

新型コロナウイルスの影響から、消費者の所得に対する見方が慎重化している。アフターコロナの世界でも、ECやキャッシュレスなど消費のデジタル化やイエナカ志向の加速・拡大が予想され、関連業界ではそうした構造変化を見据えて、商品やサービスを開発し提供したい。

県内に本社を置く上場企業(3月決算企業29社<除く金融>)の2019年度業績は、売上高が前期比▲0.7%減、経常利益が同▲13.9%の減収減益となった(図表1)。貿易摩擦や消費増税の影響などから、中間決算時でも慎重な見通し(中間決算時点の通期見通し、売上高:前期比+1.9%増、経常利益同▲6.2%減)にあったが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて中間時からさらに下振れた。訪日客急減や外出・営業自粛から、陸運(経常利益、中間時点:前期比▲4.4%→実績:同▲17.0%)、サービス(同▲12.7%→同▲21.1%)、卸・小売(同+10.3%→同+2.8%)などで修正幅が大きかった。

企業業績の悪化から、消費者(家計)の所得に対する見通しにも変化がみられる。千葉経済センターが千葉銀行来店者を対象に実施しているボーナスアンケートによると(図表2)、本年夏の予想額は58.9万円と、前年実績に比べ▲2.6%減少する見通しとなった(調査期間4月1日~7日。有効回答数894人)。夏季賞与の減額は2012年以来8年ぶりとなる。

「家計調査」から緊急事態宣言下の家計行動をみると(4月、千葉市)、営業自粛や外出の抑制から、宿泊料や交通費、外食などが大きく減少し、全体では前年から▲6.5%減少した(図表3)。この間、買い溜めから、冷凍食品やトイレトペーパーなどが増加したほか、巣ごもりで、ゲームソフトや玩具、書籍、小麦粉・バター(お菓子作り)などの支出も増えた。パソコンの伸びはテレワークやオンライン授業などへの対応とみられる。コロナ禍の後、EC(電子商取引)や動画配信サービス、キャッシュレス決済など消費のデジタル化が加速することが予想される。また、健康・衛生面への関心の高まりやイエナカ・お一人様需要などの構造的な消費行動変化も予想される。

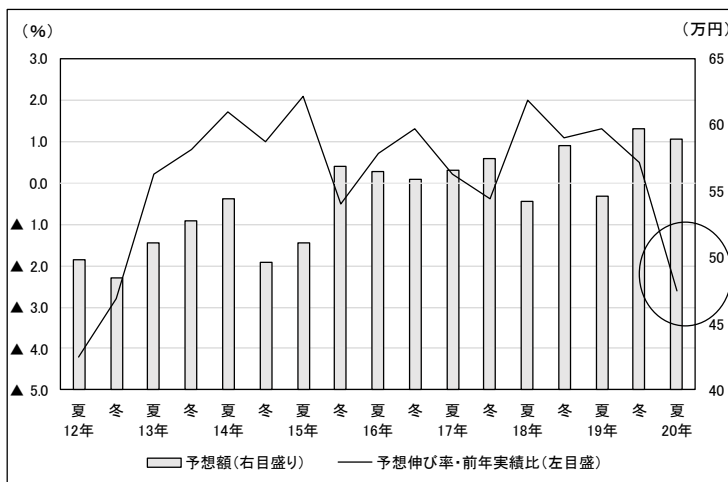
先行きの個人消費は、ウィルス感染の終息時期や経済正常化のペースに大きく左右されるが、消費関連産業においては、アフターコロナの消費者の嗜好や価格感応度などの構造的な変化も見据えたうえで、商品やサービスなどを開発し提供したい(下出)。

【図表1 上場企業の19年度の業績】

	売上高 (億円)	前期比(%)		経常 利益 (億円)	前期比(%)	
		実績	中間時点 予想		実績	中間時点 予想
上場企業(29社)	26,093	▲0.7	1.9	2,875	▲13.9	▲6.2
製造業(14社)	7,817	▲0.9	▲0.8	468	▲16.6	▲13.7
食料品(4社)	5,061	2.9	2.7	391	2.6	2.6
金属製品・機械(7社)	2,352	▲7.0	▲7.1	78	▲54.8	▲48.1
その他製品(3社)	404	▲8.8	▲3.4	▲2	-	▲50.1
非製造業(15社)	18,276	▲0.6	3.1	2,407	▲13.3	▲4.7
卸・小売(6社)	8,542	2.5	5.0	700	2.8	10.3
サービス(5社)	5,503	▲9.1	▲2.5	1,097	▲21.1	▲12.7
建設(1社)	1,125	9.0	6.5	146	0.4	1.1
陸運(3社)	3,105	4.7	8.1	464	▲17.0	▲4.4

(注) 全国の証券取引所に上場する3月決算企業のうち(金融除く)、県内に実質の本社を置き、3月15日までに19年度業績を公表した企業(うち中間時点で通期見通しを公表していた先)について集計

【図表2 ボーナスアンケート】



(出所:千葉経済センター)

【図表3 家計調査・品目別支出(4月、千葉市)】

	品目	前年同月比 増減率(%)
↑ 増加	乾うどん・そば	52.9
	冷凍調理食品	45.4
	バター	183.1
	小麦粉	159.0
	ワイン	65.8
	保健用消耗品	132.2
	ティッシュペーパー・トイレトペーパー	23.1
	ゲームソフト等	189.6
	玩具	99.5
	書籍	71.1
	パソコン	97.1
減少 ↓	宿泊料	▲90.5
	鉄道運賃	▲85.7
	交通	▲70.1
	ガソリン	▲31.5
	飲酒代	▲91.8
	外食	▲53.6
	映画・演劇等入場料	▲99.4
ゴルフプレー料金	▲63.4	

(出所:総務省)