



RIETI Discussion Paper Series 21-J-042

新型コロナ、ワクチン接種と消費行動

森川 正之
経済産業研究所



Research Institute of Economy, Trade & Industry, IAA

独立行政法人経済産業研究所

<https://www.rieti.go.jp/jp/>

新型コロナ、ワクチン接種と消費行動*

森川正之 (RIETI/一橋大学)

(要旨)

新型コロナウイルス感染症の拡大が続く中、ワクチン接種による個人消費回復への期待が強い。しかし、ワクチン接種が経済活動の回復に対してどの程度の効果を持つかについては不確実性が高い。本稿は、2021年7月に個人に対して行った独自のサーベイに基づき、ワクチン接種と消費行動の関係を考察する。その結果によると、第一に、新型コロナ終息後に消費を増やす意欲を持つ人はかなり多いが、自身のワクチン接種によって消費を拡大するという人はさほど多くない。第二に、男性よりも女性、高所得層、昨年のGoToキャンペーンを利用した人は、ワクチン接種に伴う消費拡大意欲がいくぶん強い傾向がある。健康状態や主観的な感染リスクとの明瞭な関係は確認されない。

キーワード：新型コロナウイルス感染症、ワクチン、消費、ペントアップ需要

JEL分類：D12, E21, I12

RIETI ディスカッション・ペーパーは、専門論文の形式でまとめられた研究成果を公開し、活発な議論を喚起することを目的としています。論文に述べられている見解は執筆者個人の責任で発表するものであり、所属する組織及び（独）経済産業研究所としての見解を示すものではありません。

* 本研究は、科学研究費補助金（18H00858, 20H00071, 21H00720）の助成を受けている。本稿執筆の過程で、関沢洋一氏、矢野誠氏から有益なコメントや示唆をいただいたことに感謝する。

新型コロナ、ワクチン接種と消費行動

1. 序論

新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」）の拡大が波状的に続く中、経済の先行き、特に個人消費の動向は、ワクチン接種の進捗状況に大きく依存する。日本の家計消費の動向を見ると、新型コロナ以前の水準と比較して年額換算で 15 兆円前後低い状態である（図 1 参照）。対人接触や人の移動が感染を拡大するため、財に比べてサービスへの消費支出の減少が顕著である（図 2 参照）。最近では感染力の強いデルタ株の拡大で状況が変わりつつあるが、ワクチン接種の開始・進捗が早かった国ほど経済の回復が進んだ。しかし、ワクチン接種が経済活動の回復にどの程度寄与するのかは不確実性が高い。

こうした中、本年夏頃の政府や日本銀行の経済見通しでは、ワクチン接種の進捗とともに日本経済の回復傾向が強まることへの期待が強い。「内閣府年央試算」(内閣府, 2021) は、「ワクチン接種の促進等もあってサービス消費が回復に向かい、輸出や設備投資の着実な増加とあいまって、年度後半に回復ペースが速まり、GDP は 2021 年中に感染拡大前の水準を回復することが見込まれる」としている。日本銀行の 7 月の「展望レポート」(日本銀行, 2021b) は、「感染症の帰趨や、それが内外経済に与える影響については、不確実性が大きい。わが国経済については、変異株を含む感染症の拡大によって下押し圧力が強まるリスクがある。その一方で、ワクチンの普及が加速し、サービス消費のペントアップ需要が早めに顕在化することなどにより、経済活動が想定以上に活発化する可能性も考えられる」と述べている。¹

ワクチン接種の拡大は、おそらく外食、宿泊サービスなどへの支出を増加させる—「リベンジ消費」、「ペントアップ需要」—が、それらがマクロレベルの消費を純増させるとは必ずしも言えない。新型コロナ下で増加した「巣ごもり消費」の減少など、消費支出の構成変化にとどまる可能性もあるからである。

新型コロナの感染拡大が始まった 2020 年には各国で所得移転政策が採られ、それらが消費に及ぼす効果についてはかなり研究が進んできている。例えば、日本における 1 人当たり 10 万円の特別定額給付金にの消費への効果については、宇南山他 (2021)、Kaneda *et al.* (2021) が挙げられ、給付金の限界消費性向 0.1~0.3 程度という結果を示している。² しかし、ワクチン接種が消費行動に及ぼす効果についてのミクロレベルの

¹ これに先立つ 4 月の「展望レポート」(日本銀行, 2021a) は、新型コロナ下のいわゆる「強制貯蓄」約 20 兆円とその取り崩しに伴うペントアップ需要についてわかりやすく解説しており有益である。ワクチン接種に関しては、その進捗に伴って消費行動が予想以上に活発化する可能性や、個人消費が上振れる可能性もあることを指摘している。

² 米国では CARES (Coronavirus Aid, Relief, and Economic Security) 法に基づく家計への現金給付等の消費への効果について、ミクロデータに基づく研究が行われている (e.g., Baker *et al.*, 2020; Chetty *et al.*, 2020; Coibion *et al.*, 2020)。

分析例は乏しい。日本において新型コロナ・ワクチン接種に関する個人へのサーベイに基づく研究はいくつか行われている（e.g., 関沢他, 2021; 佐々木他, 2021; Sasaki *et al.*, 2021）が、ワクチン接種の意向や支払意思額に関するもので、これまでのところ消費行動への影響を分析したフォーマルな研究は見当たらない。

日本では医療従事者に先行接種が行われ、一般国民も年齢により接種時期に違いがあることから、仮に個人レベルの支出情報とワクチン接種状況をリンクさせたデータが利用可能ならば、かなり正確な実態把握ができるはずだが、現状そうしたデータは存在しない。³ そこで、本稿では、個人に対して行った独自のサーベイに基づき、新型コロナ感染症、ワクチン接種と消費行動の関係について考察する。デルタ株感染拡大が深刻化する前、「緊急事態宣言」が東京都に発令される直前に当たる7月上旬に実施した調査である。全体として消費を増やしたいと考えている人はどの程度いるのか、どのような人が消費拡大意欲を持っているのかについて、観察事実を提示する。

以下、第2節では分析に使用したサーベイの概要を説明する。第3節では、新型コロナ感染症の拡大が消費に及ぼした影響、新型コロナの終息が消費に及ぼす効果の見通しについての集計結果を報告する。第4節では、新型コロナ・ワクチンの接種状況、ワクチン接種が消費行動に及ぼす影響についての集計結果を示す。最後に第5節で結論を要約するとともに、その含意を述べる。

2. データ

本稿で使用するのは、筆者が調査票を作成し、経済産業研究所（RIETI）が楽天インサイト株式会社に委託して2021年7月初旬に行った「経済の構造変化と生活・消費に関するインターネット調査」である。この調査は、同社の200万人を超えるモニターから抽出した個人を対象としたもので、2020年6月に行った調査に回答した人5,000人強のうち4,479人、性別・年齢階層別の人口比に合致するように追加した4,430人の合計8,909人から回答を得た。回答者の性別構成は男性52.6%、女性47.4%、年齢階層別構成は、20歳代7.8%、30歳代13.2%、40歳代19.3%、50歳代19.5%、60歳代23.1%、70歳以上17.0%である。⁴

本稿に関連する主な調査事項は、新型コロナの消費への影響、ワクチン接種状況・接種意向、ワクチン接種の消費行動への影響である。設問の具体的な文言や選択肢は、次節以降で結果を報告する際にあわせて説明する。このほか、性別、年齢、最終学歴、世帯年収、健康状態、リスク態度、就労状態など各種個人特性を調査しており、クロス集

³ 本稿執筆時点で利用可能な「家計調査」（総務省）の2021年6月までの集計データを見る限り、足下で先行してワクチン接種が行われた高齢世帯の消費支出が相対的に拡大しているという事実は確認できない。

⁴ 調査は20歳以上の人を対象としているが、20歳代の回答者数が少ないのは、2020年調査が2017年調査の回答者をサンプルとしているため加齢による影響があること、若年層ほど継続調査からの離脱率が高いことによる。

計や回帰分析の説明変数として使用する。

3. 新型コロナの消費への影響

ワクチン接種と消費行動の前に、まず新型コロナの消費支出への影響を見ておきたい。新型コロナの消費への影響に関する設問は、「新型コロナの拡大やそれに伴う外出自粛要請により、あなたの消費支出総額はそれ以前と比較してどうなりましたか」である。「それ以前に比べて□%程度減った」、「変わらない」、「それ以前に比べて□%程度増えた」の中から選択した上で、「変わらない」以外は具体的な数字を尋ねている。集計結果によると、減少 17.7%、不変 78.4%、増加 3.9%である（表 1 参照）。単純平均を計算すると▲3.7%の減少である。⁵ ただし、高所得層ほど減少した割合が多いため、世帯年収を用いて加重平均すると▲4.2%減少といくぶん大きくなる。⁶

性別、年齢階層別の違いは小さいが、世帯年収が多いほど消費が減少したと回答した割合が多い傾向がある。⁷ 性別、年齢階層、世帯年収（対数）で新型コロナによる消費の変化率を説明するシンプルな OLS 推計を行うと、世帯年収の係数は 1%水準で有意な負値である（表 2 (1)列）。⁸ 量的には世帯年収が 2 倍だと消費減少率が約▲0.8%大きいという関係である。余暇・娯楽関連サービスをはじめ選択的支出が新型コロナ下での行動制限の影響を強く受けているので、予想される結果である。ただし、決定係数が小さいことから明らかなように、これら個人特性で説明できる部分はごく限られている。

新型コロナ終息後の消費行動に関する設問は、「新型コロナが完全に終息した後、あなたの消費支出額はどうなると思いますか」で、回答の選択肢は、「新型コロナ以前よりも少なくなると思う」、「新型コロナ以前と同程度の水準になると思う」、「新型コロナ以前よりも多くなると思う」である。現在との比較ではなく新型コロナ前との比較であることに注意する必要がある。集計結果は表 3 に示す通りである。コロナ前に比べて増加 17.7%、不変 71.8%、減少 10.4%である。新型コロナの終息によって消費支出がコロナ前の水準と同程度になるとする人が 7 割を超えているが、消費支出が増えると考えている人も 2 割近くいる。

性別、年齢階層、世帯年収（対数）でコロナ終息後の消費行動を説明する順序プロビット推計を行った結果が表 2 (2)列である。女性、20 歳代及び 30 歳代の係数は高い有意水準の正值であり、これらの人たちが新型コロナ終息後に消費を増加させる可能性が高いことを示している。世帯年収の係数は有意ではなく、表 3 で世帯年収による違いがほとんど見られないことと整合的である。

⁵ 「変わらない」という回答はゼロ%として処理している。

⁶ 調査において世帯年収は 16 カテゴリーからの選択式だが、計算では各カテゴリーの中央値を用いている。

⁷ 世帯年収の上位はサンプル数が少ないため、「2,000～2,499 万円」、「2,500～2,999 万円」、「3,000 万円以上」を統合して「2,000 万円以上」としている（以下同様）。

⁸ 年齢階層は 40 歳代を参照基準としている（以下同様）。

しかし、ペントアップ需要の文脈では、現在と比べてコロナ終息後の消費支出がどうなるかが重要である。そこで、現在の消費支出自体が新型コロナの影響で減少していることを考慮して、新型コロナ終息後、現在に比べてどうなるかという形の集計を行ってみた（表4参照）。例えば、新型コロナの影響によりそれ以前に比べて消費が減少した人の場合、新型コロナ以前と同程度になると思うという回答は、現在に比べれば消費支出が増えると想定していることになる。こうした補正を行うと、コロナ下の現状に比べて消費支出が増加する人は26.9%と上の数字よりも多く、不変64.9%、減少8.2%という構成になる。⁹ 新型コロナを終息させること自体が経済政策として大きな効果を持つことを示唆している。

性別、年齢階層別、世帯年収別の集計結果は表5に示す通りである。やはり女性、若年層で消費拡大の意向がやや強いほか、表3とは異なり、世帯年収が多いほど現在との比較でコロナ終息による消費拡大が大きい傾向が観察される。

性別、年齢階層、世帯年収（対数）を説明変数とし、補正した消費行動を被説明変数とする順序プロビット推計を行った結果が表2(3)列である。この場合も、女性及び若年層の係数は有意な正值であり、新型コロナ終息後に消費を拡大する可能性が高いことを示しているが、他の年齢層の係数は符号を含めて(2)列の結果とは異なる。重要なのは世帯年収の係数が1%水準で有意な正值になる点で、新型コロナの影響で現在の消費支出を減少させた高所得層ほど、新型コロナ終息後には消費行動を活発化させる可能性があることを示唆している。さらにこの推計において、新型コロナによる消費支出の変化率を追加的な説明変数に用いた場合（表2(4)列）、この係数は高い有意水準の大きな負値であり、ペントアップ需要仮説と整合的である。ただし、この場合も世帯年収の係数は高い有意水準の正值である。

4. ワクチン接種と消費行動

新型コロナ・ワクチン接種に関しては、まず、接種状況について、「あなたは、新型コロナウイルスのワクチン接種を行いましたか」と尋ねている。回答の選択肢は、「行った」、「行いたい」、「行うつもりはない」である。集計結果は表6で、調査を行った7月上旬の時点で回答者の33.9%が既に接種しており（1回か2回かは尋ねていない）、「行いたい」が52.1%、「行うつもりはない」14.0%である。¹⁰ 男女差は小さいが、接種済みは70歳以上80.2%、60歳代52.2%と高齢層で多く、60歳未満はいずれも10%台である。重症化リスクの高い高齢者に優先的に接種が行われたことから当然ではある。

「行うつもりはない」という回答は、男性よりも女性がやや多いほか、年齢による違いが顕著で若年層ほど多い。本稿の主な関心事ではないが、ワクチン接種への態度を各種個人特性で説明するプロビット推計を行った結果が表7である。「行うつもりはない」

⁹ 「減少」→「減少」、「増加」→「増加」の場合、調査からは量的な大きさを比較できないので、「不変」として処理している。

¹⁰ 調査では1回接種したか2回接種したかは尋ねていない。

=1 としているので、正の係数はワクチン接種に消極的、負の係数は積極的なことを意味する。女性、若年層が消極的なものに対して、高齢層、高学歴者、高所得者は積極的な傾向がある。総じて関沢他 (2021)及びそこでリファーされている海外の先行研究と整合的である。ここでは、主観的な健康状態、リスク態度も説明変数に含めており、これらの変数のいくつかは統計的に有意だが、必ずしも一貫した傾向ではない。¹¹ 新型コロナ感染・重症化の主観的リスクを説明変数とした場合 ((2)列) も、この変数は有意ではない。¹² 健康状態やリスク態度との関係は少なくともこの調査からは明瞭ではない。

本稿の関心事であるワクチン接種の消費行動への影響についての設問は、「ワクチン接種によって、あなたの消費行動には変化がありましたか。まだワクチン接種を行っていないけれども今後行いたいという方は、見込みをお答えください」で、回答の選択肢は、「消費支出が増加した／増加する見込み」、「消費支出が減少した／減少する見込み」、「変わらない／変わらない見込み」である。集計結果をまとめたのが表8である。全回答者で見ると、増加・増加見込み 13.7%、変わらない 75.5%、減少・減少見込み 10.7%で、増加・増加見込みが減少・減少見込みよりもわずかに多いが、回答者の3/4は変わらないという回答である。増加／減少の量的な大きさを尋ねているわけではないが、前節で示した新型コロナ終息後の消費行動の見込み(表5)と比較すると、増加・増加見込みという回答はずっと少ない。この結果は、新型コロナ下で積み上がった強制貯蓄は、感染症が終息すればかなりペントアップ需要につながると見られるものの、自分自身がワクチン接種を行うことの効果はさほど大きくない可能性を示唆している。

個人特性別に見ると、女性で増加・増加見込みという回答がやや多いが、年齢や主観的な感染リスクや重症化リスクはあまり関係がない。既に接種を終えた人の現実の消費行動と、今後受ける予定の人の消費行動の見通しの間でも目立った違いは見られない。世帯年収との関係は見られ、世帯年収が多いほど、ワクチン接種によって消費を活発化する傾向がある。増加=3、不変=2、減少=1として順序プロビット推計を行った結果が表9である。女性の係数は高い有意水準の正值であり、クロス集計結果と整合的だが、年齢階層の係数はいずれも有意でなく、世帯年収(対数)の係数も有意水準は低い((1)列)。主観的重症化リスクはマージナルに有意な負値ではあるが、絶対値はごく小さい。

¹¹ 主観的な健康状態に関する設問は、「あなたの現在の健康状態(肉体的、精神的)はいかがですか」で、選択肢は「良い」、「まあまあ良い」、「普通」、「あまり良くない」、「良くない」である(推計では「普通」が参照カテゴリー)。主観的なリスク態度に関する設問は、「一般論として、あなたはリスクを取るのを厭わないタイプですか、それともリスクを取るのを避けるタイプですか」で、選択肢は、「リスクを避ける」、「どちらかと言えばリスクを避ける」、「どちらとも言えない」、「どちらかと言えばリスクを厭わない」、「リスクを厭わない」である(推計では「どちらとも言えない」が参照カテゴリー)。

¹² 主観的な感染リスク、重症化リスクに関する設問は、それぞれ「あなたが今後1年以内に新型コロナに感染して、病院での治療を必要とする症状が現れる確率はどの程度あると思いますか」、「あなたが今後1年以内に新型コロナに感染して、病院での治療を必要とする症状が現れる確率はどの程度あると思いますか」で、いずれも主観的確率を%で回答する形式である。

いずれにしても決定係数は低く、観測可能な個人特性で説明できる部分のごく限られている。

同表(2)列は、昨年に GoTo トラベル、GoTo イートを利用した人のダミー変数を用いた結果である。¹³ 興味深いことに、GoTo トラベル、GoTo イートを利用した人（特に前者）は、高い有意水準で消費支出増加と回答する傾向が見られる。旅行、外食などへの消費に積極的な人は、自身がワクチン接種を行うことで消費を活発化させることを示している。逆に言うと、今後、GoTo キャンペーンのような政策がなくても、これらの人はリベンジ消費を積極的に行う傾向があることを示唆している。

最後に同表(3)列は、新型コロナ後の消費支出の変化率を用いた結果である。この係数は5%水準で有意な正值であり、新型コロナ後に消費を大きく減少させた人ほど自身のワクチン接種によって消費支出を増やすという関係は観察されない。自分自身がワクチン接種を受けることでペントアップ需要が顕在化するとは言いにくいことを示唆している。

5. 結論

ワクチン接種の拡大が、新型コロナ下で積み上がった強制貯蓄の取り崩しによるペントアップ需要の顕在化につながることへの期待が大きい。しかし、消費に対してどの程度の効果がありうるかについての情報は乏しい。本稿は、2021年7月に行った約9,000人へのサーベイに基づき、新型コロナ感染症、ワクチン接種と消費行動の関係について観察事実を整理した。

その結果によると、第一に、新型コロナが終息した後に消費支出を増やす意向を持つ人はかなり多いが、自身のワクチン接種によって消費を拡大するという人は少ない。ワクチン接種に伴うペントアップ需要は、余暇・娯楽サービスや外食への支出を増やす可能性はあるものの、感染症自体が終息しない限りマクロ的なインパクトは限られる可能性がある。第二に、観測可能な個人特性との関係は弱いですが、男性よりも女性、高所得層、昨年のGoTo キャンペーンを利用した人は、ワクチン接種に伴う消費拡大意欲が比較的強い傾向がある。これらの人は、政策的な刺激策がなくてもリベンジ消費を積極的に行う可能性が高いことを示唆している。

ただし、本稿の結果の大きな部分は意向調査に依存しており、事後的に観察した現実の消費データを用いたものではないこと、変異株に対するワクチンの有効性をはじめ不確実性が高いことを留保しておきたい。

¹³ GoTo キャンペーンの利用に関する設問は、「あなたは GoTo トラベルを利用しましたか」、「GoTo イート・キャンペーンをあなたは利用しましたか」といういずれも二者択一の質問である。

(参考文献)

〈邦文〉

宇南山卓・古村典洋・服部孝洋 (2021), 「コロナ禍における現金給付の家計消費への影響」, RIETI Discussion Paper, 21-J-022.

関沢洋一・橋本空・越智小枝・宗未来・傳田健三 (2021), 「どういふ人々が新型コロナウイルスのワクチンを接種したがるか：インターネット調査における検証」, RIETI Discussion Paper, 21-J-026.

佐々木周作・齋藤智也・大竹文雄 (2021), 「ワクチン接種意向の状況依存性：新型コロナウイルス感染症ワクチンに対する支払意思額の特徴とその政策的含意」, RIETI Discussion Paper, 21-J-007.

内閣府 (2021), 「令和3 (2021) 年度 内閣府年央試算」.

日本銀行 (2021a), 「展望レポート」, 2021年4月.

日本銀行 (2021b), 「展望レポート」, 2021年7月.

〈英文〉

Baker, Scott R., R. A. Farrokhnia, Steffen Meyer, Michaela Pagel, and Constantine Yannelis (2020), “Income, Liquidity, and the Consumption Response to the 2020 Economic Stimulus Payments,” NBER Working Paper, No. 27097.

Chetty, Raj, John N. Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner, and The Opportunity Insights Team (2020), “How Did COVID-19 and Stabilization Policies Affect Spending and Employment? A New Real-Time Economic Tracker Based on Private Sector Data,” NBER Working Paper, No. 27431.

Coibion, Olivier, Yuriy Gorodnichenko, and Michael Weber (2020), “How Did U.S. Consumers Use Their Stimulus Payments?” NBER Working Paper, No. 27693.

Kaneda, Michiru, So Kubota, and Satoshi Tanaka (2021), “Who Spent their COVID-19 Stimulus Payment? Evidence from Personal Finance Software in Japan,” *Japanese Economic Review*, Vol. 72, No. 3, pp. 409-437.

Sasaki, Shusaku, Hirofumi Kurokawa, and Fumio Ohtake (2021), “Effective but Fragile? Responses to Repeated Nudge-Based Messages for Preventing the Spread of COVID-19 Infection,” *Japanese Economic Review*, Vol. 72, No. 3, pp. 371-408.

表1 新型コロナの消費への影響

		N	減少	不変	増加
計		8,909	17.7%	78.4%	3.9%
性別	男	4,688	17.3%	79.7%	3.0%
	女	4,221	18.2%	76.9%	4.9%
年齢	20代	699	18.6%	76.5%	4.9%
	30代	1,178	15.9%	80.1%	4.1%
	40代	1,720	16.5%	79.1%	4.4%
	50代	1,735	18.1%	77.6%	4.3%
	60代	2,059	18.6%	78.2%	3.2%
	70以上	1,518	18.6%	78.2%	3.2%
世帯年収	100万円未満	471	9.1%	86.2%	4.7%
	100～199万円	527	13.3%	82.5%	4.2%
	200～299万円	1,007	14.8%	80.4%	4.8%
	300～399万円	1,318	15.9%	80.0%	4.0%
	400～499万円	1,191	17.2%	78.8%	3.9%
	500～599万円	905	16.8%	79.3%	3.9%
	600～699万円	721	21.2%	74.8%	4.0%
	700～799万円	686	19.0%	77.1%	3.9%
	800～899万円	518	23.4%	73.0%	3.7%
	900～999万円	418	21.5%	76.1%	2.4%
	1,000～1,249万円	580	22.1%	75.2%	2.8%
	1,250～1,499万円	244	19.3%	78.3%	2.5%
	1,500～1,999万円	173	31.2%	65.9%	2.9%
	2,000万円以上	150	19.3%	76.7%	4.0%

表2 新型コロナ及びその終息による消費行動変化

	(1) コロナの消費への影響		(2) コロナ終息後消費		(3) コロナ終息後消費・補正		(4) コロナ終息後消費・補正	
	OLS		Ordered probit		Ordered probit		Ordered probit	
	Coef.	Robust SE	Coef.	Robust SE	Coef.	Robust SE	Coef.	Robust SE
女性	0.1192	0.2930	0.0809	0.0255 ***	0.0536	0.0249 **	0.0704	0.0260 ***
20歳代	-1.7903	0.7186 **	0.1672	0.0578 ***	0.1904	0.0556 ***	0.1615	0.0590 ***
30歳代	-0.1664	0.5017	0.1179	0.0457 **	0.0795	0.0450 *	0.0873	0.0467 *
50歳代	-0.5241	0.4592	-0.1183	0.0405 ***	-0.0555	0.0397	-0.0852	0.0416 **
60歳代	-1.3502	0.4271 ***	-0.0632	0.0388	0.0425	0.0380	-0.0027	0.0395
70歳以上	-1.4214	0.4617 ***	-0.0237	0.0417	0.0878	0.0411 **	0.0415	0.0427
ln世帯年収	-1.1230	0.1966 ***	0.0131	0.0168	0.1068	0.0161 ***	0.0717	0.0172 ***
コロナ後の消費変化							-0.0426	0.0020 ***
Cons.	3.9492	1.2822 ***						
Nobs.	8,909		8,909		8,909		8,909	
R ²	0.0054		0.0042		0.0048		0.1191	

(注) ***: $p < 0.01$, **: $p < 0.05$. (2), (3)は Pseudo R². (1)は新型コロナに伴う消費支出の変化率、(2), (3), (4)は新型コロナ終息による消費支出の増加／不変／減少（それぞれ 3, 2, 1）が被説明変数。(3), (4)は現在と比較した消費支出の増減に補正。年齢階層の参照カテゴリーは 40 歳代。

表3 新型コロナ終息後の消費

		N	減少	不変	増加
計		8,909	10.4%	71.8%	17.7%
性別	男	4,688	10.7%	73.0%	16.3%
	女	4,221	10.2%	70.6%	19.3%
年齢	20代	699	11.0%	62.5%	26.5%
	30代	1,178	9.0%	68.9%	22.1%
	40代	1,720	9.9%	72.3%	17.8%
	50代	1,735	12.4%	72.6%	15.0%
	60代	2,059	10.5%	73.9%	15.5%
	70以上	1,518	9.6%	74.2%	16.2%
世帯年収	100万円未満	471	14.2%	66.2%	19.5%
	100～199万円	527	10.2%	76.9%	12.9%
	200～299万円	1,007	9.2%	73.4%	17.4%
	300～399万円	1,318	9.6%	71.5%	18.9%
	400～499万円	1,191	11.3%	71.8%	17.0%
	500～599万円	905	10.1%	71.5%	18.5%
	600～699万円	721	10.8%	69.9%	19.3%
	700～799万円	686	9.5%	72.6%	17.9%
	800～899万円	518	10.0%	73.2%	16.8%
	900～999万円	418	10.8%	69.6%	19.6%
	1,000～1,249万円	580	10.7%	72.6%	16.7%
	1,250～1,499万円	244	9.8%	73.8%	16.4%
	1,500～1,999万円	173	12.7%	68.2%	19.1%
	2,000万円以上	150	11.3%	72.7%	16.0%

表4 現在と比較したコロナ終息後の消費

		新型コロナ終息後の消費		
		減少	不変	増加
新型コロナの消費への影響	減少	4.2%	10.5%	3.0%
	不変	5.7%	59.4%	13.4%
	増加	0.5%	2.0%	1.3%

(注)「新型コロナの消費への影響」、「新型コロナ終息後の消費」は、いずれも新型コロナ以前との比較。赤字、青字は、現在との比較での新型コロナ終息後の消費（赤字は増加、青字は減少）。

表5 現在との比較での新型コロナ終息後の消費

		N	減少	不変	増加
計		8,909	8.2%	64.9%	26.9%
性別	男	4,688	7.8%	66.6%	25.5%
	女	4,221	8.6%	63.0%	28.4%
年齢	20代	699	8.7%	56.4%	34.9%
	30代	1,178	8.5%	61.7%	29.8%
	40代	1,720	8.3%	65.9%	25.8%
	50代	1,735	9.5%	66.3%	24.3%
	60代	2,059	7.5%	66.9%	25.6%
	70以上	1,518	7.2%	66.0%	26.8%
世帯年収	100万円未満	471	12.5%	65.4%	22.1%
	100～199万円	527	9.5%	70.6%	19.9%
	200～299万円	1,007	8.7%	66.5%	24.7%
	300～399万円	1,318	7.7%	66.5%	25.9%
	400～499万円	1,191	8.0%	67.2%	24.9%
	500～599万円	905	8.0%	64.8%	27.3%
	600～699万円	721	9.4%	58.7%	31.9%
	700～799万円	686	7.9%	63.0%	29.2%
	800～899万円	518	6.9%	62.7%	30.3%
	900～999万円	418	6.0%	65.3%	28.7%
	1,000～1,249万円	580	8.1%	61.4%	30.5%
	1,250～1,499万円	244	6.6%	65.2%	28.3%
	1,500～1,999万円	173	4.0%	61.3%	34.7%
	2,000万円以上	150	8.0%	66.0%	26.0%

表6 新型コロナ・ワクチンの接種状況・意向

	N	行った	行いたい	行うつもりはない
計	8,909	33.9%	52.1%	14.0%
男	4,688	33.5%	54.1%	12.4%
女	4,221	34.3%	49.9%	15.8%
20代	699	14.9%	61.9%	23.2%
30代	1,178	13.7%	64.4%	21.9%
40代	1,720	13.1%	67.8%	19.1%
50代	1,735	13.5%	71.8%	14.7%
60代	2,059	52.2%	40.3%	7.5%
70以上	1,518	80.2%	13.6%	6.1%

表7 ワクチン接種を行うつもりはない人の個人特性

	(1)		(2)	
	dF/dx	Robust SE	dF/dx	Robust SE
女	0.0373	0.0075 ***	0.0359	0.0074 ***
20歳代	0.0281	0.0148 **	0.0321	0.0151 **
30歳代	0.0229	0.0122 **	0.0255	0.0123 **
50歳代	-0.0333	0.0093 ***	-0.0351	0.0092 ***
60歳代	-0.1029	0.0076 ***	-0.1060	0.0076 ***
70歳以上	-0.1124	0.0070 ***	-0.1169	0.0069 ***
専門学校	-0.0173	0.0114	-0.0190	0.0113
短大・高専	-0.0289	0.0107 **	-0.0314	0.0106 ***
大学	-0.0230	0.0084 ***	-0.0249	0.0084 ***
大学院	-0.0317	0.0139 **	-0.0320	0.0141 **
健康・良い	0.0038	0.0099	0.0047	0.0099
まあまあ良い	-0.0194	0.0087 **	-0.0238	0.0086 ***
あまり良くない	-0.0155	0.0106	-0.0140	0.0107
健康・良くない	0.0444	0.0216 **	0.0722	0.0229 ***
リスク回避	0.0061	0.0109		
やや回避	-0.0299	0.0090 ***		
やや選好	0.0142	0.0144		
リスク選好	0.1054	0.0321 ***		
主観的感染リスク			-0.0003	0.0004
主観的重症化リスク			-0.0003	0.0004
ln世帯年収	-0.0286	0.0046 ***	-0.0304	0.0047 ***
Nobs.	8,898		8,898	
Pseudo R ²	0.0676		0.0629	

(注) プロビット推計の限界効果を表示。***: p<0.01, **: p<0.05, *: p<0.10。ダミー変数の参照カテゴリーは、40歳代、中学・高校卒、健康「普通」、リスク選好「どちらとも言えない」。

表8 ワクチン接種と消費行動

		N	減少	不変	増加
計		8,909	10.7%	75.5%	13.7%
性別	男	4,105	12.5%	74.8%	12.6%
	女	3,553	8.6%	76.4%	15.0%
年齢	20代	537	15.3%	66.5%	18.2%
	30代	920	12.4%	72.5%	15.1%
	40代	1,392	11.1%	74.0%	14.9%
	50代	1,480	11.8%	73.7%	14.5%
	60代	1,904	10.5%	76.7%	12.8%
	70以上	1,425	6.7%	82.7%	10.5%
学歴	中学・高校	2,258	9.0%	78.4%	12.5%
	専門学校	772	9.6%	75.5%	14.9%
	短大・高専	939	10.9%	74.1%	15.0%
	大学	3,237	12.0%	74.3%	13.8%
	大学院	444	12.2%	73.2%	14.6%
世帯年収	100万円未満	353	11.3%	78.8%	9.9%
	100～199万円	426	8.2%	80.5%	11.3%
	200～299万円	880	8.6%	78.1%	13.3%
	300～399万円	1,165	8.9%	79.1%	12.0%
	400～499万円	1,024	12.6%	73.7%	13.7%
	500～599万円	769	10.8%	76.2%	13.0%
	600～699万円	629	10.5%	73.8%	15.7%
	700～799万円	598	11.0%	75.9%	13.0%
	800～899万円	454	11.7%	71.1%	17.2%
	900～999万円	373	13.4%	71.6%	15.0%
	1,000～1,249万円	506	13.4%	72.7%	13.8%
	1,250～1,499万円	208	11.5%	71.6%	16.8%
	1,500～1,999万円	150	10.0%	70.7%	19.3%
	2,000万円以上	123	10.6%	68.3%	21.1%
ワクチン接種	接種済み	3,018	7.7%	80.6%	11.6%
	接種予定	4,640	12.7%	72.2%	15.1%
GoTo Travel	非利用	5,041	10.5%	78.4%	11.1%
	利用	2,617	11.1%	70.1%	18.8%
GoTo Eat	非利用	5,213	10.5%	77.8%	11.7%
	利用	2,445	11.3%	70.6%	18.1%

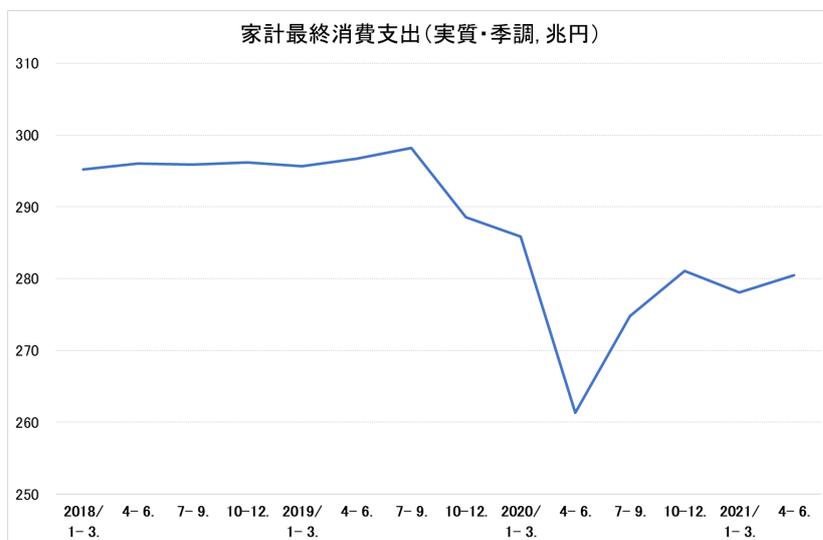
(注) ワクチン接種を「行うつもりはない」と回答した人を除く。

表9 個人特性とワクチン接種による消費行動変化

	(1)		(2)		(3)	
	Coef.	Robust SE	Coef.	Robust SE	Coef.	Robust SE
女	0.1622	0.0282 ***	0.1601	0.0281 ***	0.1611	0.0281 ***
20代	-0.0228	0.0689	-0.0533	0.0692	-0.0107	0.0689
30代	-0.0233	0.0542	-0.0360	0.0543	-0.0188	0.0542
50代	-0.0236	0.0470	-0.0225	0.0469	-0.0224	0.0469
60代	-0.0265	0.0443	-0.0320	0.0439	-0.0207	0.0439
70以上	0.0163	0.0451	0.0218	0.0444	0.0239	0.0444
ln世帯年収	0.0361	0.0185 *	0.0176	0.0185	0.0425	0.0185 **
主観的感染リスク	0.0018	0.0014				
主観的重症化リスク	-0.0033	0.0017 *				
GoTo Travel利用			0.1459	0.0323 ***		
GoTo Eat利用			0.0840	0.0328 **		
コロナ後の消費変化					0.0033	0.0013 **
Nobs.	7,658		7,658		7,658	
Pseudo R ²	0.0037		0.0069		0.0043	

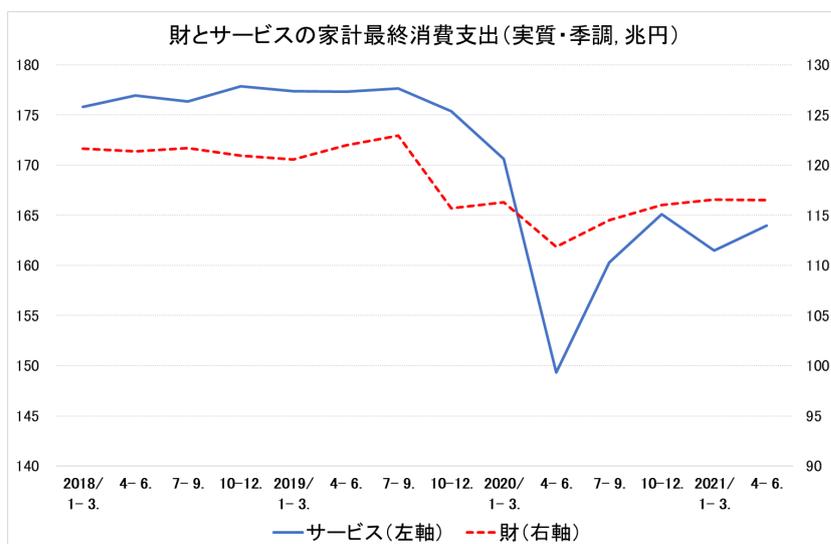
(注) 順序プロビット推計。***: $p < 0.01$, **: $p < 0.05$, *: $p < 0.10$ 。参照カテゴリーは年齢階層 40 歳代、GoTo キャンペーンは非利用者。

図1 家計消費支出の動向



(注)「四半期別 GDP 速報 (2021 年 4-6 月期・1 次速報)」(内閣府) より作成。

図2 形態別の家計最終消費支出



(注)「四半期別 GDP 速報 (2021 年 4-6 月期・1 次速報)」(内閣府) より作成。