

基礎研 レポート

新型コロナへの生活者の不安 全国6千名の定量調査から見えること、不安を軽減させるには

生活研究部 主任研究員 久我 尚子
(03)3512-1846 kuga@nli-research.co.jp

1—はじめに～政府の一斉休校要請直後に6千名の定量調査実施

ニッセイ基礎研究所では、政府による全国一斉休校の要請が出た直後の2020年3月6日～7日にかけて、全国の20～50歳代の男女、約6千名に対して「暮らしに関する調査¹」を実施した。本稿では、その中から新型コロナウイルスに関連する結果をピックアップして結果をお伝えしたい。

先が見えずに不安を抱えながら、日々を過ごす方が多い中で、不安が強い生活者の特徴は何か、その背景には何があるのかを考察する。

2—新型コロナへの不安～子のいるフリーランス女性、情報収集積極層、マスメディア志向層で強い

1 | 全体・性年代別～73.7%が不安、男性より女性で、年齢が高いほど不安

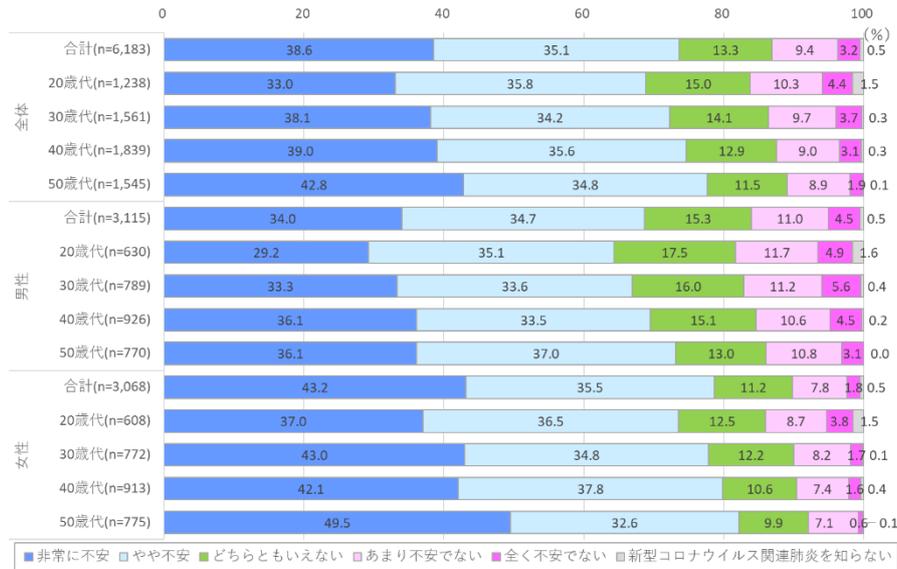
「新型コロナウイルス関連肺炎に対して、どの程度不安に感じるか」について尋ねると、全体では「非常に不安」(38.6%)と「やや不安」(35.1%)をあわせた不安層が73.7%である(図表1)。また、不安層は年齢とともに増え、いずれの年代でも女性が男性を上回り、今回の調査では最も年齢階級の高い50歳代の女性では82.2%となっている(図表2)。これは、女性の方が男性より不安を感じやすいといった性差もあるのだろうが、休校や日用品の買い占め騒動をはじめ、新型コロナによる暮らしの混乱の影響を受けやすいという影響があるのだろう。

2 | 職業別～男性は管理職層、女性は休校の影響が大きなフリーランス、非正規、専業主婦で不安

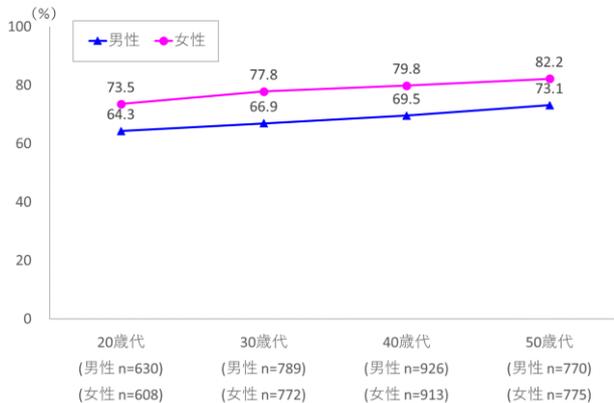
職業別に見ると、男性では不安層は「公務員(管理職以上)」(75.3%)で最も多く、次いで僅差で「正社員・正職員(管理職以上)」(72.4%)、「公務員(一般)」(72.2%)、「正社員・正職員(一般)」(69.4%)、「経営者・役員」(68.4%)と続く(図表3)。出社制限やテレワークへの切り替え指示といった現場のマネジメントを担う管理職層で、負担感の強さから不安が強い様子が見える。

¹ インターネット調査、株式会社マクロミルのモニターを利用、有効回答6,183。

図表1 新型コロナへの不安



図表2 性・年代別に見た不安層



図表3 職業別に見た不安層

	男性		女性	
	度数	割合	度数	割合
合計	3115	68.7	3068	78.7
公務員 (一般)	205	72.2	100	67.0
公務員 (管理職以上)	89	75.3	12	83.3
正社員・正職員 (一般)	1318	69.4	684	74.3
正社員・正職員 (管理職以上)	268	72.4	33	66.7
経営者・役員	57	68.4	10	70.0
嘱託・派遣社員・契約社員	145	66.2	230	79.6
パート・アルバイト	266	65.0	668	78.1
自営業・自由業	319	66.8	142	81.0
専業主婦・主夫	23	52.2	874	84.8
無職	353	65.7	241	73.9
その他	72	70.8	74	82.4

(注) それぞれ合計と比べて±5%ptで網掛け。斜線は参考値。

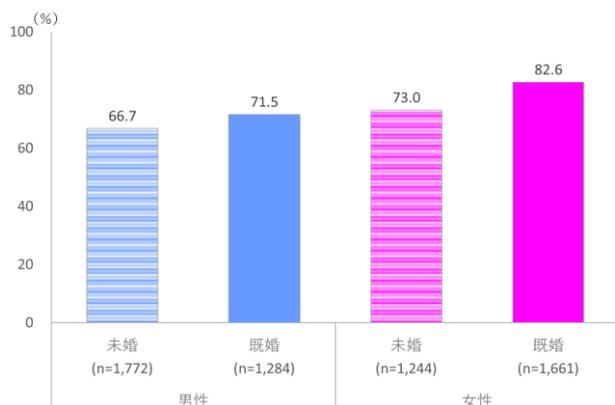
一方、女性では不安層は「専業主婦」(84.8%)で最も多く、次いで僅差で「自営業・自由業」(81.0%)、「嘱託・派遣社員・契約社員」(79.6%)、「パート・アルバイト」(78.1%)、「正社員・正職員(一般)」(74.3%)と続く。女性では専業主婦のほか、就業者では不安定な立場で働いている者ほど不安が強い傾向があることから、子の休校によって自宅で世話をすることで生じる影響が大きな層ほど不安が強い様子が見えてくる。ただし、専業主婦の不安の強さは年齢による影響もあるだろう(他の職業と比べて高年齢層の比率が高い)。また、就業者ではフリーランスや非正規雇用者では、企業活動の停滞の影響に加えて、休業は収入の減少に直結してしまう。なお、男性の「パート・アルバイト」では、むしろ不安層が少ないが、これは20歳代の学生が多いためだろう

3 | 家族の状況別～家族が多いと自分だけでなく家族の心配で不安、子のいるフリーランス女性は9割超

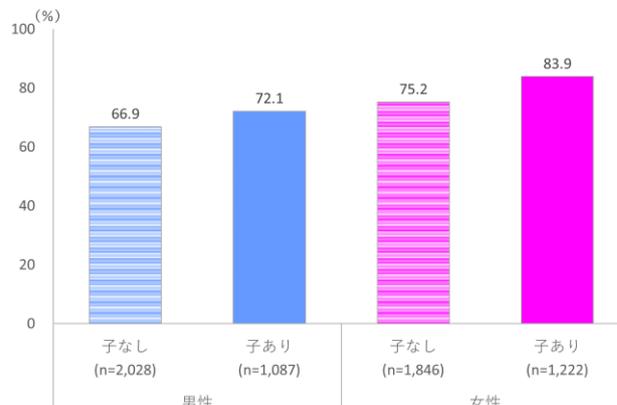
家族の状況別に見ると、未婚者より既婚者(配偶者あり)で(図表4)、子がいないよりいる方が(図表5)、単身世帯より同居家族の人数が多い方が不安層は多い傾向がある。これは、家族の人数が多いと、自分だけでなく家族の心配がある上、自宅での罹患リスクが高まることのあるだろう。

なお、先に見たように、男性と比べて休校によって仕事への影響を受けやすい女性について、就業状態別・子の有無別に見ると、就業者では子の有無によらず、自営業・自由業>非正規雇用者>正規雇用者の順に不安が強いが、いずれも子のいる女性が上回る（図表6）。また、子のいる女性では、自営業・自由業の不安層は専業主婦を上回っており（+5.3%pt）、9割を超える。

図表4 未既婚別に見た不安層

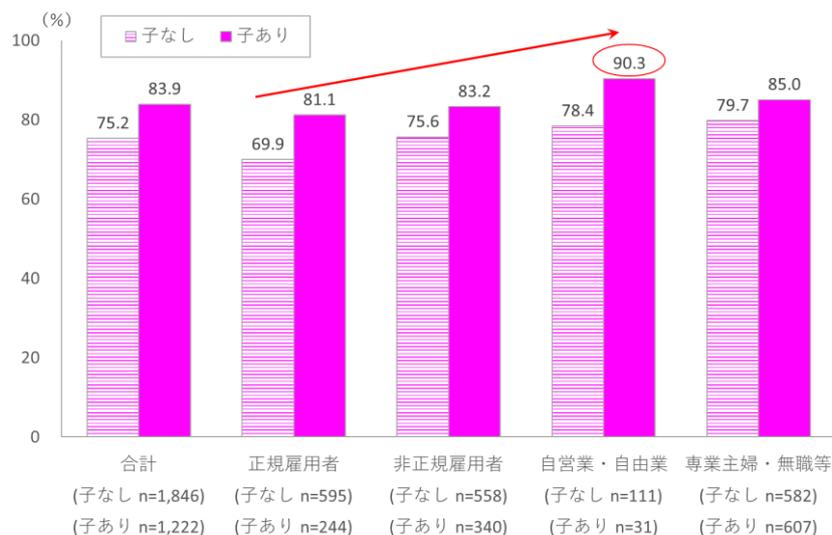


図表5 子どもの有無別に見た不安層



(注) 既婚者は離死別を除く配偶者ありの者

図表6 就業状態別・子の有無別に見た女性の不安層



(注) 正規雇用者は「公務員（一般）」と「公務員（管理職以上）」、「正社員・正職員（一般）」、「正社員・正職員（管理職以上）」、「経営者・役員」を、非正規雇用者は「嘱託・派遣社員・契約社員」と「パート・アルバイト」、専業主婦・その他は「専業主婦」や「無職」、「その他」を含む。

4 | 日頃の行動・価値観別～情報収集に積極的、マスメディア志向が強いほど不安

調査では、日頃の行動や価値観についての数十の設問があるのだが、このうち新型コロナに関係がありそうな²項目を抽出し、それらへのあてはまり具合と不安層の関係を見ると、「情報は自分で検索して手に入れたい」や「情報取得に時間をかけている」などの情報収集に積極的な層のほか、「SNSを使う人は多いが、結局、マスメディアの影響が最も大きいと思う」というマスメディア志向の強い

² 例えば、罹患リスク低減意識からネット通販やキャッシュレス決済利用、情報収集など消費行動の面、出社制限からテレワーク等の働き方の面などを抽出している。

層で不安が強い傾向がある（図表7）。増え行く感染者数等や買い占め騒動といった不安を増すような情報に対して、他者と比べて多く接することで、自ら不安を高めている様子がうかがえる。

このほか、今年の夏に予定されている東京五輪に期待している層ほど不安が強いという傾向もある。

図表7 日頃の価値観・行動別に見た不安層

	あてはまる層	あてはまらない層	差
買い物は、できるだけネット通販で済ませたい	74.9	74.4	0.6
店舗での支払いは、できるだけキャッシュレス決済サービスを利用したい	75.2	72.4	2.8
ものを買って所有するよりも、できるだけレンタルや月額定額で使い放題になるサブスクリプションサービスなどを利用したい	73.7	75.0	-1.2
情報は自分で検索して手に入れたい	77.4	62.3	15.1
マスメディアよりも、個人が発信するSNSやブログなどの情報の方が信頼できる	76.1	72.1	3.9
SNSを使う人は多いが、結局、マスメディアの影響が最も大きいと思う	77.8	65.4	12.4
情報取得に時間をかけている	78.2	68.6	9.6
長時間労働を減らすための仕事の効率化がなされている	76.0	72.5	3.6
仕事と育児を両立するための制度環境が整っている	74.5	74.0	0.5
テレワークやサテライトオフィスなど、働く場所の多様化が進んでいる	74.1	74.8	-0.7

（注1）それぞれの行動について「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」の5段階で尋ね、上位2つを「あてはまる層」、下位2つを「あてはまらない層」としている。

（注2）「あてはまる層」と「あてはまらない層」の差が5%pt以上を網掛け

3—新型コロナによる外出抑制～不安が強いほど外出抑制

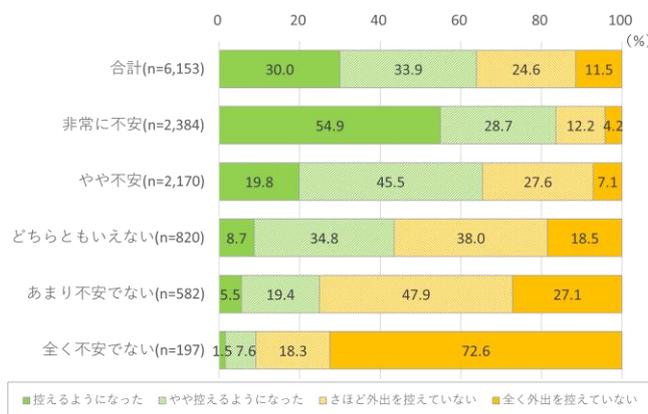
「新型コロナの発生によって外出を控えるようになったか（通勤・通学を除く）」について尋ねると、全体では「控えるようになった」（30.0%）と「やや控えるようになった」（33.9%）をあわせた外出抑制層は63.9%である（図表8）。

新型コロナへの不安別に見ると、不安が強いほど外出抑制層が多い。「非常に不安」層では83.6%にもなる一方、「全く不安でない」層では9.1%でしかない。なお、外出抑制層は、「非常に不安」と「やや不安」をあわせた不安層では74.9%、「全く不安でない」と「あまり不安でない」をあわせた非不安層では20.9%である。

なお、外出抑制層は不安層が多い属性とおおむね合致しており、男性より女性で、年齢は高いほど、未婚者より既婚者で、子がいないよりいる方が、男性は管理職層で、女性は専業主婦のほか、自営業・自由業>非正規雇用者>正規雇用者の順に多くなっている。

地域別には、当調査の実施直前に、知事から

図表8 新型コロナへの不安度別に見た外出抑制の状況



図表9 地域別に見た外出抑制層



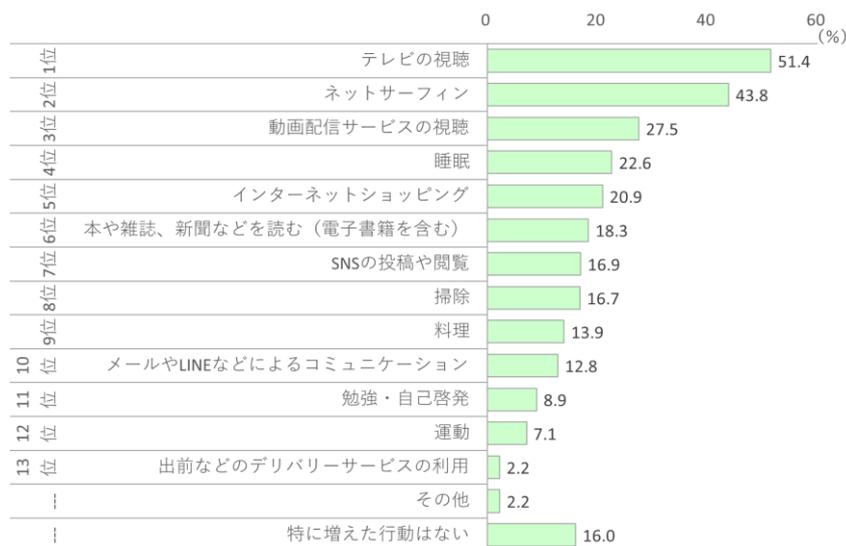
外出自粛要請が出た北海道で、最も不安層が多く、外出抑制層も多い（図表 9）。

4——外出抑制で増えた行動～不安層は外出を控え、TVやネットに触れることでますます不安に

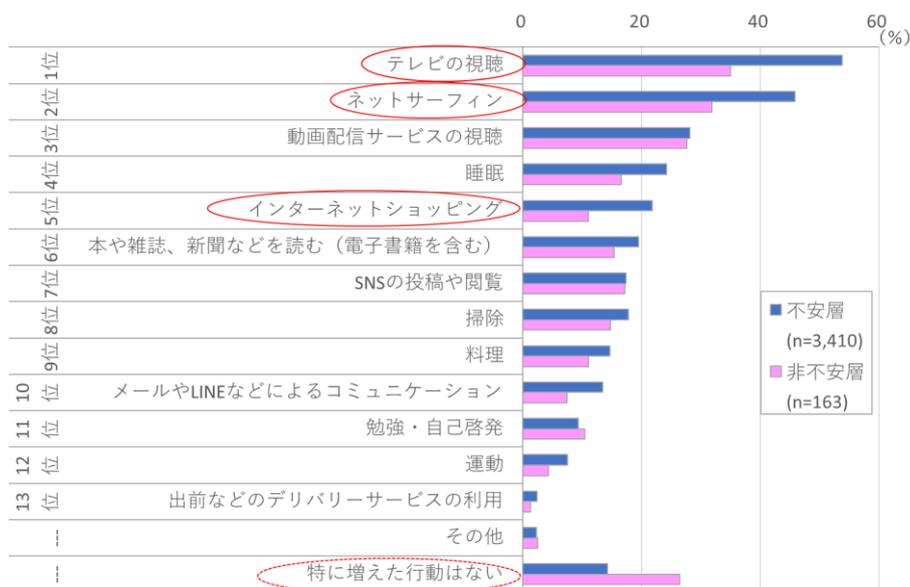
「外出を控えて、どのような行動が増えたか（複数選択）」について尋ねると、全体では「テレビの視聴」（51.4%）が最も多く、次いで「ネットサーフィン」（43.8%）、「動画配信サービスの視聴」（27.5%）、「睡眠」（22.6%）、「インターネットショッピング」（20.9%）と続く（図表 10）。また、その他の自由記述では「ゲーム」が比較的多くあがっており、「裁縫」や「除菌」といった項目もある。

外出抑制で増えた行動について、不安層・非不安層別に見ると、不安層ではいずれの項目も選択割合が高い傾向があるのだが、特に「テレビの視聴」（非不安層より+18.8%pt）や「ネットサーフィン」（+13.9%pt）、「インターネットショッピング」（+10.8%pt）で非不安層との差がひらく（図表 11）。

図表 10 外出抑制で増えた行動（n=3,929）



図表 11 不安層・非不安層別に見た外出抑制で増えた行動



（注 1）順位は全体のもの

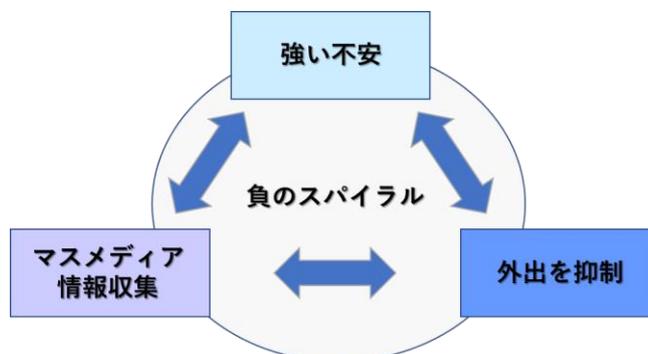
（注 2）不安層と非不安層で10%pt 以上の差がある項目に丸印

つまり、不安が強く外出を控えている者ほど、家でテレビを見たり、ネットで情報収集をしている。先に見た通り、日頃から情報収集に積極的な層やマスメディア志向の強い層で不安層が多かったことを踏まえると、外出を抑制している者ほど、テレビやネット検索によって新型コロナの情報に多く触れており、負のスパイラルが回っていることが考えられる。

マスメディア志向や情報収集志向が高い者ほど不安が強く、不安が強いために外出を抑制し、自宅でテレビ視聴やネット検索をすることで新型コロナ関連の情報に接触することで、ますます不安を強めているという構図だ（図表 12）。

このほか、性・年代別には、男女若い年代で「動画配信サービスの視聴」や「SNSの投稿や閲覧」、「メールやLINEによるコミュニケーション」が、30～40歳代の男性で「ネットサーフィン」が、30～40歳代の女性で「掃除」や「料理」が増える傾向が見られた（図表 13：次頁）。

図表 12 新型コロナへの不安・外出抑制・メディア接触の関係



5—おわりに～時には情報を遮断して不安感を不要に高めない、メディア側は退院者数など正の情報も

本稿では、全国一斉休校の政府要請が出た直後に、全国約6千名を対象に実施した定量調査を用いて、新型コロナへの不安の状況を捉えた。その結果、子どもの休校の影響を受けやすい女性、休業が収入減少に直結しやすいフリーランス、出社制限下でのマネジメントを担う管理職層などで不安が強かった。なお、当調査の対象は50歳代までだが、重症化リスクの高い高齢者層でも不安は強いだろう。また、マスメディアや情報収集志向の高い層で不安が強い傾向があり、不安が強い層ほど外出を控え、TV視聴やネット検索によって、一層不安を募らせるという構図も見えた。

新型コロナの終息、あるいは収束が見えずに、今、誰しものが不安を抱えている。日々、世界各国で感染者数が増える中で、不安を軽減させることは容易なことではない。一方で、当調査の結果から、生活者自らが不安のスパイラルを回している様子も見えた。まだ不確かな情報も少なくない中では、時には、ある程度、意識的に情報を遮断する時間を作ることも必要ではないか。

未知の感染症との闘いは今後もしばらく続くという見方もある。このような中で、個人ができることは、自分の生活をしっかりと守ることだ。休業給付や個人への貸付、公共料金の支払い猶予等の政府の支援策を十分に把握する一方で、不安感を不要に高めるような情報を自ら探すのではなく、日々の健康管理など、すべきことをしっかりとやっていくことが精神の健康にもつながる。季節は桜の見頃を迎えようとしている。時には桜を見ながら、ほっと一息をつくことが、見えない敵と戦う上で有効なのではないだろうか。

また、情報を出すメディア側には、退院者数やその前日比、治った方やご家族の声など、生活者が安心できる情報も同時に出して頂くことを求めたい。負の情報だけでなく、正の情報もあわせて見ることで、生活者は現状をより冷静に捉えられるのではないか。

図表 13 性・年代別に見た外出抑制で増えた行動

(a) 男性

	度数	全体	男性				
			合計	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代
1位	テレビの視聴	51.4	51.2	44.2	53.3	50.2	56.1
2位	ネットサーフィン	43.8	47.7	45.4	49.3	52.3	42.3
3位	動画配信サービスの視聴	27.5	31.6	43.9	36.6	26.5	22.5
4位	睡眠	22.6	21.6	23.4	21.1	22.2	19.7
5位	インターネットショッピング	20.9	20.7	17.7	21.8	22.0	20.4
6位	本や雑誌、新聞などを読む（電子書籍を含む）	18.3	16.4	15.2	17.2	16.2	16.9
7位	SNSの投稿や閲覧	16.9	15.3	23.9	18.9	11.8	8.5
8位	掃除	16.7	11.3	9.6	12.1	13.0	9.6
9位	料理	13.9	8.7	9.0	9.0	8.6	8.0
10位	メールやLINEなどによるコミュニケーション	12.8	11.2	16.9	12.1	8.6	8.7
11位	勉強・自己啓発	8.9	9.7	14.1	12.6	8.3	4.7
12位	運動	7.1	8.2	7.6	9.3	10.0	5.4
13位	出前などのデリバリーサービスの利用	2.2	2.8	4.5	3.1	1.9	2.3

(b) 女性

	度数	全体	女性				
			合計	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代
1位	テレビの視聴	51.4	51.6	49.9	53.1	51.2	51.8
2位	ネットサーフィン	43.8	40.6	47.2	45.1	41.4	30.3
3位	動画配信サービスの視聴	27.5	24.1	42.8	26.3	18.9	15.0
4位	睡眠	22.6	23.4	33.9	24.3	23.1	15.4
5位	インターネットショッピング	20.9	21.0	18.9	23.1	22.8	18.1
6位	本や雑誌、新聞などを読む（電子書籍を含む）	18.3	19.8	21.8	17.6	19.5	21.2
7位	SNSの投稿や閲覧	16.9	18.2	36.7	22.4	13.5	6.7
8位	掃除	16.7	21.2	17.8	24.3	23.3	17.9
9位	料理	13.9	18.1	17.8	19.0	20.4	14.7
10位	メールやLINEなどによるコミュニケーション	12.8	14.0	21.5	15.5	11.7	10.1
11位	勉強・自己啓発	8.9	8.3	10.2	8.7	9.0	5.6
12位	運動	7.1	6.2	4.7	7.6	6.5	5.3
13位	出前などのデリバリーサービスの利用	2.2	1.7	1.0	1.8	1.8	1.8

(注1) 順位は全体のもの

(注2) 全体と比べて±5%に網掛け