

2020年10月29日

【特別企画／全国1万人調査】緊急事態宣言下における日本人の行動変容

自粛対応における消費者のジレンマ

政策研究事業本部 主席研究員 矢島洋子

1. 消費者のジレンマとは

全国一斉に緊急事態宣言が出されていた期間、就労に関する行動については、政府や自治体からの休業要請・事業継続要請に応じ、企業規模、業種、職種ごとに一定の変化がみられた¹。就学については、緊急事態宣言前からの一斉休校等の影響を受け、代替となる学習手段が未整備のまま大幅に活動が抑制されることとなった²。では、生活を営む上で必要な、「買い物をする」「飲食をとる」「理・美容等のサービスを利用する」「宿泊する」「娯楽施設を利用する」「医療を受診する」といった、いわば「消費者としての行動」についてはどのような変化があっただろうか。

今回の調査では、以下に示す2つの仮説を設定した。①多くの人々が、自身の感染リスクの軽減だけを考えて行動選択したのではなく、消費者あるいはサービスの受け手として、社会生活の維持のために必要不可欠な仕事をしている、いわゆる「エッセンシャルワーカー」の「感染リスクに配慮する行動」を心掛けていたのではないかと、②ただし、そのためにどのような行動を選択すべきか「判断に迷う状況」があったのではないかと。

本稿では、この仮説を検証すべく、人々が消費者として、自身の生活上のニーズから買い物等の行動を取る必要がある中で、自身の感染リスクはもちろん、「エッセンシャルワーカー」の人々の感染リスク等を考慮した行動抑制との兼ね合いで陥ったジレンマに焦点を当てる。消費者として、どのような行動を適切と判断したのか、その判断にはどの程度ばらつきがあったのか、判断ができなかった人はどの程度いたのか。エッセンシャルワーカーの感染リスクへの配慮の違いによって、買い物行動についての判断がどの程度異なるのか。

また、消費者としての「適切な判断」において、回答者全体と、「買い物」や「飲食をとる」などのサービスを提供する側に立つエッセンシャルワーカーの人々の「判断」との間に差はあるのか。つまり、スーパーで働く人は、「スーパー等での買物を控える」のが良いと考える割合が、他の人々に比べて高いのか、あるいは変わらないのか。「医療」従事者は、「軽い症状での受診」でも積極的にすべきと考える割合が、他の人々よりも高いのか、あるいは変わらないのか。多くの人が「エッセンシャルワーカー」の感染リスクに配慮する消費者行動を心掛けたいと考え、迷いながらも「適切」と判断した行動が正解だったのかどうか。その「判断基準」が見えてこない中で、当該領域で働く人々の認識との比較から、消費者としての行動の妥当性を検討したい。あるいは、消費者としての判断のジレンマは、同時にサービスを提供する側（エッセンシャルワーカー）にとつてのジレンマでもあるのではないかと、という視点も提示したい。

2. エッセンシャルワーカーの感染リスクへの配慮

まずは、人々が本当に、緊急事態宣言下においても「エッセンシャルワーカーの感染リスクに配慮する」という意識を持っていたのかどうかを確認する。

設問としては、「(医療・生活必需品・運送等)仕事で接触を避けられない人たちのリスク軽減につながる行動を心掛け

¹ 就労者の通勤については、「[就労者における都道府県間移動の実態と働き方の変化](#)」、働き方の変化については「[企業規模・業種・職種別にみる働き方の変化と課題](#)」を参照のこと。

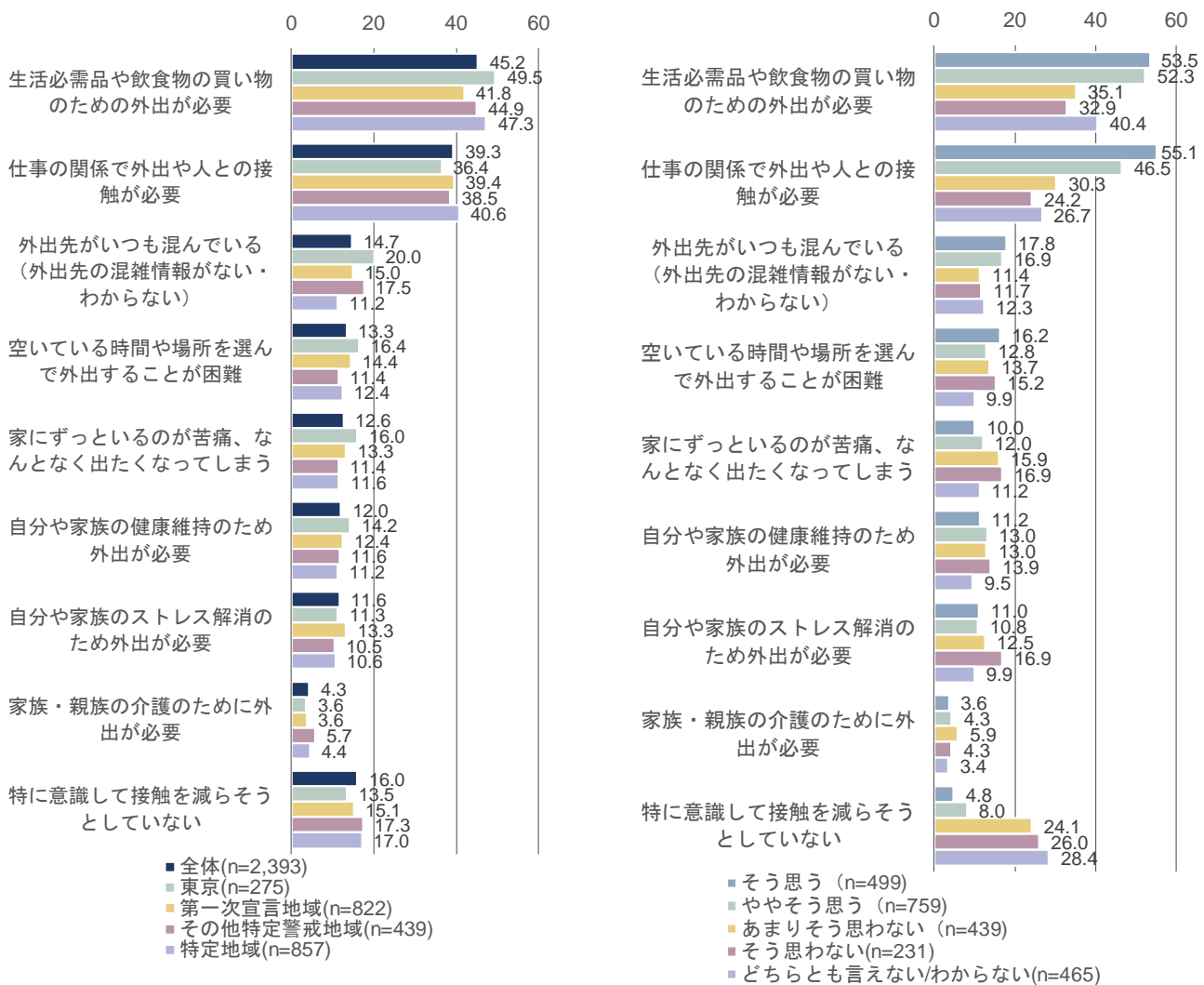
² 子どもの学習環境の変化については、「[臨時休校中の子どもの学習状況](#)」「[一斉休校等による子どもの生活への影響と保護者の負担感](#)」を参照のこと。注1,2共に右記サイトに掲載されている。https://www.murc.jp/survey_covid-19/

次に多い理由をみると、「外出先がいつも混んでいる(外出先の混雑情報がない・わからない)」であり、全体の回答割合は、14.7%だが、東京では 20%と高くなっている。ついで、「空いている時間や場所を選んで外出することが困難」という理由が上げられ、この 2 つの回答は、外出そのものの問題というより、混雑を避けて行動することの難しさを表している。新型コロナウイルス感染症専門家会議からは、4月 22 日に「人との接触を減らす、10 のポイント」(以下、「10 のポイント」)が示され⁴、消費者として期待される行動についても、この中で一定程度示されている。しかし、この「10 のポイント」で「スーパーは 1 人または少人数で空いている時間に」と促されても、先の回答結果にみるように、「いつ空いているのかわからない」「(仕事などの都合で)時間帯を選べない」といった理由で、期待される行動を取れないことにジレンマを感じた人も少なくないであろう。アンケートの自由回答にも、「スーパーがいつの時間帯でも混んでいて、感染のリスクがあって不安(女性、30 代、関東)」「スーパーの空いている時間帯がわからない(女性、60 代、北海道・東北)」「自粛するために買い物の回数を減らしても、買い物に来ている人が普段よりも多くなっているため 3 密を避けての買い物が難しくなった(女性、20 代、九州・沖縄)」といった声が寄せられている。

図表2 「三密を避ける」という方針に沿った行動ができない理由(複数回答)

(1)全体・特定地域区分別

(2)「仕事で接触を避けられない人たちのリスク軽減につながる行動を心掛ける」という意識別


⁴ 厚生労働省サイト「人との接触を 8 割減らす、10 のポイント」

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_00116.html

また、「子どもがまだ小さいため、スーパーへの買い物に子どもを連れて行くしかない状況があるが、抵抗がある(女性、20代、東海)」といった回答もあり、大人が1人しかいない世帯で「小さな子どもを留守番させられない」といった理由や、家族のストレスや運動不足解消のため外出したいが「なにか理由がないと外出しにくい」ことなどから、「子連れでスーパーに行く」という選択をした人もいたのではないだろうか。

一方、図表 2(2)にみられるように、エッセンシャルワーカーのリスク軽減につながる行動を心掛けることに関心のない層(「あまりそう思わない」「そう思わない」)では、「特に意識して接触を減らそうとしていない」割合が高くなっていることにも留意が必要であろう。新型コロナ感染拡大防止策として、「3密を避ける」「人との接触8割減」といった個々人の行動規範を設定するだけでなく、そうした行動への対応可能性が家族構成や就業状況等により様々であること、また、社会・経済を維持するために外出や人との接触を伴う活動を継続する必要のある人々(エッセンシャルワーカー)が存在することなど、社会の多様性を前提として、目指すべき方向性を共有し、協力意識を醸成することも必要だということではないだろうか。

4. 緊急事態宣言下での消費者としての行動判断

では、実際に、買い物や飲食、宿泊、理・美容、娯楽といったサービス利用、医療受診について、緊急事態宣言下で外出自粛や3密回避が求められる中、人々はどのように判断して行動したのだろうか⁵。今回の調査では、「自粛要請がある一方で、私たちの社会生活の維持や感染拡大防止のために、活動を余儀なくされる方たちもいます。そうした方たちの新型コロナウイルス感染防止と、経済的破綻回避の両面からみて、以下のことにどのように対応するのがよいと思いますか」という質問を設定した。

行動判断の選択肢として、「利用を控える」「過密を避ける工夫をして利用する」「これまで通り利用する」「積極的に利用する」「どう対応するのがよいかわからない」「その他」を設定し、図表 3 に示した 10 の行動について、どのような判断をしたかを訊いている(次頁図表 3 参照)。

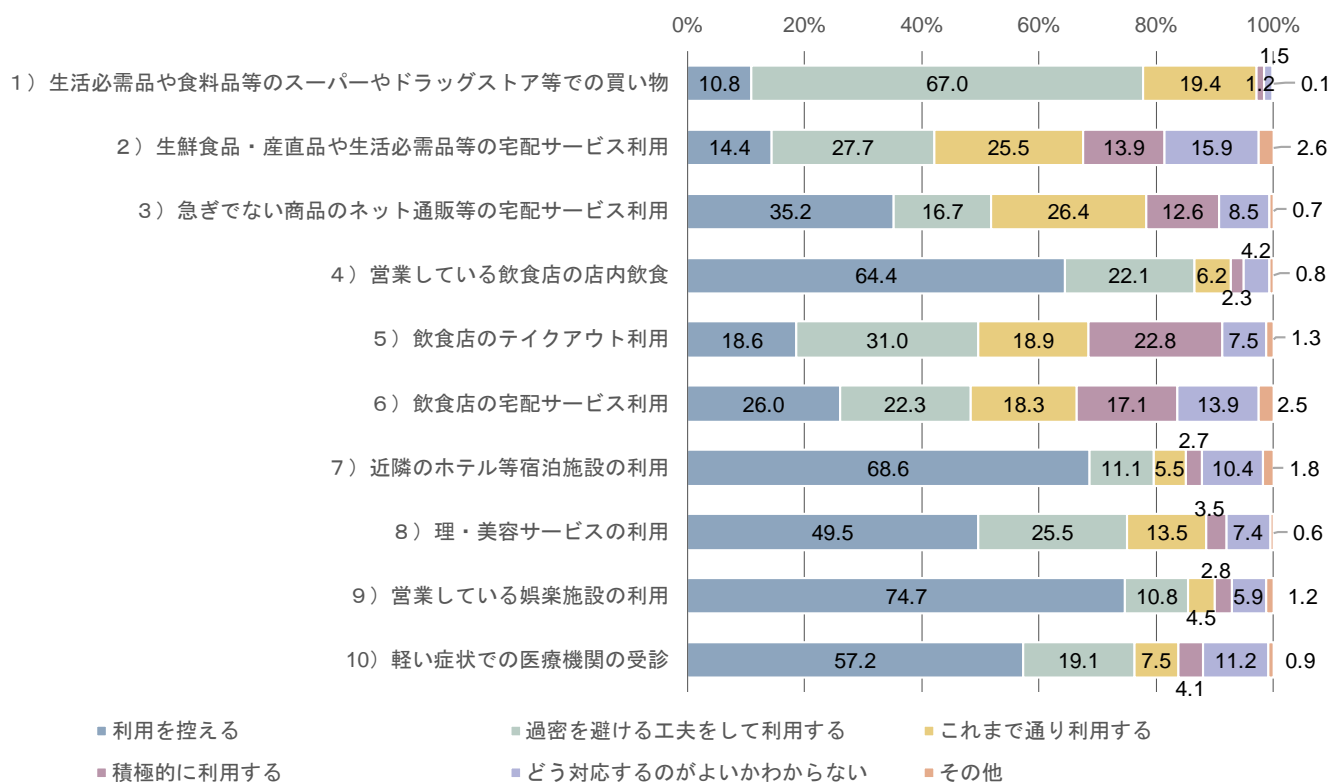
「1)生活必需品や食料品等のスーパーやドラッグストア等での買い物」では、「過密を避ける工夫をして利用する」との回答割合が最も高く、67.0%と約3分の2を占める。宅配サービス関連では、「2)生鮮食品・産直品や生活必需品等」「3)急ぎでない商品のネット通販等」について訊いているが、「2)生活必需品等」については、「過密を避ける工夫をして利用する」が27.7%、「これまで通り利用する」が25.5%で拮抗しており、「3)急ぎでないネット通販等」は、「利用を控える」が35.2%で最も回答割合が高くなっている。また、生活必需品の購入については、スーパー等で自ら買う場合と比べ、宅配利用については、「どう対応するのがよいかわからない」との回答割合が高く、自ら買う場合が1.5%であるのに対し、宅配は15.9%と約10倍となっている。

飲食店に関しては、「4)店内飲食」「5)テイクアウト利用」「6)宅配サービス利用」について訊いているが、「4)店内飲食」については、「利用を控える」が最も回答割合が高く6割以上を占める。「5)テイクアウト」については、「過密を避ける工夫をして利用」が31.0%で最も高く、次いで「積極的に利用する」が22.8%となっている。一方「宅配」については、「利用を控える」が26.0%で最も高く、次いで「過密を避ける工夫をして利用」が22.3%であり、他の選択肢についてもそれぞれ10%を超えており、回答がばらつく結果となっている。「生活必需品」の「宅配」と同様、「どう対応するのがよいかわからない」の割合も13.9%と比較的高い。生活必需品や飲食など、元々自分で出向いて購入したり、サービスを受けていたものを「宅配」という形で利用することについては、自分の外出は避けることができても、間に入って「宅配」を担ってくれる人の感染リスクや社会全体として外出する人を増やしてしまう、といった観点からの判断の難しさが、回答のばらつきに表れて

⁵ 10の行動について、どの選択をすることが政府の目指す感染拡大防止において「正解」であったのかはわからない。そのため、本稿でも、選択の良し悪しに言及することはせず、人々の判断の実態を整理している。今後、緊急事態宣言下での自粛要請に対する政府の評価がなされる過程で、これら10の行動についても、どのような選択が望ましかったのか、制御する必要があったのかなかったのか等の検証がなされることが期待される。

いると考えられる。

図表3 緊急事態宣言下での消費者としての行動判断（単数回答）



「7)近隣のホテル等宿泊施設」は、「利用を控える」の回答割合が最も高く、68.6%と約3分の2を占めるが、「どう対応するのがよいかわからない」も約1割と少なくない。「8)理・美容サービス」も、「利用を控える」が最も高いが、49.5%と「店内飲食」や「宿泊施設」に比べると、回答がばらついており、「過密を避ける工夫をして利用」が25.5%、「これまで通り利用」が13.5%、「積極的に利用」が3.5%と、合わせて4割強が利用に前向きな回答となっている。

「9)娯楽施設」については、「利用を控える」の回答割合が74.7%と10の行動の中で最も高くなっている⁶。

最後に、「10)軽い症状での医療機関の受診」については、「利用を控える」が最も高く、6割弱を占める。「どう対応するのがよいかわからない」も11.2%の回答があり、生活必需品や飲食店の「宅配サービス利用」に次いで、割合が高くなっている。医療については、必要な治療や健診、予防接種を受けないことによる利用者側のリスクがあることに加え、新型コロナウイルスが疑われる患者以外の受診が大幅に減ることで、医療機関の経営が厳しくなっているとの指摘もあるが、今回の調査でも、多くの人が受診を控えるという判断をしていたり、判断に迷っていたことがわかる。

5. アンケートの自由回答に寄せられた声等からみる消費者のジレンマ

スーパーでの買い物については、緊急事態宣言前に、スーパー等での「買い占め」が問題となり、政府や自治体からは、「緊急事態宣言下でも買い物のための外出は制限されないので、買い占めはしないように」といったアピールが出されたことから、まとめ買いをしてスーパーに行く頻度を下げるべきなのか、まとめ買いを避けてこまめに買い物に行った方がよいのか、といった迷いも生じたであろう。アンケートの自由回答でも、「食料等、生活必需品を購入する時に大量に購入し

⁶ 娯楽施設については、特に「パチンコ店」の自粛要請対応が注目を集めたが、今回の調査では、あえて「娯楽施設」の具体例を示さずに訊いている。

てあまり行かないようにした方が良いのか、買いだめしないが必要になるたびに買いに行く方が良いのか、迷います(男性、50代、東海)「買い物に行く回数を減らすと結果的に買いだめになってしまい、店頭の商品状況を加速させてしまう(男性、30代、関東)」といった声がある。特に、家族の多い世帯で、休校や休業・テレワーク等が重なることで、多人数が1日3食、家で食事をとることが、通常時よりも多量の食材の必要性につながり、まとめ買いか買い物頻度を上げるか、といったジレンマは大きくなる。さらに、スーパー等の従業員の感染リスクを考えれば、営業時間や従業員の出社頻度を下げられるよう、さらに利用を抑制する必要があるのではないかと、という見方もあっただろう。筆者も、防災対策等で自宅にある程度備蓄してあるインスタント食品や缶詰等を利用し、家庭での食事の内容を「緊急事態仕様」に変えれば、もっと買い物の頻度を下げることできるかもしれないが、「今」はそこまで求められている局面なのだろうか悩んだ。「食事のための買い物を2週間に1回程度にしているので、どうしても野菜不足になり健康が気になる(女性、30代、北海道・東北)」という声もあり、自主的にかなり買い物頻度を下げつつも、(自粛期間との兼ね合いにもなるが、)家族の健康も踏まえ、どの程度活動を抑制すればよいのか難しいと感じた人もいた。このように、スーパーの利用ひとつ取っても、多くの判断の迷いがあったと推察され、一時期スーパーの過密が生じたことで、自粛要請に応じない無責任な層が多くいるかのような報道やネット上の批判が見られたが、それらは本当に、非協力的で無責任な行動の結果だったと理解してよかったのだろうか。

買い物のための外出の代替として、宅配・通販の利用が考えられるが、物流業界では、緊急事態宣言が出される前から、宅配需要の急増に人手確保が追い付かないことや感染による事業所閉鎖等の影響が出ており、配達遅延や一部サービスの停止などが起こっていた⁷。そうした状況を踏まえると、「10のポイント」では「待てる買い物は通販で」とされていたものの、「待てる買い物」は緊急事態宣言明けまで待った方がよいのではないかと、という疑問も生じた。自由回答でも、「通販を利用する率が上がったり、家族親戚間で配送を利用する機会が増えたが、利用しすぎても物流や配達で働く人達のことを考えると良いのかなと思う事がある(女性、30代、甲信・北陸)」「スーパーがすぐそばにあってもネットスーパーは利用して良いのか不安でスーパーには通ってしまう。日常的な買い物を全てネットにしても流通はパンクしないのかわからないから買い物には出かけている(女性、20代、東海)」「通販を行うにも、運送業者の労働が増すので、そのせいで彼らの感染リスクが高まることを考えると、遠慮した方が良いかな、と思うようになり、全体的に購買意欲が落ちてしまっている(男性、40代、関東)」といった声がある。

レストランや喫茶店などの飲食店や理・美容業は、政府の「基本的対処方針」に基づき、事業継続要請となったものの、利用者との接触や感染不安の高いサービスであり、実態としては、事業継続していても利用客が見込めない、あるいは感染源となるリスクがあることなどから、自主的に休業した店も多かった。そのような中で、事業を継続している事業者に対して、消費者はどう行動すべきなのか。開けているからには利用して、少しでも経営の支えとなるようにすべきなのか。いや、(もし店側に補償がされるなら、)むしろ全く利用しないことで完全に休業できる環境を作った方が感染防止にプラスなのではないかと、といった考え方もあったのではないかと。自由回答では、「飲食店など使用していきたいのですが、なかなか行きづらい(女性、50代、東海)」「テイクアウトや宅配のできる飲食店がない(女性、20代、近畿)」「ひとり暮らしだとデリバリー等頼みにくい(男性、60代、関東)」「散髪屋に行くタイミングがわからない(男性、40代、近畿)」といった声がある。

ホテルなどの宿泊業は、さらに複雑な立場に置かれていた。「基本対処方針」では、飲食サービスと同様、生活必需サービスとして事業継続を要請されたものの、都道府県を超えての移動を厳に控えるとされた中で、需要は極めて小さくなる。活動を止められていない仕事上の移動(出張)目的の宿泊はあり得ても、都道府県を超えない範囲ではその需要もかなり少なくなる。また、同一都道府県内での旅行の可能性はあっても、緊急事態宣言下では、不要不急とみられる楽しみを目的とした外出には厳しい目が向けられていた。そうした中で、地元の小規模な宿泊施設を守りたいと思ったとき、消費者としての我々に取り得る方策は何だったのだろうか。実際には、先の回答結果にみられるように、消費者とサービス提供

⁷ 東洋経済 ONLINE「宅配の急増と感染リスクで物流はギリギリ」5月10日配信の記事だが、2月からの需要増や3月以降の物流会社における従業員の感染確認状況等に言及している。 <https://toyokeizai.net/articles/-/348991?page=2>

者(宿泊業側)との互いの感染リスク回避を求めて、「利用を控える」という回答が圧倒的に多くなっており、こうした消費者の判断は、緊急事態宣言解除後、夏休み期間に向けて、政府が「Go To トラベルキャンペーン」をスタートさせたものの、利用が伸びなかった理由とも重なるであろう。観光業や日本経済の立て直しの必要性は理解しても、感染不安の解消、安心の醸成がなければ消費者は動けない。

娯楽施設や遊戯施設については、これまでの領域とは異なる側面を持つ。基本的には、都道府県からの休業要請を受け、休業した施設が多数であったものの、一部休業要請に応じない施設が事業者名公表の対象となると同時に、対象となったパチンコ業界などは業界全体に批判の目が向けられた。ライブハウスやカラオケ店、スポーツクラブなどでの感染が早期に報じられたことなどから、映画館や劇場を含め、娯楽を目的とした施設利用や外出全般に自粛ムードが広がり、その影響は緊急事態宣言解除後も長く続いているとみられる。

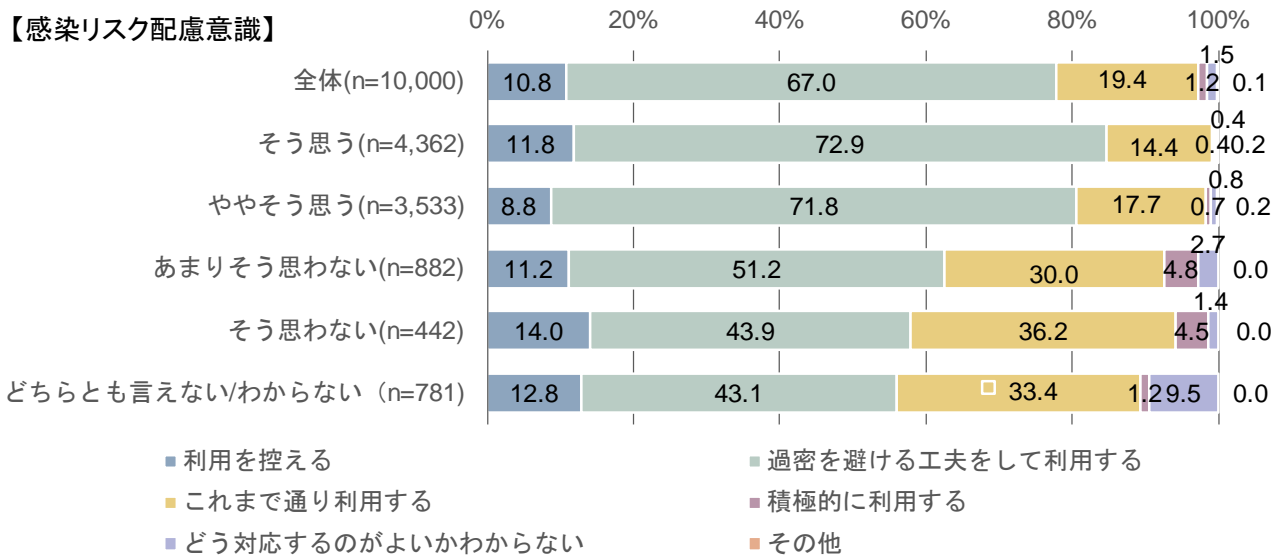
医療については、「10 のポイント」では、「診療は遠隔診療で」とされた。画期的な方策ではあるが、WEB 会議自体初めて経験したという人も少なくない中で、いきなり「遠隔診療」はハードルが高いと感じた人も多かったとみられ、緊急事態宣言期間中の利用については低い水準にとどまっていた。医療機関については、新型コロナウイルスによる医療従事者の過重労働に対する懸念と、医療機関への受診により新型コロナウイルスに感染するのではないかという不安がある。そのため、必要な治療や健診、予防接種などが受けられていない人も少なくないとみられる。自由回答では、「都内の病院受診の予約があったが延期するか迷っている、電話がつながらないので困っている(女性、60代、関東)」「子供の病院受診は病状の軽い重い判断がつかず、受診すべきか悩む(女性、30代、関東)」「病院への通院は不要不急にあたらないとして許されているが、そこで感染するリスクもあると言われていた。電話などで確認をとも思うが医療従事者の負担も増やしたくない中でどのように対処していけばいいかわからない(女性、20代、近畿)」といった声がある。こうした状況を受け、日本小児学会では、神奈川県川崎市を対象に調査を行い、その結果、3歳以降で接種するワクチンの接種率が「例年より明らかに減少」しているとして、予定通りの接種を呼び掛けている⁸。

⁸ 日本小児科学会「新型コロナウイルス感染症流行時における小児への予防接種について」
http://www.jpeds.or.jp/modules/activity/index.php?content_id=345

6. エssenシャルワーカーに配慮する意識と行動

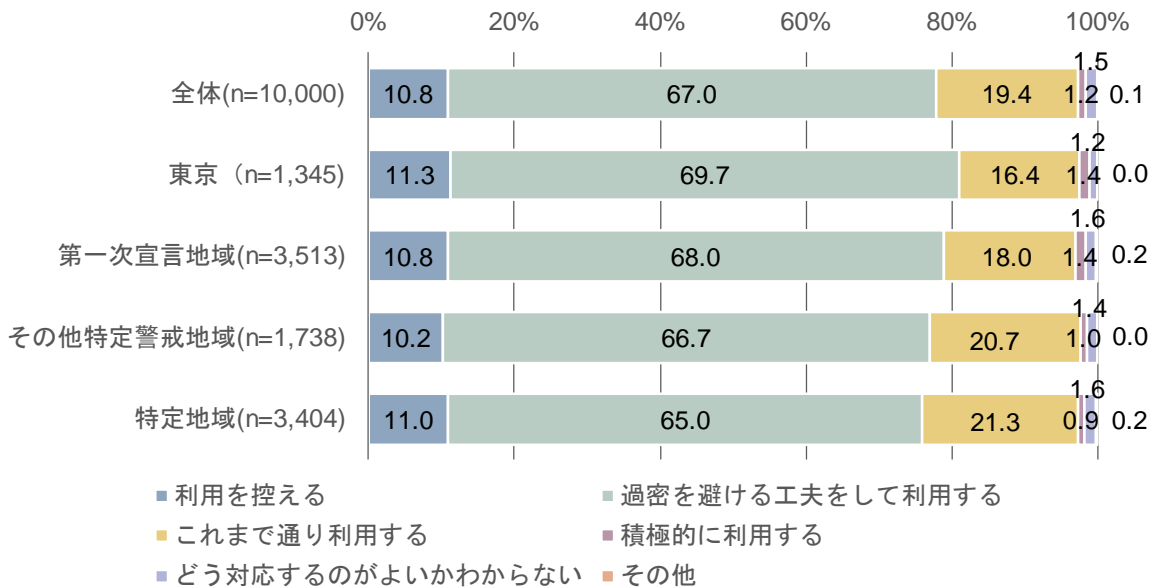
では、エssenシャルワーカーの感染リスクへの配慮意識(図表 1 参照)と、個別の消費行動に対する判断は関連しているのだろうか。「生活必需品や食料品等のスーパーやドラッグストア等での買い物」についてみる。感染リスク配慮の意識が高い(そう思う)人ほど、スーパー等での買い物について、「これまで通り利用する」の割合は低く、「過密を避ける工夫をして利用する」割合が高くなっている(図表 4)。

図表4 エssenシャルワーカーのリスク配慮意識別スーパー等での買い物行動判断



比較対象として、特定地域区別にスーパー等での買い物行動判断がどの程度違うかをみる(図表 5)。緊急度の高いとみられる「東京」→「第一次宣言地域」→「その他特定警戒地域」→「特定地域」の順に、「これまで通り利用する割合」は低く、「過密を避ける工夫をして利用する」割合は高い。感染者数や都市の過密状況等のリスクの高さによって、買い物行動の判断も多少異なっているが、先に見た「エssenシャルワーカーの感染リスク」に配慮する意識差の方が、買い物行動の判断が大きく異なることがわかる。

図表5 特定地域区別スーパー等での買い物行動判断 (単数回答)



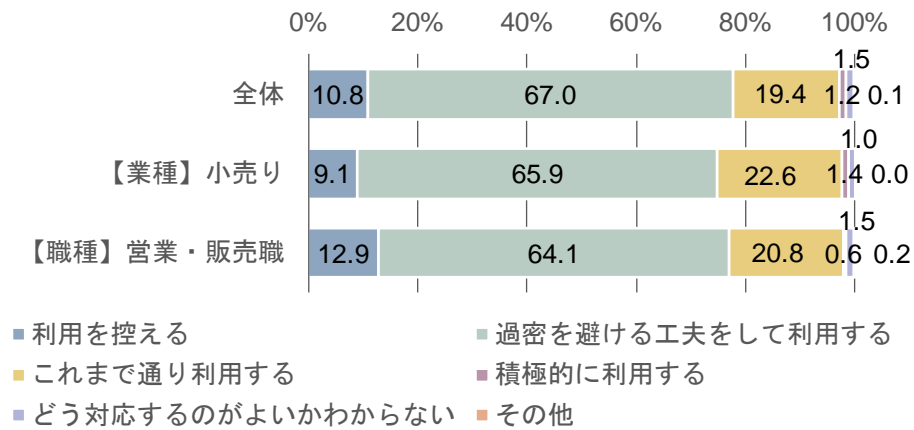
7. エssenシャルワーカーと消費者の意識差

次に、一般的な消費者の判断と、当該業種・職種で働くエssenシャルワーカーの判断との違いを確認していく。

(1) 買い物

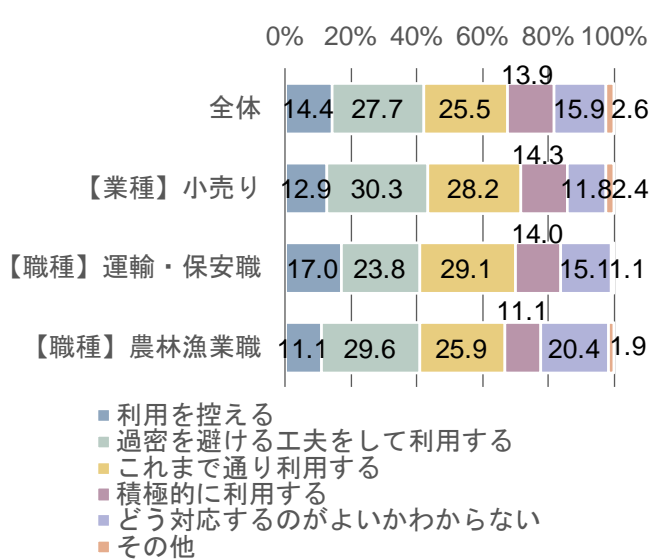
まずは、買い物関連として、「1.生活必需品や食料品等のスーパーやドラッグストア等での買い物」について、スーパー・ドラッグストア等の「小売り業」、対面営業・販売のみの「営業・販売職」として働くエssenシャルワーカーの判断と、回答者全体の判断を比較する（図表6）。回答者全体と比較して、「小売り業」では、「これまで通り利用する」の割合がわずかに高く、「営業・販売職」では「利用を控える」の割合がわずかに高い。生活必需品等の買い物に関しては、小売り業全般では、「これまで通り利用する」のが良いとする判断、つまり、一般の消費者よりもむしろやや積極的な利用を促す見方があり、実際に、対面で販売にあたる職種では、「利用を控える」のが良いとする判断、つまり、感染リスク不安のためか、利用に関してやや消極的な見方がある。

図表6 スーパー・ドラッグストア等での買い物

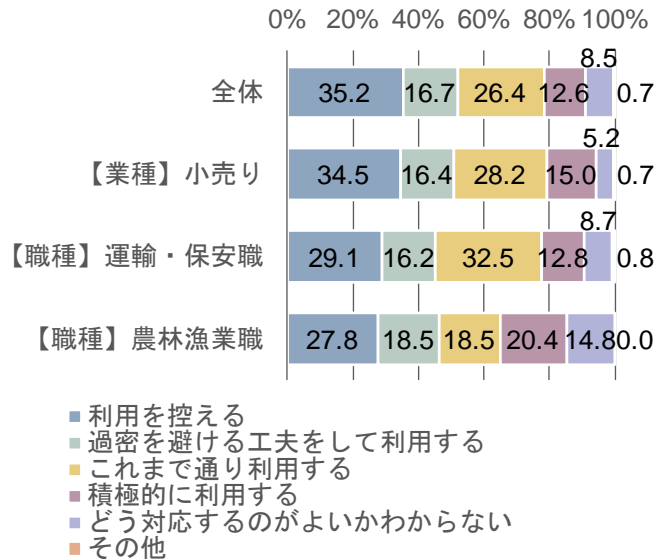


注) 小売り: 百貨店、スーパー、コンビニ、ドラッグストア、ショッピングセンター、ホームセンター
 営業・販売職: 店員等定まった店舗での対面営業・販売のみ

図表7 生活必需品等の宅配サービス



図表8 急ぎでない商品の宅配サービス



次に、「2.生鮮食品・産直品や生活必需品等の宅配サービス利用」と「3.急ぎでない商品のネット通販等の宅配サービス利用」について、スーパー・ドラッグストア等の「小売り業」「運輸・保安職」「農林漁業職」と、回答者全体とを比較する。「生活必需品等の宅配サービス」(図表 7)では、回答者全体と比較して、いずれも差は小さいものの、「小売り業」で、「過密を避ける工夫をして利用する」が高く、「運輸・保安職」では「これまで通り利用する」が高く、「農林漁業職」では「どう対応するのがよいかわからない」が高い。「急ぎでない商品の宅配サービス」(図表 8)では、回答者全体と比較して、「小売り業」では「積極的に利用する」が高く、「運輸・保安職」では「これまで通り利用する」が高く、「農林漁業職」では「どう対応するのがよいかわからない」が高い。

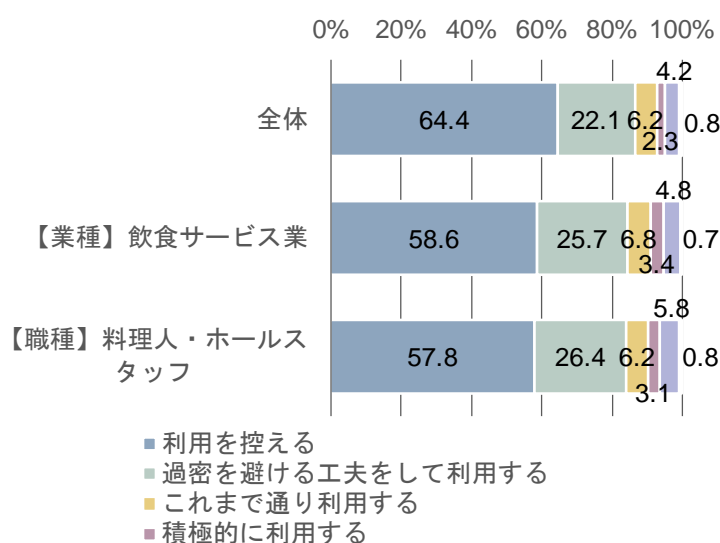
宅配サービスに関しては、「小売り業」は、「これまで通り」あるいは「積極的に」利用するのが良いとの判断が多く、一般の消費者と同様、先に見た直接スーパー等で「買い物」する場合よりも、さらに積極的な利用を促す意見が多い。「運輸・保安職」は、「これまで通り」の利用が良いとの判断が多く、実際には、通常時よりも宅配利用が増えたとみられる状況を考えて、当事者の希望と実際にギャップがあった可能性がある。「農林漁業職」では、実際には、一部に産直の宅配サービス対応をした事業者もいたが、多数とは言えない状況の中で、一般の消費者以上に「どう対応するのがよいか」とまどった様子がみとれる。

(2) 飲食サービス利用

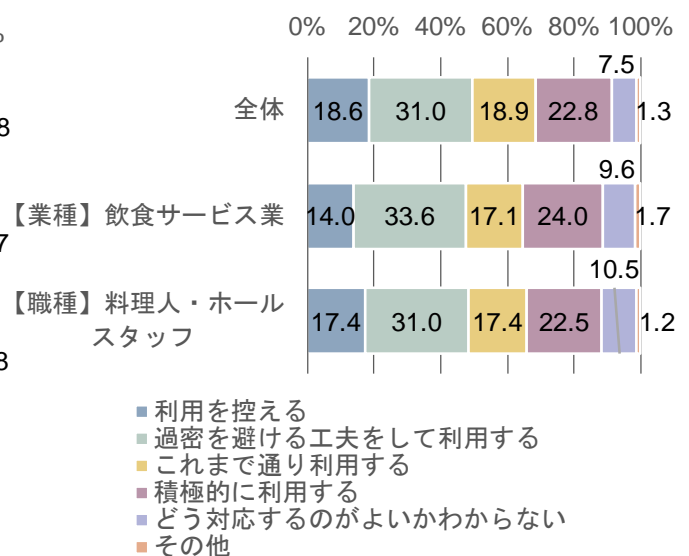
飲食サービスに関して、「4.営業している飲食店の店内飲食」について、「飲食サービス業」と「料理人・ホールスタッフ」として働くエッセンシャルワーカーの判断と、回答者全体の判断を比較する(図表 9)。

「飲食サービス業」も「料理人・ホールスタッフ」も、回答者全体と比べて、「過密を避ける工夫をして利用する」との割合が高く、「利用を控える」の割合は低い。「5.飲食店のテイクアウト利用」については、「飲食サービス業」で、「過密を避ける工夫をして利用する」がわずかに高く、「料理人・ホールスタッフ」で「どう対応するのがよいかわからない」がわずかに高い。飲食業で働く人においては、一般の消費者よりも、サービスを利用して欲しいという意識がやや高いとみられる。

図表 9 営業している飲食店の店内飲食



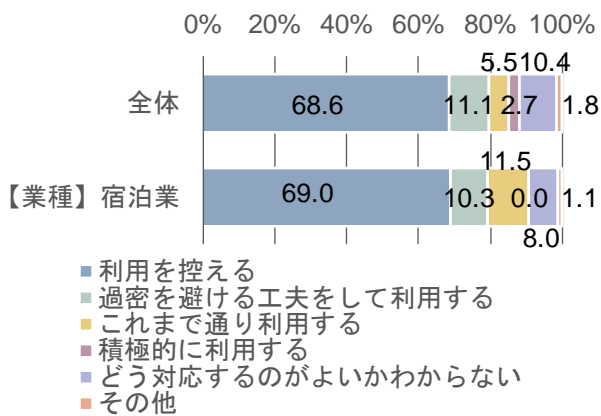
図表 10 飲食店のテイクアウト利用



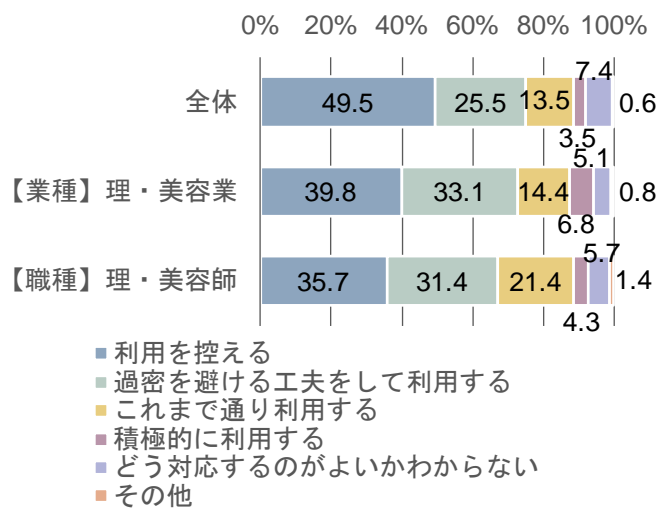
(a) 宿泊施設、理・美容サービス

「7.近隣のホテル等宿泊施設」利用に関して、「宿泊業」で働く人は、回答者全体と比べて、「これまで通り利用する」との割合が高い。「8.理・美容サービス」については、「理・美容業」で「過密を避ける工夫をして利用する」がわずかに高く、実際にサービスを提供する「理・美容師」では、「これまで通りに利用する」の回答割合が高い。全体としては、回答者全体と同様「利用を控える」という回答が最も多く、実際に、休業対応を取った事業者が多いとみられるが、当該業界で働く人々の意識としては、配慮をしながらこれまで通りに利用して欲しいとの意向がやや強いとみられる。

図表 11 近隣のホテル等宿泊施設利用



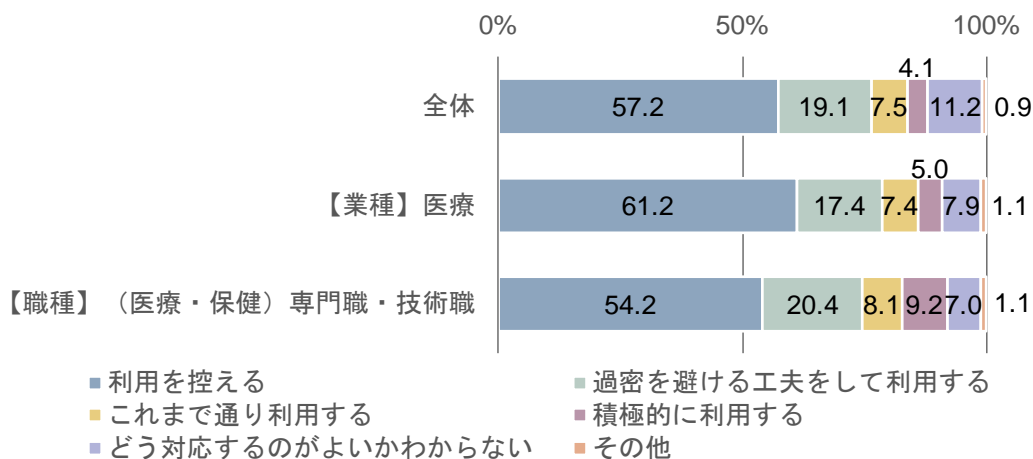
図表 12 理・美容サービス利用



(b) 医療機関

「10.軽い症状での医療機関の受診」に関して、「医療」機関で働く人は、回答者全体と比べて、「利用を控える」の割合が高いが、実際に患者に接する医師・看護師等の「(医療・保健) 専門職・技術職」に絞ると、「積極的に利用する」の割合が高い。医師・看護師等では、新型コロナウイルス以外の患者も、通常と同様にしっかりと受診してもらいたいとの認識があるとみられる。

図表 13 軽い症状での医療機関受診



8. 最後に

緊急事態宣言後、日本では、感染リスクに配慮しつつ日常を取り戻す、あるいは、経済を回す、として、「新しい生活様式」「ニューノーマル」と呼ばれる生活を模索することとなった。ただし、変わったのは、政府や自治体からの自粛要請がトーンダウンしたということであり、実際の感染リスクが下がったと言えるのかどうかは明確ではない。そのような状況で、人々に大きく判断が委ねられている。

本調査にみるとおり、かなり徹底した自粛を求められた緊急事態宣言中においても、消費に関する行動判断には、かなりのバラつきがみられ、背景に個々の「判断の迷い」があるとみられる。また、働き方等他のレポートでもみられたように、行動判断の違いには、性別・年代などの基本属性に加え、家族構成や就業状況などの違いによって、最初から、「同じ対応は取れない」という要因もある。感染リスクをどの程度と見込み、各人の家族構成や就業状況等に合わせて「可能な範囲の自粛をする」というベクトルだけでも、判断のバラつきが出るところを、さらに「Go To キャンペーン」等により、「積極的に活動する」ことを良しとするベクトルも政府によって提示されている今、結果としての行動には、緊急事態宣言時よりも大きな差が開いていくことは必然であろう。政府や自治体からは、「自粛」と「活動」という異なるベクトルで混乱する人々の判断の拠り所となる情報提供が期待される。同時に、いかに具体的なルールが示されようとも、エッセンシャルワーカーの人々のみならず、家族構成や就業状況等により、すべての人々が同じ対応は決して取れないことを前提として、人々が、自分と異なる対応・判断をする他者に対して「寛容」な意識を持てるよう、理解醸成の働きかけも重要であろう。

「自粛」と「活動」の綱引きの中で、自己判断をするストレスと、他者の判断に不安・不満を覚えるストレスが長期化している。本当に「新しい生活様式」「ニューノーマル」と呼べるのは、有効なワクチンや治療薬が開発された後の世界ではないかとも考えられる。そうした中で、現在の、感染の収束の見込みが立たず、感染リスクをかなり意識せざるを得ない過渡期の状況を、「ニューノーマルとして受け入れなければならないのか」といういら立ちも、ストレスの背景となっている可能性がある。

一方で、緊急事態宣言という、最も厳しい時期にも、多くの人々は、エッセンシャルワーカーの感染リスクを抑制することを考えて行動した、ということは、もっと前向きに評価されてよい事実であろう。おそらく、現在もそうした意識を持って、行動している人々は少なくないと考えられる。また、そうした消費者の判断は、当事者であるエッセンシャルワーカーの判断に近いものであった、ということも評価されてしかるべきであろう。コロナ禍において、社会・経済の様々な領域における格差拡大や分断が注目される中で、人々の良識に基づく判断や助け合いの意識の存在を「見える化」することで、ポジティブに行動する人々の輪を広げていくことが期待される。

－ ご利用に際して －

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。