



コロナ後は「社会格差」に対応

社会課題を顕在化させた COVID-19

——世界 18 カ国を対象としたマッキャン・ワールドグループ・グローバルアンケート第 5 回調査——

【2020 年 6 月 25 日、東京発】

McCann Worldgroup のグローバルなソートリーダーシップチームである McCann Worldgroup Truth Central は、2020 年 6 月 8 日～6 月 15 日に COVID-19 パンデミックに関する意識調査「Truth About Culture and COVID-19 Wave 5（文化と新型コロナウイルスについての真実 第 5 回調査）」を実施しました。これは日本を含む世界 18 カ国において約 1 万 8,000 人を対象として行ったもので、3 月上旬からほぼ 2 週間毎に行っている 5 回目の調査です。

調査時期は、世界では、欧米先進国が感染者を抑えて経済活動の規制から再開に向けて舵を切る一方で、新興国・発展途上国では感染が広がり、6 月 10 日には累積での感染者数が先進国を上回りました。日本では初めての「緊急事態宣言（4 月 7 日から 5 月 25 日の期間）」が解除された後で、人の移動と経済活動が段階的に緩和されていた時期です。

そのことを反映して、コロナウイルスに対する不安は先進国を中心に大きく下がってきています。日本では、コロナウイルスへの不安は 74%→66%と 3 月上旬の調査結果と同水準まで下がり、フランスでも 68%→39%と下がっています。

一方で、先進国は、5 月下旬から感染防止対策と経済活動の両立を模索していました。経済の再開について「早過ぎた」という意見は英国の 51%を筆頭に米国(35%)、カナダ(33%)、ドイツ(33%)と続き、日本でも 31%の人々は早過ぎると感じていました。

この時期に COVID-19 の感染拡大防止のための施策やルールに対する姿勢や自身の考えを聞いたところ「注意深く全ての規則とルールに従う」という人が英国（66%）やドイツ（60%）では 6 割を超えました。「概ね従う」という人も加えると英国（85%）、ドイツ（80%）、カナダ（80%）では 8 割を超えました。日本では規則やルールに「全て従う」（36%）と「概ね従う」（33%）という回答は合わせて約 7 割の人々しかいませんでした。日本では緊急事態宣言によって政府や自治体から外出の自粛と一部事業活動の休業要請だけでしたが、結果的には緊急事態宣言は延長されたものの感染者は減少しました。規則やルールを「ほとんど無視する」「自身の考えとルールに従う」という人が 3 割に近いのはトルコ（両回答の合計 32%）中国

(同 31%)、ロシア (同 29%) でした。フランス (同 20%)、日本 (同 20%)、米国 (同 19%) でも、自身の考えを含めて行動を決めていた人は約 2 割でした。

COVID-19 の感染拡大で自分自身が失ったものを一つ選んでもらったところ、どの国でも「個人の自由」「仕事」「自分自身の教育や自己研鑽の機会」「自分の休暇」「趣味」が上位を占め、日本も同じ傾向でした。

COVID-19 の感染拡大による社会への影響について「社会の不平等が顕在化した」と考えている人はチリ (54%) やコロンビア (42%)、南アフリカ (39%)、ブラジル (39%) と新興国・発展途上国で 4 割前後いましたが、先進国でもフランス (42%)、カナダ (40%)、日本 (40%)、米国 (37%)、英国 (36%) など 4 割近い人々が不公平感の高まりを感じていました。さらに COVID-19 の感染脅威と「社会格差」への脅威を比較して聞いたところ、「社会格差の方が脅威である」と答えた人は、チリで 4 割を超え、スペイン、米国、コロンビア、メキシコ、ドイツでも 3 割を超えました。なお日本は 27% でした。

COVID-19よりも社会格差の方がより大きな脅威である



マッキンゼーエリクソンの松浦良高プランニング本部長は、以下のようにコメントしています。

「最新の調査結果を見てわかったのは、先進国を中心に各国のコロナウイルスに対する不安が和らいできたことです。しかし一方で、経済への不安や、社会格差などへの懸念は日本の生活者でも高いスコアが見られます。このように加速する社会課題に対しては、政府だけではなく、企業ブランドに対しても生活者の高い期待がされており、今後の企業の取り組みが社会的に注目されるでしょう。」

調査概要

調査時期：第1回調査=3月上旬（3月12日～22日）、第2回調査=3月下旬（3月23日～30日）第3回調査=4月上旬（4月7日～16日）、第4回調査=5月上旬（4月27日～5月7日）、第5回調査=6月上旬（6月8日～15日）

第5回調査実施国（18か国）：日本、カナダ、フランス、ドイツ、メキシコ、スペイン、英国、米国、ブラジル、中国、（以上は当該国の人口構成に相似した代表性のある標本集団）、コロンビア、チリ、イタリア、アルゼンチン、インド、トルコ、ロシア、南アフリカ¹（以上は調査が可能であった標本集団）

第5回調査標本数：合計17,939人（各国500人から1,000人）。本調査で提示している標本データは、Google サーベイ 360 のプラットフォームと提携して取得しています。

注）新型コロナウイルスの感染拡大状況は急速に進展しているため、各国の意識や政府の対応は日々変化しています。そのため、本調査のデータはある特定期間の観測結果であることを留意ください。

#

McCann Truth Central とは

刻々と変化する市場、そして人々の行動。その変化の背景に潜んでいる、人々の価値観や意識の潮流、そのような「真実（Truth）」を明らかにするため、マッキャンエリクソンでは、McCann Truth Central というグローバルなソートリーダーシップ（Thought Leadership）チームをつくり、世界100カ国以上で毎年様々なテーマについて、グローバル規模の調査を実施し、その分析を報告しています。英文となりますが、過去の調査結果については、こちらのリンクよりご覧いただけます。：<http://www.mccannworldgroup.com/about/truth>

マッキャン・ワールドグループについて

(株)マッキャン・ワールドグループホールディングス(McCann Worldgroup Holdings Japan Inc.)は、米国ニューヨーク本社を拠点に、世界100カ国以上で2万人超の従業員が活動する世界有数のグローバルマーケティングソリューションズネットワークの日本法人です。ブランドが人々の生活の中で意味のある役割を果たせるようお手伝いすることを使命としています。700名超の社員を有する日本最大で最も歴史のある外資系グループです。マッキャン・ワールドグループは、カンヌ・ライオンズで2019ネットワーク・オブ・ザ・イヤーを受賞し、エフィー賞では2018と2019と2年連続世界で最もクリエイティブに効果的なマーケティングサービス会社を受賞しました。傘下に複数の専門会社を擁し、クライアントに統合されたマーケティングソリューションを提供しています。グループ子会社として(株)マッキャンエリクソン、(株)マッキャンヘルスケアワールドワイドジャパン、(株)エムアールエム・ワールドワイド、(株)モメンタムジャパン、(株)クラフトワールドワイド関連会社にはウェバー・シャンドウィック・ワールドワイド(株)等があります。<http://www.mccannwg.co.jp/>

この件に関するお問合せ先：(株)マッキャン・ワールドグループホールディングス コーポレート・コミュニケーションズ
大木 美代子 Tel: 03-3746-8550 直通 e-mail:miyoko.ohki@mccannwg.com