

2021年4月22日

**電通、新型コロナウイルス日米定点生活者意識調査第12回目を実施**  
感染者数が高止まりするなか、「対応できている」とポジティブに考える生活者が増加。  
混乱から順応・適応へと、新しい日常へのスムーズな移行の兆し。

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：五十嵐 博）は、2021年3月下旬、全国20～69歳の男女1,000名を対象に「COVID-19生活者意識ナビゲーター（第12回日米比較編）」を実施しました。

本調査は、電通グループの海外事業を統括する電通インターナショナル社（旧：電通イージス・ネットワーク社）の米国拠点Dentsu U.S.が米国において、新型コロナウイルスによる生活者意識の変化を20年3月下旬から21年3月にかけて17回にわたり調査したものと同一内容を日本国内でも調査したものです。前回の1月下旬に引き続き、日本での第12回目の調査を3月下旬（4都県では引き続き緊急事態宣言下にある時期）に行いました。比較対象である米国の第15回目は1月中旬に調査を行いました。

第12回調査の主なファインディングスは以下の通りです。なお、一部の調査項目は情勢を鑑みながら追加・変更を行っているため、設問によっては比較可能な項目がある回との比較を行っております。

<主なファインディングス>

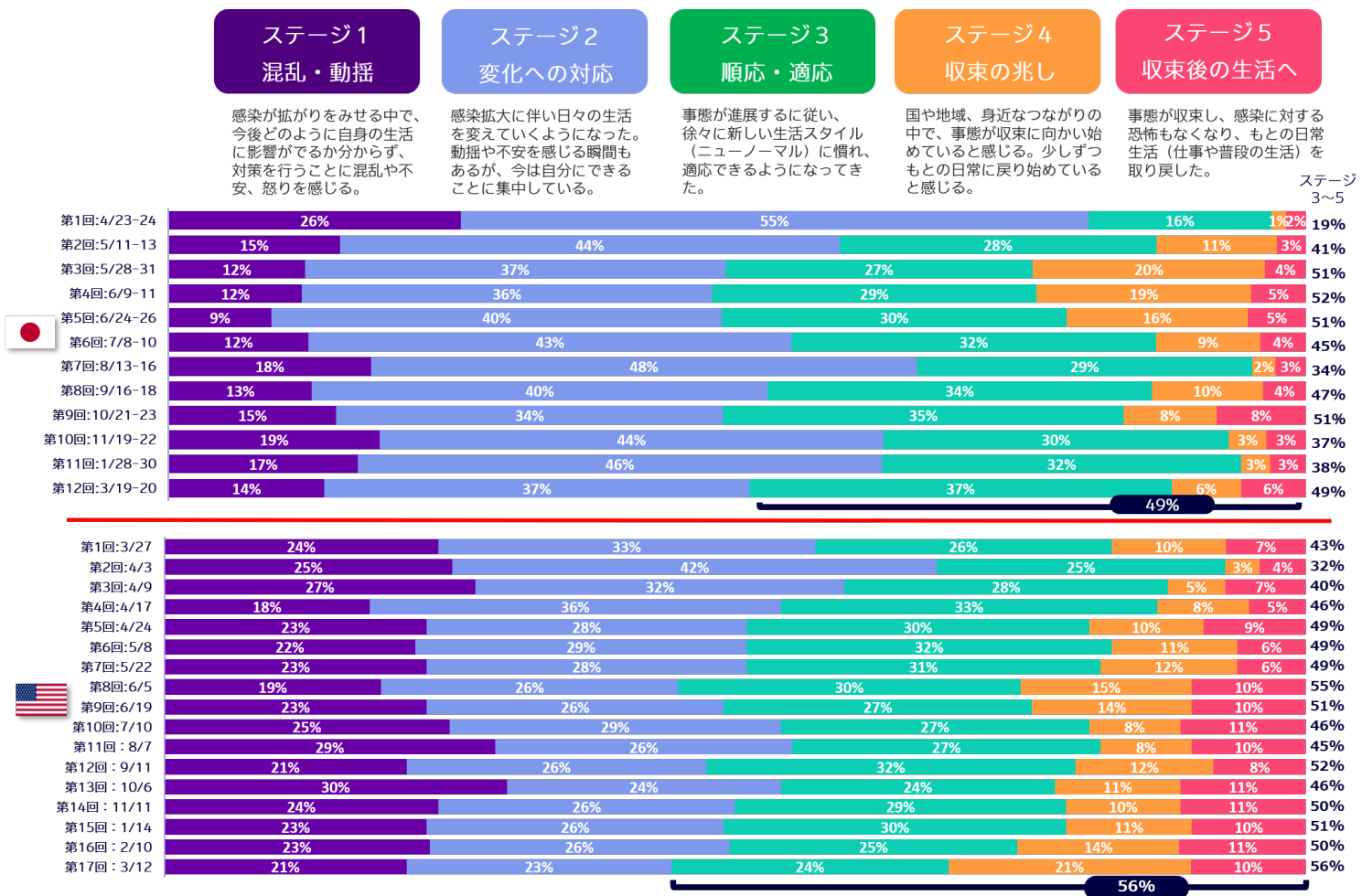
- 生活者の心理ステージは、日米ともに日々の生活に順応できている人が増えてきており、日本ではステージ3「順応・適応」～ステージ5「収束後の生活」の割合が前回から12ポイント増加し、49%となった。また米国もステージ3～5が56%と過去最高となった。
- 生活者の感情は、日本ではすべての感情がポジティブに移行し、特に「対処できている」が前回より14ポイント増加し、はじめて「無力感を感じる」を上回った。米国でもすべての感情がポジティブに転じ、「前向き」「周囲への感謝の気持ちを持っている」が前回より16ポイントと大きく増加した。
- 外出時に感じる危険性については、「外出に危険を感じない」が日本で33%（前回より15ポイント増）、米国では54%（前回より4ポイント増）となり、日米ともに過去最高。米国においては、はじめて「危険を感じない」が「危険を感じる」を上回った。
- 食品の買い物や出勤など日常の活動は「すでに心配なく行っている」人が50%を超えているのに対し、運動や外食、人付き合いなどは「専門家などが行っても良いと発表したら／ワクチンを接種したら」心配せずにできるという人が30%以上、行楽やライブイベント、旅行は「感染が収束したら」心配せずに行えるという人が40%以上となった。

<詳細結果>

1. 生活者の心理ステージは、日米ともに日々の生活に順応できている人が増えてきており、日本ではステージ3「順応・適応」～ステージ5「収束後の生活」の割合が前回から12ポイント増加し、49%となった。また米国もステージ3以降が56%と過去最高となった。

- ・ 新型コロナウイルスの影響下における生活者の心理変容を5つのステージで捉えて傾向を把握。
- ・ 前回調査では、ステージ3～5の数値は日米ともにほぼ横ばいだったが、今回は大きく増加した。

(図表1) 生活者の心理ステージ



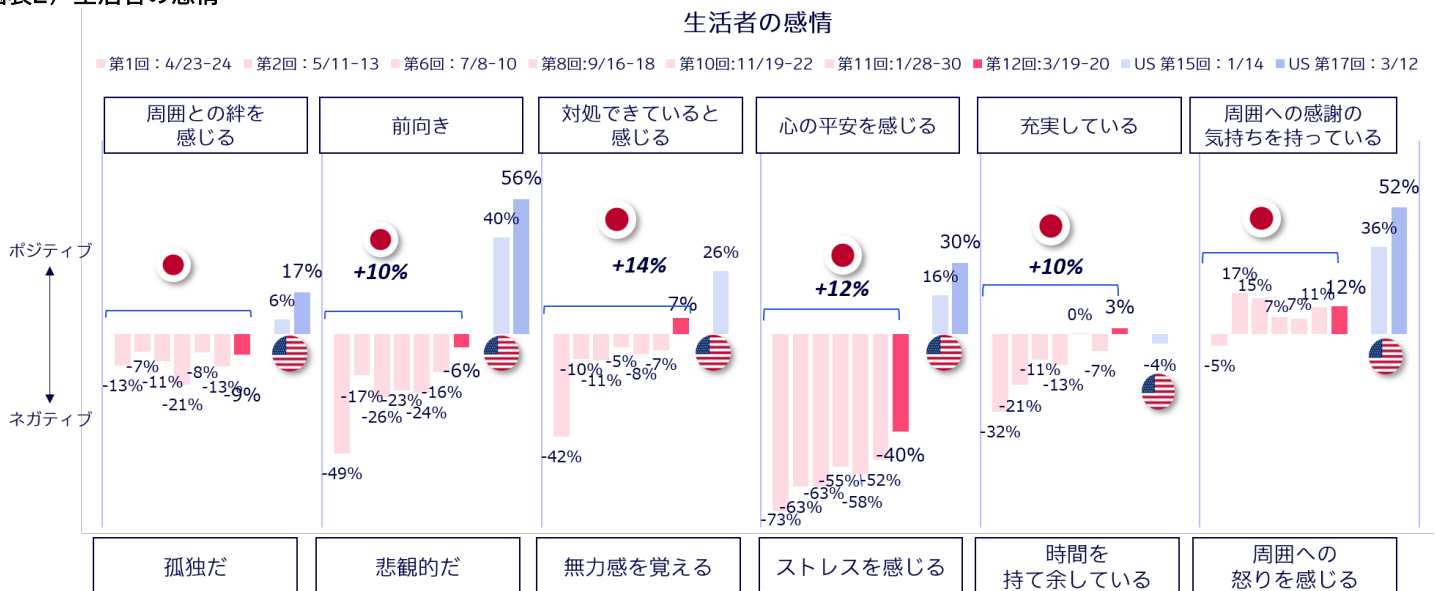
質問：新型コロナウイルスの感染拡大のような公衆衛生上の危機に面した時、人々の気持ちの変化にはいくつかの「ステージ」があると言われていました。今回の新型コロナウイルスの感染拡大があなたの日常生活にどのような影響を与えたかを考えていただき、現在のあなたの状況に最も当てはまるものを1つお選びください。

出典：社会心理学の「キューブラ=ロスモデル」から着想を得て、COVID-19での心理変容に置き換えて定義。ステージ文言などは電通オリジナルで作成。

2. 生活者の感情は、日本ではすべての感情がポジティブに移行し、特に「対処できている」が前回より14ポイント増加し、はじめて「無力感を感じる」を上回った。米国でもすべての感情がポジティブに転じ、「前向き」「周囲への感謝の気持ちを持っている」が前回より16ポイント増加した。

- ・ 日本では、「前向き」「心の平安」「充実」でも10ポイント以上ポジティブに移行した。
- ・ 米国と比較すると、「充実」以外の項目は日本の方がネガティブな状況に移行。

(図表2) 生活者の感情



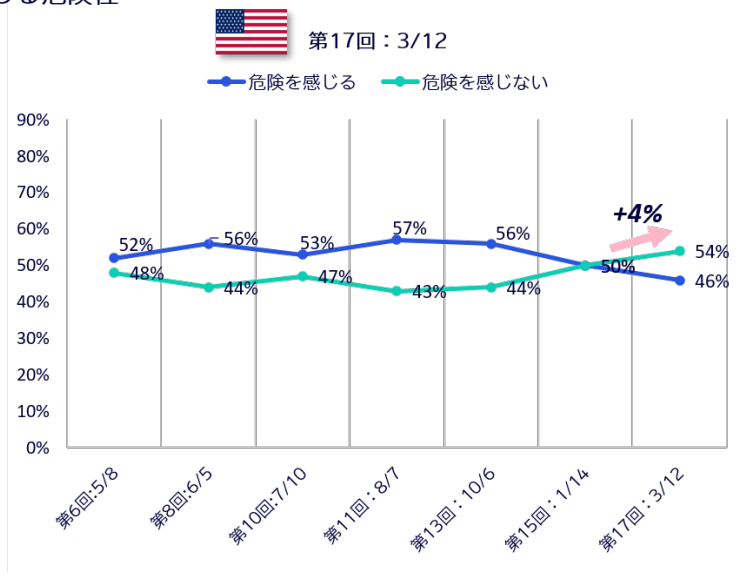
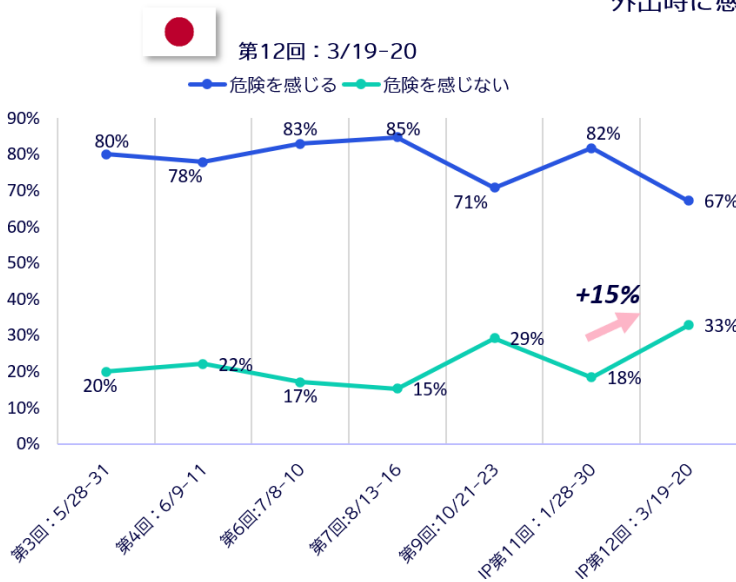
質問：新型コロナウイルスが拡がりを見せる中であなたが感じているものを、それぞれお選びください。

3. 外出時に感じる危険性については、「外出に危険を感じない」が日本で33%(前回より15ポイント増)、米国では54%(前回より4ポイント増)となり、日米ともに過去最高。米国においては、はじめて「危険を感じない」が「危険を感じる」を上回った。

- ・ 日本では「危険を感じる」が前回より15ポイント減って67%にまで下がり、「危険を感じない」が前回より15ポイント増えて33%となった。
- ・ 米国では、はじめて「危険を感じない」54%が「危険を感じる」の46%を上回った。

(図表3) 外出時に感じる危険性

外出時に感じる危険性

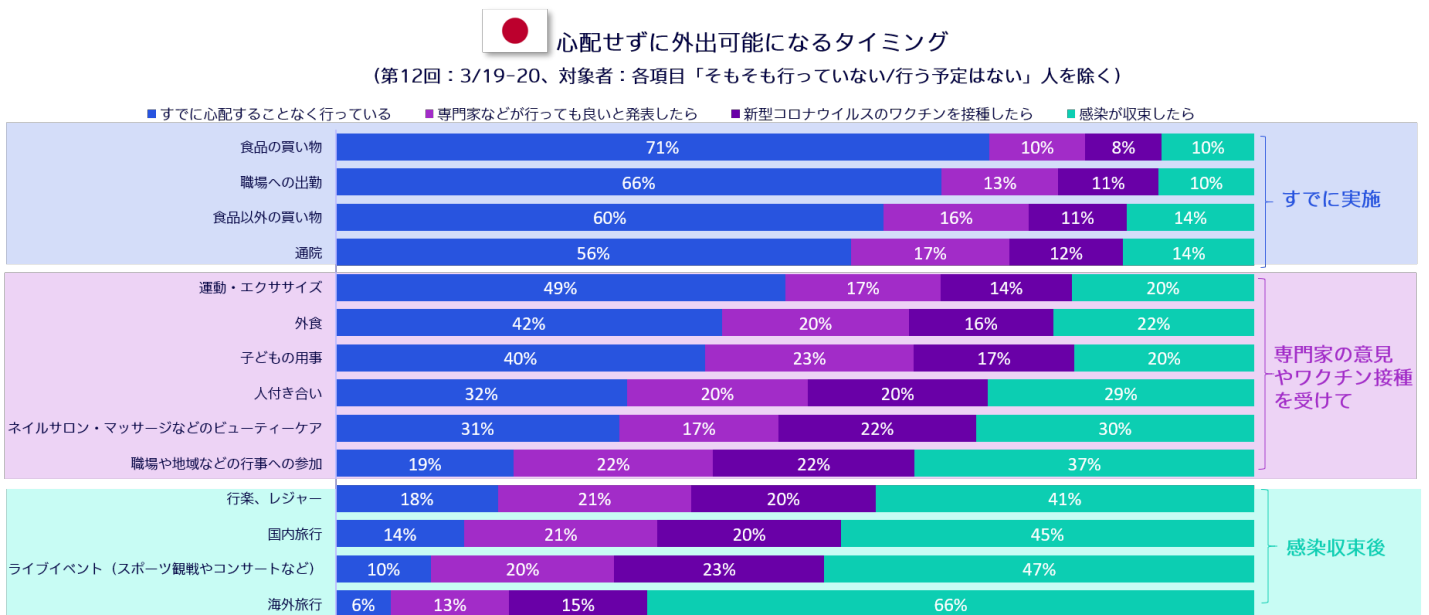


質問：現在、外出することについてどのくらい心配していますか？

4. 食品の買い物や出勤など日常の活動は「すでに心配なく行っている」人が50%を超えているのに対し、運動や外食、人付き合いなどは「専門家などが行っても良いと発表したら／ワクチンを接種したら」心配せずにできるという人が30%以上、行楽やライブイベント、旅行は「感染が収束したら」心配せずに行えるという人が40%以上となった。

- ・ 買い物や通院は「すでに心配なく行っている」が5割を超えているのに対し、レジャーや海外旅行は「感染が収束したら」が4割を超える。
- ・ 海外旅行においては、66%が「感染が収束したら」心配せずに行けると回答。

(図表4) 心配せずに外出可能になるタイミング



質問：以下の選択肢について、心配せずに行えるようになるのは、いつだと思いますか。

### <日本での調査概要>

タイトル： COVID-19生活者意識ナビゲーター

調査手法： インターネット調査

調査時期： 第1回：2020年4月23～24日、第2回：2020年5月11～13日  
第3回：2020年5月28～31日、第4回：2020年6月 9～11日  
第5回：2020年6月24～26日、第6回：2020年7月 8～10日  
第7回：2020年8月13～16日、第8回：2020年9月16～18日  
第9回：2020年10月21～23日、第10回：2020年11月19～22日  
第11回：2021年1月28～30日、第12回：2021年3月19～20日

エリア： 全国

対象者： 全国20～69歳の男女1,000名

調査内容： 新型コロナウイルス感染症に対する心理ステージ、生活行動、企業への期待など

調査実施： 株式会社電通

### <米国での調査概要>

タイトル： COVID Crisis Navigator

調査手法： インターネット調査

調査時期： 第1回：2020年3月27～29日、第2回：2020年4月3～4日  
第3回：2020年4月9～12日、第4回：2020年4月17～18日  
第5回：2020年4月 24日、第6回：2020年5月8日  
第7回：2020年5月22日、第8回：2020年6月5日  
第9回：2020年6月19日、第10回：2020年7月10日  
第11回：2020年8月7日、第12回：2020年9月11日  
第13回：2020年10月6日、第14回：2020年11月11日  
第15回：2021年1月14日、第16回：2021年2月10日  
第17回：2021年3月12日

エリア： 全米

対象者： 全米18～64歳の男女1,000名

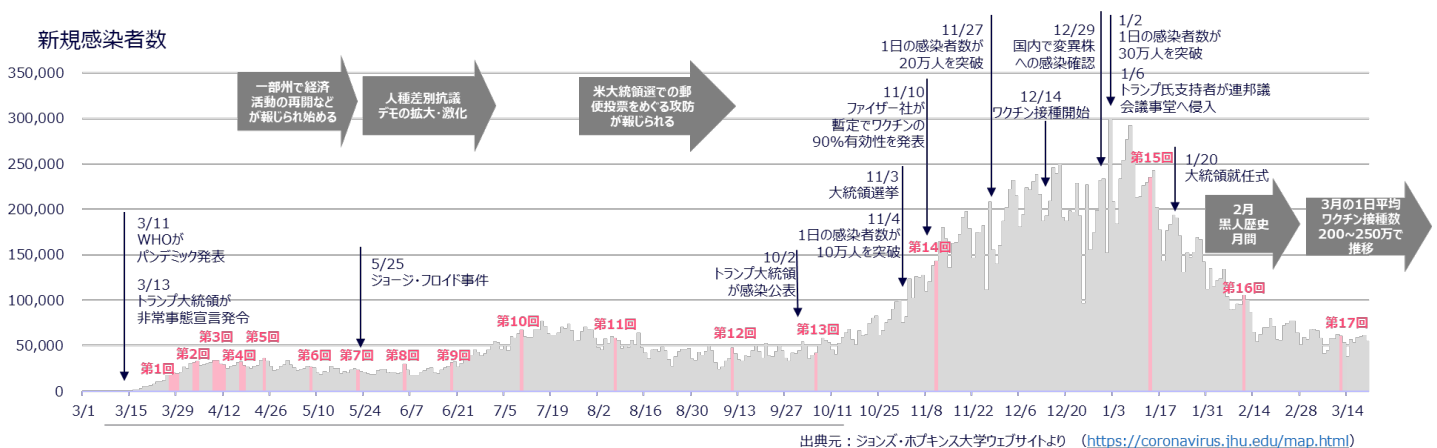
調査内容： 新型コロナウイルス感染症に対する心理ステージ、生活行動、企業への期待など

調査実施： Dentsu U.S.

## <参考：米国と日本における新型コロナウイルス関連トピックと調査実施タイミング>

### 【米国】

- 第1回：アメリカにおける感染者数が世界最多を記録した直後に実施
- 第2回：失業保険申請数が増加するなど景気経済への影響が顕在化してきた中での実施
- 第3回：新規感染者数や死者数が継続して高く推移している中での実施
- 第4回：事態が長期化している中での実施
- 第5回：一部の州での経済活動の再開などが報じられ始めたタイミングで実施
- 第6回：多くの州で一部の経済活動を部分的に再開した中での調査
- 第7回：50の州全てで経済が再開。一方、失業率が高い水準のタイミングでの調査実施
- 第8回：人種差別への抗議運動が広がり、コロナでも多数がデモに集結していた中で実施
- 第9回：複数の州で新規感染者数の最多記録が更新され、第二波への懸念が高まる中での調査
- 第10回：累計感染者数が300万人を超え、依然として失業率が高止まりしている時期に調査
- 第11回：7月中旬～後半にかけて新規感染者数が7万人を超えピークを迎えた後、落ち着きを見せ始めた中での調査
- 第12回：コロナ感染拡大から6カ月、感染拡大はまだ落ちつかないものの、大統領選挙の話題が増えてきている中での調査
- 第13回：大統領選挙まで1か月余り。中西部での感染が拡大。NYでは一部地域で再封鎖実施も報道される中での調査
- 第14回：大統領選挙が行われた。1日の感染者数が10万人を突破し、感染者数が急激に拡大している中での調査
- 第15回：ワクチン接種が開始されるも、新規感染者数が30万人突破。変異株の感染拡大も懸念される中での調査
- 第16回（2/10）：バイデン政権によりワクチン接種が加速・本格化。1日あたり新規感染者数が10万人を下回る中での調査
- 第17回（3/12）：ワクチン接種進むも、変異株などの影響から新規感染者数は減らず。



## 【日本】

第1回：緊急事態宣言が対象地域を全国に拡大（4/16）して1週間が経過した中での実施

第2回：ゴールデンウィーク / ステイホーム週間が明け、感染者数が3月末以降初めて100人を下回った中での実施

第3回：全国で緊急事態宣言が解除された数日後の調査

第4回：全国で緊急事態宣言が解除されてから2週間後。東京アラートが解除されるまでのタイミングで実施

第5回：都内ホストクラブでのクラスター発生を中心に、感染者が再び増加してきた中での実施

第6回：東京都を中心に感染者数が大幅に増加し、都外への外出自粛が要請された中での実施

第7回：国内の感染者数が1,000人を超え、各地で感染が広がる中迎えたお盆・夏季休暇中での実施

第8回：感染者数は減少傾向にあり、9月14日に自民党総裁選が行われた直後のタイミングでの実施。

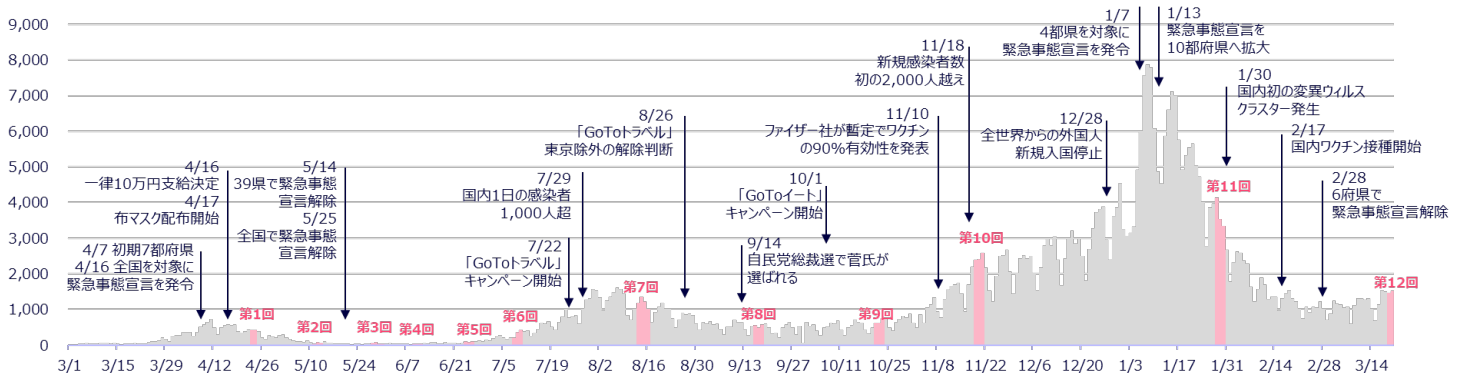
第9回：感染者数が安定して推移、「GoToトラベル」キャンペーンの東京発着分追加、「GoToEat」キャンペーン開始など経済活性化政策が強化される中で実施

第10回：国内の1日あたり新規感染者数2,000人を超え、過去最高を更新する中で実施

第11回：年明けに一気に感染者数が増え、2度目の緊急事態宣言が発令される。変異株の感染も報告される中での実施

第12回（3/19-20）：年始から大幅に新規感染者数が減少するも2月中旬以降大きな変化無く、4都県では引き続き緊急事態宣言下（調査終了翌日3/21に解除）の中での調査。

## 新規感染者数



出典元：NHKウェブサイトより (<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/l/>)

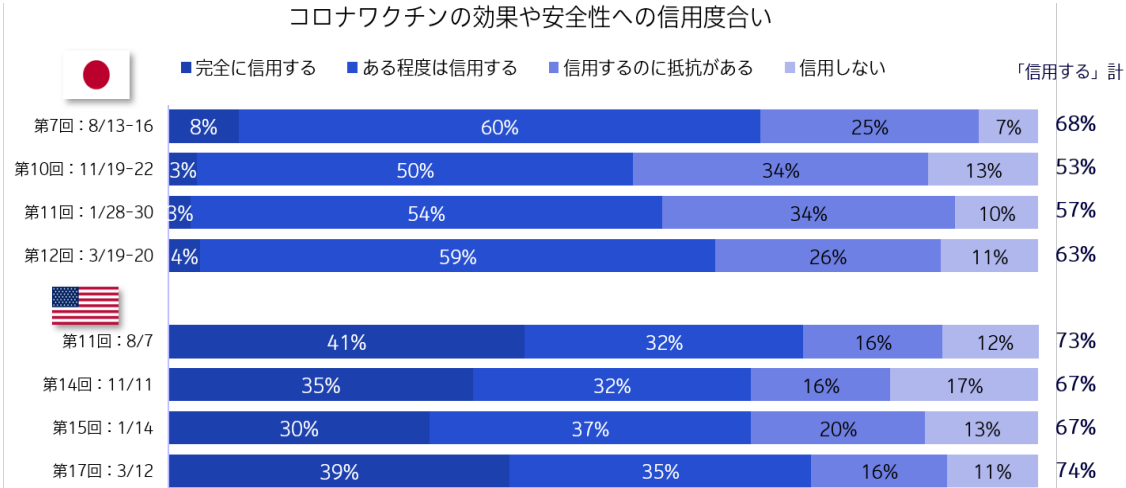


<参考：その他の主なファインディングス>

(ア) コロナワクチンの効果や安全性への信用度合い

- ワクチンへの信用度は日米ともに上昇。米国のワクチンに対する信用度合いスコアは高く、特に「完全に信用する」が日本では4%にとどまるのに対して米国では39%と高い。

(図表5) コロナワクチンの効果や安全性への信用度合い

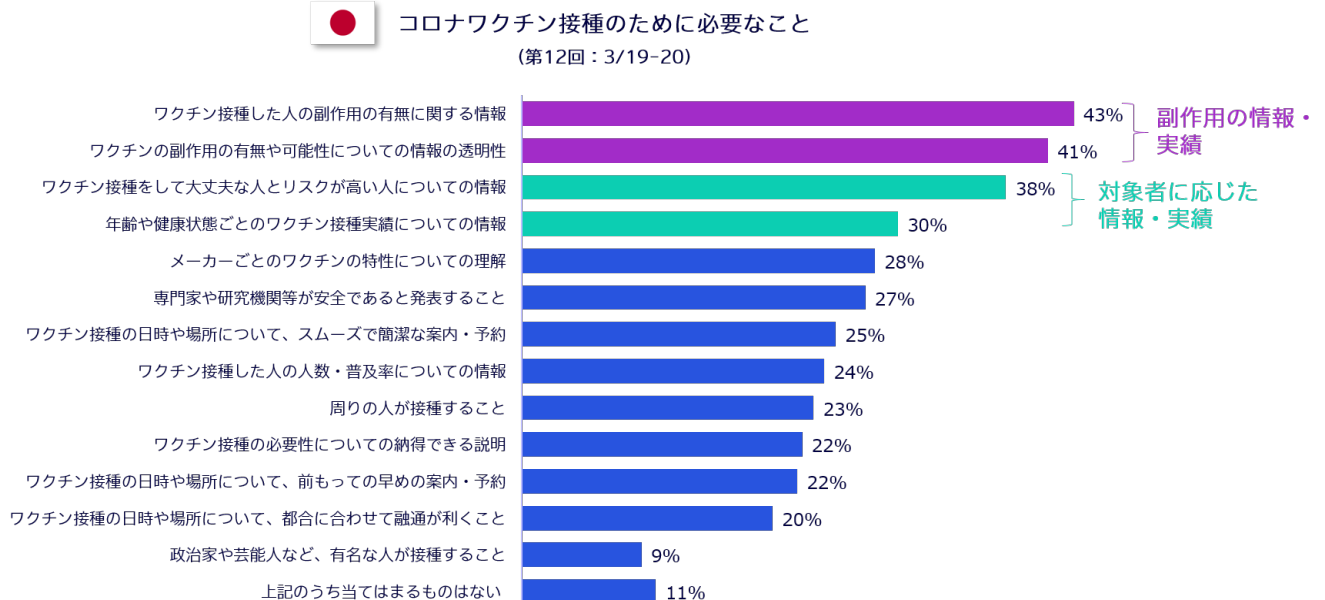


質問：新型コロナウイルスのワクチンについて、あなたはどの程度、効果や安全性を「信用」しますか？新型コロナウイルスワクチンについて知っていること・情報を踏まえ、ご回答ください。

(イ) コロナワクチン接種のために必要なこと

- ワクチンを接種するために必要、または期待することとしては「副作用の情報やその可能性についての情報の透明性」、対象者によつての副作用リスクの情報、年齢が健康状態ごとの接種実績情報など、安全性に関する情報が上位を占めた。

(図表6) コロナワクチン接種のために必要なこと

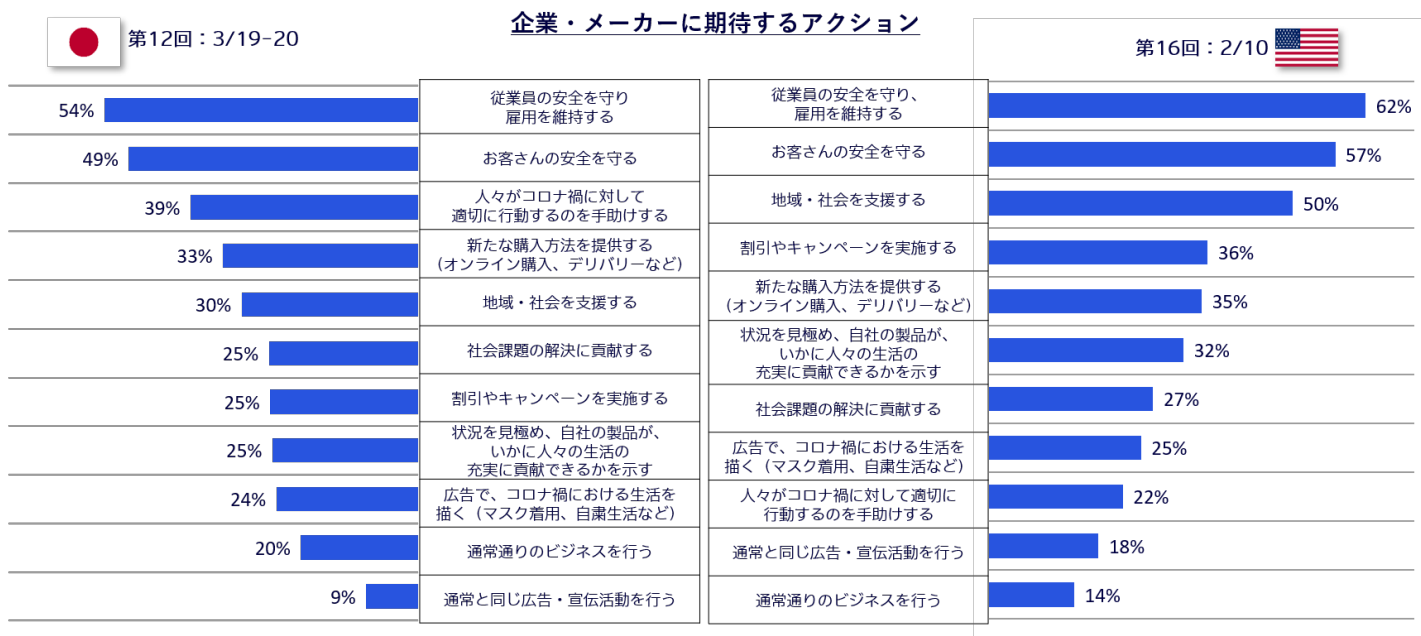


質問：あなたがワクチン接種をするために、必要もしくは期待するものはなんですか。あてはまるものをすべてお選びください。

**(ウ) 企業/メーカーに期待するアクション**

- ・ コロナの影響が続く中、企業やメーカーに期待するアクションとして、「従業員の安全と雇用維持」「お客様の安全」が上位を占める。
- ・ 日本では、「人々がコロナに対して適切な行動をするのを手助けする」や「新たな購入方法を提供する」ことが次に求められているが、米国では「地域・社会を支援する」「割引やキャンペーンを実施する」があげられている。
- ・ 「通常通りのビジネス」「通常と同じ広告・宣伝活動」は下位となった。

(図表7) 企業/メーカーに期待するアクション

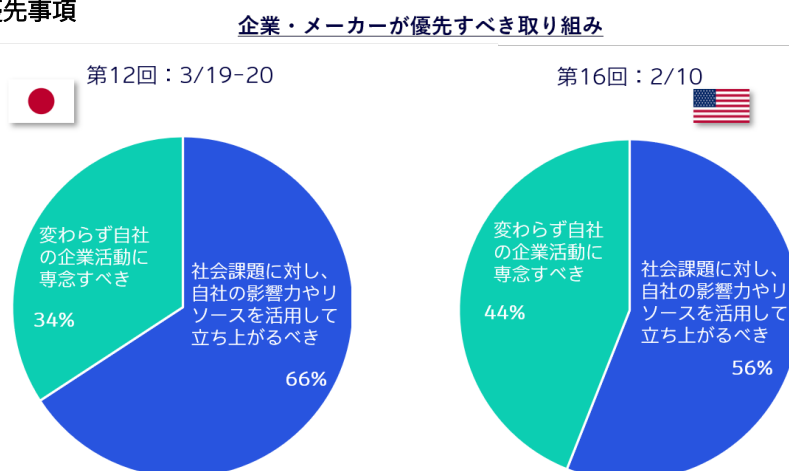


質問：コロナの影響が続く中、企業やメーカーはどのような対応を取るべきだと思いますか。あてはまるものを全てお選びください。

**(エ) 企業/メーカーの優先すべき取り組み**

- ・ 「社会課題に対し、自社の影響力やリソースを活用して立ち上がるべき」は日本で66%、米国で56%。両国とも、「変わらず自社の企業活動に専念すべき」を上回る。

(図表8) 企業/メーカーの優先事項



質問：以下のうち、企業・メーカーがすべき取り組みはどちらだと思いますか。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 広報部

松島、曲山 TEL：03-6216-8041

Email：[koho@dentsu.co.jp](mailto:koho@dentsu.co.jp)