

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルス に対する意見・対策に対する態度とスマートフォン アプリ利用タイプとの関連性について

山下 玲子

1. 問題の所在と研究課題

2023年1月27日に、日本政府は新型コロナウイルスの感染法上の分類を、大型連休明けの2023年5月8日に「2類」から「5類」に引き下げると決めたことが発表された。これにより、2020年の年明けから約3年にわたり、新型インフルエンザ等対策措置法のもと、緊急事態宣言が発令されたり、感染者や濃厚接触者が法的に厳格に管理されたりしてきた新型コロナウイルスが、季節性インフルエンザと同等の扱いとなり、感染者や濃厚接触者の法的な待機期間もなくなることとなった（NHK WEB, 2023a）。また、医療体制や医療費の自己負担についても、段階的に5類基準に移されることとなり、ワクチンの無償接種を継続するかについても、その期間や対象者の範囲について議論がなされた（NHK WEB, 2023b）。この発表を受けて、一般の人々の間では、「コロナ禍は終わり、以前と同じ日常が戻ってくる」と感じた人もいれば、「感染が終息したわけではないのに、再び感染爆発が起きたりしないか」と不安になった人もいると思われる。また、行動制限が撤廃され、経済が活性化することを歓迎する一方、自身や家族が感染した場合に適切な医療が受けられるか、また治療費の負担がどの程度になるか心配、というアンビバレントな気持ちを抱いた人もいるであろう。

また、新型コロナウイルスへの自身の感染や社会的感染拡大に伴うさまざまな弊害はリスク事態であり、そのリスク認知や対応行動に対して、メディアによる影響が少なからずあると考えられる（eg. Slovic, 1987）。そして、新型コロナウイルスの流行が長期化する中、日本でも、メディア利用と新型コロナウイルス関連情報への接触や態度との関連性についての研究が蓄積されてきた。たとえば、安藤他（2022）では、2020年8月に性別・年代で割付をした1555名を対象に行ったWeb調査により、新型コロナウイルスに対するリスク認知はテレビ、ネットニュースとの接触と関連が強い一方、不安感情はSNSとの関連が強いことを示している。また、筆者が2020年11月に行った20代以上の日本人308名を対象としたWeb調査では、新型コロナウイルス関連の情報をさまざまなメディアから集める人達や、紙の新聞や新聞社の公式ホームページなど硬派なメディアを多く利用する人達は、ワイドショーやインターネットでのポータルサイトなどソフトなメディアを利用する人達よりも、新

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルスに対する意見・対策に対する態度と.....

新型コロナウイルス関連の情報をより希求していること、新型コロナウイルスのリスク認知については、利用するメディアにより差はないものの、ソフトなメディアを利用する人達と硬派なメディアを多く利用する人達が、より感染対策の強化に賛同し、インターネットを中心に利用する人達はソフトなメディアを利用する人達よりも情報を希求するものの感染対策の強化には賛同していないことが示されている（山下，2023）。そして、中川（2022）は、2020年7月、9月、2021年7月、9月に大学生述べ969名に、新型コロナウイルスに関するリスク認知と対処行動について自由記述で回答してもらい、普段や新型コロナウイルス情報の収集の際に利用するメディアの頻度別に抽出したクラスター別にリスク認知の様相を検討している。その結果、調査時期により、リスク認知の様相が異なっているものの、その認知はメディア利用クラスターによって大きな違いが見られないことを示している。これについて、中川（2022）は、調査対象者が大学生のみであったため、接触するメディアに違いがあっても接触している内容の差異が大きくなかったからではないかと考察している。また、大学生ではマスメディアに中心的に接触するというクラスターは抽出されていなかった。さらに、関谷他（2023）では、2022年11月に実施した16歳以上6959名を対象としたWeb調査の結果から、新型コロナウイルス関連情報についてのメディア利用パターンを5つ抽出している。そして、もっぱらソーシャルメディアを利用する人達とテレビとソーシャルメディアを併用する人達とでは、自身の関心を中心とした情報収集を行うかどうかという点で情報に対する志向性が異なること、マスメディアを中心に新型コロナウイルス情報に接触する人達は、自身の関心に沿った情報収集を行わない一方、新型コロナウイルス関連の情報に多く接触し、その質的な幅も広いことを示している¹⁾。そして、新型コロナウイルスに関する態度では、マスメディアで主に情報収集する人達は、ネットメディアを中心に情報収集する人達に比べ、感染防止行動をより重視することも示している。

これらの研究から、マスメディアの利用が感染対策の強化や感染防止行動を重視することと関連するという結果はおおよそ共通して見られているが、マスメディア、特にテレビをよく利用する人達は主に高齢で、かつ情報収集に関してさほど熱心ではないことも示唆されている。また、インターネット利用との関連については、ネットニュースとSNSとではリスク認知や態度への影響が異なることや、若者の多くがインターネット、特にソーシャルメディアを利用する一方、新型コロナウイルスに対する情報への興味・関心のレベルも、新型コロナウイルスそのものや感染対策に対する態度も一貫しないという結果も見られている。このように、新型コロナウイルスに関連する情報への接触や態度について、マスメディア、特にテレビとの関連はその存在や影響の方向性が明らかにされつつあるが、インターネットやソーシャルメディアとの関連性は、さまざまなサービスを経由して多様な情報が流通しているというインターネットのメディア特性から、接触している情報の内容の相違やその影響についてまだ十分に明らかになっていない部分が多いと思われる。

これまで、筆者が所属する「メディアと日本人意識」研究会では、上記の2020年11月に実施した調査を皮切りに2023年2月までに、新型コロナウイルスに関連する人々の意識についての質問を含むWeb調査を計8回実施し、検討を行ってきた²⁾(有馬他, 2021, 藤井他, 2021, 山下, 2023, 山下他, 2023)。本稿では、そのうち、8回目にあたる2023年2月に実施した調査データを用いて、インターネット利用と新型コロナウイルス関連情報への接触や情報への希求、さらには新型コロナウイルスの危険性の認知、感染対策に対する態度がどのように異なるか、検討を行った。今回の分析では、インターネット利用パターンの詳細な理解のために、スマートフォンで利用するアプリの違いに着目し、その利用パターンを明らかにすることを試みた。スマートフォンは、2021年時点での日本国内の世帯保有率が88.6%、個人の利用率も82.9%となっており(総務省, 2022)、若者の利用率、頻度においては、マスメディアの代表であるテレビをしのいでいる(渡辺・行木, 2023)。また、スマートフォンではさまざまなサービスがアプリを通じて提供され、それらは主にインターネットを経由して利用可能となるものである。したがって、スマートフォンアプリの利用パターンを明らかにすることで、人々のインターネットでの情報接触傾向の概観を示すことができると考えられる。そして、新型コロナウイルスの感染法上の分類が「2類」から「5類」に変更となるタイミングにおいて、スマートフォンアプリの利用パターンにより、人々の新型コロナウイルス対策への態度や新型コロナウイルスそのものへのリスク認知がどのように異なっているのかに着目した。また、若者はそもそもメディアへの期待が娯楽志向であることがNHK放送文化研究所が2022年10月に実施した「全国メディア意識世論調査・2022」の結果で示されており(渡辺・行木, 2023)、インターネット上に多くの新型コロナウイルス情報が存在していても接触しようとせず、そのことが若者の新型コロナウイルス自体やその対策に対する態度に影響を及ぼしている可能性も示唆される。したがって、今回の調査では、これまで比較的不足している10代の若者からのデータも収集した上で、アプリの利用パターンとデモグラフィック要因との関連も考慮に入れた新型コロナウイルス関連情報への接触意向や態度の違いについて考察を試みる。

本研究の研究課題は以下のとおりである。

- (1) 人々の新型コロナウイルス関連の情報収集に利用するスマートフォンアプリの違いから、人々のスマートフォンアプリ利用タイプ(クラスター)は、どのように分類可能か。
- (2) スマートフォンアプリ利用タイプ(クラスター)により、新型コロナウイルスに関する情報収集行動の経験はどのように違うのか。
- (3) スマートフォンアプリ利用タイプ(クラスター)により、新型コロナウイルスの感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げられることに伴う新型コロナウイルス自体に対するリスク認知や政策への態度はどのように違うのか。

2. 方法

2.1 調査対象者と手続き

調査対象者はセルフ型アンケートツールサイト Freeasy のモニターで日本在住の15歳以上の日本人2208名（男性1104名，女性1104名）で，男女それぞれ15歳から70歳以上を5歳刻み12セルに92名ずつ割付した。2023年2月8日に，Freeasyを通じてWebアンケートをモニターに配布し，同意を得たモニターから回答を回収した。この調査を実施するにあたり，東京女子大学人を対象とする研究に関する倫理審査委員会より倫理審査不要の判断を受けた（依頼番号R2023-101）。

2.2 調査項目

紙幅の関係上で，本稿の分析で使用した項目について説明する。なお，デモグラフィック項目として，性別，年齢（15歳から5歳刻み，70歳以上は一括の12段階），婚姻状況，職業，業種，世帯収入，居住形態，子どもの有無をFreeasyよりモニター登録情報として取得，学歴，海外在住経験を独自に尋ねた。

(1) スマートフォンでのアプリ利用について

スマートフォンアプリの17のカテゴリー（メッセージングアプリ，SNS，電子メール，ニュース，音楽，マンガ，雑誌以外の電子書籍，ラジオアプリ，検索アプリ，Webブラウザ，YouTube，YouTube以外の動画共有サービス，オンデマンド型動画配信サービス，民放公式テレビポータル，動画ライブ配信サービス，ABEMATV，スポーツ動画中継配信サービス）の利用頻度を，まったく利用しない～毎日複数回，を9段階で回答してもらった。

(2) 新型コロナウイルスについての情報源について

新型コロナウイルスに関する情報を入手するのに利用する情報源19項目（「この中に当てはまるものはない」を含む）をすべて選択してもらった。この設問で選んだ項目の中から，さらに，もっとも当てはまるものを1つだけ選択してもらった。また，「当てはまるものはない」を選んだ人は，「当てはまるものはない」と自動的に回答を記録した。

(3) 新型コロナウイルスに関して入手してきた情報について

新型コロナウイルスに関しての情報10項目（「ウイルスの病理的な情報」，「治療方法に関する情報」，「ワクチンに関する情報」，「感染者数などの感染の拡大状況」，「医療現場の声」など）に対して，どのくらい入手してきたかを，「まったく入手していない」～「非常に多

く入手した」の5段階で回答してもらった。

(4) 新型コロナウイルスの「5類」移行に対する態度について

2023年5月に新型コロナウイルスの感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げられるという報道を受けて、新型コロナウイルスに関する20項目（「5月以降は、無症状患者との接触による感染リスクが高まる」、「感染が拡大している国へ渡航する場合は、帰国時に一定期間隔離した方がよい」、「いつでもPCR検査を迅速に行える体制を整えておくべきである」、「感染した時に近くの病院での適切な治療を受けられるか不安である」、「感染した場合の治療費が心配である」、「5月に感染法上の5類に引き下げるのは時期尚早である」、「ワクチン接種の有無やその回数による優遇措置や行動制限は廃止するのがよい」、「ワクチン接種はいずれ自己負担とするのがよい」など）の意見に対して「まったくそう思わない」～「非常にそう思う」の5段階で回答してもらった。

(5) 新型コロナウイルス対策に対する誇りにについて

日本の新型コロナウイルス対策についてどのくらい誇りに思うか、「まったく誇りに思わない」～「とても誇りに思う」の5段階で回答してもらった。

3. 結果

(1) スマートフォンアプリの利用状況と利用者の分類

まず、それぞれのカテゴリーの利用頻度を単純集計した結果が、図3-1である。1日に複数回利用する人が40%を超えているのは、Webブラウザ、電子メール、検索アプリであった。30%を超えていたのは、メッセージングアプリ、ニュース、SNS、YouTubeであった。

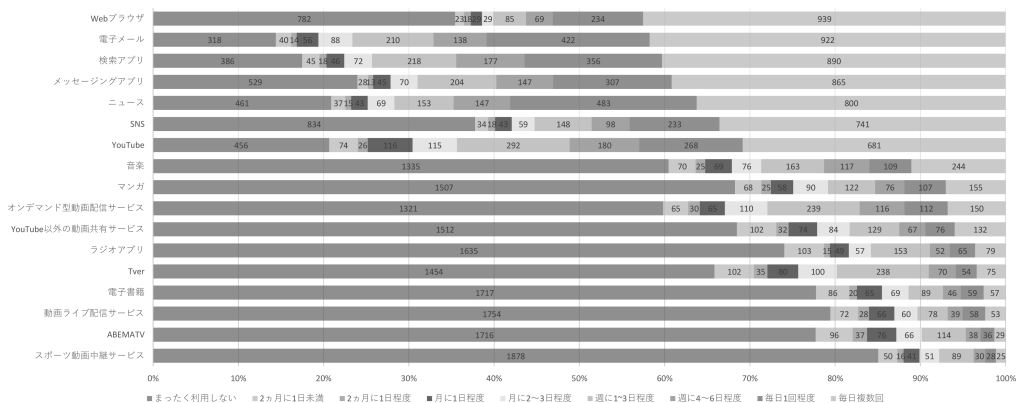


図3-1 各スマートフォンアプリの使用頻度

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルスに対する意見・対策に対する態度と.....

それ以外の10カテゴリーは、毎日複数回利用する人が音楽を除き10%未満、音楽も11.05%であり、上記7カテゴリーと大きく開きがあることがわかる。逆に、まったく利用していない人が多いカテゴリーは、スポーツ動画中継サービスで85%を超えている。利用しない人が70%を超えているカテゴリーは、電子書籍、ラジオ、ライブ動画配信サービス、ABEMATVであった。

また、WebブラウザとSNSは、1日複数回利用する人が多いカテゴリーであるが、まったく利用しない人も35%以上おり、非常によく利用する人とまったく利用しない人と分かれているアプリのカテゴリーといえる。なお、毎日複数回利用する人が30%を超えていた7カテゴリー以外の10カテゴリーは、すべてまったく利用しない人の割合が50%を超えており、9カテゴリーは60%を超えていた。

次に、これらの17のスマートフォンアプリのカテゴリーの利用の有無についてのクラスター分析（ウォード法・ローデータによるユークリッド距離）を行い、回答者のスマートフォンアプリ利用タイプを分類した。デンドログラムの減衰を吟味した結果、6つのクラスターを抽出した。第1クラスターは、メッセージングアプリ、SNS、音楽、マンガ、YouTube、YouTube以外の動画共有サービスを平均以上利用し、ニュースを平均以下しか利用していなかった。そのため、「プライベート・娯楽志向型」と命名した。第2クラスターは、ニュース、検索アプリ、Webブラウザ、電子メールを平均以上利用し、音楽を平均以下しか利用しない人達であった。そのため、「仕事・社会情報志向型」と命名した。第3クラスターは、すべてのカテゴリーを平均以上使う人たちであった。そのため「全カテゴリー高頻度利用型」と命名した。逆に第4クラスターは、すべてのカテゴリーの利用が平均を著しく下回っていた。そのため、「全カテゴリー低頻度利用型」と命名した。第5クラスターは、電子メールとWebブラウザのみ平均以上利用していた。そのため、「パソコン延長型」と命名した。第6クラスターは、ニュースのみ、わずかに平均より利用しており、その他のカテゴリーはすべて平均以下の利用であった。そのため、「ニュースのみ型」と命名した。それぞれのカテゴリーの人数は、それぞれ680, 523, 142, 102, 307, 454であった。

それぞれのクラスターとデモグラフィック要因とのクロス集計をした結果が表3-1, 3-2である。まず、性別と各クラスターとでクロス集計をし、カイ二乗検定を行い、残差分析を行った結果、「カテゴリー高頻度利用型」、「全カテゴリー低頻度利用型」で男性が有意に多く、第6クラスターで女性が有意に多かった ($\chi^2(5)=33.630, p<.001$)。年齢と各クラスターのクロス集計をし、カイ二乗検定を行い、残差分析を行った結果、「プライベート・娯楽志向型」は、15-19歳、20-24歳、25-29歳が有意に多く、40代以上の全てのセルが有意に少なかった。「仕事・社会情報志向型」は、15-19歳、20-24歳が有意に少なく、40-44歳、45-49歳の40代が有意に多くなっていた。「全カテゴリー高頻度利用型」は、20-24歳、30-34歳、35-40歳が有意に多く、50代以上の全てのセルが有意に少なかった。「全カテゴリー

表 3-1 クラスターと年齢のクロス表

	出現値	クラスター						合計
		1	2	3	4	5	6	
年齢カテゴリー	15-19	△ 120	▼ 28	14	5	▼ 9	▼ 8	184
	20-24	△ 119	▼ 19	△ 24	▼ 1	▼ 7	▼ 14	184
	25-29	△ 110	36	17	▼ 1	▼ 15	▼ 5	184
	30-34	68	52	△ 25	4	▼ 16	▼ 19	184
	35-39	64	48	△ 20	6	25	▼ 21	184
	40-44	▼ 37	△ 65	15	11	△ 35	▼ 21	184
	45-49	▼ 36	△ 58	8	12	27	43	184
	50-54	▼ 31	47	▼ 4	13	△ 41	48	184
	55-59	▼ 30	51	▼ 4	△ 15	34	△ 50	184
	60-64	▼ 26	45	▼ 5	13	△ 40	△ 55	184
	65-69	▼ 25	38	▼ 5	△ 14	27	△ 75	184
	70 以上	▼ 14	36	▼ 1	7	31	△ 95	184
	合計	680	523	142	102	307	454	2208

1 プライベート・娯楽志向型
 2 仕事・社会情報志向型
 3 全カテゴリー高頻度利用型
 4 全カテゴリー低頻度利用型
 5 パソコン延長型
 6 ニュースのみ型

表 3-2 クラスターと性別のクロス表

	出現値	クラスター						合計
		1	2	3	4	5	6	
性別	男性	325	271	△ 93	△ 62	163	▼ 190	1104
	女性	355	252	▼ 49	▼ 40	144	△ 264	1104
合計	680	523	142	102	307	454	2208	

1 プライベート・娯楽志向型
 2 仕事・社会情報志向型
 3 全カテゴリー高頻度利用型
 4 全カテゴリー低頻度利用型
 5 パソコン延長型
 6 ニュースのみ型

低頻度利用型」は、20-24 歳、25-29 歳が有意に少なく、55 歳-59 歳、65-69 歳が有意に多かった。「パソコン延長型」は、15-19 歳、20-24 歳、25-29 歳、30-34 歳が有意に少なく、40-44 歳、50-54 歳、60-64 歳が有意に多かった。「ニュースのみ型」は、15-19 歳、20-24 歳、25-29 歳、30-34 歳、40-44 歳が有意に少なく、55-59 歳、60-64 歳、65-69 歳、70 歳以上が有意に多かった ($\chi^2(55)=725.301, p<.001$)。さらに、世帯年収を 15 段階 (100 万円未満, 100 万円から 1000 万円まで 100 万円刻み 9 段階, 1000 万円から 1200 万円未満, 1200 万円から 1500 万円未満, 1500 万円から 1800 万円未満, 1800 万円から 2000 万円未満, 2000 万円以上) に刻んだ数値に対して、各クラスターの平均値を確認したところ、「全カテゴリー

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルスに対する意見・対策に対する態度と.....

表 3-3 クラスターごとの年取の平均値および標準偏差

	平均値	標準偏差
プライベート・娯楽志向型	5.700	3.496
仕事・社会情報志向型	5.807	3.253
全カテゴリー高頻度利用型	6.887	3.706
全カテゴリー低頻度利用型	4.029	2.546
パソコン延長型	6.238	3.464
ニュースのみ型	5.291	3.272

1：100万円未満，2：100万円以上200万円未満，3：200万円以上300万円未満
 4：300万円以上400万円未満，5：400万円以上500万円未満，6：500万円以上600万円未満
 7：600万円以上700万円未満，8：700万円以上800万円未満，9：800万円以上900万円未満
 10：900万円以上1000万円未満，11：1000万円以上1200万円未満，12：1200万円以上1500万円未満
 13：1500万円以上1800万円未満，14：1800万円以上2000万円未満，15：2000万円以上

高頻度利用型」が最も高く、次いで「パソコン延長型」、第3位以降は「仕事・社会情報志向型」、「プライベート・娯楽志向型」、「ニュースのみ型」、「全カテゴリー低頻度利用型」の順であった。年取に換算すると、「全カテゴリー高頻度利用型」、「パソコン延長型」は平均して500万円から600万円程度、「仕事・社会情報志向型」、「プライベート・娯楽志向型」、「ニュースのみ型」は平均して400万円から500万円程度、「全カテゴリー低頻度型」は平均して300万円から400万円程度であった。なお、「プライベート・娯楽志向型」は10代、20代前半の人が多いため、回答者の多くが親の年取を報告している可能性が高い（表3-3参照）。

(2) スマートフォンアプリの利用者クラスターと新型コロナウイルス関連情報の入手

(a) 利用者クラスター別の新型コロナウイルス関連情報の情報源

利用者クラスターと新型コロナウイルス関連情報の収集にもっともよく利用する情報源との間でクロス集計を行い、カイ二乗検定を行ったところ、有意水準0.1%以下で有意な連関が見られた ($\chi^2(85)=264.162, p<.001$)。残差分析の結果、「プライベート・娯楽志向型」では、「当てはまるものはない」、「その他のテレビ番組」、「マスコミ以外のSNS」、「個人のSNS」、「海外のニュースサイト」が有意に多く、「自治体からの情報」、「ポータルサイト」が有意に少なかった。「仕事・社会情報志向型」は、「自治体からの情報」が有意に多く、「紙の新聞」が有意に少なかった。「全カテゴリー高頻度利用型」は、「雑誌（オンライン）」、「新聞・通信社のオンラインニュース」、「マスコミのSNS」、「マスコミ以外のSNS」、「電子掲示板サイト」、「YouTube」が有意に多く、「テレビニュース番組」が有意に少なかった。「全カテゴリー低頻度利用型」では、有意に多く利用する情報源も、少なく利用する情報源もなかった。「パソコン延長型」では、「ポータルサイト」が有意に多く、「ニュースアプリ」が有意に少なかった。「ニュースのみ型」は、「紙の新聞」、「テレビニュース番組」、

表 3-4 クラスターと新型コロナウイルス情報収集に利用するメディアのクロス表

出現値		利用メディア								
		0	1	2	3	4	5	6	7	8
クラスター	プライベート・娯楽志向型	△136	67	3	4	276	22	△10	▼36	14
	仕事・社会情報志向型	81	▼43	2	2	217	17	2	△61	12
	全カテゴリー高頻度利用型	18	17	1	△3	▼38	5	0	14	△8
	全カテゴリー低頻度利用型	23	13	1	0	38	3	0	11	2
	パソコン延長型	47	39	0	0	135	12	1	29	3
	ニュースのみ型	▼52	△77	4	1	△238	18	3	30	5
合計		357	256	11	10	942	77	16	181	44

出現値		利用メディア									合計
		9	10	11	12	13	14	15	17	18	
クラスター	プライベート・娯楽志向型	▼22	8	△12	△15	27	3	4	△6	15	680
	仕事・社会情報志向型	30	2	2	5	21	2	5	1	18	523
	全カテゴリー高頻度利用型	6	△8	△4	3	6	△2	1	1	△7	142
	全カテゴリー低頻度利用型	8	0	0	0	0	0	1	0	2	102
	パソコン延長型	△28	0	0	0	▼3	1	1	1	7	307
	ニュースのみ型	▼11	▼0	1	▼0	9	0	1	0	▼4	454
合計		105	18	19	23	66	8	13	9	53	2208

0 どれも利用しない	7 自治体からの情報	13 ニュースの届くアプリ
1 通常の新聞	8 新聞・通信社オンラインニュース	14 電子掲示板サイト
2 雑誌（紙媒体）	9 ポータルサイト	15 まとめサイト
3 雑誌（オンライン）	10 マスコミの SNS	16 ハフポスト
4 テレビニュース番組	11 マスコミ以外の公式 SNS	17 海外ニュースサイト
5 民放の情報ワイド番組	12 個人の SNS	18 YouTube などのインターネット動画

表 3-5 クラスターごとの新型コロナウイルス情報への接触経験の平均値と標準偏差

	平均値	標準偏差
プライベート・娯楽志向型	2.605	0.848
仕事・社会情報志向型	2.711	0.824
全カテゴリー高頻度利用型	3.219	0.977
全カテゴリー低頻度利用型	2.397	0.949
パソコン延長型	2.517	0.819
ニュースのみ型	2.596	0.821

「YouTube」が有意に多く、「当てはまるものはない」、「自治体の情報」、「マスコミの SNS」、「個人の SNS」が有意に少なかった（表 3-4 参照）。

(b) 利用者クラスター別の新型コロナウイルス関連情報の入手経験

新型コロナウイルスに関する情報をこれまでどれだけ入手してきたかについて、因子分析（最尤法・プロマックス回転）を行ったところ、1 因子構造であること確認された。そのため、10 項目の平均得点を算出し、コロナ情報入手経験得点とした ($a = .936$)。それに対して利用者クラスター間で一元配置の分散分析を行った結果、クラスターの有意な主効果が見られた ($F(5, 2202) = 17.46, p < .001, \eta_{pa}^2 = .038$)。多重比較の結果、「全カテゴリー高頻度利

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルスに対する意見・対策に対する態度と.....

用型」とすべてのクラスターとの間で有意水準 0.1% 以下で有意差が見られた。すべて「全カテゴリー-高頻度利用型」の方が情報を多く入手していた。また、「仕事・社会情報志向型」と「全カテゴリー-低頻度利用型」の間で有意水準 1%, 「仕事・社会情報志向型」と「パソコン延長型」の間で有意水準 5% で有意差が見られた。いずれも「仕事・社会情報型」の方が情報を多く入手していた (表 3-5 参照)。

(3) 利用者クラスター別の「2類」から「5類」へ変更となることに対する意見について

新型コロナウイルスが感染症法上の分類が「2類」から「5類」に変更されるという報道を受けての新型コロナウイルスに関する意見への賛否について、因子分析 (最尤法・プロマックス回転) を行った結果、共通性が低かった1項目 (「全国旅行支援 (旧 GoTo トラベル) や GoTo イート (Eat) は続けた方がよい」) を除外し、3因子を抽出した。第1因子は、「5月以降は、無症状患者との接触による感染リスクが高まる」, 「感染が拡大している国へ渡航する場合は、帰国時に一定期間隔離した方がよい」, 「感染法上の分類が『2類』から『5類』に引き下げられると感染拡大が心配である」, 「いつでも PCR 検査を迅速に行える体制を整えておくべきである」, 「感染した時に近くの病院での適切な治療を受けられるか不安

表 3-6 「2類」から「5類」へ引き下げに際しての意見についての因子分析結果

項目	Factor1	Factor2	Factor3	共通性
Factor1 感染不安 ($\alpha=.902$)				
5月以降は、無症状患者との接触による感染リスクが高まる	.725	-.072	.049	.567
いつでも PCR 検査を迅速に行える体制を整えておくべきである	.722	.139	-.123	.486
今後、感染者が急増した際には、オンライン対応できるよう各種学校は体制を整えておくのがよい	.719	.304	-.051	.375
感染が拡大している国へ渡航する場合は、帰国時に一定期間隔離した方がよい	.694	.029	.036	.445
感染した時に近くの病院での適切な治療を受けられるか不安である	.693	.055	-.001	.440
感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げられると感染拡大が心配である	.666	-.248	.030	.677
感染が拡大している国からは入国制限をした方がよい	.656	.074	-.002	.381
感染した場合の治療費が心配である	.641	.086	-.144	.427
屋内でのマスク着用は引き続き推奨されるべきである	.629	-.150	.036	.508
感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げられることで、国民の多くが感染拡大を心配している	.618	-.191	.036	.536
今後、感染者が急増した際には、緊急事態宣言が発令されるべきだ	.503	-.185	.017	.386
学校での給食の時間は黙食を続けた方がよい	.452	-.211	.104	.323
Factor2 時期尚早 ($\alpha=.772$)				
感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げられるのは妥当である	.105	-.881	.038	.704
感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げられることを国民の多くが納得している	.093	-.740	.062	.509
5月に感染法上の5類に引き下げるのは時期尚早である	.354	.528	.049	.592
屋外・屋内にかかわらず、自分の体調に問題がなければマスクを着用する必要はない	-.123	-.482	.029	.328
ワクチン接種の有無やその回数による融合措置や行動制限は廃止するのがよい	.137	-.423	.158	.189
Factor3 ワクチン無料維持 ($\alpha=.764$)				
ワクチン接種はいずれ自己負担とするのがよい	.129	.234	-.868	.859
ワクチン接種は将来に渡っても無料のままがよい	.373	.047	.586	.586
因子寄与	6.561	4.624	2.259	

である」など12項目の因子負荷量が高かったため、「感染不安」と命名した。第2因子は、「感染法上の分類が『2類』から『5類』に引き下げられるのは妥当である」、「屋外・屋内にかかわらず、自分の体調に問題がなければマスクを着用する必要はない」、「ワクチン接種の有無やその回数による優遇措置や行動制限は廃止するのがよい」など5項目の因子負荷量が負の値で高く、「感染法上の分類が『2類』から『5類』に引き下げられるのは時期尚早である」への因子負荷量が正の値で高かったため、「時期尚早」と命名した。第3因子は、「ワクチン接種は将来に渡っても無料のままがよい」「ワクチン接種はいずれ自己負担とするのがよい」(-)の2項目の因子負荷量が高かったため、「ワクチン無料継続」と命名した。各因子の α 係数は、順に.902, .772, .764であった(表3-6参照)。

上記の3因子の因子得点に対して利用者クラスター間で一元配置の分散分析を行った。「感染不安」については、クラスターの有意な主効果が見られた($F(5, 2202)=5.68, p<.001, \eta_{pa}^2=.013$)。多重比較の結果、「プライベート・娯楽志向型」と「ニュースのみ型」との間に有意水準0.1%以下、「プライベート・娯楽志向型」と「仕事・社会情報志向型」との間に有意水準5%で有意な差が見られた。いずれの場合も、「プライベート・娯楽志向型」の方が得点が低かった。「時期尚早」についても、クラスターの有意な主効果が見られた($F(5, 2202)=5.65, p<.001, \eta_{pa}^2=.013$)。多重比較の結果、「全カテゴリー高頻度利用型」と「全カテゴリー低頻度利用型」との間に有意水準0.1%、「全カテゴリー高頻度利用型」と「ニュースのみ型」との間に有意水準1%で有意差が見られた。いずれも「全カテゴリー高頻度利用型」の得点が低かった。また、「全カテゴリー低頻度利用型」と「パソコン延長型」との間に有意水準1%で有意差が見られ、「パソコン延長型」の方が得点が低かった。さらに、「プライベート・娯楽志向型」と「全カテゴリー低頻度利用型」、「仕事・社会情報型」と「全カテゴリー低頻度利用型」、「パソコン延長型」と「ニュースのみ型」との間に有意水準5%で有意差が見られた。「プライベート・娯楽志向型」、「仕事・社会情報型」に比して「全カテゴリー低頻度利用型」の得点が高く、「パソコン延長型」に対して「ニュースのみ

表3-7 「2類」から「5類」への引き下げに際しての意見各因子のクラスターごとの平均値と標準偏差

	Factor1		Factor2		Factor3	
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差
プライベート・娯楽志向型	-0.148	0.961	-0.012	0.856	0.003	0.939
仕事・社会情報志向型	0.035	0.916	-0.026	0.980	0.035	0.918
全カテゴリー高頻度利用型	0.073	1.090	-0.222	0.896	-0.247	0.981
全カテゴリー低頻度利用型	0.113	1.040	0.282	0.959	0.034	1.007
パソコン延長型	-0.001	0.997	-0.092	1.017	-0.032	0.922
ニュースのみ型	0.134	0.886	0.115	0.896	0.046	0.886

表 3-8 クラスターごとの日本の新型コロナウイルス対策に対する誇りの平均値と標準偏差

	平均値	標準偏差
プライベート・娯楽志向型	2.343	0.808
仕事・社会情報志向型	2.411	0.784
全カテゴリー高頻度利用型	2.648	0.835
全カテゴリー低頻度利用型	2.363	0.793
パソコン延長型	2.394	0.717
ニュースのみ型	2.493	0.706

型」の得点が高かった。「ワクチン無料維持」については、有意水準 5% でクラスターの主効果が見られた ($F(5, 2202)=2.50, p=.029, \eta_{pa}^2=.006$)。多重比較の結果、「プライベート・娯楽志向型」と「全カテゴリー高頻度利用型」, 「仕事・社会情報型」と「全カテゴリー高頻度利用型」, 「全カテゴリー高頻度利用型」と「ニュースのみ型」との間に有意水準 5% で有意差が見られた。いずれも、「全カテゴリー高頻度利用型」の得点が低かった (表 3-7 参照)。

(4) 利用者クラスター別の日本の新型コロナウイルス対策に対する誇りについて

日本の新型コロナウイルス対策についてどれくらい誇りに思うかに対して、利用者クラスター間で一元配置の分散分析を行った。その結果、クラスターの有意な主効果が見られた ($F(5, 2202)=4.87, p<.001, \eta_{pa}^2=.011$)。多重比較の結果、「プライベート・娯楽志向型」と「全カテゴリー高頻度利用型」との間で有意水準 0.1% で有意な差が見られた。また、「プライベート・娯楽志向型」と「ニュースのみ型」, 「仕事・社会情報型」と「全カテゴリー高頻度利用型」, 「全カテゴリー高頻度利用型」と「全カテゴリー低頻度利用型」, 「全カテゴリー高頻度利用型」と「パソコン延長型」との間で、有意水準 5% で有意な差が見られた。「全カテゴリー高頻度利用型」はいずれの組み合わせでもより日本の新型コロナウイルス対策を誇りに思っており、また、「プライベート・娯楽志向型」と「ニュースのみ型」とでは、「ニュースのみ型」の方がより誇りに思っていた (表 3-8 参照)。

4. 考察

(1) スマートフォンアプリの利用状況と利用者の分類

スマートフォンアプリにおいて、毎日複数回利用する率が高いものは、Web ブラウザ、電子メール、検索アプリ、次いでメッセージングアプリ、ニュース、SNS、YouTube であった。Web ブラウザ、電子メールはスマートフォンにはほぼデフォルトでインストールされ

ているアプリであり、また、スマートフォン以前の携帯電話の時代からプリセットされていた機能でもあるため、スマートフォンにおいても引き続き利用率が高くなっていると思われる。しかしながら、Webブラウザはまったく利用しない人も多く、利用率を年代別に詳細に見てみると、利用率が高いのは20代後半から40代前半の働き盛りの人たちであった。他方、同様に利用率の高い検索アプリは、70代以上の人があまり利用していない他は、どの年代の人も均等に利用していた。そのため、インターネット上で検索して何か調べものをする以上の利用（主に仕事上）を必要とする人々にWebブラウザは活用され、それ以上を必要としない人々は、インターネット上の情報へのアクセスの入口として主に検索アプリを利用していると考えられる。

個人的なコミュニケーションと情報収集の両方に用いられるSNSは、年代別の利用率を詳細に見てみると10代から30代前半までの若者の利用者が多く、年配者ほど利用していないアプリであった。個人的なコミュニケーションに用いられること多いメッセージングアプリも同様の傾向が見られるものの、SNSほど極端ではなく、70代以上でもまったく利用しない人と1日複数回利用する人とが59人対50人と拮抗しており、全年代へ広く普及しているアプリのカテゴリーといえる。ニュースアプリとYouTubeは、1日複数回利用する人が30%超、まったく利用しない人が20%程度と、全体で見た利用頻度は類似しているが、年代別の利用頻度が対照的で、YouTubeは若年層ほど利用率・頻度ともに高く、ニュースアプリでは年配の人ほど利用率・頻度が高くなっている。このことから、YouTubeやSNSで流通している情報は若者に多く届き、ニュースアプリで流通している情報は高齢者層に多く届いていると考えられる。このことから、同じスマートフォンを使って情報を入手しているとしても、利用アプリの違いから、入手している情報が年代により大きく異なっていることが予想される。また、テレビの代替となると考えられる動画配信サービスや、マンガ、電子書籍などの紙媒体の代替サービス、ラジオアプリなど、既存のマスメディアの代替となるサービスについては、YouTube以外は利用率・利用頻度共にあまり高いとは言えず、スマートフォンと既存マスメディアとはいまだに棲み分けがされている可能性も示唆される。

これらスマートフォンアプリの利用状況から抽出した利用者クラスターは、アプリの利用者の属性と利用目的とを特徴的に示す分類となった。具体的には、若者が多い「プライベート・娯楽志向型」、40代が多い「仕事・社会情報型」、20代・30代男性の多い「全カテゴリー高頻度利用型」、40代から60代前半の男性の多い「全カテゴリー低頻度利用型」と「パソコン延長型」、50代以上女性の多い「ニュースのみ型」である。ここから見ると、若者は主にインターネットでのみ流通している娯楽情報にスマートフォンアプリで接触する傾向があるが、20代・30代男性の一部には、娯楽情報以外にも含めて多くの種類の情報に接触している人たちが存在することが推察される。また、40代では、スマートフォンを仕事中心で利用する人達がいることも予想される。そして、高齢の人たちは、スマートフォンアプリを

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルスに対する意見・対策に対する態度と.....

利用しないか、全体的に限られたカテゴリーのアプリのみを使い、パソコンや従来の携帯電話でインターネットを使用していた時代の延長としてスマートフォンを利用していると考えられる。特に高齢の女性は、マスメディアや通信社経由の情報が中心となるニュースアプリのみを利用する人が多く、スマートフォンアプリを利用していながら、マスメディアと同様の情報に多く接触している可能性がある。

(2) 利用者クラスターごとの新型コロナウイルス関連の情報収集の特徴について

上記の利用者クラスターごとに、新型コロナウイルス関連情報の収集に利用する情報源を確認したところ、「プライベート・娯楽志向型」は、もともとあまり新型コロナウイルス関連の情報に接触しておらず、ニュースや公的な情報源を利用していなかった。「仕事・社会情報型」は、自治体からの情報のような公的な情報源をよく利用する一方、伝統的な紙の新聞の利用は少なかった。「仕事・社会情報志向型」の人たちは、スマートフォンでニュース、Webブラウザ、検索アプリをよく利用することから、新聞が伝えるような内容の情報に接触していないのではなく、同様の情報がある程度インターネット経由で入手しているであろうと考えられる。「全カテゴリー高頻度利用型」は、他のクラスターの人たちが多く利用する「テレビニュース番組」の利用が相対的に少なく、「雑誌（オンライン）」や「新聞・通信社のオンラインニュース」、「マスコミのSNS」といったオンライン上で入手できるマスメディア的情報、「マスコミ以外のSNS」や「電子掲示板サイト」といったインターネットの集合知が集まるサービスやサイト、YouTubeの利用も多かった。このことから、このクラスターの人たちは、新型コロナウイルスに関して多様な情報を入手している可能性が高い。「全カテゴリー低頻度利用型」は、特に多く利用する情報源も、少なく利用する情報源もないことから、特徴的な情報行動を取っていないと考えられる。そして、「当てはまるものはない」という回答が多いわけではないため、スマートフォンアプリはあまり利用しないが、まったく情報やメディアに興味がないのではなく、他の情報源にはある程度接触している可能性も示唆される。しかしながら、全般的に新型コロナウイルス関連の情報に対する感度は低いことが予想される。「パソコン延長型」は、「ポータルサイト」の利用が相対的に多く、他方「ニュースアプリ」の利用が少ないことから、主にWebブラウザを用いてポータルサイトから情報を入手していると考えられる。「ニュースのみ型」は、「テレビニュース番組」以外に「紙の新聞」、「YouTube」の利用も多い一方、「マスコミのSNS」「個人のSNS」の利用が少ないことから、新型コロナウイルス関連の情報についても、マスコミ主導のニュースと映像による情報が主な情報源となっていることがわかる。また、「当てはまるものはない」が相対的に少ないことから、このクラスターの人たちは新型コロナウイルスに関して興味、関心が比較的高いと考えられる。

実際、これまでの情報収集行動について見てみると、「全カテゴリー高頻度利用型」の人

たちは、他のどのクラスターの人たちよりも新型コロナウイルス関連情報を入手していた。そして、「仕事・社会情報志向型」の人たちが、「全カテゴリー低頻度利用型」および「パソコン延長型」の人たちに比べ、新型コロナウイルス関連情報を入手していた。「全カテゴリー低頻度利用型」の人たちは、全体的に情報に対する感度が低いと考えられるため、情報の入手が少ないことは容易に予想できるが、「パソコン延長型」の人たちも情報入手が少ないことは、40代から60代前半の男性は感染リスクや感染予防に関する情報にあまり興味がないことを示唆する結果ともいえる。また、高齢女性の多い「ニュースのみ型」の人たちも、新型コロナウイルス関連情報について、利用する情報源からは興味・関心の高さが窺えるが、実際の入手行動については、興味・関心が薄いと考えられる「プライベート・娯楽志向型」の人たちよりも平均値自体は低く、関心はあっても積極的に情報を入手しているというわけではないことが示された。このカテゴリーの人たちの情報収集は、おそらく日常的にテレビを視聴したり、新聞を読んだりする中で、漫然と接触しているというのが実態に近いであろう。

(3) 利用者クラスターによる新型コロナウイルスに対するリスク、対策への態度の違いについて

今回の調査では、2023年5月に新型コロナウイルスの感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げられることに伴い、その措置への賛否、新型コロナウイルスに関する不安や新型コロナウイルスに関する対策への是非、さらに、これまでの日本の新型コロナウイルス対策への誇りについて質問を行った。「2類」から「5類」への引き下げに伴う不安や対策に対するさまざまな意見は、「感染不安」と（分類引き下げに対する）「時期尚早」、「ワクチン無料維持」の3因子に分けられたが、それぞれに対する態度は、利用者クラスターにより異なる様相を見せた。まず、「感染不安」については、「ニュースのみ型」、「仕事・社会情報志向型」が「プライベート・娯楽志向型」よりも、より強く感じていることが示された。「プライベート・娯楽志向型」は、新型コロナウイルス情報に対して、興味・関心が薄い層であるため、感染に対してもあまり不安に感じていないことは想像に難くない。また、若い人達が多いため、感染しても重篤にならないと考えている人も多いことが予想される。他方、高齢女性が中心で新型コロナウイルス情報についてもマスコミ的な情報により接触していると考えられる「ニュースのみ型」と40代が中心で自治体からの情報など、自らマスコミを介さない情報を収集している「仕事・社会情報志向型」の双方がより感染に対して高い不安を感じていることは興味深い。前者は、山下（2023）でも示された、よりマスコミ情報に接触している方が、感染防止対策を支持するという結果とも整合性があるといえる結果であろう。このクラスターの人たちは、マスコミから流れてくる感染対策を強調した情報に受動的に接触し、その結果、感染に対して警戒心を高めていたと考えられる。他方、後者は、マスコミ

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルスに対する意見・対策に対する態度と.....

情報よりも、より自分達にとって身近な自治体による情報などに能動的に接触した上で、感染のリスクが高いと判断していたと思われる。ただし、「プライベート・娯楽志向型」と「仕事・社会情報志向型」はともにクラスターに含まれる人数が多いため、両者の間に有意差が見られたが、実際の「感染不安」の平均値は、高い順に「ニュースのみ型」、「全カテゴリー低頻度利用型」、「全カテゴリー高頻度利用型」、「仕事・社会情報志向型」、「パソコン延長型」、「プライベート・娯楽志向型」であった。そのため、「仕事・社会情報志向型」の人達が特に感染不安が高いとは言い切れないであろう。なお、「全カテゴリー低頻度利用型」の人達は、世帯年収が他クラスターに比べて低く、年齢も高いため、分類引き下げに伴う治療費への懸念が「感染不安」の得点を押し上げた可能性もある。

「時期尚早」については、もっとも高い得点を示したのは「全カテゴリー低頻度利用型」、次いで「ニュースのみ型」であり、逆にもっとも低い得点を示したのは「全カテゴリー高頻度利用型」、次いで「パソコン延長型」であった。「ニュースのみ型」と「全カテゴリー低頻度利用型」は、「感染不安」の得点も共に高く、感染に不安を抱くからこそ、感染法上の分類の引き下げにも懸念を示したといえるだろう。他方、「全カテゴリー高頻度利用型」は、20代から30代が中心で、世帯年収が最も高く、比較的若い働き盛りの人達であると考えられる。また、新型コロナウイルス情報についても、他のクラスターの人達があまり利用しないメディアも用いて情報収集を行っている。このような人達は、さまざまなメディアからの情報を検討した上で、分類が引き下げられることによる経済的効果を高く評価し、「時期尚早」ではないと考えたと推測できる。このクラスターは、「感染不安」の高さも全クラスターの中で3番目に高く、新型コロナウイルス対策の是非を「感染対策」か「経済優先」か、という2分法で判断をしていないと考えられる。また2番目に「時期尚早」ではないと判断していた「パソコン延長型」の人達は、「感染不安」は6クラスター中2番目に低いため、感染対策よりも経済優先と考え、分類引き下げに賛同していると思われる。このクラスターは、40代から60代前半の男性が多いクラスターであるが、世帯年収も「全カテゴリー高頻度利用型」の次に高く、いわばホワイトカラー層かつ年代的に管理職も多いことが予想される。2022年11月から12月に行われたNHK放送文化研究所の「新型コロナウイルス感染症に関する世論調査（第3回）」の結果によれば、感染症上の分類の引き下げに賛成しているのは、所得の高い層に多いことが示されている（小林，2023）。また、オンラインで仕事をしている人達は経営者や管理職、事務・技能職などのホワイトカラー層に多く、また、60代以下の人達は「感染対策」よりも「経済優先」と考えており、それは特に仕事をしている人に顕著であることが示されている（中川，2023）。その結果からも推測すると、このクラスターの人達は、分類が引き下げられたとしてもオンラインで仕事が可能なため感染を懸念することは少なく、それよりも分類の引き下げにより経済が活性化することを歓迎していると思われる。

「ワクチン無料維持」については、「全カテゴリー高頻度利用型」がワクチン接種を今後も無償で行うことを、もっとも支持していなかった。「プライベート・娯楽志向型」、「仕事・社会情報志向型」、「ニュースのみ型」との間に有意差が見られてはいたが、これら3クラスターの因子得点はほぼ0に近く、「全カテゴリー高頻度利用型」だけが突出して今後は有償化すべきと考えていたといえる。これは、「全カテゴリー高頻度利用型」の人達は世帯年収が高いため、必要な費用は自己負担すべき（できる）と考えていること、それ以外のクラスターの人達は、ワクチン接種の費用について今後どうすべきかあまり明確な意見を持っていないことを示していると考えられる。5類に引き下げられワクチンによる行動制限がなくなったのであれば、この先ワクチンは打たない、と考えている人もいることがこのような結果につながったのではないかと考えられる。

日本の新型コロナウイルス対策に対する誇りについては、「全カテゴリー高頻度利用型」が「ニュースのみ型」を除く4つのクラスターより、有意に対策を誇りに思っていた。「全カテゴリー高頻度利用型」の人達は、感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げられることに対して、「時期尚早」でないと判断しているといえる唯一のクラスターであった。すなわち、政府が決定した新たな対策に対しても賛同していることから、政府の対策を「誇り」に思うと回答していると考えられる。他方、感染に不安を示し、分類引き下げを「時期尚早」と感じている「ニュースのみ型」の人達も、新型コロナウイルス情報にあまり興味・関心のない「プライベート・娯楽志向型」の人達よりも日本の新型コロナウイルス対策に誇りを持っていた。このクラスターの人達は、日頃よりテレビニュースを中心として、スマートフォンでもマスコミ的な内容に接触している人達である。連日、テレビニュースでは、新型コロナウイルス対策についての報道がなされてきた。この人達はそれらに多く接触するうちに、対策への是非はともかく「日本は新型コロナウイルス対策を頑張っている」という認知が形成され、その頑張りを誇りに感じたのではないかと考えられる。

(4) まとめと今後の展望

今回の結果から、人々のスマートフォンアプリ利用の状況は、娯楽中心対情報中心、高頻度利用対低頻度利用、受動的利用対能動的利用、という3つの軸から考えることができると思われる。このようなアプリの利用状況は、接触する内容を大きく規定すると考えられる。そして、近年の複数の調査が指し示すように、年代や性別によるアプリの利用状況も大きく異なることが示された。さらに、高頻度に多様なアプリを使う人達とスマートフォンアプリをあまり使わない人達とでは世帯年収に差があることも示された。世帯保有率、個人利用率ともに8割を超えるスマートフォンではあるが、用いるアプリの違いにより、同じ端末を持ちながらしてデジタルデバイド、さらには情報格差が生まれている可能性が示唆される。それは、特に、新型コロナウイルスのように、年代によりリスクの度合いが異なり、また長

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルスに対する意見・対策に対する態度と.....

期にわたり継続するリスクの認知においては、この情報格差が人々の態度の違いへと繋がり、今後もその隔たりが大きくなることも予想される。

そして、アプリ利用者クラスターと新型コロナウイルス情報への接触、新型コロナウイルスそのものや対策に対する態度では、娯楽志向の若者は、新型コロナウイルス関連の情報に関心がないゆえに新型コロナウイルス情報を希求せず、不安も感じない一方、関心があっても進んで情報を取りにはいかず、感染に不安を募らせる高齢女性を中心とする人達、関心もあまり高くなく、情報収集も消極的だが、感染には不安を感じる年取の低い高齢男性を中心とする人達も存在した。逆に、年取が高く管理職クラスと思われる中年男性層もあまり新型コロナウイルスに関する情報に接触していなかったが、彼らは感染への不安よりも経済優先であった。すなわち、関心がある／ない、と情報を能動的に収集する／しない、とはまた別次元であり、それぞれがよく利用するアプリで接触可能な（その中で主流である）情報から、新型コロナウイルス自体や対策に対する態度を形成していると考えられる。

また、多くのスマートフォンアプリを使いこなす年取も高いデジタルエリートのような人達や、スマートフォンで世の中の情報を能動的に収集する働き盛りの人達は、新型コロナウイルスに関する情報にも能動的に接触した上で、感染対策と経済活性化の重要性を共に高く認識し、政府の新型コロナウイルス対策に対しても高く評価していることが示された。すなわち、これらアプリを使いこなす人達は、多様な情報源からさまざまな情報を得た上で新型コロナウイルスを「正しく」怖がり、感染対策と経済回復のバランスが大事であると判断していると思われる。このように、新型コロナウイルスについても、テレビや新聞、スマートフォンといった多様なメディアを利用するだけでなく、同一メディアの中でのサービスやアプリのレベルで多様な情報源を確保することも、リスクに対してバランスの取れた態度の形成につながり、また、マスメディア的な情報からの一方的な影響を減じることが可能になるとも考えられる。

今回の研究では、新型コロナウイルスに対する態度とメディア利用の関連性を、スマートフォンアプリの利用状況から概観し、主に感染法上の分類が「2類」から「5類」に引き下げることが決定した段階で、これまでの新型コロナウイルス関連情報への関心や実際の接触状況、政府の対策等への態度について明らかにした。今後は、「2類」から「5類」への引き下げ決定に際しての態度について、スマートフォンアプリ以外のメディアの利用との関連性の検討（有馬，山下，2023）や、実際に「5類」へと引き下げとなった際の態度についても継続的に調査を行い³⁾、新型コロナウイルスに対する態度の時系列的な変化や、メディア利用状況によるその違いについて、さらに明らかにしていく必要があると思われる。それにより、刻一刻と変化するリスク状況に対して、人々はどのようにメディアから情報を入手し、また、どのように対処しようとしているのかが明らかとなるであろう。さらに、人々にとって必要な情報が何であるのかを明らかにし、必要な情報が必要な人へと届くための方策を考

案するためのきっかけともなるだろう。

注

- 1) 関谷 (2023) の分類に対し、石橋 (2023) は、日本メディア学会春季大会の口頭発表において修正を加え、メディア利用パターンを新たに「マスメディア型」と「複合型」の2つに分類しなおしている。そして、新型コロナウイルス関連情報に関して前者は情報の多様性は高いが利用頻度は低く、後者は情報の多様性は低いが頻度は高いことを示している。
- 2) 2020年11月以降実施した調査の時期は、2021年2月、7月、9月、2022年2月、6月、12月、2023年2月である。
- 3) 新型コロナウイルスが「2類」から「5類」に引き下げられて約1ヵ月半後の2023年6月末に調査をすでに実施している。

引用・参考文献・資料

- 安藤香織・竹橋洋毅・梅垣佑介・田中里奈 (2022). 新型コロナウイルス感染症のリスク, 不安は誰が感じているのか: 性別, 年代, 情報接触に着目して 実験社会心理学研究 62 (1), 12-24.
- 有馬明恵・山下玲子 (2023). メディア利用と日本人意識 (9) 新型コロナウイルス情報への接触と関連政策に対する態度との関連性 日本社会心理学会第64回大会発表論文集
- 有馬明恵・山下玲子・藤井達也・志岐裕子 (2021). メディア利用と日本人意識 (4) 世の中の出来事・新型コロナウイルスの情報入手タイプと日本人意識の関係 日本社会心理学会第62回大会発表論文集
- 藤井達也・有馬明恵・山下玲子・志岐裕子 (2021). メディア利用と日本人意識 (6) 新型コロナウイルス蔓延による日本人意識の変化の検討 日本社会心理学会第62回大会発表論文集
- 石橋真帆 (2023). COVID-19に関する情報接触とメディア利用の関連性 日本メディア学会2023年春季大会個人・共同研究発表
- 小林利行 (2023). コロナ国内初感染認識から3年 人々の暮らしや意識はどう変わったのか〜「新型コロナウイルス感染症に関する世論調査 (第3回)」の結果から①〜 放送研究と調査 73 (5) (2023年5月号), 2-25.
- 中川和明 (2023). 新型コロナ感染拡大から3年 コロナ禍は人々や社会に何をもたらしたのか〜「新型コロナウイルス感染症に関する世論調査 (第3回)」の結果から②〜 放送研究と調査 73 (7) (2023年7月号), 44-63.
- 中川百理 (2022). メディア利用の傾向性がCOVID-19のリスク認知表象に与える影響 高崎商科大学紀要 37, 79-88.
- NHK NEWS WEB (2023a). 「新型コロナ「5類」への移行 5月8日に 政府が方針決定」 <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20230127/k10013963141000.html> (2023年1月27日, 2023年7月8日最終確認)
- NHK NEWS WEB (2023b). 「新型コロナワクチン “来年3月まで無料接種継続” で調整 厚労省」 <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20230220/k10013986261000.html> (2023年2月20日, 2023年7月8日最終確認)

感染法上の引き下げ発表に伴う新型コロナウイルスに対する意見・対策に対する態度と.....

関谷直也・石橋真帆・安本真也 (2023). コロナ禍の社会心理～マーケティング・コミュニケーションのためのリスク・差別・インフォデミック等の分析～ 吉田記念事業財団 2022 年度 (令和 4 年) 第 56 次助成研究集, 61-74.

Slovic, P. (1987). Perception of Risk, SCIENCE, 286, 280-285.

総務省 (2022). 令和 4 年版 情報通信白書 第 2 部 情報通信分野の現状と課題 第 8 節 デジタル活用の動向 <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r04/html/nd238110.html> (2023 年 7 月 8 日最終確認)

渡部洋子・行木麻衣 (2023). コロナ禍以降のメディア利用の変化と, 背景にある意識～「全国メディア意識世論調査・2022」の結果から～ 放送研究と調査 73 (7) (2023 年 7 月号), 2-42.

山下玲子・有馬明恵・藤井達也・志岐裕子 (2021). メディア利用と日本人意識 (5) 新型コロナウイルスについて求める情報タイプと日本人意識の関係 日本社会心理学会第 62 回大会発表論文集

山下玲子 (2023). 新型コロナウイルスに対する方針・意見にメディア利用タイプおよび日本人意識・グローバル意識が及ぼす影響について 応用社会学研究 65, 213-229.

謝辞

本稿は, 2022 年度東京経済大学共同研究助成費 (研究番号 D22-02) による研究成果の一部である。ここに記して謝意を表明する。