

2021年4月12日
人生100年時代 未来ビジョン研究所

「人生100年時代 未来ビジョン研究所」レポート | 「日本の感染者数の少なさは中高年“自己管理”パワー」

世界のなかの日本の感染者数の少なさ

コロナのファクターX原動力は中高年「自己管理」 テレビとの相乗効果で

日本は50代以上の感染者が当初から少ない。これが世界各国との大きな違い。
「自己責任」ではなく中高年「自己管理」パワーが日本の感染者数の少なさを生んだ。
40-70代が行動を控えた要因の1位は「テレビのワイドショー」。
中高年自身は「(若者を含めた)全世代の頑張り」かつ「日本人の誇り」だと思っている。

人生100年時代未来ビジョン研究所（代表：阪本 節郎）は、2020年6月11日～6月13日、及び、2021年3月19日～3月26日に、40～70代の“中高年大人世代”を対象として「コロナ過での行動」に関するインターネット調査を実施し、2021年4月12日に調査結果を発表した。

いま、この世代は大きく変化し、高齢社会を大きく変えようとしています。2年後には、国民全体の平均年齢が50歳に達し、4年後には団塊ジュニア(真正)もすべて50代以上となって、日本の人口構造が劇的に変化します。それ以上に生活者の意識と行動が変化しています。新型コロナウイルスはさらにその変化を加速させています。

●新大人緊急調査 2021/03/19～26 全国男女 1308s

●新大人調査 2020/06/11～13 全国男女 1864s

直近の“コロナ第三波の直下”、“第一波・第二波の間”の2つの調査からそのことを明らかにして行きます。

コロナウィルスに関して、とくに日本の感染者数の少なさが世界からも注目されています。これを「ファクターX」として京都大学の山中教授をはじめとする研究もなされています。

これに対し、上記の当研究所の調査および公的データの分析から次のことが明らかになりました。

- ①「ファクターXの原動力」として40-70代「中高年大人世代」の自粛すなわち“中高年「自己管理」パワー”が日本の感染者数の少なさを生んだ。
- ②その行動自粛の契機は「テレビのワイドショー」が1位で、2位の「緊急事態宣言」を上回った。「自己管理」は「テレビとの相乗効果」だといえる。
- ③中高年大人世代自身は自分たちだけではなく「(若者も含めた)全世代が頑張ったからだ」と認識し、40-70代の半数強が「日本人の誇り」だと思っている。
- ④「自己管理」自体も「自分のため」だけでなく「人に迷惑をかけたくない」という気持ちがある。

世界では、アメリカ、欧州各国、中国は50・60代ないし50・60代以上の感染者数が多い。

<日本で当初から60代以上の感染者が少なかった理由>

最初の感染者がダイヤモンドプリンセス号で、60・70・80代の感染者が多く、それをテレビのワイドショーで見たために、この年代の最初の自粛行動を生んだとみられます。

「自己責任の米国」／国民皆保険がなく、最初の感染爆発時に診療がすすまず、感染拡大につながったとされます。「自己責任」は社会的リスクと隣り合わせといえるかもしれません。

「アジア諸国」／感染者数が少ないとされますが、台湾・韓国・中国など初期から強力な政府主導型。

「日本」／他国にはない「中高年大人世代」の自発的な“自助”としての「自己管理」。

この世代はポストコロナでも「マスク」と「ソーシャルディスタンス」を続けたいとしています。

本件に関するお問い合わせ：人生100年時代 未来ビジョン研究所 阪本

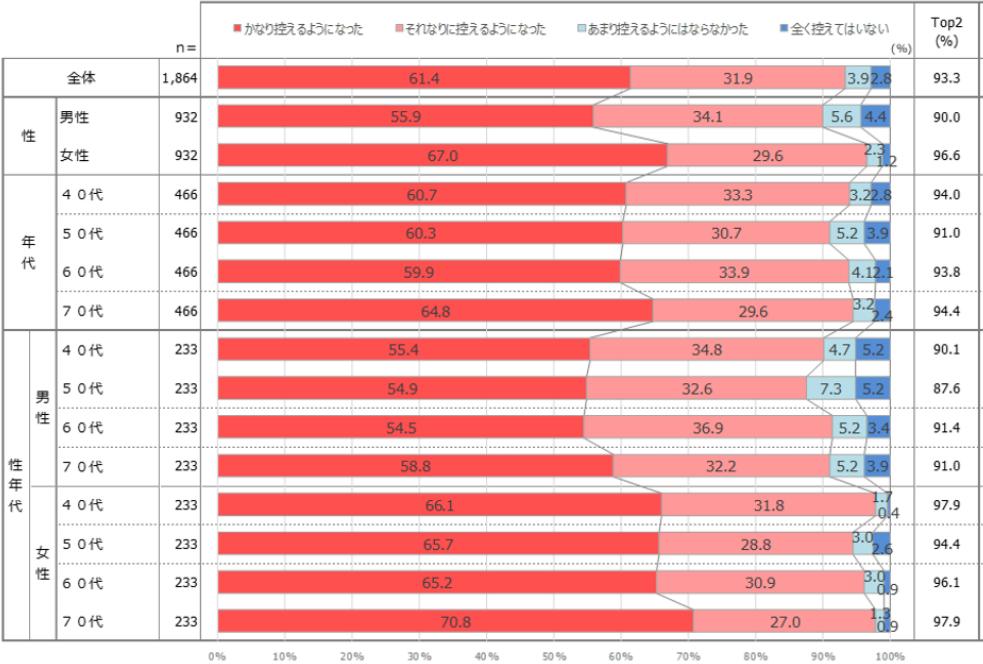
Tel：03-5983-0770 / Mobile：090-2747-7362 / Email：setsuo.sakamoto@miraivision.net

人生100年時代 未来ビジョン研究所ホームページ www.miraivision.net

■日本では、「中高年大人世代」の「自己管理」が徹底されています。40-70代では6月時点（第一波・第二波の間）で9割強とほとんどの人が新型コロナウィルスで、消費や外出・旅行などの行動を控えるようになりました。我慢していることとしては、1位「人に会うこと集まること」、2位「旅行」、3位「レストラン」、4位「街に出ること」、5位「商業施設やデパート」と「人と会うこと」「不要不急の外出」を控えるという自己管理を徹底させています。男女別にみると女性がやや高いといえます。

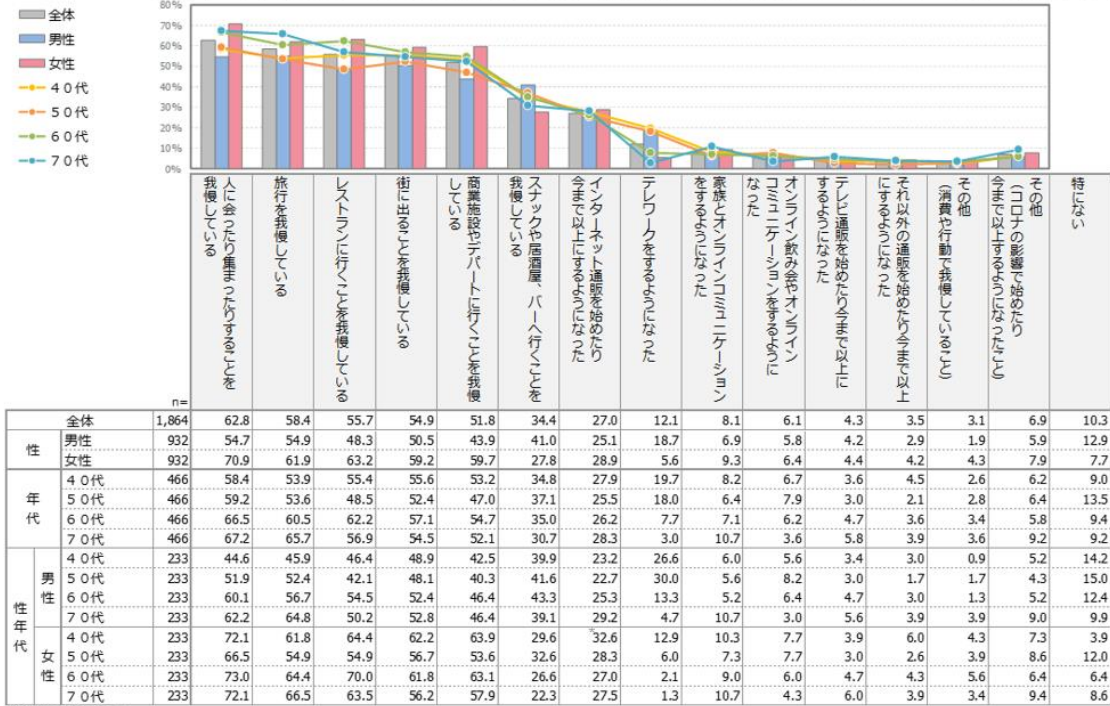
消費や外出・旅行などの行動を控えるようになりましたか、という質問には、40-70全体で、93.3%が控えたと答えました。男女別では女性が96.6%と相対的に高いといえます。年代別には、40代94.0%、50代91.0%、60代93.8%、70代94.4%と大きな差はなく、ひとしなみに行動を控えていることがわかりました。我慢していることとしては、1位「人に会うこと集まること」62.8%、2位「旅行」58.4%、3位「レストラン」55.7%、4位「街に出ること」54.9%、5位「商業施設やデパート」51.8%とそれぞれ半数以上の割合で我慢をしています。男女別には、やはり女性が相対的に高く、年代別には年代が上れば上がる程高く70代が最も高い傾向にあるといえます。

Q. 新型コロナウィルスによって消費や外出・旅行などの行動を控えるようになりましたか。（ひとつ）



人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1864s 2020年6月

Q. 新型コロナウィルスによって消費や行動で我慢していること、逆に始めたり今まで以上になったことはありますか。（いくつでも）



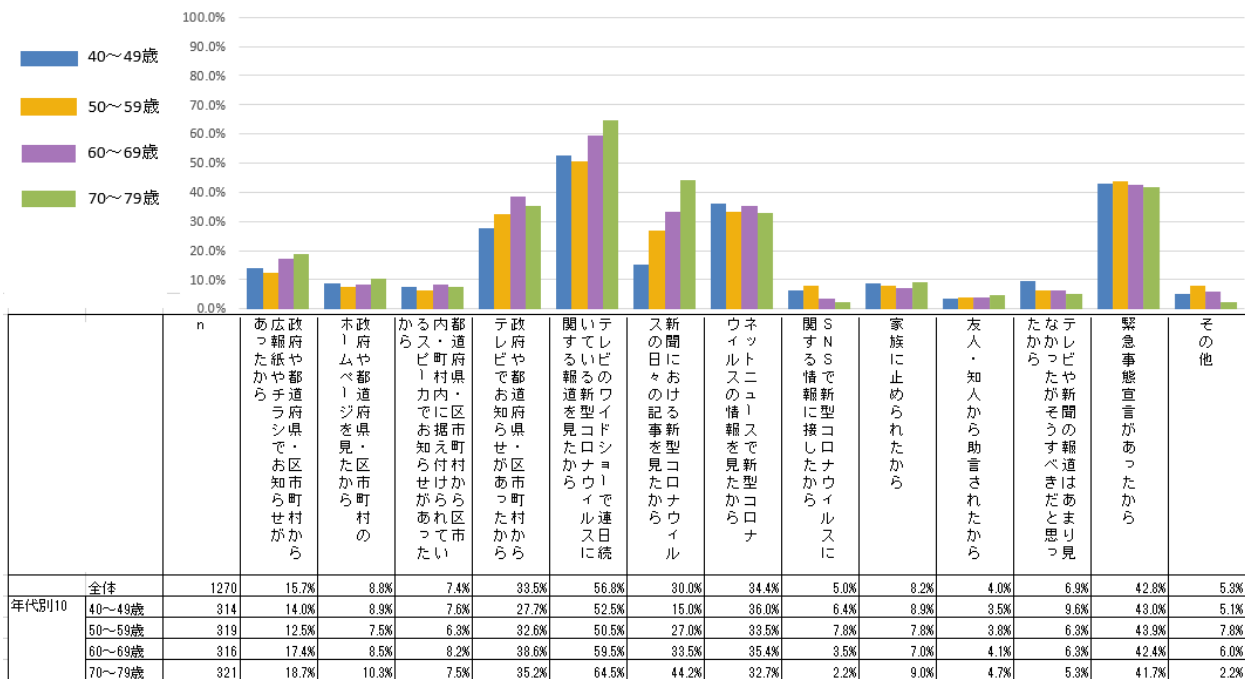
※全体の降順でソート

人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1864s 2020年6月

■直近3月（第三波直下）の調査で、「40～70代が行動を控えるようになった要因」としては、「テレビのワイドショー」が1位となり、2位の「緊急事態宣言」を上回りました。3位は「ネットニュース」、4位が「政府や自治体のテレビを通じたお知らせ」、5位が「新聞記事」と、「テレビ」の力の大きさが、示されました。また、デジタル志向がこの年代でもあらわれているのと同時に、新聞記事も合わせた既存マスメディアも力になったことがわかりました。この影響力が最も高い「テレビのワイドショー」で「参考になっている」のは、「感染症医療専門家」が圧倒的に高いといえます。2位が「感染症以外の医療専門家」で、これに3位「キャスター・アナウンサー」が続いています。

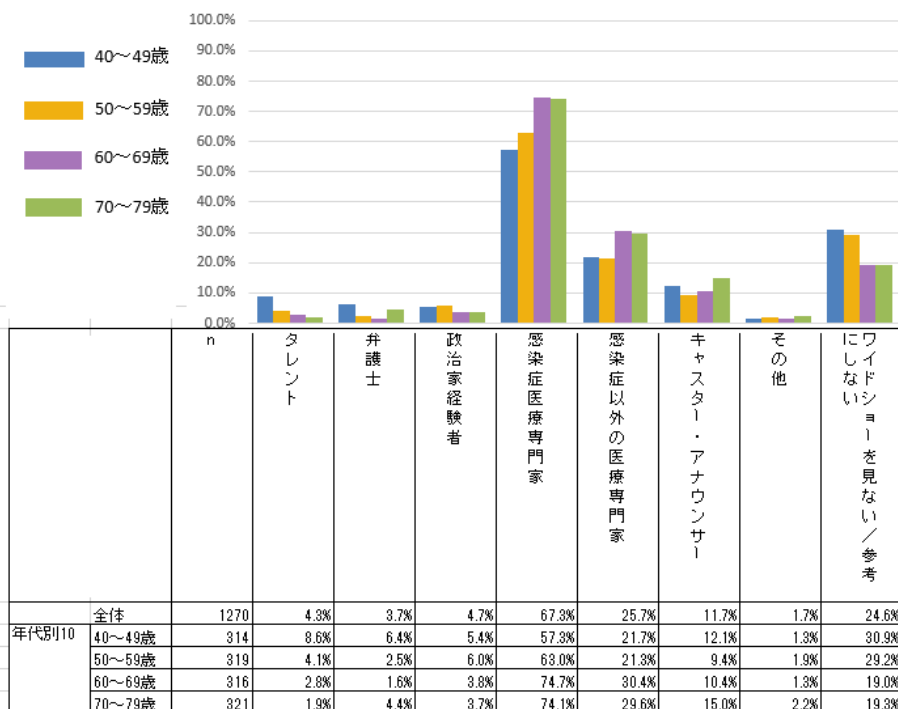
1位「テレビのワイドショー」は全体で56.8%と半数以上の人によって行動を控えたとしていて、42.8%の2位「緊急事態宣言」を14%も上回りました。年代別にみると、「テレビのワイドショー」も「新聞記事」も70代が最も高いのですが、「テレビのワイドショー」に関しては、40代もやや高い、といえます。「ネットニュース」に関しては、40・50・60・70代と年代別にほぼ同レベルであることが特徴的です。「ワイドショー」で参考にしているのは、「感染症医療専門家」が67.3%ときわめて高く、年代別には60・70代が74%と最も高くなっています。これは、その年代が新型コロナ感染により敏感だということにも起因していると思われます。

Q. 第一波・第二派・第三波と新型コロナウィルスで消費や外出・旅行などの行動を控えるようになったと思いますが、その直接のキッカケは何ですか。（いくつでも）



人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1308s 2021年3月

Q. テレビのワイドショーで多くのコメンテーターが新型コロナウィルスについて語っていますが、どういふ方の意見を最も参考にしていますか。（いくつでも）



人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1308s 2021年3月

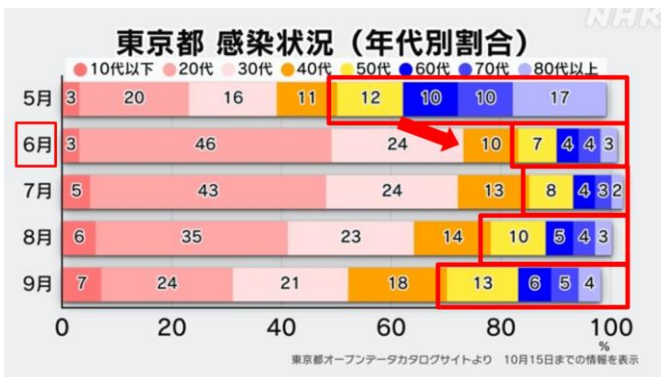
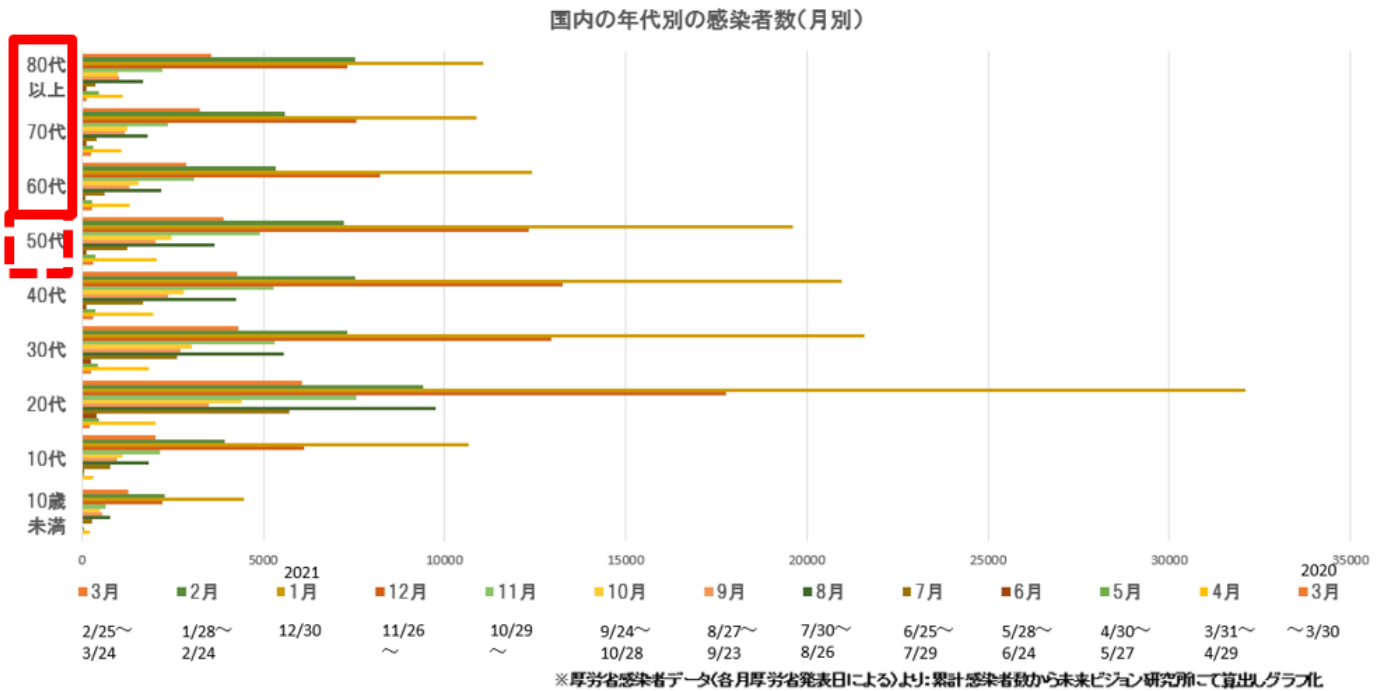
< 公的データ分析結果 >

■日本は、第一波、第二波、第三波を通じて、60代以上の感染者が少ないといえます。

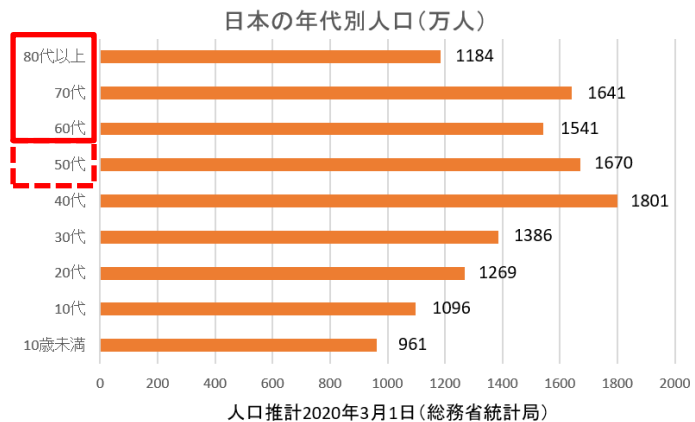
東京都(左下図)では、第一波は50代以上も比較的高めですが、その収束期の6月からは50代以上の感染者は少なくなりました。上図で50代は60代以上に比べると全体にやや高いのですが、それでも他の年代よりは低めとなる傾向がみられます。

人口(右下図)との比較でみると人口の少ない20代、30代と人口の多い50・60・70代で人口と感染者数が反比例していることがわかります。そのことが世界各国(次頁)との大きな違い、とみられます。「中高年大人世代」の「自己管理」がこの結果を生んだといえます。

第三波が最も感染者数が高いわけですが、第一波、第二派を通じて、60代以上の感染者数は少ないといえます。第一波の東京都の月別年代別感染状況の推移をみると50代以上の割合は、5月の計49%に対して、第一波収束期の6月は計18%と少なくなっています。上図で50代は、60代以上に比べると、感染者が全体にやや増加しがちですが、それでも他の年代に比べると低めとなる傾向があります。第三波ではそれまでに比べ高齢者全体の感染者数もその初期には増えましたが、中盤から後半では自粛に転じたといえます。



出典: NHK新型コロナウイルス特設サイト
<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/by-age-tokyo/>

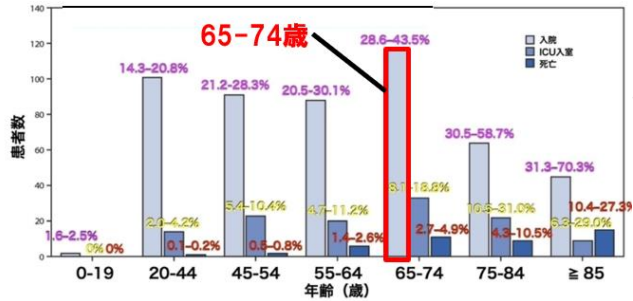


■現在、世界で最も感染者数が多いのは、アメリカですが、感染爆発の初期において、65歳から74歳が年代別では最も高くなっています。その後も50-64歳は年代別で2位の高さであり、64-75歳は低くなっていますが、人口の割合に比例しているといえ、人口の割合と反比例している日本とは大きな違いといえます。

また、感染初期から深刻なイタリアをはじめ欧州各国における60代以上の感染者数の割合は、日本の約2倍あります。そもそもコロナウィルスは最初に中国で爆発的に感染者が増大しましたが、その中国では60代が20・30代よりも高く、40代と同レベルで、年代別では、50代が1位、60代が2位となっています。

アメリカは当初65-74歳が最も多かった

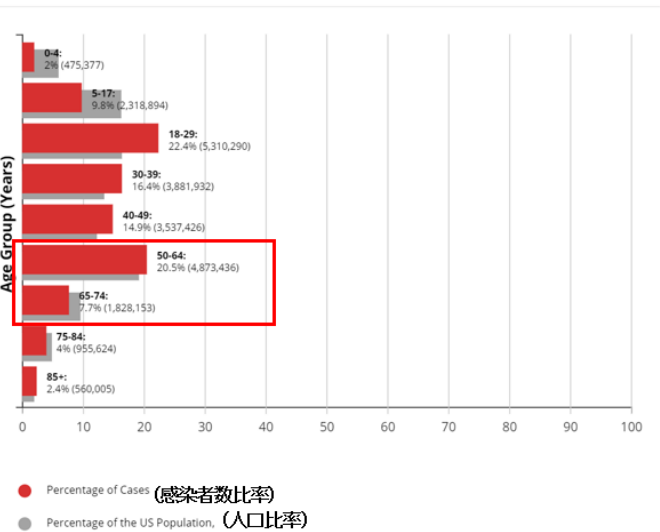
(出典)CDC(米国疾病予防管理センター) 2020年2月19日～3月16日調べ



アメリカは、新型コロナ感染爆発の初期に65-74歳が最も高かったといえます。1年を経過して、現在までの感染者数23,913,766人のなかでも50-64歳は年代別で2番目の高さとなっています。65-74歳はかなり低い水準ですが、人口の割合にほぼ比例しています。人口の割合と反比例するような日本とはかなり違うといえます。

アメリカの直近の感染者総数では50-64歳がきわめて高く、65-74歳は低いが人口の割合に比例してほぼ同水準

Data from 23,913,766 cases. Age group was available for 23,741,137 (99%) cases. (出典)CDC(米国疾病予防管理センター) 2021年4月5日



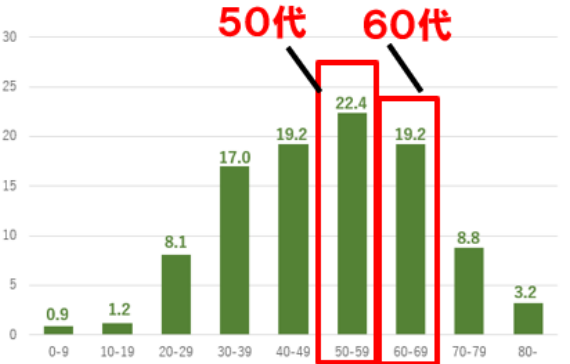
60歳以上

欧州各国も60代以上は多い



60歳以上

中国も50代・60代は多かった



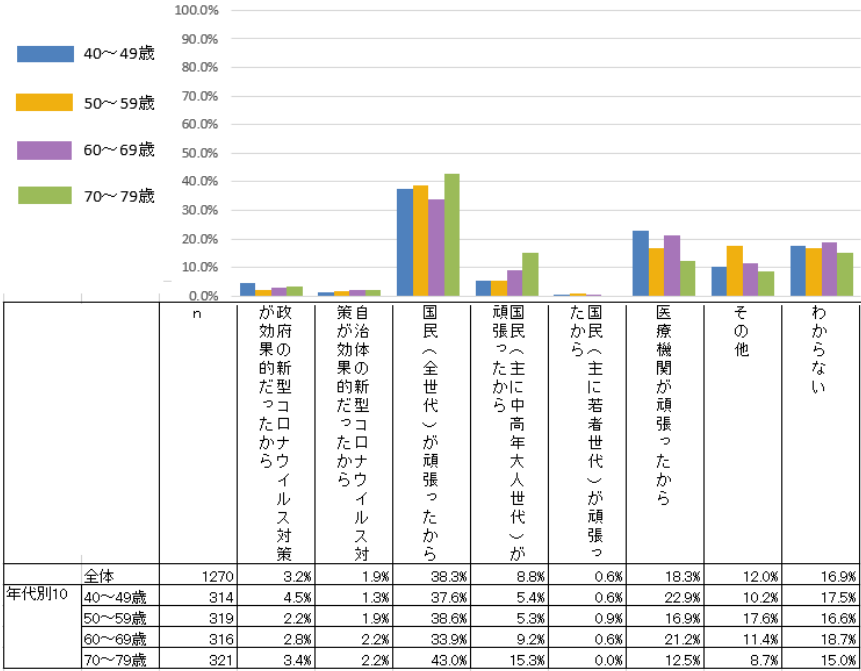
(出典)China CDC Weekly 2020. (中国疾病対策予防センター) 2月17日発表
をもとに未来ビジョン研究所でグラフ作成

(出典)新型コロナウイルス 【新規陽性者数・年齢層別割合】 Twitterアカウント@corona_analysis

■日本の感染者数の少なさを要因として、40-70代の当事者世代は、「国民(全世代)が頑張ったから」がダントツの1位となっています。2位が「医療機関ががんばったから」であり、3位が「国民(主に中高年大人世代)が頑張ったから」ですが、3位はかなり低いといえます。当事者世代は自分たちが頑張ったのではなく、若い世代を含めた全世代が頑張ったと思っているといえます。

「国民(全世代)が頑張ったから」はとくに70代が高いといえます。「国民(中高年大人世代)」も70代が高いといえますが、前者のほうが圧倒的に高いことがわかります。

Q. 他の国と比べ日本の感染者数の少なさは何が主な要因だと思いますか(ひとつ)

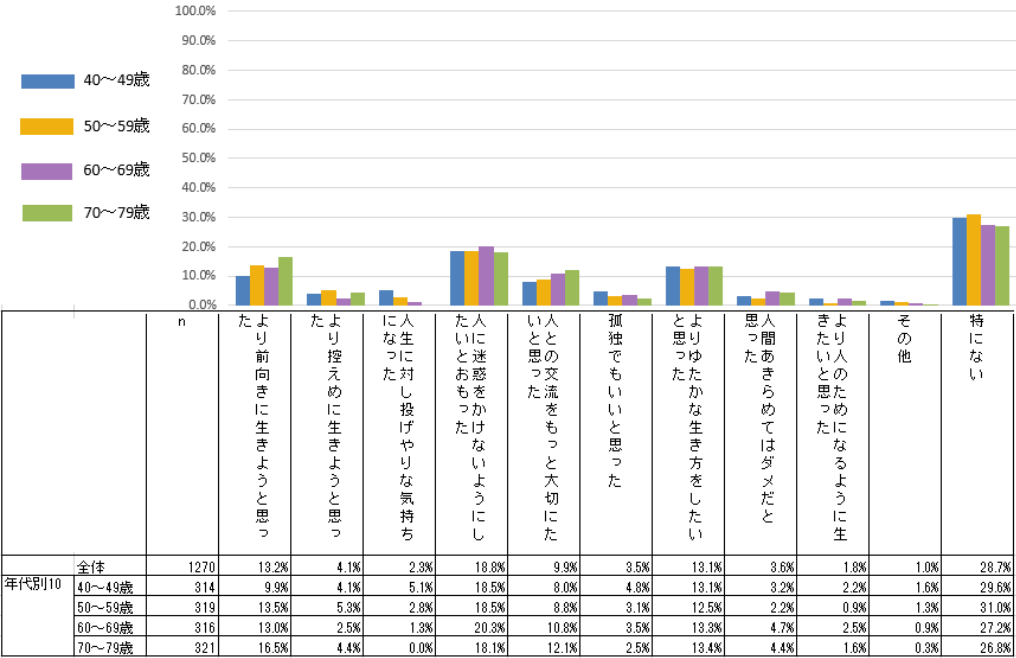


人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1308s 2021年3月

■「新型コロナウイルスで自分自身が変わったこと」のなかで、「人に迷惑をかけないようにしたいと思った」が40-70代の1位となりました。一般に中高年世代は自分がかからないようにしたい、と思うので「自己管理」をすると思われるがちですが、必ずしもそれだけでなく、「他人に移したくない」という気持ちも強いといえます。移す対象は同世代もあるでしょうが、若者や子供もあるとみられます。

「人に迷惑をかけないようにしたいと思った」は40・50・60・70代の年代差があまりなく、各年代を通じてほぼ同レベルでそう思っているといえます。

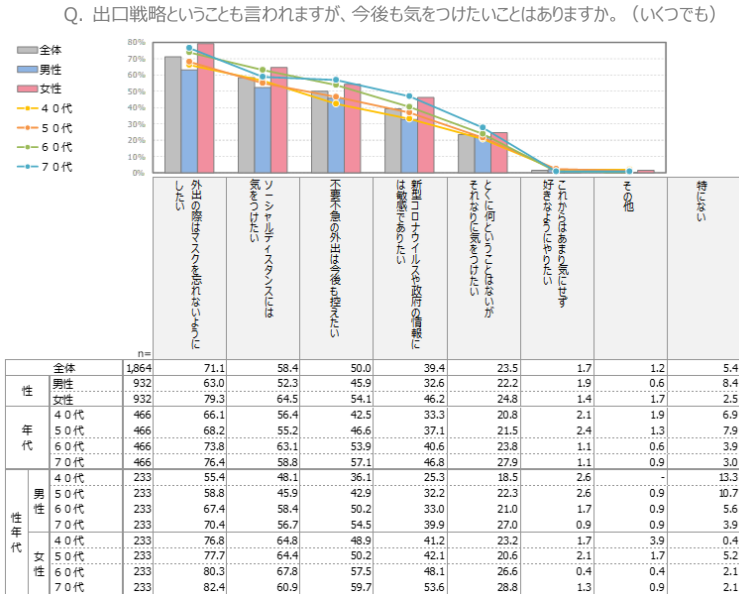
Q. 新型コロナウイルスによりご自分に何か変わったことはありますか。最もあてはまるものをお選びください。(ひとつ)



人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1308s 2021年3月

■ポストコロナで気をつけたいことの1位は「外出の際のマスク」71.1%、2位は「ソーシャルディスタンス」58.4%。ごく一部に高齢者のカラオケ感染が見られ話題にもなりましたが、圧倒的多数の中高年大人世代は、「マスク」と「ソーシャルディスタンス」というニューノーマルの基本的な行動を自発的にしようとしています。とくに女性が高いといえます。

男女別では、「マスク」女性79.3%、男性63.0%と16%の差があり、「ソーシャルディスタンス」で女性64.5%、男性52.3%と12%の差があります。女性のほうによりその意識が高いといえます。また年代別では、下図のグラフにあるように40代と50代がほぼ同水準で、60代、70代と年代が上がるにつれて高くなる傾向があります。

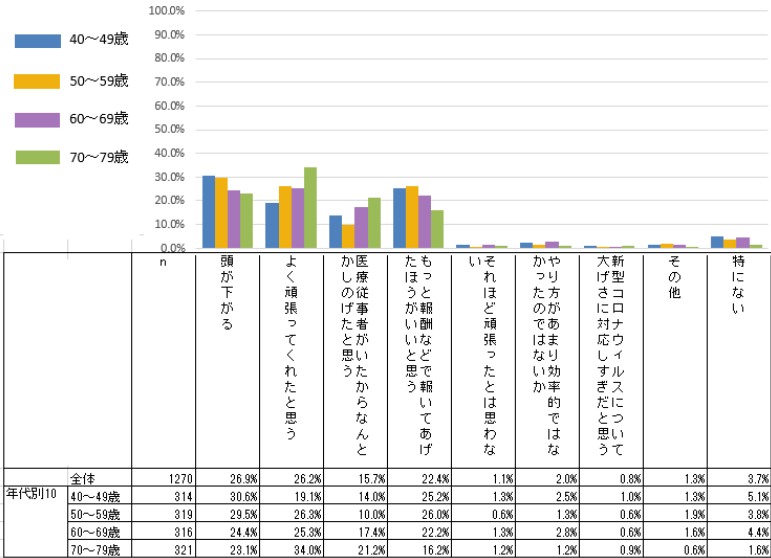


人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1864s 2020年6月

■コロナ禍での医療従事者に対しては、「頭が下がる」「よく頑張ってくれた」がほぼ同率1位、「もっと報酬などで報いてあげたほうがいい」が3位、「医療従事者がいたからなんとかしのげた」が4位です。その他のネガティブな見方についてはゼロに近い回答といえます。

「頭が下がる」は年代が下がるほど上昇傾向にあり40・50代が最も高いといえます。これに対し、「よく頑張ってくれた」は、年代が上がるほど上昇傾向にあり、70代がとくに高いといえます。これは、40・50代が医療従事者と同年代であるのに対し、60・70代とくに70代は患者になりがちであり、その違いということができると考えられます。

Q. 新型コロナウイルス感染症拡大の第一波から第三波を通じて医療従事者についてはどう思いますか。最もあてはまるものをお選びください。(ひとつ)

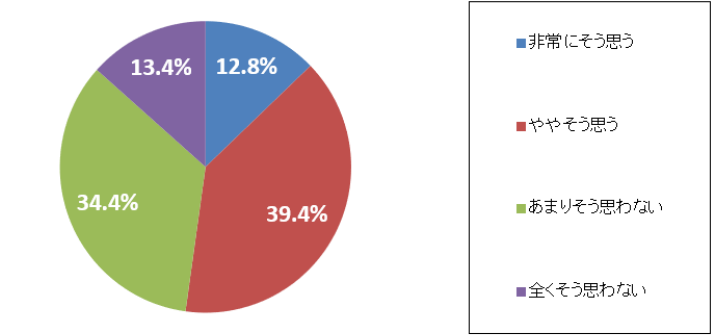


人生100年時代 未来ビジョン研究所調査 全国男女40-70代 1308s 2021年3月

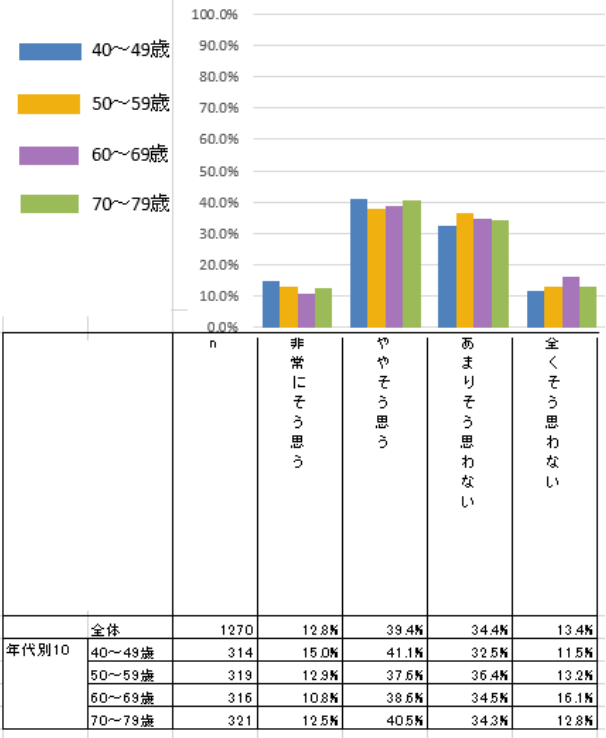
■日本の感染者数の少なさについて、40-70代の半数強の52.2%が「日本人として誇りに思う」と答えています。年代別にはあまり差がみられませんが、男女別にみると、ここでも女性が高いといえます。その要因（ファクターX）が、まだよく見えなくても日本の感染者数が少ないという結果については「日本人として誇りをもちたい」あるいは「持ってもいいのではないか」という気持ちの強さがあらわれている、といえそうです。P2の調査結果にみるように「行動の自粛（自己管理）」自体が9割強の高さだとすれば、「みんなが頑張った行動を誇りに思いたい」という気持ちのあらわれとみることもできそうです。

全体の「非常にそう思う」12.8%「ややそう思う」39.4%を加えると、52.2%と半数を超えます。男女別では、女性で「非常にそう思う」14.6%「ややそう思う」44.4%の計が59.0%、男性で「非常にそう思う」10.9%「ややそう思う」34.5%の計が45.4%と女性のほうが13.6%高くなっています。

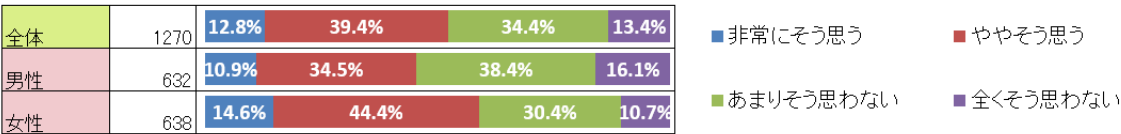
Q.日本は他の国に比べ新型コロナウイルス感染者数は少ないとされますが、そのことは日本人として誇りに思いますか（ひとつ）



＜年代別＞



＜男女別＞



<調査概要①>

調査対象：40～70代男女

対象エリア：全国

対象者数：1308サンプル

調査手法：インターネット調査

調査日時：2021年3月19日（金）～3月26日（金）

<調査概要②>

調査対象：40～70代男女

対象エリア：1都3県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）および

全国中小都市（首都圏、熊本市・岡山市以外の政令指定都市、岩手県・宮城県・福島県を除く）

対象者数：1864サンプル

調査手法：インターネット調査

調査日時：2020年6月11日（金）～6月13日（日）

「人生100年時代 未来ビジョン研究所」(未来ビジョン研)について

「人生100年時代 未来ビジョン研究所」は、2020年4月に設立されました。高齢化がグローバルに進行するなか、世界諸国に先駆けて急速な高齢化の進展するわが国ですが、この人口構造の劇的変化に伴い社会構造も大きく変化して行きます。とりわけそのベースとなる40～70代の生活者の意識・行動が大きく変わろうとしています。これは企業のビジネスやマーケティングにも大きな影響を及ぼし、社会政策等にも大きな変化をもたらします。この中高年大人世帯を「新しい大人」ととらえ、これまでにない、新たな時代の扉を多くの人たちや企業とともに開いて行く、そのための研究および事業開発を行っています。〈人生100年時代 未来ビジョン研究所ホームページ www.miraivision.net〉

【所長プロフィール】

阪本 節郎

東京都出身。1975年早稲田大学商学部卒業。(株)博報堂入社。プロモーション企画実務を経て、プロモーション数量管理モデル・対流通プログラム等の研究開発に従事。その後、商品開発および統合的な広告プロモーション展開実務に携わり、企業のソーシャルマーケティングの開発を理論と実践の両面から推進。2000年エルダービジネス推進室創設を推進。2011年春、発展的に「博報堂新しい大人文化研究所」を設立。2019年4月 独立し、人生100年時代 未来ビジョン研究所を設立、現在、所長。

■著書

「巨大市場『エルダー』の誕生」（プレジデント社2003年7月、共著、2007年台湾版・2009年韓国版出版）

「団塊サードウェーブ」（弘文堂2006年1月、共著）「団塊の楽園」（弘文堂2007年2月、共著）

「50歳を超えたらもう年をとらない46の法則」（講談社α新書2014年9月）

「世代論の教科書」（東洋経済新報社2015年10月、共著）

「シニアマーケティングはなぜうまくいかないのか～新しい大人消費が日本を動かす」

（日経新聞出版社2016年3月、2016年韓国版・2018年台湾版出版）



■マスコミへのコメント・出演

日経・読売・朝日・産経・日経MJ・ビジネスアイ・日経ビジネス・アエラ・週刊朝日
・ワシントンポスト・ウォールストリートジャーナル・M&Mヨーロッパ・CNN・NHK総
・NHK教育・テレビ朝日他

<コラム連載執筆>

●日経MJ新聞「阪本節郎の『新大人』学」（2014.04-2017.03）

●日経新聞「読み解き現代消費」（2014.04-2017.12）

■エルダー関連の公官庁・マスコミ等の委員会委員

<これまでの経歴>

●総務省 高齢者障害者ICT利活用研究委員会

●厚生労働省 介護保険制度下におけるシルバーサービスの振興ビジョン調査研究事業研究委員会
団塊世代を活用した健康長寿のまちの展開方策に関する調査研究事業研究委員会

●静岡県 しずおかユニバーサルデザイン推進委員会

●互助会保証株式会社（経済産業省協力）冠婚葬祭産業の中長期展望検討委員会

●日本BS放送 放送審議委員会

●高齢・障害者雇用支援機構「エルダー」編集アドバイザー会議委員