	6.3	7.5	11.3	10.0	8.2	14.3	7.7	9.7	17.6
自宅空間の充実（インテリア、オーディオ、カーオーディオなど）	11.3	7.5	6.3	12.5	5.0	4.1	16.7	7.1	8.1	5.9
家族の小遣い	7.5	7.5	3.8	13.8	8.8	2.0	13.1	6.5	11.3	17.6
おしゃれ（アクセサリー、時計、ブランド品など）	10.0	8.8	5.0	7.5	7.5	8.2	10.7	5.9	11.3	5.9
被服費	8.8	8.8	3.8	5.0	3.8	6.1	6.0	3.6	16.1	0.0
有料放送、有料動画	7.5	6.3	2.5	2.5	3.8	0.0	7.1	3.0	8.1	11.8
自宅での娯楽（遊具、ゲーム、アプリ、楽器など）	7.5	8.8	1.3	2.5	0.0	0.0	2.4	4.1	9.7	5.9
教育費	2.5	6.3	6.3	0.0	1.3	2.0	3.6	3.0	6.5	0.0
交通費	2.5	3.8	1.3	6.3	2.5	2.0	4.8	3.0	4.8	0.0
家具、家事用品費	2.5	1.3	3.8	2.5	0.0	2.0	2.4	1.2	4.8	0.0
保健医療費	1.3	3.8	2.5	1.3	1.3	0.0	3.6	1.2	4.8	0.0
通信費（電話、携帯、ネット）	0.0	3.8	2.5	1.3	1.3	0.0	3.6	1.8	1.6	0.0
酒、たばこ	2.5	2.5	0.0	2.5	1.3	0.0	2.4	1.8	3.2	0.0
保険料	2.5	2.5	1.3	1.3	0.0	0.0	4.8	0.0	3.2	0.0
水道光熱費	0.0	3.8	1.3	0.0	1.3	2.0	1.2	1.2	1.6	0.0
自動車関連費	0.0	1.3	0.0	1.3	1.3	0.0	1.2	1.2	0.0	0.0

Q. 今後、ご家庭における消費金額を減らしたい費目をすべて選んでください。(MA)

%表示

※色付けは20%以上

	年代別					同居形態別				
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	ひとり暮らし	夫婦のみ	夫婦と子供	2世代同居	3世代同居
	n=80	n=80	n=80	n=80	n=80	n=49	n=84	n=169	n=62	n=17
水道光熱費	32.5	33.8	38.8	48.8	41.3	28.6	42.9	42.6	35.5	41.2
通信費（電話、携帯、ネット）	32.5	22.5	35.0	38.8	35.0	30.6	38.1	34.3	22.6	35.3
被服費	15.0	15.0	17.5	13.8	21.3	12.2	23.8	16.6	12.9	17.6
自動車関連費	13.8	12.5	18.8	13.8	23.8	8.2	26.2	14.8	17.7	17.6
自宅での飲食費（テイクアウトは含まない）	11.3	13.8	17.5	25.0	13.8	20.4	17.9	14.8	11.3	23.5
保険料	11.3	11.3	16.3	21.3	18.8	8.2	21.4	16.0	16.1	11.8
酒、たばこ	10.0	13.8	17.5	17.5	18.8	10.2	23.8	14.2	14.5	11.8
保健医療費	13.8	11.3	15.0	18.8	17.5	10.2	17.9	16.0	17.7	11.8
交通費	13.8	11.3	15.0	13.8	17.5	10.2	21.4	11.8	16.1	11.8
外での飲食費（テイクアウトは含まない）	11.3	10.0	15.0	13.8	16.3	12.2	22.6	11.2	11.3	11.8
家具、家事用品費	11.3	12.5	13.8	12.5	16.3	10.2	17.9	13.0	12.9	17.6
教育費	10.0	6.3	10.0	16.3	13.8	8.2	16.7	11.2	9.7	11.8
自宅での娯楽（遊具、ゲーム、アプリ、楽器など）	7.5	7.5	12.5	11.3	15.0	8.2	16.7	10.7	9.7	5.9
テイクアウトしての飲食費	10.0	11.3	10.0	12.5	8.8	12.2	9.5	11.2	9.7	11.8
有料放送、有料動画	8.8	8.8	10.0	12.5	11.3	10.2	13.1	10.7	11.3	0.0
おしゃれ（アクセサリー、時計、ブランド品など）	8.8	8.8	12.5	6.3	15.0	8.2	14.3	10.1	9.7	11.8
美容（理美容、化粧品、ネイル、エステなど）	8.8	8.8	8.8	10.0	11.3	10.2	10.7	9.5	8.1	11.8
自宅空間の充実（インテリア、オーディオ、カーオーディオなど）	8.8	7.5	10.0	6.3	11.3	8.2	11.9	7.7	11.3	5.9
読み物（本、雑誌、マンガなど）	6.3	7.5	8.8	10.0	10.0	8.2	13.1	7.7	9.7	0.0
家族の小遣い	7.5	3.8	10.0	7.5	12.5	8.2	10.7	8.9	6.5	5.9
健康（ジム、サプリメント、健康器具など）	10.0	5.0	7.5	10.0	7.5	8.2	8.3	7.1	11.3	11.8
外での娯楽（観戦、観劇、イベント、旅行など）	5.0	8.8	6.3	6.3	13.8	8.2	10.7	10.1	1.6	5.9
趣味、習い事	7.5	7.5	6.3	7.5	8.8	8.2	10.7	5.9	8.1	5.9
貯蓄、投資	3.8	1.3	2.5	3.8	6.3	2.0	4.8	3.6	3.2	5.9

- コロナ禍で初めて利用したサービスとしては「遠隔会議システム」(17.5%)の割合が最も高く、「デリバリー代行サービス」(11.5%)がこれに続く。
- コロナ禍で利用頻度が増えているサービスとしては「ネット通販」(28.8%)の割合が最も高く、「電子マネーによる決済」(18.3%)、「遠隔会議システム」(15.3%)、「有料動画配信」(13.5%)がこれに続く。

Q. あなたのご家庭で、コロナ禍となって初めて利用したサービスをすべて選んでください。(MA)

N=400名(全員) %表示

遠隔会議システム	17.5
デリバリー代行サービス	11.5
オンライン観戦	7.0
電子マネーによる決済	5.5
有料動画配信	5.0
オンライン受講	4.3
お取り寄せグルメ	3.8
飲食店の宅配サービス	3.3
スーパーの宅配サービス	2.8
食材配送サービス	2.3
番組追っかけ配信サービス	1.8
ネット通販	1.5
オンラインフィットネス	1.5
ネットオークション	1.0
テレビ通販	0.8
有料放送	0.8
カタログ通販	0.5
電子書籍	0.5
リモートショッピング	0.3

Q. あなたのご家庭で、コロナ禍で利用頻度が増えているサービスをすべて選んでください。(MA)

N=400名(全員) %表示

ネット通販	28.8
電子マネーによる決済	18.3
遠隔会議システム	15.3
有料動画配信	13.5
お取り寄せグルメ	8.3
デリバリー代行サービス	6.8
番組追っかけ配信サービス	6.5
飲食店の宅配サービス	6.3
電子書籍	6.0
オンライン観戦	5.3
オンライン受講	4.8
スーパーの宅配サービス	4.0
有料放送	3.8
ネットオークション	3.5
リモートショッピング	2.8
食材配送サービス	2.5
テレビ通販	2.0
カタログ通販	1.8
オンラインフィットネス	1.8

4. サービスの利用状況（年代別、同居形態別のデータ）

Q. あなたのご家庭で、コロナ禍となって初めて利用したサービスをすべて選んでください。(MA)

%表示 ※色付けは10%以上

	年代別					同居形態別				
	20歳代 n=80	30歳代 n=80	40歳代 n=80	50歳代 n=80	60歳代 n=80	ひとり暮らし n=49	夫婦のみ n=84	夫婦と子供 n=169	2世代同居 n=62	3世代同居 n=17
遠隔会議システム	18.8	23.8	17.5	13.8	13.8	28.6	17.9	16.0	16.1	17.6
デリバリー代行サービス	11.3	17.5	7.5	13.8	7.5	14.3	16.7	9.5	9.7	5.9
オンライン観戦	6.3	11.3	8.8	6.3	2.5	6.1	8.3	6.5	9.7	5.9
電子マネーによる決済	6.3	5.0	1.3	6.3	8.8	2.0	8.3	3.6	8.1	5.9
有料動画配信	6.3	6.3	3.8	3.8	5.0	6.1	3.6	4.1	4.8	11.8
オンライン受講	2.5	2.5	3.8	7.5	5.0	2.0	3.6	5.9	1.6	5.9
お取り寄せグルメ	5.0	8.8	1.3	1.3	2.5	4.1	3.6	3.0	8.1	0.0
飲食店の宅配サービス	3.8	6.3	1.3	1.3	3.8	0.0	4.8	4.1	3.2	0.0
スーパーの宅配サービス	2.5	5.0	2.5	2.5	1.3	4.1	1.2	3.0	4.8	0.0
食材配送サービス	2.5	5.0	1.3	1.3	1.3	0.0	2.4	3.0	3.2	0.0
番組追っかけ配信サービス	0.0	0.0	1.3	3.8	3.8	0.0	4.8	0.6	3.2	0.0
ネット通販	2.5	2.5	0.0	2.5	0.0	0.0	2.4	1.2	1.6	5.9
オンラインフィットネス	3.8	0.0	1.3	0.0	2.5	2.0	1.2	0.6	4.8	0.0
ネットオークション	1.3	2.5	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	1.2	1.6	5.9
テレビ通販	1.3	1.3	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.6	3.2	0.0
有料放送	1.3	1.3	0.0	1.3	0.0	2.0	1.2	0.0	1.6	0.0
カタログ通販	0.0	1.3	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	1.2	0.0	0.0
電子書籍	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.6	0.0	0.0
リモートショッピング	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0

Q. あなたのご家庭で、コロナ禍で利用頻度が増えているサービスをすべて選んでください。(MA)

%表示 ※色付けは10%以上

	年代別					同居形態別				
	20歳代 n=80	30歳代 n=80	40歳代 n=80	50歳代 n=80	60歳代 n=80	ひとり暮らし n=49	夫婦のみ n=84	夫婦と子供 n=169	2世代同居 n=62	3世代同居 n=17
ネット通販	23.8	31.3	36.3	23.8	28.8	16.3	34.5	28.4	32.3	17.6
電子マネーによる決済	17.5	25.0	22.5	13.8	12.5	14.3	28.6	11.8	19.4	29.4
遠隔会議システム	17.5	18.8	16.3	16.3	7.5	22.4	9.5	15.4	17.7	23.5
有料動画配信	16.3	15.0	12.5	12.5	11.3	8.2	15.5	14.8	8.1	29.4
お取り寄せグルメ	7.5	5.0	11.3	5.0	12.5	4.1	14.3	7.7	4.8	11.8
デリバリー代行サービス	8.8	8.8	8.8	3.8	3.8	8.2	2.4	8.9	8.1	0.0
番組追っかけ配信サービス	3.8	7.5	7.5	8.8	5.0	0.0	13.1	4.7	8.1	11.8
飲食店の宅配サービス	3.8	7.5	7.5	6.3	6.3	2.0	8.3	5.9	6.5	11.8
電子書籍	5.0	11.3	6.3	5.0	2.5	4.1	6.0	5.9	11.3	0.0
オンライン観戦	5.0	8.8	7.5	3.8	1.3	4.1	6.0	5.3	3.2	17.6
オンライン受講	3.8	3.8	6.3	6.3	3.8	2.0	2.4	7.1	4.8	0.0
スーパーの宅配サービス	3.8	1.3	3.8	6.3	5.0	6.1	1.2	6.5	1.6	0.0
有料放送	6.3	6.3	3.8	2.5	0.0	2.0	1.2	3.6	9.7	5.9
ネットオークション	0.0	6.3	5.0	5.0	1.3	0.0	3.6	4.7	1.6	0.0
リモートショッピング	2.5	3.8	2.5	3.8	1.3	0.0	3.6	2.4	4.8	5.9
食材配送サービス	2.5	1.3	2.5	3.8	2.5	0.0	3.6	3.0	3.2	0.0
テレビ通販	0.0	2.5	2.5	1.3	3.8	0.0	3.6	2.4	1.6	0.0
カタログ通販	1.3	3.8	2.5	1.3	0.0	0.0	1.2	1.2	4.8	5.9
オンラインフィットネス	0.0	2.5	1.3	1.3	3.8	2.0	1.2	1.8	3.2	0.0

● 世帯年収が低い家庭ほどコロナ禍で収入が減少した

コロナ禍の前後で世帯収入を比較すると、「変わらない」(66.6%)の回答が最も多く、影響を受けていない家庭が多数を占める。一方で変化があった家庭の内訳をみると「増えた」が2.9%、「減った」が30.5%と後者が圧倒的に高い。3割以上の家庭で世帯収入が減少した。

「減った」の割合を世帯年収別で見ると、「900万円以上」の家庭では21.5%、「500～900万円未満」では28.1%、「500万円未満」では38.6%であった。世帯年収が低いほど、コロナ禍で収入が減少した家庭の割合が高い。「増えた」の割合は「900万円以上」で4.6%と相対的に高い。

世帯年収の高い家庭と低い家庭の格差は、コロナ禍でさらに広がっている。

● 飲食費、水道光熱費が増加

夫婦のみの家庭では自宅で快適に過ごすための消費も増加

コロナ禍で家庭における消費金額が増えた費目としては「自宅での飲食費（テイクアウトを含まない）」の割合が58.8%と最も高く、「水道光熱費」(49.5%)と「テイクアウトしての飲食費」(42.0%)が4割台で続く。いずれも自宅での基本的な生活費であり、自宅で過ごす時間が長くなったことを反映する結果が得られた。

次いで割合が高いのは「通信費（電話、携帯、ネット）」(28.8%)であり、自宅での娯楽ツールとして、スマホやインターネットがよく利用されていることがわかる。

自宅での基本的な生活費が増えた家庭が多いなか、「夫婦のみ」の家庭では「自宅空間の充実（インテリア、オーディオ、ガーデニングなど）」(25.0%)や「酒、たばこ」(21.4%)が増えたとの割合も2割を超えている。

夫婦だけの気軽さのためか、他より自宅での生活を快適にするための消費を増やす家庭が多い。

● 通信費は今後減らしたいが、今は増えている

在宅時間が長く「水道光熱費」と「通信費（電話、携帯、ネット）」は現状では増えているが、どちらも今後は減らしたい意向が強い費目である。ライフラインである水道光熱費はともかく、スマホやインターネットを主要な娯楽ツールとして利用し、通信費が増えることについて不本意に感じている人は少なくない。

今後、家庭での消費金額を増やしたい費目では「貯蓄、投資」(34.5%)と「外での娯楽（観戦、観劇、イベント、旅行など）」(25.8%)が上位。コロナ禍で今の消費金額が減った費目としては「外での飲食（テイクアウトを含まない）」と「外での娯楽」の割合が5割以上と高いが、今後増やしたいとして「外での飲食」を挙げた割合は15.0%と「外での娯楽」(25.8%)よりも低かった。

今後コロナが収束して消費が外に向く際には、飲食よりも娯楽のほうに強い関心が向くと思われる。

● コロナ禍で「ネット通販」と「電子マネーによる決済」の利用が増加

コロナ禍で初めて利用したサービスでは「遠隔会議システム」(17.5%)の割合が最も高く、「デリバリー代行サービス」(11.5%)がこれに次ぐ。

一方、利用頻度が増えているサービスでは「ネット通販」(28.8%)、「電子マネーによる決済」(18.3%)、「遠隔会議システム」(15.3%)、「有料動画配信」(13.5%)が上位。いずれもスマホやインターネットを活用したサービスであり、必然的に通信費も増える。

きっかけはコロナ禍だが、着実に消費者のライフスタイルは変化した。「ネットで買えること」と「電子マネーで決済できること」は、今後の消費生活では欠かせない要件となる可能性がある。

トピックスリサーチ
コロナ禍における
日常生活の変化に関する調査データ
～お金の使い方 編～

発行日 2021年 6月 4日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒501-0296
岐阜県瑞穂市穂積1851
TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp