

コロナ禍における外出自粛に対するメディアの効果

The effects of media on preventive behavior in times of COVID-19

鈴木貴久*¹ 山本仁志*² 小川祐樹*³ 梅谷凌平*⁴

Takahisa SUZUKI, Hitoshi YAMAMOTO Yuki OGAWA, Ryohei UMETANI

*¹ 津田塾大学 Tsuda University

*² 立正大学 Rissho University

*³ 立命館大学 Ritsumeikan University

*⁴ 筑波大学 University of Tsukuba

要旨: 本研究では、コロナ禍における外出自粛に関するパネル調査の結果から、メディア接触やメディアに対する態度が外出自粛態度の変化に与える効果について検討を行った。2020年4月と2021年4月の2時点でパネル調査を行い、外出自粛とメディア接触に関する項目について測定した。各時点で外出程度が異なる3段階のクラスタを抽出し、クラスタごとの特徴を探索的に分析した。その結果から、SNSの閲覧が自粛に対して一貫して効果を持つことや、2020年と2021年では外出する人の特徴が異なっていることも示された。さらに、2時点の間に自粛から外出にシフトした人たちの特徴についても分析したところ、政治関心が高く、SNSを閲覧し、メディアに対する主観的なリテラシーが高い人ほど外出にシフトしていることも示された。

キーワード: COVID-19, 自粛行動, メディア効果

1. 背景

2022年1月現在、国内で初めて新型コロナウイルス(COVID-19)感染者が確認されてから2年以上が経過し、累計で180万人以上が感染している。変異株の影響もあり、いまだに感染者数の日々の増減に注目が集まっている。感染拡大抑止への対応策としては、マスク着用、外出自粛、ワクチン接種などがなされて来た。日本においてはいずれも法的な強制力などが無く、本人の判断に委ねられる部分が多い。その中で、マスク着用やワクチン接種は高い割合で行われている一方で、外出自粛については個人差や、状況によってその実施割合が増減する傾向も観察されている。たとえば、緊急事態宣言下であっても回数を重ねるごとに人流の抑制率が低下していることが各種データによって示されている。このように、外出自粛についての行動や態度のばらつきが大きい理由としては、今回のウイルスが未知のものであったために状況が常に不確実であったことや、ウイルス自体の特徴や感染状況、政府自治体などの施策や世論に関する情報が多様で、時系列的な変化も大きかったことが一因として挙げられる。

このような状況において、人々は自分の行動を決定するための情報を、メディアを通じて収集してきた。災害時などの不確実な状況下では、各自が行動を決定するためにメディアを通じた情報接触が重要であることが知られている。これまでにメディア効果の研究は多く蓄積されてきたが、近年では不確実状況下におけるソーシャルメディアの重要性が指摘されてきている。特に、コロナ禍では対人接触が制限されていたため、情報源としてメディアの重要性はより高まっている。今後もコロナ対応の継続が求められる可能性が高く、コロナ禍におけるメディアが自粛態度に対してどのような効果を持つのかを明らかにすることは、感染症拡大防止に向けて重要となる。

そこで本研究では、人々が外出を自粛するかどうかの意思決定を行う際のメディアの効果を明らかにする。長期に渡るコロナ禍では、初期の頃と一定時間経過後では、感染状況や人々のコロナに対する知識、経済状況などが変化しているためメディアで流通する情報の種類も異なっていたし、社会全体での自粛の程度も変化してきた。そのため本研究では、

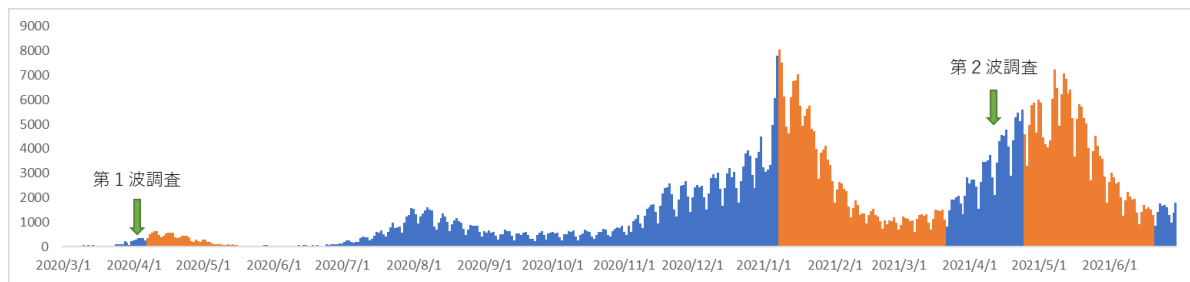


図 1 国内の感染者数の推移とパネル調査実施日（厚生労働省資料から作成）
（参考までに、東京都で緊急事態宣言が発令されていた期間をオレンジ色で示す）

時系列的变化に対応できる方法で、自粛態度に対するメディアの効果を検討する。

1.1. 自粛態度に対するメディアの効果

これまでのメディア効果に関する一連の研究では、伝統的なマスメディアとソーシャルメディアの効果の違いについて示されてきた（ここでは、ソーシャルメディアは個人が情報発信を行えるオンラインメディアを想定し、SNS はソーシャルメディアの一種とみなす）。たとえば、流通する情報に対する信頼性においては、現在でも SNS よりもテレビや新聞の方が高く見積もられているし、ソーシャルメディアでは選択的接触が容易に行えることによって接触する情報の偏りが問題視されることもある。

パンデミック時におけるメディアの効果については、メディア利用と自粛行動の関連について検討した研究が存在する。パンデミック時には、その深刻さを示す情報が SNS 上に溢れかえるため、SNS 閲覧がネガティブ感情を喚起することが指摘されている（Buchanan et al., 2021）。そのため、SNS を閲覧した人は、外出することに対する恐怖感が煽られるために外出を控え、結果的に外出自粛が促される傾向が見られる。これらのメカニズムについて、Mahmood ら（2021）は、SNS 閲覧が脅威認知と自己肯定感を媒介して自粛行動を促進することを示している。同様の効果は、コロナ以前のパンデミック時にも観察されている（Yoo et al., 2016）。また、ソーシャルメディアだけでなく、マスメディア閲覧も自粛意図に対して効果を持つことも示されている（Lin et al., 2020）。

一方で、SNS 利用で選択的接触が生じやすいのであれば、自粛に疲弊して外出を希望する人は、自分の意向に合った情報のみに選択的に接触することもあるだろう。コロナ禍での SNS 上の投稿内容を分析した研究では、脅威を示すような投稿の割合が低下して、気の緩みを感じさせる時期があることも示している（鳥海 et al., 2021）。自粛に対して否定的になった人

が、このような情報に選択的に接触することで、外出をしても良いという意見が補強され、外出が促進されることもありうる。以上から、SNS 閲覧は自粛を促す効果と外出を促す効果の両方を有することができ、利用者の先有態度によって効果が異なる可能性もある。

このように、コロナ禍での外出自粛に対するメディアの効果は検証されているが、多くの先行研究では一時点での調査に基づいて検証されており、社会的状況の違いなどが考慮出来ていない。世界的な感染拡大が長期に渡っているのが今回のコロナ禍の大きな特徴であり、初期の段階と一定期間経過後では人々の行動や態度、そこに対するメディアの効果も変わる可能性がある。本研究では、パネル調査の結果を用いて複数時点での外出自粛態度とその変化に対するメディアの効果を検討する。

2. 調査方法

人々の外出自粛に対する態度とメディア利用について測定するために、オンラインで2波のパネル調査を実施した（図1）。第1波は2020年の4月3日に2000名から回答を得た。第2波は2021年の4月13~24日に、第1波に回答を得た2000名の内の987名から有効回答を得た。いずれの調査も、感染者数が増加している時期であり、緊急事態宣言が発令される直前に実施された。調査の時点では、外出を自粛するかどうか判断を迫られた人々にとって、メディアの重要性は高かったと考えられる。

3. 外出自粛に対する態度

まず、2020年と2021年それぞれで、回答者を外出自粛態度によって分類するために、コロナに関連する変数を用いてクラスター分析を行う。用いる変数は、第1波、第2波の両方で測定した35変数である（文末表1）。先週末に外出したかどうか目的別に回答する項目、自粛に対する意図や規範に関する項目や、感染リスク認知、自粛を守らない人に対する罰意識、感

染に関する知識などを含む。外出行動の有無や自粛意図だけでなく関連する変数を広く用いた理由は、自粛に対する態度を推定するためには、表象的な本人の行動や意図以外の要因も考慮することが有効になるからである。たとえば、自粛の意図があってもやむを得ず外出した人や、自粛の意図はなかったとしても予定が無かったために外出しなかった人なども存在する。コロナに関連する行動や意識など幅広い変数を用いることで、個々の行動や意見に左右されない総合的な自粛態度に基づく分類が可能となる。

外出自粛に対する態度について、ウォード法を用いた階層型クラスター分析の結果、各年3つのクラスタに分類された。クラスタごとの特徴を把握するために、先週末外出有無と自粛意図・規範の平均値を確認した(図2)。どちらの年においても、クラスタ1は全ての目的において外出しておらず、自粛の意図と規範も高い、最も外出を自粛していたクラスタと言える(以降、自粛クラスタ)。クラスタ2は生活必需品とそれ以外の買い物では外出していたが他の目的では外出しておらず、自粛の意図や規範も高い比較的中庸な

クラスタである(中庸クラスタ)。クラスタ3は全ての目的である程度外出していて、自粛の意図や規範が低い、最も外出していたクラスタである(以降、外出クラスタ)。この分析で分類されたクラスタを本研究における従属変数として扱う。次に、各クラスタに分類された人数を示す(表1)。

表1 クラスタごとの人数

		2021			Total
		自粛	中庸	外出	
2020	自粛	264	165	115	544 55%
	中庸	79	118	74	271 27%
	外出	29	47	96	172 17%
Total		372 38%	330 33%	285 29%	987

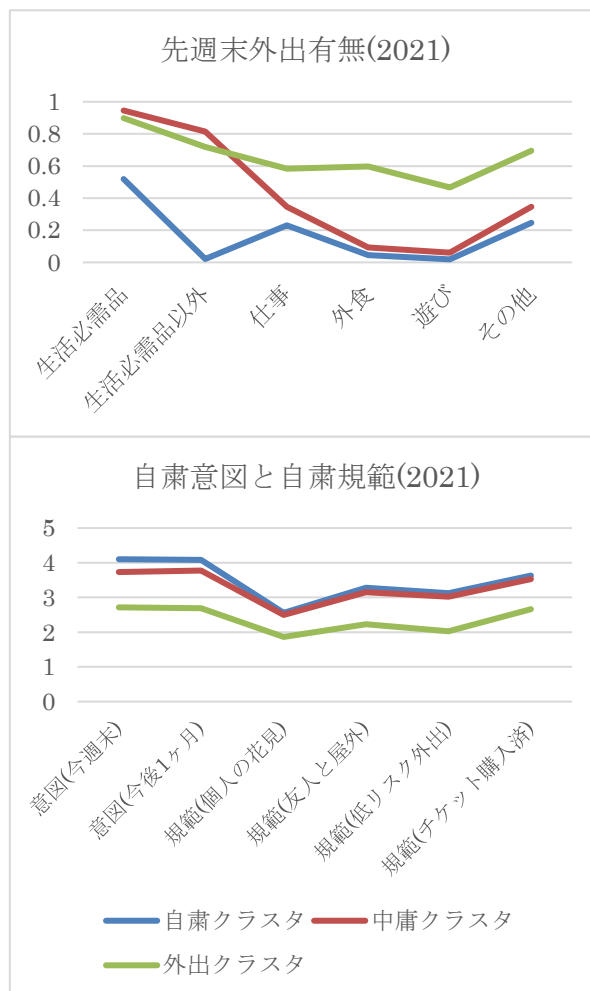
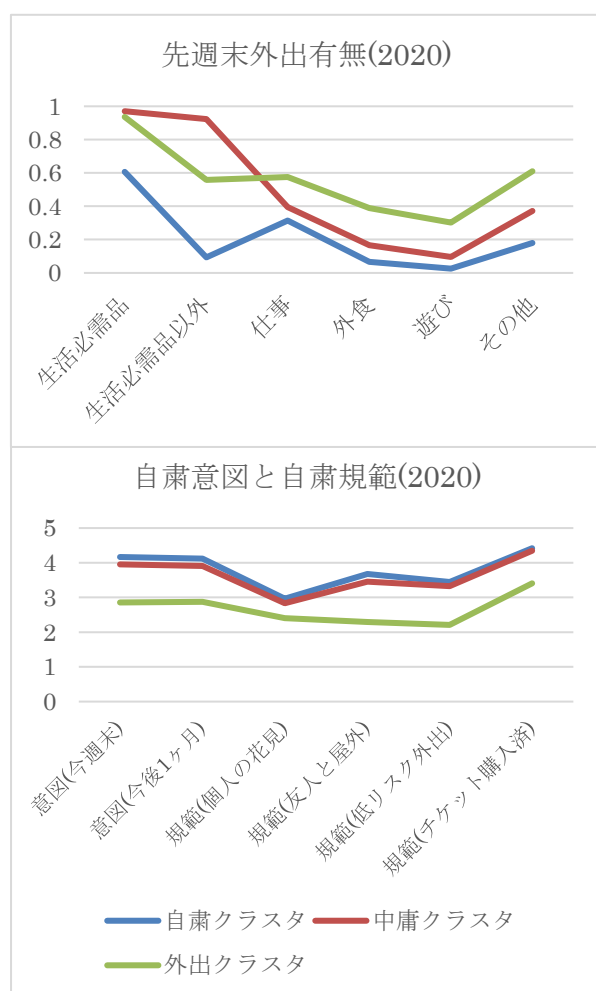


図2 各クラスタの平均値

2020 年は自粛クラスターの割合が全体の 55%、外出クラスターの割合が 17%であったのに対して、2021 年ではそれぞれ 38%と 29%となっており、相対的に自粛クラスターの割合が低下し、外出クラスターの割合が増加している。

4. メディア利用による予測

各クラスターへの所属とその遷移を予測するための独立変数として、第 1 波、第 2 波の両方で測定したメディア利用に関する 8 変数を用いる（文末表 2）。マスメディア視聴頻度、ソーシャルメディア視聴頻度、主観的メディアリテラシー、メディア猜疑心、政治関心、選択的接触程度、ツイート閲覧有無、ツイート投稿有無である。先行研究から、ソーシャルメディアの中でも SNS が独特な役割を担う可能性が示されているため、ここではツイッター閲覧と投稿の有無を個別の変数として用いる。さらに、統制変数として年齢と性別を用いる。

4.1. 各時点でのクラスターの予測

各クラスターへの所属を、メディア利用に関連する変数を用いて予測するために、ステップワイズ法（減増法）による変数選択を行う。それぞれのクラスターに所属しているかどうかのダミー変数を従属変数として用いたロジスティック回帰を用いる。2020 年時点のクラスターを予測するためには第 1 波で測定された独立変数を用い、2021 年時点でのクラスターを予測するためには第 1 波と第 2 波の両方の独立変数を用いる。これは 2020 年と 2021 年でメディアの利用傾向が変化する可能性を考慮しているためである。コロナ禍以前からコロナ禍になって、メディアの利用方法が一時的に変

化した場合、2021 年時点でのクラスター所属を予測するためにどちらの変数が有効であるか不明であり、どちらにも対応できるようにしている。2021 年時点でのクラスター所属を予測するための独立変数の候補は類似した変数が多くあるため、より予測力の高い変数を選択するためにステップワイズ法を用いる。

各時点での 3 つのクラスターへの所属を予測するために、ステップワイズ法で独立変数の選択を行ったロジスティック回帰分析の結果を示す（表 2）。自粛クラスターについては、どちらの年でもツイート閲覧が正の効果を持つが、ツイート投稿はどちらかと言えば負の効果を持っており、先行研究（Yoo et al., 2016）の指摘と同様の結果となっている。一方、外出クラスターは男性で若者が多い傾向がどちらの年でも見られる。さらに、2020 年の時点ではツイート閲覧や政治関心が負であるなど、世の中の動向に対して関心が無かったり、情報に積極的に接しないような特徴が見られる。2021 年の時点では、メディア猜疑心や選択的接触が効果を持っており、接触する情報の量やメディアの種類よりも、メディア利用の傾向や認知が重要になってきている。

4.2. 2 時点間のクラスター遷移の予測

次に、2020 年から 2021 年への態度の変遷を予測するために、2020 年 3 クラスター×2021 年 3 クラスターの合計 9 カテゴリーを想定して、それぞれのカテゴリに対応する 9 個のダミー変数を用意し、それぞれを従属変数として用いた。

表 2 各時点でのクラスター所属を予測するロジスティック回帰分析

2020自粛		2020中庸		2020外出	
年齢	0.01	ソーシャルメディア視聴頻度_w1	0.05 **	年齢	-0.03 **
ツイート投稿有_w1	-0.36 +	性別（女）	0.24	性別（女）	-0.49 *
ツイート閲覧有_w1	0.68 **	ツイート閲覧有_w1	-0.47 **	ツイート投稿有_w1	0.40
ソーシャルメディア視聴頻度_w1	-0.03 *	cons.	-1.60 **	ソーシャルメディア視聴頻度_w1	-0.03
政治関心_w1	0.15 *			ツイート閲覧有_w1	-0.52 *
cons.	-0.67			選択的接触_w1	0.11
				政治関心_w1	-0.22 **
				cons.	1.78 **
Pseudo R2	0.017		0.014		0.041
2021自粛		2021中庸		2021外出	
年齢	0.01 +	ツイート閲覧有_w2	-0.40 *	年齢	-0.02 **
性別（女）	0.29 *	性別（女）	0.28 +	性別（女）	-0.67 **
選択的接触_w2	0.08	選択的接触_w1	-0.11 +	メディア猜疑心_w2	0.05 *
ツイート投稿有_w1	-0.48 **	メディア猜疑心_w2	-0.05 *	選択的接触_w1	-0.13 *
ツイート閲覧有_w2	0.41 **	ツイート投稿有_w2	0.50 *	cons.	0.32
マスメディア視聴頻度_w2	0.03 +	選択的接触_w2	0.08		
cons.	-2.15 **	cons.	-0.25		
Pseudo R2	0.019		0.017		0.028

表3に分析の結果を示す。両方の時点で自粛クラスタに含まれた人達は、ツイート閲覧が正でツイート投稿が負の効果であり、選択的接触をしない傾向がある（表3上段左）。反対に、両方の時点で外出クラスタに含まれた人達は、若い男性が多いことと、政治関心が低いことが特徴として挙げられる（表3下段右）。2020年から2021年にかけて自粛クラスタの人数が減り、外出クラスタの人数が増えたので（表1）、ここでは自粛から外出クラスタに遷移した人たちに着目する。自粛から外出クラスタに遷移した人たちの特徴としては、政治関心が高く、ツイートを閲覧していて、主観的メディアリテラシーが高いことが挙げられる（表3上段右）。2020年に外出クラスタであった人たちは政治関心が低かったのに対して（表2上段右）、2021年に新規に外出クラスタに遷移した人たちはむしろ政治関心が高い傾向がある。両者が合流することで、2021年の外出クラスタの特徴に政治関心は見られない（表2下段右）。また、自粛から外出に遷移した人達は、ツイートを閲覧していて、主観的な

メディアリテラシーが高いことから、情報には一定程度接触している上に、情報の信頼性などの見極めが出来ていると主観的に思っている人であることが推察できる。つまり、2020年時点から外出クラスタに属していた人と、2021年に自粛クラスタから外出クラスタに新規に遷移した人では異なる特徴を持つ。さらに、ツイート閲覧が外出を促す効果を持ちうることも示されており、この人たちは外出を肯定するような情報に選択的に接触している可能性が示唆される。

5. まとめ

本研究では、コロナ禍での外出自粛態度に対してメディアの持つ効果について検討した。2020年と2021年に実施したパネル調査の結果からは、コロナ禍初期の段階と一定期間経過した後では、自粛に対するメディアの効果も異なることが示された。先行研究と同様に、ツイート閲覧は自粛を促進する効果を持つことが示されているが、自粛から外出に遷移する際にも用いられる可能性があることも示された。一方でマスメディアの効果については確認されていない。

表 3 2時点のクラスタ間遷移を予測するロジスティック回帰分析

自粛→自粛		自粛→中庸		自粛→外出	
選択的接触_w2	-0.16 **	主観的メディアリテラシー_w2	-0.03	年齢	-0.01
ツイート投稿有_w1	-0.42 *	選択的接触_w1	-0.11	性別（女）	-0.38
メディア猜疑心_w1	-0.05 +	ツイート投稿有_w2	0.56 **	政治関心_w2	0.22 *
ツイート閲覧有_w2	0.40 *	ソーシャルメディア視聴頻度_w1	-0.03 +	ソーシャルメディア視聴頻度_w1	-0.03
cons.	-1.19 **	主観的メディアリテラシー_w1	0.06 *	主観的メディアリテラシー_w1	-0.06 +
		cons.	-2.14 **	ツイート閲覧有_w1	0.61 *
				主観的メディアリテラシー_w2	0.07 *
				ツイート投稿有_w1	-0.41
				cons.	-2.07
Pseudo R2	0.015		0.017		0.037
中庸→自粛		中庸→中庸		中庸→外出	
マスメディア視聴頻度_w2	0.12 **	選択的接触_w1	-0.14	ツイート投稿有_w1	0.76 +
性別（女）	0.43 +	性別（女）	0.46 *	性別（女）	-0.50 +
メディア猜疑心_w2	0.10 *	メディア猜疑心_w2	-0.08 *	ソーシャルメディア視聴頻度_w2	0.06 *
ソーシャルメディア視聴頻度_w1	0.05 +	ソーシャルメディア視聴頻度_w1	0.05 **	選択的接触_w1	0.27 *
ツイート閲覧有_w2	0.90 *	ツイート閲覧有_w2	-0.57 *	ツイート閲覧有_w1	-0.53
ソーシャルメディア視聴頻度_w2	-0.07 *	主観的メディアリテラシー_w2	0.03	メディア猜疑心_w1	0.09 +
ツイート閲覧有_w1	-0.79 *	cons.	-2.85 **	ツイート投稿有_w2	-0.66
cons.	-5.33 **			cons.	-3.07
Pseudo R2	0.049		0.028		0.041
外出→自粛		外出→中庸		外出→外出	
政治関心_w2	-0.27	選択的接触_w2	0.31 *	年齢	-0.04 **
主観的メディアリテラシー_w1	-0.07	性別（女）	-0.51	性別（女）	-0.72 **
マスメディア視聴頻度_w2	0.08	政治関心_w2	-0.46 **	政治関心_w2	-0.33 **
ソーシャルメディア視聴頻度_w1	-0.08 *	主観的メディアリテラシー_w1	-0.08 *	ソーシャルメディア視聴頻度_w2	-0.04
cons.	-1.82 +	cons.	0.74	主観的メディアリテラシー_w1	0.05
				ツイート閲覧有_w2	-0.49
				ツイート投稿有_w1	0.52 +
				cons.	0.94
Pseudo R2	0.050		0.079		0.065

2020年の外出クラスタは、メディアを通じて情報に接触しない傾向があったのに対して、2021年の外出クラスタはメディアを通じて情報に接しているものの、メディア猜疑心は高く、自分で接触する情報を選択している傾向が示された。

文 献

Buchanan K, Aknin LB, Lotun S, Sandstrom GM (2021) Brief exposure to social media during the COVID-19 pandemic:

文末表1：クラスター分析に用いた変数リスト

番号	
	自粛意図や規範（各5段階）
1	現在(4/13時点)の状況が続くとして今週末の外出をどの程度控えますか？
2	現在の状況が続くとして今後1か月の週末の外出をどの程度控えようと思いますか？
3	個人で行う散歩程度の花見は許されるべきだ
4	風通しの良い屋外であれば友人たちと出かけることは問題ない
5	感染リスクが低ければ出かけることは問題ない
6	チケットを購入済みのイベントに出かけることは許されるべきだ
	先週末に以下の目的で外出したかどうか(はいorいいえ)
7~12	生活必需品購入、生活必需品以外の買い物、仕事、外食、遊び、その他
	外出や花見等について「自粛なくてもよい」～「自粛すべき」のどちらの意見か（各5段階）
13~15	あなたの意見、Twitter上の意見、世間の意見
	不要不急の用事で外出する人たちについて（各5段階）
16	世間から非難されるべきだ
17	罰金などの罰をうけるべきだ
18	個々の事情があるので許されるべきだ
19	自分が不要不急の外出した場合に非難されるか
20	不要不急の用事で外出した人が感染した場合の責任
	自粛予想やリスク認知（各5段階）
21	一般的な市民はどのくらい外出の自粛要請に従うと思いますか？
22	自身が感染したときに重症化する可能性
23	自身が外出することで感染リスクはどの程度あるか
24	自身が外出することで感染の拡大にどの程度の影響がでるか
	知識項目：2020年、2021年で異なる5問（各4段階）
25~29	オーバーシュート、PCR検査、濃厚接触者、エアロゾル感染、基本再生産数
	PCR検査、3密、mRNAワクチン、実効再生産数、まん防
	外出自粛に関して、あなた自身の意見は以下の影響を受けているか（各5段階）
30~32	マスメディアの影響、ソーシャルメディアの影響、友人・家族の意見の影響
	外出自粛に関して、一般的な市民の意見は以下の影響を受けているか（各5段階）
33~35	マスメディアの影響、ソーシャルメディアの影響、友人・家族の意見の影響

Doom-scrolling has negative emotional consequences, but kindness-scrolling does not. PLoS ONE 16(10): e0257728.
 Lin Y., Hu Z., Alias H., Wong L.P. (2020) Influence of Mass and Social Media on Psychobehavioral Responses Among Medical Students During the Downward Trend of COVID-19 in Fujian, China: Cross-Sectional Study. J Med Internet Res 2020;22(7):e19982.
 Mahmood Q.K., Jafree S.R., Mukhtar S., Fischer F. (2021) Social Media Use, Self-Efficacy, Perceived Threat, and Preventive Behavior in Times of COVID-19: Results of a Cross-Sectional Study in Pakistan. Front. Psychol. 12:562042.
 鳥海不二夫, 榎剛史, 吉田光男 (2020) ソーシャルメディアを用いた新型コロナ禍における感情変化の分析, 人工知能学会論文誌 35(4).
 Yoo W., Choi D.H., Park K. (2016) The effects of SNS communication: How expressing and receiving information predict MERS-preventive behavioral intentions in South Korea. Computers in Human Behavior 62, 34-43.

文末表2：メディア利用に関する変数リスト

変数名	内容
マスメディア視聴頻度	4項目単純加算（各5段階） 新聞、テレビ、新聞社・テレビ局が運営するニュースサイト、Yahoo!ニュース
ソーシャルメディア視聴頻度	6項目単純加算（各5段階） Facebook、Twitter、LINE、Youtube、上記以外のニュースサイト、まとめサイト・ブログ
主観的メディアリテラシー	5項目単純加算（各5段階） ・私にはマスメディア上の正しい情報とそうでない情報を見分ける能力がある ・私はマスメディアの誤報を見抜くことができる ・私はマスメディア上の情報の偏りに敏感である ・私はマスメディアの報道の裏にある隠された意図を見抜くことができる ・私はマスメディア各社の報道スタンスの違いを熟知している
メディア猜疑心	3項目単純加算（各5段階） ・マスメディアで流れる情報は特定の発信者に都合がいいように操作されている ・マスメディアの報道には意図的な嘘が多い ・マスメディアは重要な情報を隠すためにどうでもいいニュースで騒ぎ立てることがある
政治関心	1項目（5段階） あなたは政治上の出来事に、どれくらい注意を払っていますか？
選択的接触	1項目（5段階、Bに近い～Aに近い） A：自分の好きなものに対する情報や他人の意見は、否定的なものでも知りたい B：自分の好きなものに対する情報や他人の意見は、好意的なものだけ知りたい
ツイート閲覧有	利用していないを0、利用しているを1とする ツイートの閲覧（5段階）
ツイート投稿有	利用していないを0、利用しているを1とする ツイートの投稿（RTや@を含まないツイート）（5段階）