

COCOA de Go To ～ほっと安心できる世の中に～

班長:羽山知希 副班長:栗原琉輔 データベース担当:川瀬理子・堤彩乃 オンライン担当:水野瑛介・吉村洗
担当教員:糸井川栄一 TA:蒲倉光

第1章 背景

1.1 はじめに

2020年初めから日本でも新型コロナウイルス感染症の感染が広がっている。一人ひとりの感染予防行動が重要であるとは言うまでもないが、このウイルスはクラスターと呼ばれる集団感染によって感染拡大することが特徴である。感染拡大を防ぐには、感染者との濃厚接触が疑われる人物を早急に発見し、検査や自宅待機等の適切な対応をとることが重要である。

1.2 接触確認アプリ COCOA の登場

濃厚接触の可能性を本人に伝える仕組みとして、スマートフォンを用いて濃厚接触を知らせる仕組みが世界的に普及している。我が国においても COCOA と呼ばれるスマートフォン用アプリケーションが 6 月 19 日から導入された。厚生労働省によれば、COCOA を利用することで、「利用者ご本人の同意を前提に、スマートフォンの近接通信機能(ブルートゥース)を利用して、お互いに分からないようプライバシーを確保して、新型コロナウイルス感染症の陽性者と接触した可能性について、通知を受ける」ことができる。このアプリは、それがインストールされているスマートフォン同士でないと接触の記録が保存できないので、より多くの人(国民の6割以上とする説もある)に普及することで濃厚接触者の特定が早まり、感染拡大の防止につながると考えられている。しかし、COCOA の認知度や普及率は未だ十分とはいえない。

我々は COCOA の普及率を高めるにはどうしたらよいか疑問に思い、ポイントなどのインセンティブを付与することが COCOA のインストールを促すのではないかと考えた。

1.3 Go To キャンペーンの実施

一方で、感染拡大防止のために人々が移動を自粛したり、営業短縮や勤務形態の変更などがなされたりした結果、飲食店や観光産業をはじめとする多くの企業が経営難に陥るという問題が発生している。政府は Go To キャンペーンを立ち上げて経済活動を促進しようとしているが、人の移動や集中をもたらすことから感染拡大への懸念もある。外出自粛期間から一転し、人々の外出の機会が増加したことは明らかであり、政府が外出・旅行を推進していることから、人々の新型コロナウイルス感染症に対する意識が低下したのではないかと考えられる。

Go To キャンペーン実施下でもできるだけ感染拡大を抑制するための方策が必要である。そこで、Go To キャンペーン利用時に COCOA のインストールや継続的な使用が必須事項であれば、感染拡大を防ぐ有効な手段の一つになるのではないかと考えた。

第2章 目的

以上の背景から、本演習では、

1. COCOA インストールに対する受容性
2. COCOA インストールに対するインセンティブ付与で、COCOA のインストール受容性が高くなるか
3. Go To キャンペーンがもたらした新型コロナウイルス感染症に対するリスク認知・感染防止行動への影響
4. Go To キャンペーン申請時に COCOA インストール・継続使用を義務化することに対する COCOA インストール受容性が高くなるかの4つを明らかにすることを目的とする。

これらの問題点から 3.2 の仮説を立てた。

3.2 仮説

図2からわかるように、10代・20代の若者は陽性者の多さと比較して無症状感染や軽症感染のケースが多い。これが若者にコロナウイルスへの意識の低下をもたらし、重症化リスクがより高い他の年代への感染拡大にもつながっていると思われる。したがって、若者に対して感染防止の方策を提示することが、全体の感染拡大防止につながると考え、我々にとって身近である筑波大生を中心に調査を進めることにした。

ここで、我々は筑波大生と COCOA・Go To キャンペーンについて以下の4つの仮説を立てた。

1. COCOA を継続的に利用することでポイントなどのインセンティブを得られるとしたら、COCOA の普及率は向上する
2. Go To キャンペーン申請時に COCOA のインストール・利用が義務付けられるとしたら、COCOA をインストールする人が増加する
3. Go To キャンペーンの登場により、以前より新型コロナウイルス感染症に対する危機感が低下し、感染対策が行われなくなった
4. 「自分が新型コロナウイルスに感染する可能性は低い」と考えている人ほど Go To キャン

第3章 調査方法

3.1 KJ法による問題の提起

我々はまず、KJ法を用いて新型コロナウイルス感染症に関する問題を書き出した。主に挙げられた問題は、大学内の問題、学生の問題、社会全体の問題、経済の問題、ライフスタイルの問題、スポーツ・文化の問題、防災の問題、国の施策に関する問題である。その中でCOCOA と Go To キャンペーンに関する意見について分類した。(図1)

COCOA に関する問題として挙げられたのは主に以下の3つである。

1. COCOA の普及率、認知度が低い
2. GPS をオンにしないと使えない (android) といったプライバシーに関する懸念 (GPS 情報は使われてはいない)
3. 入れるメリットよりもめんどくさいが勝ってしまう (特に若者)

Go To キャンペーンに関する問題として挙げられたのは主に以下の2つである。

1. 感染症対策と経済の両立が実際にできているのか
2. Go To キャンペーンを通じて感染再拡大してしまうのではという不安

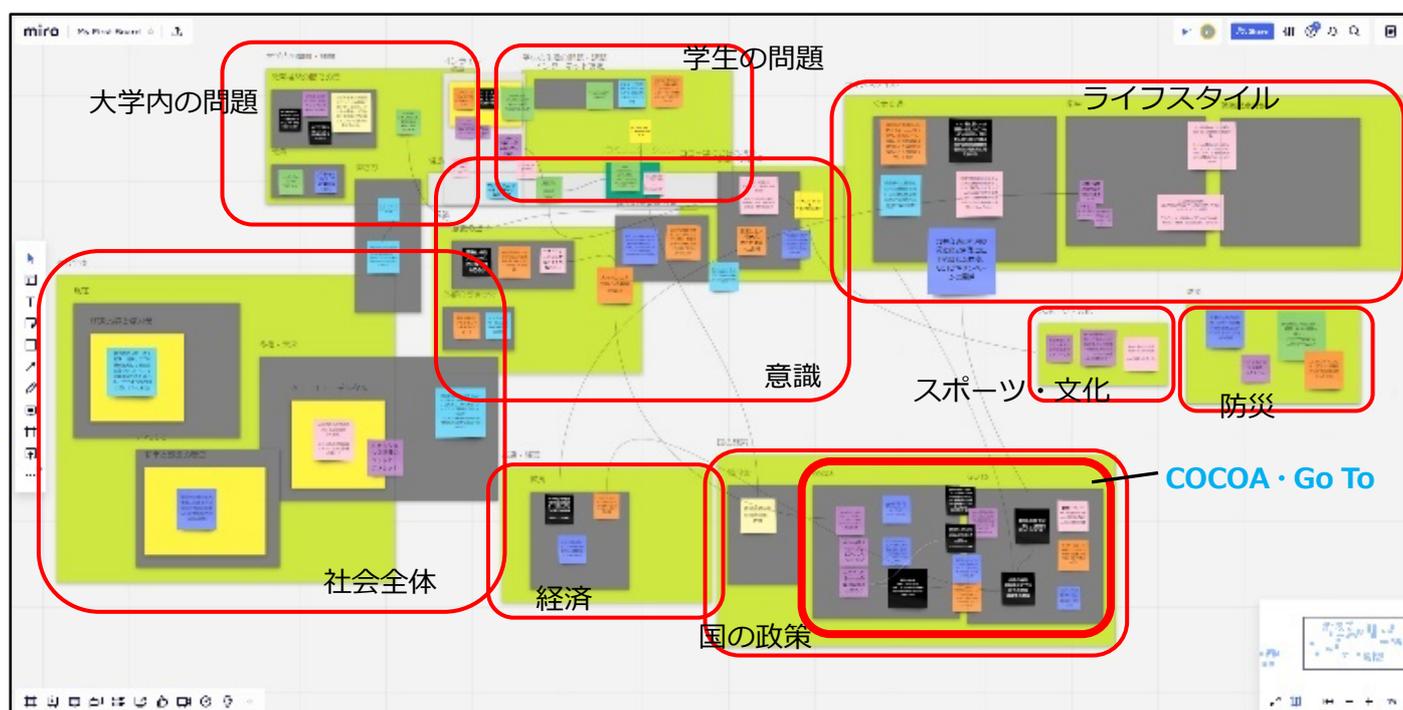


図1 KJ法によって新型コロナウイルスに関する問題を列挙

ペーンを利用している、あるいは利用したいと
考えている

1については、新型コロナウイルス感染症に対する
リスク認知の高い学生はすでに COCOA を利用して
いると思われ、そうでない人に COCOA の利用を促す
ためには、感染対策につながるということの他に学生
にとって有益な価値を付与することが効果的である
と考えた。

2について、Go To キャンペーンと感染拡大防止を
両立させるためには、万一感染者が発生したときにす
ぐ濃厚接触者を特定できる COCOA の利用が望まし
い。Go To キャンペーン利用者の新型コロナウイルス
感染症に対するリスク認知が低かったとしても、
COCOA の利用を義務付けることで最低限の感染対
策を促すことになると考える。また、Go To キャン
ペーンは感染リスクがあるので参加したくないと考
えている人も、他の参加者も COCOA をインストール
しているということで安心してキャンペーンに参加で
きるようになると思われる。

3、4については、今まで外出を自粛していた人々
が、Go To キャンペーンという外出を促す企画により
「もうコロナは大丈夫なんだ」という考えに至り、新
型コロナウイルス感染症に対するリスク認知そのも
のが薄れ、感染対策を行わなくなると考えた。一方
で、感染リスクを考慮してキャンペーンへの参加を
控える人もいると思われ、Go To キャンペーンの利
用意思と新型コロナウイルスに対するリスク認知には
相関関係があると考えた。

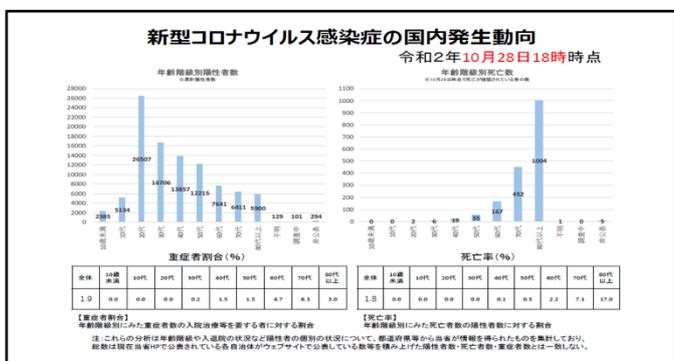


図 2 出典：厚生労働省

3.3 アンケート調査

新型コロナウイルス感染症と Go To キャンペーン、

都市計画演習 中間発表 1班 2020.11.16(月)
接触確認アプリ COCOA への認識を把握することを
目的とし、また 3.2 で挙げられた様々な仮説を検証す
るべく、「新型コロナウイルス接触確認アプリ
COCOA の利用に関するアンケート」という内容でア
ンケート調査を実施することにした。主に筑波大学生
を対象とし、Microsoft の forms を用いて調査を行う。

3.3.1 質問内容

アンケート項目は大きく分けて 3 つあり、

1. 新型コロナウイルス感染症に対する意識
2. COCOA に関する内容
3. Go To キャンペーンに関する内容

である。それぞれの質問の例を以下に示す。

1 に関する例

- 万が一、あなたが新型コロナウイルス感染症に感
染した場合、死亡もしくは後遺症が残る可能性に
ついて、あなたはどのように思いますか？
- 新型コロナウイルス感染症対策として、あなたが
「現在」行っている対策を選択して下さい。…(*)
など。

2 に関する例

- あなたはスマートフォンにインストールして使
用する「新型コロナウイルス接触確認アプリ
COCOA」の事を知っていますか？
- あなたは新型コロナウイルス接触確認アプリ
COCOA を日常でどの程度利用していますか？
あるいは、今後、利用しようと思いませんか？
など。

3 に関する例

- 「Go To キャンペーン」はあなたにとって魅力的
な企画だと思いますか？
- 「Go To キャンペーン」を知って、新型コロナウ
イルス感染症に対する意識の変化があれば教えて
ください。
など。

3.3.2 回答方式

回答の方式は、質問によって異なり、単一選択式、
複数選択式、記述回答式など様々で、3.3.1 で挙げた例
の中にある(*)の質問では、以下のような表組み設問
の方式となっている。

(最終閲覧：2020.11)

6
新型コロナウイルス感染対策として、あなたが「現在」行っている対策を選択して下さい
「必ずしていた」なら"5"、「全くしなかった」なら"1"を選択してください。*

	1.全くしなかった	2.時々していた	3.半分くらいしていた	4.だいたいしていた	5.必ずしていた
可能な限り外出を控える(Stay Home)	<input type="radio"/>				
外出時の可能な限りのソーシャルディスタンス確保	<input type="radio"/>				
外出時の可能な限りの3密を回避	<input type="radio"/>				

図 3 (*)の回答方式

- (4) 「厚生労働省；新型コロナウイルス感染症の国内発生動向」※図 2 の引用元

<<https://www.mhlw.go.jp/content/10906000/000689607.pdf>>

(最終閲覧：2020.11)

- (5) 「厚生労働省；新型コロナウイルス接触確認アプリ(COCOA)」

<<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000691700.pdf>>

(最終閲覧：2020.11)

- (6) 「国土交通省；令和 2 年度国土交通省関係補正予算の概要」

<<https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001339698.pdf>>

(最終閲覧：2020.11)

- (7) 「厚生労働省；接触確認アプリ利用者向け Q&A」
<https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/covid19_qa_kanrenkigyuu_00009.html>

(最終閲覧：2020.11)

第4章 今後の予定

予定	備考
アンケート調査の実施	<ul style="list-style-type: none"> 立てた仮説とのギャップ有無を理由とともに検証
アンケート結果からの分析	
「Go To キャンペーン」「COCOA」の課題分析と「COCOA」インストール促進に向けた提言	<ul style="list-style-type: none"> 今後実施予定のアンケートの結果から見えた政策の課題を考察 「COCOA」の利用者を増やすための案の提示

参考文献

- (1) 「前橋市；新型コロナウイルス接触確認アプリの運用が開始されました」

<https://www.city.maebashi.gunma.jp/kurashi_tetsuzuki/covid19_info/1/1/24514.html>

(最終閲覧：2020.11)

- (2) 『YAHOO!ニュース；ダウンロード数は人口の約 14%だけど効果は？接触確認アプリ「COCOA」』

<<https://news.yahoo.co.jp/articles/4eaa1f8b273ec1c2877856aad4aec0b8f86e5991>>

(最終閲覧：2020.11)

- (3) 「AdverTimes；広告ブロックに自主基準をグーグル、業界各社と対話の構え」

<<https://www.advertimes.com/20151104/article208593/>>