

2020年6月24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

自粛生活におけるエンターテインメントの重要性

政策研究事業本部 共生・社会政策部 横幕朋子

政策研究事業本部 主席研究員 矢島洋子

1. はじめに

新型インフルエンザ等対策特別措置法によって4月17日から緊急事態宣言の対象は全国へと広がり、その後段階的に宣言は解除された。しかし、ライブ・エンターテインメント業界に目を向けると、緊急事態宣言よりも早い2～3月の段階から、新型コロナウイルス感染拡大防止のために、演劇やコンサート、イベント等の開催中止が続いていた。公益社団法人全国公立文化施設協会の調査によると、3月16日時点で、公立文化施設が主催する自主事業の92.3%が中止・縮小・延期となっていたという¹。

また、ぴあ総研の調査によると、2020年2月から2021年1月までの1年間までにライブ・エンターテインメント業界が被る損失額は推計で6,900億円(年間市場規模の77%)になるという²。国は、持続化給付金や「文化芸術活動への緊急総合支援パッケージ」として令和2年度補正予算に560億円を計上する³等、関係者への支援を進めているが、市場全体の経済的損失は大きい。

一方で、イベントの開催や営業を自粛するアーティストや映画館・劇場等の中には、無観客ライブ映像の配信や過去の上映作品のオンデマンド化等を行い、人々が自宅で楽しめるコンテンツを提供する様子も見られた。

このような状況を踏まえて本稿では、自粛期間中にどのようなエンターテインメントが人々によって楽しまれたかを把握し、エンターテインメントが自粛生活において果たした役割について検討する。新型コロナウイルス禍のエンターテインメントに着目した調査に関しては、業界の経済的損失に焦点を当てたものはみられる一方で、消費者側に着目した調査はあまり行われていない。本稿では、4月17日から5月6日の全国一斉緊急事態宣言下における一般の人々のエンターテインメントの楽しみ方に焦点を当て、ストレス解消・癒しとなったものやライブ・アーカイブ配信の利用状況等について把握する。

2. 性・年代別にみた自粛生活下でストレス解消・癒しとなったもの

まず、調査期間中に人々に楽しまれたエンターテインメントについてみてみよう。図表1は、自粛生活下でストレス解消や癒しとなったものとして、回答割合が高かった上位8項目を性・年代別に集計したものである。

男女いずれも20代では、「Youtuberなど個人・グループが配信している動画」(以下、「配信動画」)の回答割合が高く、男性で55.0%、女性で51.9%となっている。ただし、こうした「配信動画」の回答割合は年齢が高い層でも比較的高く、男女いずれも20～60代のすべての年代で上位8項目に含まれている。スマートフォンやパソコン等があれば手軽に視聴できるエンターテインメントとして、「配信動画」は、自粛期間中あらゆる年代の人に楽しまれていたことがわかる。

¹ 公益社団法人全国公立文化施設協会「【新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響・調査】報告書」

https://www.zenkoubun.jp/info/2020/pdf/0316covid_19.pdf?02 (2020年6月5日確認)

² ぴあ総研「新型コロナウイルスによるライブ・エンターテインメント業界へのダメージについて」

https://corporate.pia.jp/news/files/%E3%81%B4%E3%81%82_%E6%97%A5%E6%9C%AC%E8%A8%98%E8%80%85%E3%82%AF%E3%83%A9%E3%83%96%E4%BC%9A%E8%A6%8B%E8%B3%87%E6%96%9920200529.pdf (2020年6月5日確認)

³ 文化庁「令和2年度補正予算案等における文化芸術関係者への支援」

https://www.bunka.go.jp/koho_hodo_oshirase/sonota_oshirase/pdf/202005291800_01.pdf (2020年6月12日確認)

図表 1 性・年代別 自粛生活の中でストレス解消や癒しになったもの(上位 8 項目抜粋):複数回答

【男性】

| | 20-29歳(n=1,000) [%] | 30-39歳(n=1,000) [%] | 40-49歳(n=1,000) [%] |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Youtuberなど個人・グループが配信している動画 | 55.0 | 45.3 | 37.5 |
| ゲーム(パソコン、スマートフォン、ゲーム機等) | 53.2 | 43.5 | 37.4 |
| 音楽(ライブ映像等の視聴を含む) | 41.7 | 34.5 | 34.5 |
| 映画(アニメーションを含む) | 37.0 | 32.2 | 30.4 |
| バラエティ番組 | 33.2 | 31.8 | 29.2 |
| アニメーション番組(映画を除く) | 31.6 | 27.6 | 27.4 |
| お笑い(漫才、コント、落語等の演芸全般を含む) | 29.6 | 27.6 | 26.2 |
| 読書 | 27.3 | 25.9 | 25.5 |

| | 50-59歳(n=1,000) [%] | 60-69歳(n=1,000) [%] |
|----------------------------|---------------------|---------------------|
| バラエティ番組 | 36.5 | 38.5 |
| 映画(アニメーションを含む) | 32.8 | 34.2 |
| ドラマ | 32.7 | 33.5 |
| Youtuberなど個人・グループが配信している動画 | 31.5 | 32.0 |
| 読書 | 28.8 | 30.2 |
| 音楽(ライブ映像等の視聴を含む) | 26.8 | 27.5 |
| 趣味・教養番組 | 23.7 | 26.1 |
| お笑い(漫才、コント、落語等の演芸全般を含む) | 23.5 | 23.8 |

【女性】

| | 20-29歳(n=1,000) [%] | 30-39歳(n=1,000) [%] | 40-49歳(n=1,000) [%] |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Youtuberなど個人・グループが配信している動画 | 51.9 | 41.7 | 47.8 |
| 音楽(ライブ映像等の視聴を含む) | 51.3 | 41.6 | 41.6 |
| バラエティ番組 | 46.7 | 41.1 | 37.4 |
| 映画(アニメーションを含む) | 46.5 | 39.9 | 32.5 |
| ドラマ | 45.2 | 39.1 | 31.3 |
| ゲーム(パソコン、スマートフォン、ゲーム機等) | 41.7 | 33.9 | 30.8 |
| アニメーション番組(映画を除く) | 30.6 | 30.7 | 30.7 |
| お笑い(漫才、コント、落語等の演芸全般を含む) | 30.5 | 26.9 | 25.1 |

| | 50-59歳(n=1,000) [%] | 60-69歳(n=1,000) [%] |
|----------------------------|---------------------|---------------------|
| ドラマ | 51.6 | 54.7 |
| バラエティ番組 | 39.1 | 37.3 |
| 音楽(ライブ映像等の視聴を含む) | 35.5 | 32.5 |
| 読書 | 34.0 | 32.4 |
| 映画(アニメーションを含む) | 30.8 | 31.8 |
| Youtuberなど個人・グループが配信している動画 | 28.2 | 29.1 |
| 趣味・教養番組 | 25.1 | 24.5 |
| お笑い(漫才、コント、落語等の演芸全般を含む) | 24.3 | 23.6 |

ご利用に際してのご留意事項を最後に記載していますので、ご参照ください。

(お問い合わせ)コーポレート・コミュニケーション室 TEL:03-6733-1005 E-mail:info@murc.jp

一方で、20代女性以外の全てのグループにおいて、「読書」が上位8項目に入っていることにも着目したい⁴。自粛期間を自宅で過ごすにあたり、映画やドラマ等の映像コンテンツだけではなく、読書に時間を割いた人が多いことから、様々な媒体のエンターテインメントが人々のストレス解消・癒しに役立っていたことがわかる。

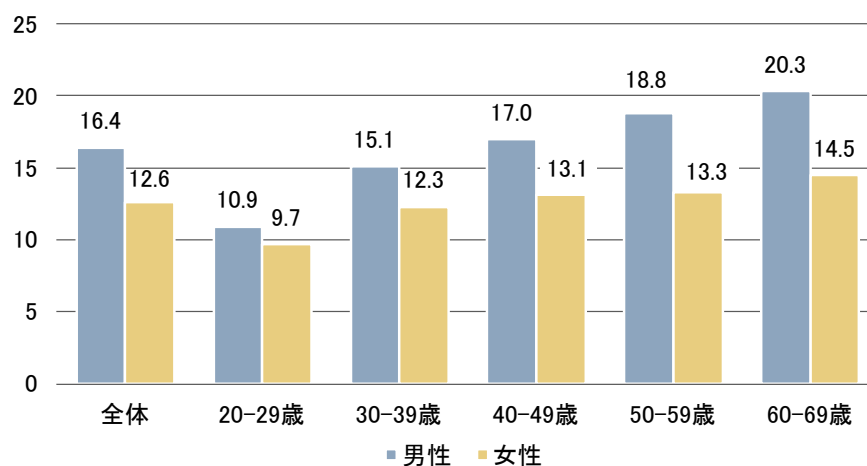
年齢が高い層で親しまれていたのは「趣味・教養番組」で、男女いずれも50代以上で上位グループに入っている。また上位グループには入っていないものの、男女いずれも年齢が高くなるにつれて、「ラジオ聴取」の回答割合が高くなっていく(添付:参考資料)。共同通信が2020年6月10日に配信した記事では、ラジオ放送のインターネット配信サービス「radiko(ラジコ)」の4月の聴取者数は2月に比べ20%増加し、特に、「午前9時～午後6時の日中は40%の伸びを記録」しており、在宅勤務が一般化したことの影響が指摘されている⁵。

また、男女別にみると、「ドラマ」の回答割合が女性において高くなっている⁶。女性では、20～60代すべての年代で上位8項目に「ドラマ」が入っているものの、男性では20～30代の比較的若い世代では上位8項目に入っていない。

このように、自粛生活下では、書籍・映像・ラジオ等、様々な媒体・形態のコンテンツが人々のストレス解消や癒しとなり、性別や年代によっても親しんでいるエンターテインメントは多様であることがわかる。

一方、ストレス解消・癒しになったものが「特にない」とする回答割合は、男女ともに年齢が高くなるにつれて高くなっていく。また、男女別では、いずれの年代においても男性の方が「特にない」の回答割合が高く、年代が上がるにつれてその差は大きくなっていく。自粛生活において困っていることに関する自由記述の回答をみると、年齢が高い層では、外出して人と会えなくなっていること、離れて暮らす孫に会えないことなどがつらいとする意見がみられた。今回はエンターテインメントに限った設問としているが、身近な人とのコミュニケーションが主なストレス解消・癒しになっている人も多い可能性がある。

図表 2 性・年代別 自粛生活の中でストレス解消や癒しになったものが「特にない」人の割合 (%)



注)各、性・年代、n=1,000 全体については、男女それぞれ n=5,000

他にも、子どもがいる人はいない人に比べストレス解消や癒しになったものが「特にない」とする割合が高く(図表 3)、中でも乳幼児(0～2歳)、未就学児(3歳～就学前)の子をもつ親において、ストレス解消・癒しになったものが「特にない」

⁴ 上位8項目には入っていないものの、20代女性における「読書」の回答割合は26.2%であり、「お笑い(漫才、コント、落語等の演芸全般を含む)」に続いて9番目に高い割合であった。

⁵ 共同通信「ラジコ聴取者、コロナ禍で2割増」<https://this.kiji.is/643343665843536993>(2020年6月15日確認)

⁶ 自粛生活下においてストレス解消・ストレス解消・癒しとなったものについて、男女別にみると、男性全体で28.9%、女性全体で48.2%と約20ポイントの差となっている。

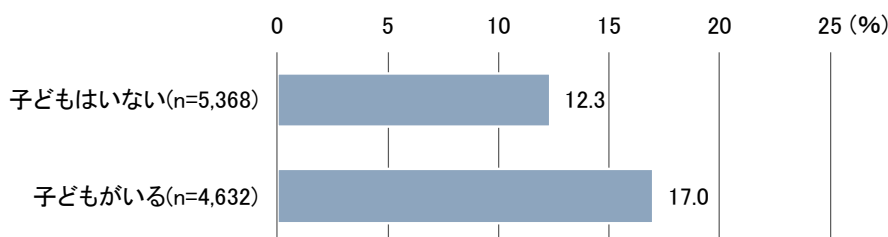
とする回答割合が高くなっている⁷。

また、今年度の自身の年収の見込みが立っている人と立っていない人を比べると、「見込みが立たない」と回答した人において「特にない」の回答割合が高く、その差は 7.2 ポイントとなっている(図表 4)。

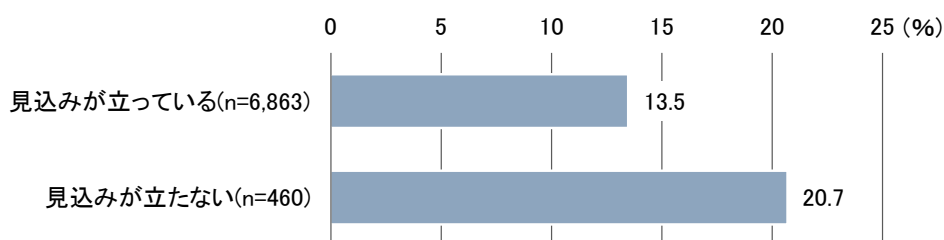
以上を踏まえると、小さな子どもを育てている人や、年収の見込みが立たず経済的に不安定な状態にある人等、生活に時間的・経済的なゆとりのない層において、自粛生活下でエンターテインメントを楽しむ余裕がない様子がうかがえる。子育て中の親は、子どもとの触れ合いそのものが、ストレス解消・癒しになっている可能性もあるが、今年度の年収の見込みが立たない層の中には、新型コロナウイルスによる影響を受けている層が一定数含まれていることを考えると、通常時に比べてこうしたエンターテインメントを楽しむ余裕がない人が増加している可能性もある。

多様なエンターテインメントが人々の自粛生活を支えている一方で、このように、そもそもエンターテインメントを楽しむ余裕がない層が一定数いることにも着目する必要があるだろう。

図表 3 子どもの有無別 自粛生活の中でストレス解消や癒しになったものが「特にない」人の割合



図表 4 今年度の自身の年収見込み別 自粛生活の中でストレス解消や癒しになったものが「特にない」人の割合



注) 年収見込みに関する設問は回答時点で「就労している人」及び「以前は就労していたが新型コロナウイルスの影響で離職・失業した人」を対象としている。

3. 緊急事態宣言下で経験したこと・今後広まることを期待すること

冒頭で示した通り、緊急事態宣言下では、コンサートや演劇の公演や美術館・博物館等の営業が自粛の対象となった一方で、中には無観客ライブ映像の配信や、休止となった展覧会の映像等の配信などによって、自宅にいながらその様子を楽しむことができるエンターテインメントも登場した。

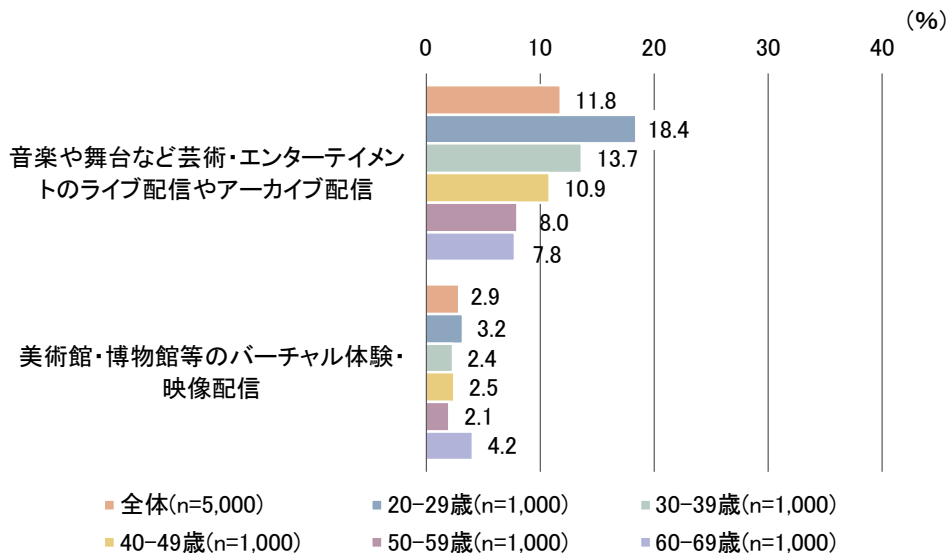
このようなインターネット配信を経験したという回答割合を年代別にみると、「音楽や舞台など芸術・エンターテインメントのライブ配信やアーカイブ配信」(以下、「音楽・舞台などのライブ・アーカイブ配信」)の回答割合は、20代でもっとも高く、18.4%となっている。年代が高くなるにつれて回答割合は低くなっているが、この背景には、配信されるコンテンツが対象とする年代以外にも、ライブ・アーカイブ配信自体の認知状況や、インターネット上で周知されることが多いこうした配信に関する情報を事前にキャッチできるか等が関係している可能性がある。

⁷ 「子どもがいる」回答者について、ストレス解消や癒しになったものが「特にない」とする回答割合は、「乳幼児(0歳~2歳)」の子どもをもつ回答者で 18.6%、「未就学児(3歳~就学前)」の子どもをもつ回答者で 18.7%であり、他の就学状況の子どもをもつ親に比べて高くなっている。

また、回答割合が比較的高い20～30代でも20%以下にとどまっているが、この中で「今回初めて経験した」という回答割合は、20代で約4割、30代では約3分の1を占めており、自粛生活を契機に配信コンテンツを利用した層は少なくない。

「美術館・博物館等のバーチャル体験・映像配信」は、60代で回答割合がもっとも高く、4.2%であった。いずれの年代においても回答割合は5%以下にとどまっており、「音楽・舞台などのライブ・アーカイブ配信」よりも経験した人が少ない結果となった。

図表 5 年代別 緊急事態宣言下の自粛生活で経験したこと(一部選択肢抜粋):複数回答



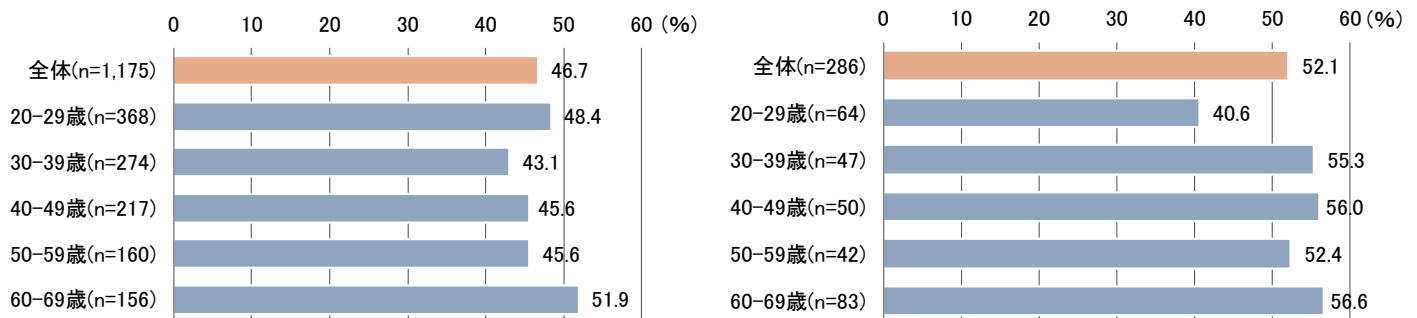
注) 本設問は自粛生活で経験したことについて幅広く尋ねたものであり、インターネット配信に関する選択肢を抜粋して掲載している。

次に、「音楽・舞台などのライブ・アーカイブ配信」と「美術館・博物館等のバーチャル体験・映像配信」をそれぞれ自粛生活で経験した回答者に対して、「今後広まってほしい」と考えている回答割合をみたのが図表 6 である。まず「音楽・舞台などのライブ・アーカイブ配信」についてみると、60代の回答割合が51.9%ともっとも高くなっているが、いずれの年代も回答割合は50%近くとなっている。「美術館・博物館等のバーチャル体験・映像配信」についても同様の傾向がみられ、20代の回答割合が若干低いものの、30代以上では回答割合が5割を超えている。このことから、今回インターネット上の配信を経験した人のうち約半数が、今後さらに広まっていくことを期待しているといえる。

図表 6 緊急事態宣言下の自粛生活で経験したことのうち、今後広まることを期待するもの:複数回答

【音楽や舞台などのライブ配信やアーカイブ配信】

【美術館・博物館等のバーチャル体験・映像配信】



注) 本設問は自粛生活で経験したことのうち、今後広まることを期待するものについて幅広く尋ねたものであり、インターネット配信に関する選択肢を抜粋して掲載している。

4. 最後に

緊急事態宣言下の生活において、映画館や劇場、コンサート等多くのエンターテインメントが営業自粛の対象となった一方で、自宅で楽しめる様々なエンターテインメントが人々のストレス解消に貢献したことがうかがえる。音楽や舞台などのライブ・アーカイブ配信は、若い世代を中心に利用されたが、それでも「経験した」という回答割合は20%以下となっていた。とはいえ、今回の自粛生活をきっかけに利用した人は一定数存在し、利用した人の約半数が今後さらに広まることを期待していることから、今後様々なコンテンツが配信されることで利用が増えていくことが予想される。

一方で、経済的・時間的にゆとりがない生活を送っている層では、ストレス解消・癒しとなったエンターテインメントが「特にない」とする回答割合が高い傾向がみられた。緊急事態宣言は全国で解除されたものの、感染拡大の第2波、第3波の到来によって、こうしたゆとりがない層が増加することも懸念される。

また、本調査の自由記述の中には、「好きなアーティストのコンサートに行けなくてつらい」「スポーツ観戦ができないためストレスが溜まっている」といった回答も複数みられた。多くの人が自宅で楽しめるエンターテインメントに癒された一方で、劇場やシアター、コンサートホールやライブハウス、競技場等で体感するタイプのエンターテインメントに接することができず、ストレスを感じている人も少なくない。「新しい生活様式」の中で、こうした場を共有して体感するタイプのエンターテインメントを安心して楽しめる環境づくりが期待される。今回の緊急事態宣言前後のライブ・エンターテインメントの活動自粛により、それらを提供するアーティストや業界のインフラは経済的に大きなダメージを受けた。人々の癒しになっているエンターテインメントは多様であり、そうした多様なエンターテインメントが生き残ることが重要である。寄付の呼びかけやクラウドファンディングによる支援も行われているが、今後、新型コロナウイルス流行の第2波、第3波への備えという意味も含め、国や自治体による広範な支援が期待される。

【参考資料】性・年代別 自粛生活の中でストレス解消や癒しになったもの(複数回答)

| | | 合計 | 自粛生活の中でストレス解消や癒しになったもの(複数回答) | | | | | | | | | |
|-----------|-----------|--------|------------------------------|----------------|----------------------------|------|------|------------------|-------------------------|---------|---------|--------|
| | | | 音楽(ライブ映像等の視聴を含む) | 映画(アニメーションを含む) | 演劇(ミュージカル・バレエ・オペラ・歌舞伎等を含む) | 美術 | ドラマ | アニメーション番組(映画を除く) | お笑い(漫才、コント、落語等の演芸全般を含む) | バラエティ番組 | 趣味・教養番組 | スポーツ観戦 |
| 全体 | | 10,000 | 35.3 | 34.7 | 5.0 | 6.4 | 38.5 | 19.2 | 25.9 | 36.8 | 23.8 | 9.5 |
| 性・年代別 | 男性/20-29歳 | 1,000 | 41.7 | 37.0 | 4.2 | 5.4 | 24.0 | 31.6 | 29.6 | 33.2 | 21.6 | 14.5 |
| | 男性/30-39歳 | 1,000 | 32.2 | 34.5 | 4.1 | 4.7 | 23.0 | 27.6 | 25.9 | 31.8 | 20.2 | 12.9 |
| | 男性/40-49歳 | 1,000 | 30.4 | 29.2 | 2.8 | 4.2 | 26.2 | 23.5 | 25.5 | 34.5 | 22.1 | 12.6 |
| | 男性/50-59歳 | 1,000 | 26.8 | 32.8 | 3.3 | 5.7 | 32.7 | 15.9 | 23.5 | 36.5 | 23.7 | 12.1 |
| | 男性/60-69歳 | 1,000 | 27.5 | 34.2 | 4.6 | 7.6 | 38.5 | 9.2 | 23.8 | 30.2 | 33.5 | 12.1 |
| | 女性/20-29歳 | 1,000 | 51.3 | 46.5 | 7.7 | 6.9 | 45.2 | 30.6 | 30.5 | 46.7 | 17.7 | 6.0 |
| | 女性/30-39歳 | 1,000 | 41.1 | 39.9 | 4.3 | 6.2 | 41.6 | 21.6 | 26.9 | 41.7 | 20.2 | 5.4 |
| | 女性/40-49歳 | 1,000 | 37.4 | 30.7 | 5.1 | 5.4 | 47.8 | 16.0 | 25.1 | 41.6 | 21.2 | 6.2 |
| | 女性/50-59歳 | 1,000 | 35.5 | 30.8 | 6.0 | 7.5 | 51.6 | 9.7 | 24.3 | 39.1 | 25.1 | 6.7 |
| 女性/60-69歳 | 1,000 | 29.1 | 31.8 | 8.0 | 10.8 | 54.7 | 6.6 | 23.6 | 32.5 | 32.4 | 6.6 | |

| | | 合計 | 自粛生活の中でストレス解消や癒しになったもの(複数回答) | | | | | | | | |
|-----------|-----------|--------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|------|------|------|
| | | | ラジオ聴取 | Youtuberなど個人・グループが配信している動画 | ゲーム(パソコン、スマートフォン、ゲーム機等) | ゲーム(ボードゲーム、カードゲーム等) | 将棋・囲碁(ネット対戦やTV、ネット配信の対局視聴を含む) | カラオケ(専用機、TV、ネット配信等) | 読書 | その他 | 特にない |
| 全体 | | 10,000 | 13.2 | 37.0 | 31.7 | 9.3 | 3.0 | 3.7 | 30.3 | 3.0 | 14.5 |
| 性・年代別 | 男性/20-29歳 | 1,000 | 13.1 | 55.0 | 53.2 | 19.3 | 5.9 | 6.2 | 27.3 | 1.1 | 10.9 |
| | 男性/30-39歳 | 1,000 | 13.5 | 45.3 | 43.5 | 12.8 | 4.5 | 4.6 | 27.6 | 2.7 | 15.1 |
| | 男性/40-49歳 | 1,000 | 14.7 | 37.4 | 37.5 | 11.0 | 4.1 | 2.9 | 27.4 | 3.2 | 17.0 |
| | 男性/50-59歳 | 1,000 | 16.1 | 31.5 | 19.2 | 5.8 | 3.8 | 3.7 | 28.8 | 3.0 | 18.8 |
| | 男性/60-69歳 | 1,000 | 18.7 | 26.1 | 16.3 | 3.8 | 5.6 | 3.5 | 32.0 | 2.5 | 20.3 |
| | 女性/20-29歳 | 1,000 | 7.2 | 51.9 | 41.7 | 13.9 | 2.2 | 6.6 | 26.2 | 2.3 | 9.7 |
| | 女性/30-39歳 | 1,000 | 8.8 | 39.1 | 33.9 | 8.7 | 0.9 | 3.5 | 30.7 | 3.3 | 12.3 |
| | 女性/40-49歳 | 1,000 | 12.0 | 30.8 | 32.5 | 8.6 | 1.1 | 2.7 | 31.3 | 2.9 | 13.1 |
| | 女性/50-59歳 | 1,000 | 13.0 | 28.2 | 21.4 | 5.0 | 0.7 | 1.5 | 34.0 | 4.0 | 13.3 |
| 女性/60-69歳 | 1,000 | 15.3 | 24.5 | 17.6 | 3.8 | 1.3 | 2.1 | 37.3 | 5.3 | 14.5 | |

- 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。

ご利用に際してのご留意事項を最後に記載していますので、ご参照ください。

(お問い合わせ)コーポレート・コミュニケーション室 TEL:03-6733-1005 E-mail:info@murc.jp