

2つの調査結果の公表について

令和2年9月
理事長 松山健士

経済社会システム総合研究所では、「新型コロナウイルス感染症への対応についての意識調査」及び「消費者心理調査（新CSI）」の2つ調査を6月下旬から7月上旬にかけて実施し、その結果をこの度公表させていただきます。

2つの調査のうち、「新型コロナウイルス感染症への対応についての意識調査」は、コロナ危機に対して、人々が外出自粛などどの程度自粛を実行したのか、また、テレワークやオンライン授業などの対応をどれ行ったのか、在宅時間が長くなったことで家族への思いがどのように変化したのか、また、コロナ収束後に増やそうと思う活動、反対に減らそうと思う活動は何かなどについて意識調査を行ったものです。

今回の調査では、コロナ危機の中で、約9割の人は自粛を実行したこと、自粛中にテレワークやオンライン授業などネットの利用が拡大したことなどが示されました。また、今回、テレワークなどを経験した人は、経験しなかった人と比べると、今後も利用したいと考える割合が顕著に高いことが明らかになりました。コロナ危機を契機として、デジタル化が不可逆的に拡大していく可能性やデジタル利用の個人間格差が拡大していく可能性が示されたと考えられます。

コロナ危機が収束した後も減らそうと考えることとして、かなり多くの人が宴会・パーティ、外食、旅行などを挙げました。これまで多くの雇用を生んできた分野で、需要の低迷が長引く可能性が示唆されており、今後の対応の必要性が示されたと考えられます。

もう1つの調査、「消費者心理調査（新CSI）」は、旧日本リサーチ総合研究所が1977年より実施してきた「消費者心理調査（CSI）」（今後の暮らし向きや景気動向などに関する意識調査）を引継ぐとともに、キャッシュレス決済や通販やシェアリング、さらにはインターネットを通じた「フリーサービス」の利用状況など消費の構造的変化に関する調査を加え、「消費者心理調査（新CSI）」として発表するものです。

今回の調査では、コロナ危機を受け、「景気見通し指標」が調査開始（1977年）以来、最も悪い値を記録する一方、「生活不安度指数」は限定的な悪化にとどまりました。これは、コロナ危機の発生後も、調査実施時まで失業率の悪化が抑え

られてきたことなどが背景にあると考えられます。

また、消費の構造変化に関する調査では、キャッシュレスや通信販売などの利用は相当の水準に達しているものの、利用したことはないとの回答も 2 割程度あったこと、シェアリング・サービスの利用は現時点でも低水準であることなどが示されました。

SNS、動画、ゲーム、音楽、ニュース、検索サービスなどインターネットを通じた「フリーサービス」の利用については、全体の平均利用時間が 1 日 4 時間以上となるなど、私たちの生活に大きな影響を及ぼしている可能性が示唆されました。

今回、公表いたしますこれら 2 つの調査は、今後も時期をみて実施していく予定です。本調査結果を皆様にご活用いただければ幸いに存じます。