

### 3つの意識調査の公表について

令和3年2月

理事長 松山 健士

経済社会システム総合研究所（IESS）は昨年4月に発足し、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けつつも、会員はじめ関係各位のご支援、ご協力により「国家百年の計」の構築を目指した種々の活動を推進することができました。

本年もコロナ禍を乗り越え、日本と世界が持続可能で活力ある社会を実現していくために、調査研究等の活動に取り組んで参ります。引続き、皆様のご支援、ご協力をお願い申し上げます。

さて、IESSは今回、3つの意識調査——「社会的課題に関する継続意識調査」、「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」、「消費者心理調査（新CSI）」——を実施し、その結果を公表しました。以下では、この3調査のポイントについてお伝えします。調査の詳細については、本ホームページの「レポート」欄をご覧ください。

#### 1. 「社会的課題に関する継続意識調査（第2回調査）：生活者、働き手、消費者としての意識」

本調査は、当研究所「KAITEKI研究会」の中心テーマである「自然環境や経済社会の持続可能性の向上をはじめとする社会的課題」に関して、人々がどのように意識しているかを把握するための調査であり、今回は第2回目の調査（昨年12月中旬に実施）となる。第1回調査の実施時期がコロナ禍の顕在化する直前（昨年1月）であったことから、今回、人々の意識がどう変化したかという点も注目される点であった。

調査結果を全般的にみると、第1回調査の結果と比べ顕著な違いはなく、コロナ禍の影響はあまり示されなかったが、「生活満足度」や「社会的課題への関心」の水準は、第1回調査に比べやや低めの結果となった。

「生活満足度」については、全体では平均（普通）に近い結果となったが、世代別にみると、前回同様、若年層、高齢層の満足度が高く、壮年層では低いという結果になった。回答者の4つの属性（性別、年齢、居住地域、所得）と生活満足度の関係を分析したところ、所得と年齢が満足度との関係が強いことが示された。壮年層の満足度の低さの背景には家庭、仕事両面での責任の重さなどがあるとみられるが、いわゆる就職氷河期世代の置かれた環境の厳しさが影響している可能性も考えられる。今後もこの点に注意を払いつつ調査を行っていきたい。

「働き手や消費者としての社会的課題への関心」は、今回もあまり高くはなかったが、高齢層、高所得層ほど関心が高いという傾向が示された。海外では、ミレニウム世代やZ世代といった若年層の地球環境問題等への関心の高さが報じられているが、日本では必ずし

もそうした状況にはないようである。「失われた 20 年」といわれる厳しい時代に幼少年期を過ごしたことなどが、若年層の姿勢に影響を及ぼしている可能性もある。若年層の意識には、今後も十分注意を払っていく必要があると考えられる。

他方、今回の調査では、「投資主体として株式等に投資を行う」際には、多くの人が社会的課題に関心を示すことが分かった。NISA（少額投資非課税制度）の利用拡大なども背景として、若年層でもかなりの割合が投資を行っており、かつ、投資に際しては、投資先企業の社会的課題への取組みに注意を払っているとの回答が多かったことは注目に値する。

また、AI やロボットなど「近年のイノベーション」に関しては、雇用やプライバシーへの影響に懸念が示されたが、イノベーションへの期待がそれを上回り、今後については、社会的課題の解決に寄与するイノベーションに期待が大きいなど興味深い結果が示された。

## 2. 「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」

本調査は、コロナ禍への対応に関して、昨年 6 月下旬から 7 月上旬実施の調査に続く第 2 回目の調査（昨年 11 月下旬から 12 月上旬に実施）である。

調査結果をみると、「外出や通勤、営業等の抑制・自粛をしているか」との問いに対して、抑制していると回答した人の割合が低下し、抑制・自粛していない、抑制・自粛を減らしていると回答した人が半数弱を占めた。特に、20 歳～40 歳代で、抑制・自粛を減らしているという回答割合が高かった。

「テレワークやオンライン授業」を利用・実施しているについては、自粛期間中に始めたが現在はやめているとの回答がかなりあった。また、「遠隔診療」を利用している人は極めて低水準に止まっている。テレワークなどでインターネットを利用することにより、コミュニケーションに問題が生じたかという点については、問題はなかったと回答した人が多かった。他方、テレワークなどにより家族の在宅時間が長くなったことで、女性ではストレスが増えたとする回答がかなりあった。

コロナ危機が収束した後も「減らしたほうが良いと思う活動」として、外食、旅行などをあげる回答が多く、かつ、前回調査をやや上回るなど、警戒感は引き続き強いことが伺われる。こうした点は、コロナ収束後の消費や経済社会にも大きな影響を及ぼす可能性があることから、引き続き調査を行っていくことが必要と考えられる。

## 3. 「消費者心理調査（新 CSI）」

本調査は、暮らし向きの判断や景気見通しなど、消費者心理の現状について調査を行うとともに、消費の構造的な変化（例えば、キャッシュレス決済、通信販売、シェアリング、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）についても調査を行うものである。

今回の調査（昨年 11 月下旬から 12 月上旬に実施）では、「景気見通し」は、前回調査（昨

年 6 月下旬から 7 月上旬に実施) に比べ若干改善したとはいえ、コロナ禍の影響により歴史的にみて低い水準となった。一方、「生活不安度」、「現在の暮らし向き」、「現在の生活満足度」などはそれほど悪くはないという結果が示された。

こうした一見不可解な結果の背景には、景気が悪化する中でも雇用の大幅な悪化が抑えられていることがあると考えられる。また、上記の「社会的課題に関する意識調査」で示されたように、株式等への投資が若年層でも高まっているとみられることを踏まえれば、上昇基調を続ける株式市場の影響も考えられる。さらに、本調査の後半で示しているように、若年層を中心に無料のネットサービス(フリーサービス)の利用が大きく広がっていることも生活満足度の悪化を防ぐ方向で作用している可能性がある。

消費の構造変化に関して、「キャッシュレス決済」の利用状況をみると、週 1 回以上利用していると回答した人が約半数となる一方、利用したことのない人も 1/4 程度を占めた。利用している「キャッシュレス決済の種類」については、中高年層を中心にクレジット・カードの利用が最も多いが、若年層ではスマホ決済が多いなど世代間でかなりの違いがあった。

「通信販売」については、利用しているとの回答が多かったが、約 2 割の人は利用したことがないと回答した。

自動車などの「シェアリング・サービス(共同利用)」の利用については、現在も低水準であった。

「インターネットを通じたフリーサービス(無料サービス)の利用」については、若年層を中心にフリーサービスを長時間利用している人が多い。回答者全員(利用していない人も含め)の 1 日あたり利用時間の平均は、動画、SNS では 1 時間を超え、ニュース・検索サービス、ゲーム、音楽配信がそれに続いた。これらのサービス全体では、4 時間を超える長い時間が充てられているという結果が示された。

現在も継続しているコロナ禍の影響は、当面の消費者心理だけでなく、消費の構造にも影響を及ぼす可能性が高いとみられる。今後も、本調査の中でこうした点に注目していく必要がある。