

ショートコメント vol.189 (2020年12月7日)

テーマ：感染第3波では進まなかった自主的な外出自粛
～第2波との違いは歴然。GoTo 事業の存在が一因か～

●感染第3波の到来

新型コロナの感染第3波が到来している。東京や大阪、北海道などでは、1日の新規感染者数が過去最高を記録、医療体制の逼迫への懸念も一気に高まっている。

大阪では重症者数の急増を受けて、12月3日に府民に対する外出自粛要請が出された(図表1)。それ以前にも、GoTo トラベルからの大阪市の一時除外、特定地域の飲食店に対する営業時間の短縮要請なども発表されており、感染防止策への対応が一気に本格化した形となっている。

すでにホテルや旅館への予約キャンセルが急増しているほか、夜の飲食店の利用も減少が始まるなど、大きな影響が出始めている。

●感染第2波、第3波での外出状況

これらの結果、第3波による経済的な影響は、7～8月の第2波を大きく上回りそうである。その主因はもちろん、第3波の感染者数が第2波よりも多い点にある。これは、PCR検査数自体が増えている影響もあるが、波が発生してからの期間にも注目する必要がある。

波が発生してからの期間が長くなればなるほど、感染者数は増えやすくなる。大阪の場合、第2波はほぼ1か月で峠を越したが、第3波は発生から1か月半近くが経つものの、まだそれは明言できない。

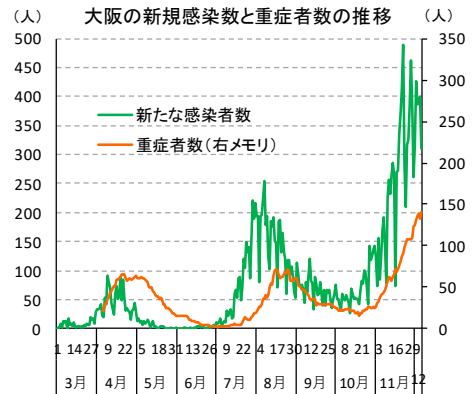
その原因ともいえるのが、第2波と第3波での人の動きの違いである。たとえば第2波の際には、自主的な外出の自粛がみられたが、第3波ではあまりみられない。

これは米グーグル社が公開しているデータが参考になる。同社は自社のサイト (<https://www.google.com/covid19/mobility/>) で、世界の国や地域、エリア属性ごとに、位置情報をもとにした人口流動データを公開している。

それによると、まず平日の小売・娯楽関連 (retail and recreation) での人の動きは、第2波の発生に伴って減少していることが分かる(図表2)。それに対し、第3波の発生した11月以降は大きな変化がみられない。11月に入っても、買物を含む各種の動きが続いていたと考えられよう。

第3表の平日の鉄道利用 (transit stations) も同様であり、

【図表1】



【図表2】



【図表3】



※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

第2波の際には一定の減少はみられるものの、第3波以降は大きな変化はない。

この第2波での自主的な外出の自粛は、もちろん商店主側としては売上の減少につながるもので、経営への打撃となる動きではあるが、結果として感染の拡大期間の短縮につながった可能性が高いとみられる。

●感染第3波での外出状況の特徴

第2波と第3波の違いが生まれた要因であるが、第2波の際に、政府や自治体から外出の自粛要請が出たわけではない。一部の地域での休業や営業時間の短縮要請は出たものの、府民に対する特段の要請はなかった。それにもかかわらず人の往来が減少したのは、まさに自主的な動きにほかならない。

この背景としては、緊急事態宣言が解除された後、初めての感染拡大であった点が大きい。まだまだ消費者の間でも不安が強く、特に要請がなくても自粛が進んだものと考えられる。

それに対し、第3波でそういった動きが進まなかった背景の一つには、良くも悪くも、新型コロナとの共生意識が広がったことが挙げられよう。感染の開始から時間が経過し、感染対策を取った上での消費行動が定着してきたことが一因とみられる。

それに加えて、やはりGoToキャンペーンの存在も大きいといえるのではないかと。GoToトラベルの開始が7月下旬。そしてGoToイートの開始が10月。消費者の動きをみても、9月下旬の4連休頃から一気に活発化した印象が強い。その後、10月後半から感染の第3波が始まったが、各種GoToキャンペーンの活用が広がる中、消費者に外出自粛の意識は芽生えにくかったとみられる。改めて、消費喚起を行うタイミングは難しいといわざるを得ない。

●今後の注目点

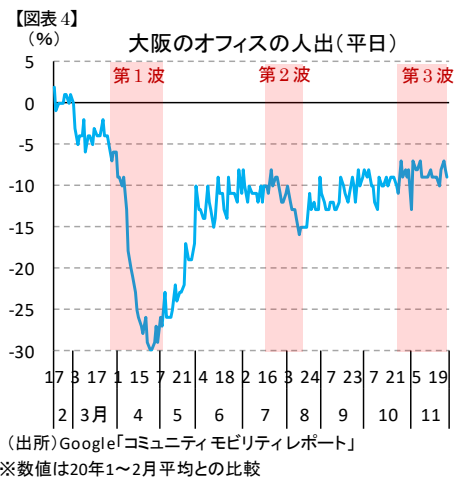
大阪をはじめとする複数の地域で、不要不急の外出自粛要請が出されたことで、今後消費は下押しされることとなる。前ページの第2表、第3表によれば、第2波の際には、自主的な外出自粛で1割程度の人出の減少につながった。今回は要請に基づく自粛であり、それ以上の減少となる可能性がある。その際に一つのカギを握るのは、企業によるテレワークの増加の動きではないか（図表4）。

それらに伴い、GoToからの除外や営業時間の短縮で、既に影響の出始めているホテルや外食はもちろん、都市部の各種店舗の売上も、人出の減少による売上への悪影響は避けられない。

加えて、今回の自粛要請の難しさは、医療体制の逼迫を受けて出されたという点にある。つまり、感染状況がある程度落ち着いたとしても、重症者数を含め、入院数に大きな変化がなければ要請を解除できない。結果として、解除までかなり時間が掛かる可能性もあることから、今後の推移が注目される。

その一方で、今回の自粛要請がそれほどの効果をもたらさない可能性も否定できない。

というのは、先に挙げた新型コロナとの共生意識の広がり、あるいは慣れによる消費者の意識の変化である。もともと不要不急の判断は各人に任されている上、3密を避ければ外出は可能との判断が働けば、自粛要請の効果は限定的となる恐れはある。その場合は新たな対策が必要となるが、まずは要請後の1週間の動きに注目が集まろう。



本件照会先：大阪本社 荒木秀之
TEL：06-6258-8805 mail：hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。なお、本稿に記載された内容は執筆時点のものであり、今後予告なしに変更されることがあります。