The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	新型コロナウイルス感染症の流行下における社会規範の変化が小規模事業者に与えた影響 : 27の小規模事業者へのインタビュー調査に基づく分析
Author(s)	松原, 悠; 大門, 大朗
Citation	災害と共生. 2022, 6(1), p. 1-14
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/89290
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

新型コロナウイルス感染症の流行下における社会規範の変化が小規模事業者に与えた影響
－27 の小規模事業者へのインタビュー調査に基づく分析－

How did changes of social norms under the COVID-19 pandemic in Japan affect small businesses?
－ an interview survey to 27 small business owners －

松原悠[1]・大門大朗[2]
Yu MATSUBARA, Hiroaki DAIMON

要約
新型コロナウイルス感染症の流行に伴って、マスクの着用・都道府県をまたいだ移動・飲食店の営業・イベントの開催といった社会における実に多様な行為に関する社会規範が変化し、感染症の流行以前には全く問題ないとされていたような行為が、行政による規制の対象となったり、「自粛警察」という言葉で描写されるような、世間の人々からの批判や嫌がらせの対象となったりした。本研究では、新型コロナウイルス感染症の流行に伴う社会規範の変化が小規模事業者に与えた影響を明らかにすることを目的として、27 の小規模事業者へのインタビュー調査を行い、彼らが新型コロナウイルス感染症の流行下においてどのように事業継続を図ったのかを尋ねた。インタビュー結果のなかから特に、感染症の流行に伴う事業の停止・再開・新規事業の展開についての経営判断に注目することで、それらの背景にあった社会規範の変化の影響が明らかになった。そして、時間の経過に伴って「行政」「世間」「事業者（事業者自身）」が小規模事業者らの行為に及ぼす影響力のバランスが変化していたことが見出された。

Abstract
Under the COVID-19 pandemic, social norms of various actions such as wearing masks, traveling to other prefectures, operating a restaurant and performing events have changed. Government restricted and/or people criticized some actions which were not at all problems before the pandemic. We interviewed 27 small business owners for the purpose of revealing how changes of social norms affected them and asked how they managed to continue their businesses under the pandemic. We focused on their actions about temporary closure, reopening and new challenges in their businesses. We found effects of changes of social norms on their actions and power balance of “government”, “people (not specific people)” and “business owners themselves” changed as time passed. In other words, there were “people dominant phase”, “business owner dominant phase” and “government dominant phase”.

キーワード: 新型コロナウイルス感染症、パンデミック、社会規範、小規模事業者、インタビュー調査
Keywords: COVID-19, pandemic, social norms, small businesses, interview survey

１．はじめに

新型コロナウイルス感染症の流行に伴って、マスクの着用・都道府県をまたいだ移動・飲食店の営業・イベントの開催といった社会における実に多様な行為に関する社会規範が変化し、感染症の流行以前には全く問題ないとされていたような行為が、行政による規制の対象となったり、「自粛警察」という言葉で描写されるような世間の人々からの批判や嫌がらせの対象となったりした。本研究では、行政や世間の人々の作り出す社会規範の変化（＝本研究では、行政や世間の人々がどのような行為を許容し、また、どのような行為を許容しないかについての変化）が小規模事業者らに与えた影響について分析を行う。

まず、新型コロナウイルス感染症の流行に伴う行政の対応を概括する。これに関しては、同感染症の

*1 京都大学防災研究所 研究員・博士（情報学）
Researcher, Disaster Prevention Research Institute, Kyoto University, Ph.D. (Informatics)
*2 京都大学防災研究所・日本学術振興会国際競争力強化研究員（CPD）・デラウェア大学災害研究センター客員研究員・博士（人間科学）
Disaster Prevention Research Institute, Kyoto University; Cross-border Postdoctoral Research Fellow, Japanese Society for the Promotion of Sciences; Visiting Scholar, Disaster Research Center, University of Delaware, Ph.D. (Human Sciences)

世界的流行がはじまった2020年1月ごろから本稿の執筆時点（2022年5月）に至るまでの政府の対応をまとめた資料（内閣官房, 2022）が参考になる。この資料は700ページにわたる大部のものであり、そのときどきに政府が発信した多種多様なメッセージや法令にもとづく措置内容が含まれていて、感染症の流行に伴って行政がいかに多様な動きをみせたかを物語っている。同資料からは、「人と人との距離の確保」「マスクの着用」「手洗いなどの手指衛生」が基本的な感染対策として位置付けられたこと（p.67）、不要不急の外出自粛（p.43）や都道府県をまたぐ移動の回避が促されたこと（p.86）、在宅勤務（テレワーク）の実施や時差出勤が呼びかけられたこと（p.53）といった、行政から社会へのはたらきかけがあったことがわかる。事業者らの活動に直接的に影響する部分としては、業種ごとに感染拡大予防ガイドライン等が策定されたこと（p.69）、催物（イベント）開催の制限の要請等がなされたこと（p.52）、飲食店に対する営業時間短縮要請（時短要請）（p.124）や酒類を提供する飲食店への休業要請（p.363）が感染者数の増大時に出され、また、感染者数が減少すれば解除されたこと、などを挙げることができ、事業のおかれた状況が時々刻々と変化していたことがみてとれる。なお、行政による措置内容は、そのときどきにおいて対象や内容が異なり、また、どの都道府県や市町村においてどのような措置がなされるかも実施直前にならないとわからないケースが存在した。たとえば、令和3年4月25日の午前0時から開始した京都府緊急事態措置は、令和3年4月23日に決定されている（京都府, 2021）。規制や制限と対照的な動きとしては、旅行に対して補助を行う「Go To トラベルキャンペーン」（時事ドットコムニュース, 2020; Go To トラベル事務局, 2020）や、外食に対して補助を行う「Go To Eat キャンペーン」（農林水産省, 2020）といった需要喚起策がなされた時期も存在した。時系列に沿った行政の動きに関しては、主要なものを表1にまとめた。

新型コロナウイルス感染症の流行下においては、行政のみならず、世間の人々の行為が大きく報じられた時期があった。たとえば、営業中店舗への嫌がらせや県外ナンバーの自動車に対する嫌がらせに代表されるような「自粛警察」と呼ばれる行為が発生し、SNSを通じた拡散がなされたりマスメディアを通じて大きく報じられたりしたことが、暗黙の社会規範を形成し、人々の活動への法規外の圧力となったとされている（松原, 2021）。行政が明示的に禁止

表1 行政の新型コロナウイルス感染症対応に関する主要な動き（2020年1月～2021年9月）

年/月	内容
2020/1	新型コロナウイルス感染症を指定感染症とする政令の閣議決定
2020/2	全国的なスポーツ、文化イベント等についての中止等の要請 全国全ての小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等についての、春休みまでの臨時休業の要請
2020/4	緊急事態宣言の発出 （外出の自粛要請、イベント等の開催制限、感染の拡大につながるおそれのある施設の使用制限等）
2020/5	緊急事態宣言の解除 （これ以降の、制限の段階的な緩和）
2020/7	「Go To トラベルキャンペーン」の開始
2020/12	「Go To トラベルキャンペーン」の停止
2021/1	緊急事態宣言の発出 （飲食店に対する営業時間短縮要請、夜間の外出自粛の要請、イベント等の開催制限、テレワークの推進等）
2021/2	新型インフルエンザ等対策特別措置法等の一部の改正 （まん延防止等重点措置の創設、行政の要請に応じない場合の命令ならびに命令に違反した場合の過料を規定等）
2021/3	緊急事態宣言の解除
2021/4	まん延防止等重点措置の実施 （飲食店に対する営業時間の短縮要請、飲食店内のカラオケ設備の利用自粛要請、イベント等の開催制限等）
2021/4	緊急事態宣言の発出 （外出の自粛要請、イベント等の開催制限、飲食店に対する営業時間の短縮要請、酒類又はカラオケを提供する飲食店等への休業要請、大規模模商業施設への休業要請等）
2021/6	沖縄県以外での緊急事態措置の解除と まん延防止等重点措置への切り替え （飲食店に対する営業時間の短縮要請、飲食店での酒類提供の制限〔一定の要件を満たした店舗のみ酒類提供可〕、飲食店内のカラオケ設備の利用自粛要請）
2021/7	緊急事態措置の対象都道府県の追加 （なお、大規模模商業施設への休業要請は営業時間の短縮要請に変更）
2021/8	緊急事態措置の対象都道府県の追加
2021/9	緊急事態宣言の解除

していない行為に対しても、世間の人々が作り出す事実上の社会規範がそれを禁じてしまうような、このような現象は「同調圧力」といったキーワードによっても論じられている（鴻上・佐藤, 2020）。

本研究においては、以上のような、感染症流行前と大きく異なり、かつ、時々刻々と変化した社会規範が、小規模事業者らにどのような影響を与えたのかを明らかにするため、小規模事業者を対象としたインタビュー調査を行った。特に小規模事業者を対象とした理由は、大規模事業者と比べて政治的な発信力も弱く、行政や世間の作り出す社会規範に翻弄される側面が大きかったのではないかと考えたためである。その実態を明らかにすることは、新型コロナウイルス感染症の流行への対応の記録として重要であるだけでなく、今後の新たな感染症の流行や自然災害等への対応においても有益な知見を与えるものではないかと考えた。

本研究に関連する論考について述べる。

新型コロナウイルス感染症の流行下における行政の対応に関するものとしては、たとえば、2020年に行政が実施した事業者らへの営業自粛の要請等についての法的性格についての論考（板垣, 2020）や、帰国者・接触者相談センターの運用や特別定額給付金の支給といった感染症対応における国と自治体との関係について法的側面から分析を行った論考（今井, 2020）が存在する。行政の対応について敢えて法的側面からの分析を行う必要性があったということは、行政においても新型コロナウイルス感染症の対応に万全の準備状態で臨めたわけではなく、そのときどきに法的に可能な範囲を模索しながらの対応がなされていたということを示唆している。

世間の人々が作り出す社会規範という点に関しては、山本（1983）による「『空気』の研究」がよく知られている。山本（1983）は、そのときどきに人々が作り出す「空気」に反する行為を行った場合には、世間から村八分にされる場合があり、「抗空気罪」があたかも存在しているようであると指摘しており、日常用語でいう「空気」が、どのような行為が非難に値する「罪」であるのかを決定する社会規範としての側面を持つことを論じている。自粛をテーマとした扱った研究としては、昭和天皇の崩御や東日本大震災の際を例に挙げながら近年の日本における自粛現象の社会史を概観した伊藤（2021）や、サルトルの存在論を参照しながら新型コロナウイルス感染症の流行下における「自粛要請」の特徴について考察した鈴木（2021）、グループ・ダイナミックスの観点から自粛について考察した矢守・松原（印刷中）などが存在する。特に、伊藤（2021）は、経済活動に関連する自粛の例として、第二次世界大戦中における「値上げ自粛」「自粛値下げ」、戦後のオイルショックにおける「値上げ自粛」や「買い占め自粛」、1980年ごろの日米の貿易摩擦に伴う日本の「輸出自粛」、昭和天皇崩御に伴うイベント等の自粛、阪神・淡路大震災時におけるテレビやラジオのCMの自粛、東日本大震災時における電力危機に伴うナイターやネオン等の自粛や放射能問題に伴う農産物や水産物の出荷自粛、といった例を挙げており、新型コロナウイルス感染症の流行以前にも、事業者らがさまざまな形で自粛をもたらす社会規範の影響を受けてきたことがわかる。また、伊藤（2021）は日本社会全体が新自由主義的な体制に向かうなかで、法令以外にも社会通念や企業倫理など法的な拘束力を持たないものも含めて社会的な要請に従う「コンプライアンス」が重視されるようになり、自粛という概念がリスク回避のためのコンプライアンスという新たな意味付けを得てきたことや、自粛しようとしないことがコンプライアンス違反を意味するものとして捉えられるようになってきたことを述べている。新型コロナウイルス感染症の流行下における自粛ムードの時間経過に伴う変化については、たとえばインテージ（2022）が、2020年3月から2022年7月に至るまで全国3,000名を対象とした社会調査を概ね2週間に1回の頻度で継続しており、そのなかで「世の中全体の自粛ムードに対する気持ち」を尋ねている。自粛ムードが「やや緩いと思う」または「緩すぎると思う」と回答した人は、時期によって結果は異なるものの、少ないときで約20％、多いときでは50％以上となっており、新型コロナウイルス感染症の流行下において、「もっと自粛すべきなのに」と考えている人が常に一定数以上は存在していたことがうかがえる。

小規模事業者への新型コロナウイルス感染症の影響については、中小企業庁（2022）が、2020 年からの 2 年間における中小企業・小規模事業者の動向についてまとめている。中小企業による景況判断の指数（業況判断 DI）が感染症流行前と比べて悪化していること、2022 年 2 月時点で中小企業における企業活動への感染症の影響が継続していること、資金繰り支援策などの影響によって日本の倒産件数自体は低水準にあるものの、新型コロナウイルス関連破たんが増加傾向にあることや、休廃業・解散件数が高水準にあることなど、概ね厳しい状況が続いている

ことが述べられている。新型コロナウイルス感染症が企業に与えた影響についてこれまでになされた調査は膨大な数にのぼり、それらのリンクをまとめたウェブサイトも作成されている（中小企業基盤整備機構, 2022）。同サイトをもとに調査の傾向を概括すると、売上高への影響や景況感・支援制度の活用状況・今後の展望等についてのアンケート調査が主となっており、インタビュー調査があまり実施されていないことや、本研究で主に取り上げるような従業員数が 10 名に満たないようなごく小規模な事業者を主たる調査対象としたものが稀少であることを指摘できる。アンケート調査を通じて全般的な傾向を把握することはなされているものの、個別の事業者における詳細な状況は十分把握されておらず、並行してインタビュー調査等を実施していくことも必要と思われる。インタビュー調査を主とした報告としては、今井ら（2022）が存在する。この調査は、本稿で実施した調査で対象とした事業者と比べて相対的にやや大きな規模の中小企業（主に従業員 50 名以上）を対象としたものであるほか、インタビューの実施時期も 2020 年 8 月～10 月となっている。結果としては、新型コロナウイルス感染症対策への取り組みとして、「企業として迅速に意思決定ができる体制を整える」「正確な情報を入手し全従業員と共有する」「社内の具体的対策を強化する」「事業継続のために懸命に対策を練る」という 4 つの大カテゴリーが見出されたと述べられており、特に社内での情報共有に関する事項など、本調査で対象とする事業者と比べて、ある程度の従業員規模を有する中小企業ならではの特徴が出ているものと考えられる。この他、対策における困難点や今後望まれる支援についてもインタビューで得られた結果がまとめられており、そのなかに、本研究の主たる関心である社会規範の変化の影響に大きく関連するような項目として「中小企業に求められる感染症対策のタイミングやレベル感が難しい」「合意形成・社内体制整備の困難」「事業継続と感染症対策のバランスの難しさ」といったカテゴリーが見出されている。本研究は、以上の関連研究と比較すると、個々の事業者の詳細な状況を明らかにするためのインタビュー調査を、今井ら（2022）が実施した時期よりも約 1 年経過後の時点においてより小規模な事業者を対象として行ったものであると位置付けることができる。

２．インタビュー調査の概要と結果の分析

2.1 インタビュー調査の概要

本研究で実施したインタビューは、2021 年の 7 月から 9 月にかけて筆者らが実施したものである。インタビュー協力者は 27 の小規模事業者（28 名）である。インタビューは、Zoom（Zoom Video Communications, Inc.が提供しているオンライン会議ツール）を用いて、1 事業者あたり 40 分～1 時間半程度かけ、半構造化面接で実施した。インタビューの実施にあたっては、事前にインタビューへの協力についての同意を得るとともに、インタビュー映像を録画することや、顕名・匿名の扱い、録画情報の共有範囲についても確認を行い、同意を得た。インタビュー協力者は機縁法によって選定した。なお、選定の際には業種や所在地域の偏りが小さくなるよう留意した。協力者の一覧を表 2 に示す。同表中の 27 事業者のうち、インタビュー調査開始以前から第一筆者もしくは第二筆者の知人であったのが 17 事業者、インタビュー調査を進めていくなかで、既にインタビューを実施した事業者の紹介によって今回初めて知り合った事業者が 10 事業者である。インタビューの内容は、事業における新型コロナウイルス感染症の流行の影響や、それを踏まえた対応等について尋ねたものである。具体的な質問項目は、「コロナ禍以前の感染症対策」「コロナ禍が始まった頃の事業の様子、対応状況」「事業の停止や再開の有無、行政の方針による影響やそれ以外の判断材料」「現在の懸念や課題」「新たなスキルを身につけるためのトレーニングの有無」「取引先との関係の変化」「組織と地域の関係や交流の変化の有無」等の、計 14 項目とした。

2.2 インタビューデータの分析

表 2 に示した 27 事業者へのインタビュー内容全体を文字に起こしたところ、合計約 43 万文字となった。そのうち、新型コロナウイルス感染症の流行下において特に特徴的な経営判断であったと思われた、事業の停止（一部停止）・再開・新規事業の展開に関する部分を抽出した（約 10 万文字）。なお、社会規範の変化が事業に与えた影響はきわめて広範にわたるため、事業に与えた影響のなかでも特に事業継続にとって根本的な要素である事業自体の停止や再開、新規展開についての経営判断に注目することとした。前節で述べたように、新型コロナウイルス感染症の流行下においては感染症の流行状況や社会規範が時間の経過に伴って変化したため、抽出されたデータの分析にあたっては、「経営判断の内容」だけでなく「その判断がなされた時期」も加味し、こ

表2　インタビュー協力者一覧

No.	日付	都府県	地域	業種	従業員数
1	7/20	岩手	地方	建設業	3
2	7/25	東京	都市	商店街事務局（一般社団法人）	2
3	7/26	大阪	都市	都市計画コンサルタント	9
4	8/2	京都	地方	漁業	2
5	8/3	京都	地方	飲食業	2
6	8/3	神奈川	都市	飲食業（ワインバー）	1
7	8/4	岩手	地方	観光協議会	4
8	8/4	京都	地方	簡易宿泊業、飲食業・食品製造業	1
9	8/5	和歌山	地方	簡易宿泊業（ゲストハウス）兼 私設図書館	1
10	8/6	京都	地方	設計事務所 兼 移住・起業コンサルタント 兼 不動産業 兼 飲食業	2
11	8/8	京都	地方	食品製造業	13
12	8/9	岩手	地方	飲食業（ハイボールバー）	2
13	8/10	熊本	地方	食品製造業、製造業	順に 35、10
14	8/10	高知、京都、京都	地方	NPO（就労支援）、製造業（鹿革）、飲食業	順に 3、1、2
15	8/12	大阪	都市	サービス業（ツアーガイド）	1
16	8/12	岩手	地方	広告業	1
17	8/16	神奈川	都市	飲食業	2
18	8/16	岐阜	地方	小売業（移動販売）	1
19	8/21	大阪	都市	サービス業（デザイナー 兼 写真家）	1
20	8/21	東京	都市	飲食業	2
21	8/23	東京	都市	飲食業（焼き鳥）	2
22	8/24	東京	都市	卸売業・小売業	1
23	8/28	東京	都市	飲食業 兼 食品製造加工業（食肉）	1
24	8/29	東京	都市	飲食業 兼 魚貝類販売業	3
25	9/3	神奈川	都市	映像制作業	4
26	9/4	東京	都市	小売業 兼 貸し出し業（寝具）	1
27	9/11	東京	都市	飲食業（ロックバー）	1

地域区分については、総務省の定める関東大都市圏・近畿大都市圏・中京大都市圏（総務省統計局, 2017）に含まれる市町村を「都市」とし、それ以外の市町村を「地方」とした。

表 3　経営判断の分類

経営判断の内容	時期	該当データ数
事業の停止	2020 年 1 月～5 月ごろ	16
新規事業の展開	（1 回目の緊急事態宣言終了まで）	8
事業の再開	2020 年 6 月～12 月ごろ	29
事業再開の困難	（2 回目の緊急事態宣言前まで）	19
行政の設けたルール内での判断	2021 年 1 月～7 月ごろ	19
独自の営業ルールへの切り替え	（2 回目の緊急事態宣言以降）	4
身近での感染者発生に基づく判断		4

れらの2要素に注目して実施することとした。その結果、抽出したデータを表3に示した形で99に分割することができた。なお、表3中の「該当データ数」とは、99に分割したインタビューデータのうち、いくつが当該カテゴリに分類されたかを示している。

以下、各カテゴリに含まれた具体例を順に紹介していく。なお、以下の文中では[ ]内に該当のインタビュー番号（表2中のNo.と対応）を記載しながら、事業者らの事例を挙げていく。業種の記述方法については、必ずしも表2中のものと同一とはせず、文中で理解がしやすいような記述方法とした。

(1) 事業の停止・新規事業の展開（2020年1月～5月ごろ）

はじめに、日本において新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が初めて発生し、徐々に流行が広がってきた2020年の前半ごろにおける経営判断について述べる。この時期には、多くの事業者において事業を停止する判断がなされた。

事業の停止について、比較的早い判断を行った例としては、地域住民らが県外からの顧客招き入れに対して強い反感を抱き始めていたため2020年2月末から停止した事業者（高知県山間部での滞在型研修を運営するNPO[14]）や、ニュース等からリスクの高い感染症の流行の予兆を感じて2020年3月ごろから宿泊予約を止め4月には休館を行った事業者（和歌山県南部のゲストハウス＋私設図書館[9]）、東京都の外出自粛要請（2020年3月25日）にあわせて休業を行った事業者（東京の魚介類販売＋立ち飲み店 [24]）といった例がみられた。2020年4月には1回目の緊急事態宣言が発出され、それ以降はさらに多くの事業者らが休業を行った。なお、2020年4月当時は、飲食店は休業要請の対象外だった（京都府, 2020a）ものの、周りのお店が次々と休業したため事業を停止したという事例（京都府北部の飲食店[5]）もみられた。当時の状況がどのようなものだったかを当該事業者が語った内容を以下に引用する。（引用文中の〔 〕内は筆者が加えた注記。また、可読性を高めるため、内容に影響を与えない範囲で言いよどみなどの修正を行った。）

事業者[5]：緊急事態宣言があった2020年の時は、なんていうか周りの状況から、今と違ってかなり、鬼気迫ったような形の、みんなも初めての体験だった、コロナのその状況というのは初めての体験だったってこともあって、どう言うか、周りの飲食店も含めて、状況っていうのは、かなりみんな鬼気迫ったような感じのものがあって。〔店を〕開けとること自体が何て言うのか、憚るというか。まあ言うたら、うちは4月の半ばに緊急事態宣言が始まって、閉めてる店がその時点でたくさんあったわけです。ですけれども、うちとしては4月の23日から、その間〔緊急事態宣言が始まってから4月23日までの間〕、営業していた訳ですが、「〇〇さん〔事業主の名字〕、いつまで営業しとるんや」みたいな形の言われ方をしたというか。「これもう閉めなあかんの違うか」というような状況があって、世間の状況の中に押されて、店を閉めたというという感じでした。

インタビュアー：「いつまで開けてるのですか」みたいなこと言われたっていうのは、行政の人とかってことですか？それとも地域の人？

事業者[5]：そう〔地域の人〕やね。地域の中での話やね。周りを見とっても、みんな閉めていく中で、こう雰囲気が、開けてること自体が罪であるかのような感じ。そういう状況やったのを、今覚えてます。閉めざるを得んというか。

このインタビューからは、行政というよりも「周り」や「みんな」の行為が事業者の休業に対して大きな影響力を有していたことがわかる。

なお、上記のような経緯での事業の停止のほか、事業に対する需要が減少・消失して事業の停止を余儀なくされた事例も存在した。魚価が著しく低下し採算がとれなくなった漁業者[4]（なお、この事例では例外的に2020年6月に休業）や、インバウンド客向けに事業を行っていたものの海外から感染症が流入するのを防止する水際対策に伴い海外からの観光客がゼロになってしまったツアーガイド[15]、顧客の広告やイベント広報のニーズが消失して依頼のキャンセルが相次いだ映像制作業[25]といった例である。なお、いわゆるエッセンシャルワーカー（本研究では、岐阜県での移動販売業[18]が該当）や、不特定多数の顧客との設定がない業種（本研究では、建設業[1]、都市計画コンサルタント[3]、設計事務所[10]、食品製造業[11][13]、など）では、事業を停止しないという場合もみられた。

事業の停止と対照的な動きとして、一部の事業者においてはこの時期にむしろ積極的な新規事業の展開を行っている。2020年2月～3月から布マスクを作

って販売した事業者（東京都の寝具レンタル・販売店[26]）、2020年3月上旬に融資を受け、3月中旬ごろからオンラインツアーの準備に着手した大阪府のインバウンドツアーガイド[15]といった例である。新規事業というわけではないものの、東京都の食肉加工業・ソーセージレストラン[23]が「コロナに負けるなキャンペーン」として2020年2月～3月にソーセージの割引販売を行った例もあった。

(2) 事業の再開・事業再開の困難（2020年6月～12月ごろ）

次に、1回目の緊急事態宣言が解除された2020年6月ごろからの経営判断について述べる。この時期においては、多くの事業者らにおいて事業再開の模索がなされた。

行政や業界の感染拡大予防ガイドラインに沿った対応のみならず、その内容にとどまらない内容の対策を独自に考案して実施している例がみられた。たとえば、宿泊の際に事前にPCR検査を受けることをお願いした事業者（京都府北部の宿泊業[8]）、当時は新型コロナウイルス感染症の潜伏期間が2週間程度とされていたため来県の2週間前から顧客に体調管理に留意することを求めた事業者（高知県山間部での滞在型研修を運営するNPO[14]）、国全体や県全体というよりは、自動車で1時間程度の範囲内の生活圏となっている近隣市町村の感染者発生状況を重視して開館の判断を行った事業者（和歌山県南部のゲストハウス＋私設図書館[9]）、自身の感染リスクを抑制するため案件ごとに感染リスクの多寡を考慮して受注するかどうかを判断（大人数の写真撮影などは回避）した事業者（大阪府のデザイナー・フォトグラファー[19]）、独自に客席の間引きやパーティション設置、営業時間短縮を実施した事業者（東京の魚介類販売兼立ち飲み店[24]）、「1組貸し切り×1日4組」といった店内での人の密集を回避する営業スタイルでの感染リスク低減を試行したり自主的な空気清浄機設置を行ったりした事業者（神奈川県のイタリアンレストラン[17]）、といった例が挙げられる。最後に挙げた神奈川県のイタリアンレストラン[17]は、早期に独自の対策をとった経緯を次のように語っている。

事業者[17]：やっぱり時間を短くすると密になるんですね。密にさしてるんですね。そうじゃなくて、5時から11時まで営業すれば、僕は独自に一時、時短営業が始まる前までに取った対策が、一回そういうのを自分のお店独自にやったことが〔ある〕。4時から6時に来れる方は一組、6時から8時に来れる方は一組、8時から9時に来れる方は一組〔といった形で〕、同じ4組でも、時間を一組ずつに分ければ、圧倒的に一組貸切を4組〔としたほうが店内の人口密度を下げることができる〕なんですね。そっちの方が〔すなわち5時から11時までの営業時間を4つのタイムスロットに区切り、一つのタイムスロットにおいては1組の顧客の予約だけを受け付けるようにする方が〕よっぽど密にならないはずなんですが、結局先程お話ししたように〔後に行政から出された夜8時までの時短要請に従って〕5時半から6時、7時まで、8時までって時間区切ると、そこに一気に来なくてはいけなくなってしまうので、来た時には〔複数の組の顧客が同じ時間帯に来店していることになるため、同じ時間帯に1組のみの場合と比べて〕確実に密になってしまうんですね。そのために密にならないように、8席〔より精確には、8組〕ある席を、テーブルを4組しか入れないお店に変えたんですね。4組しか入れないんで、2メーターずつ離してるってのはあるんですけど。だから、〔後に行政の要請に〕従うきっかけっていうのは、正直、政府のに従うしかないっていう形が正直な答えです。

この事業者がとった対策では、当該事業者の状況に即した形で感染リスクの低減を図る工夫がなされており、（後に出される行政の時短要請と比較した際にも）感染症拡大防止の観点からの合理性が十分存在する対策と思われる。（当時、感染症対策にとって重要であると位置付けられていた「人と人との距離の確保」が実現されると見込まれるため。）すなわち、行政が一律の規制（時短要請等）を実施しなくとも、より早い段階で、合理性が十分存在すると思われる対策をとりながら事業再開を図っていた事業者が存在していたことがみてとれる。なお、事業者[17]は空気清浄機についても、行政から補助金が出されるようになる半年前の時点で、自己資金において購入し、店舗に導入している。

一方で、この時期には社会規範が明確でないが故の、事業再開の困難もみられた。たとえば、コロナ対策で原則として工場見学を中止していた京都府北部の食品製造業[8]において（おそらく宣伝効果の高い）有名人の団体一行の見学希望があった際の受け入れ対応について紛糾した事例（都市部からの数十人規模の団体であり、それだけの人数を外から受け

入れたことが露見したときには、さらにそれによって感染者が出たときには、地域に非常に迷惑をかけるんじゃないか・地域住民から後ろ指をさされるのではといったことを懸念されたとのこと）や、2020年の行事やイベントをすべて中止した事例（東京都内の商店街事務局[2]や岩手県内の観光協議会[7]）である。以下に、事業者らの具体的な語りを引用する。

事業者[2]：商店街で言うのであればまず、〔商店街が〕中心になって〔企画・運営して〕いたものが、行事とかイベントですね、これが基本的には、去年〔2020年〕はすべて検討の余地なく中止になりました。

事業者[2]：その頃〔2020年頃〕は準備、準備というか突っ込まれないように、苦情が来ないようにというところで何もしないという選択を取っていたんですけれどもそこをもう少し早めて、積極的なコロナに対しての共存というものをもう少し模索できたら良かったのかなというふうに思っています。

事業者[2]：結局、個人事業主というか、個人の会社ではないので、凄いそのよく見えないものを、〔よく見えないものの〕顔色を伺って何か全てが中途半端に進んでいってしまうっていうところがあると思うので、それであるのであれば自分たちの商店街としてのコロナに対するスタンスであったりを表明するというのも、これは僕個人の意見としては、あっても面白いのかなというふうに思ってます。

事業者[7]：観光協議会の仕事ってなると、地元のお祭りイベントと、地元にって言うか、この地域に他地域から来ていただくっていう活動の二つがあるんですけれども。やはり一つはやはり感染性なり、ウイルス感染症の関係であると、やはり人の行動がある程度こう制限されるという、制限され、される中での日々の生活っていうことになると、やはり多く人が集まり、集まるような行為を率先して取ることは如何なものかという部分になるとすると、これまでやられてきた、地域内の人の交流の中での、地域内のお祭りであったり、イベントであったりっていうものも開催しづらいというか、開催しない方向が多いので、結果として、準備をして、日々、〔感染症流行以前に〕実施してきたことをやろうと努力はするけれども、結果状況が許さないので、そういう行為までは至ってないっていうことになります。

事業者[7]：〔イベント等を〕実施するためのルール的なものを全部、対象者に対して周知できなかったり、それをコントロールできないっていう部分を加味すると、ま、「やらないことが安全」みたいなものに、考え方になってしまって、実際にはやろうとする努力も、色んな考えはするんだけれども、まず結果として、全てストップさせた方がいいだろうということ。

両者に共通するのは、誰かからの苦情を大きく懸念している点や、行政から一律にイベントや行事の開催を禁止されているわけではない（参加人数の上限等による規制が存在した（たとえば内閣官房（2020）を参照））ものの状況を鑑みて実施しなかったという点である。これらの語りは、この時期に、事業者独自の対策を取りながらの事業再開に困難が伴っていた場合があったことを示すものである。

これまで本項で紹介してきた例は、感染拡大の防止と事業の再開の両立についての経営判断が主であった。これに対して、感染拡大防止が求められるようになったということ以外の社会規範の変化が事業の再開に影響した、次のような例も存在した。前項で述べた、魚価が著しく低下し採算がとれなくなった漁業者[4]においては、従来は漁協に魚を卸していたところ、事業再開にあたって飲食店への直接販売を増やしていった。従来は、捕ったものを全部業況に持ってきてくださいねという雰囲気だったものの、あまりにも魚価が低かったので、飲食店に直接販売しても「『あーだこーだ』言われるような雰囲気じゃなくなった」ことが影響している、とのことであった。従来の商慣習をめぐる社会規範が新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴って変化し、それが事業者の経営判断に影響したという事例である。

(3) 行政の設けたルール内での判断・独自の営業ルールへの切り替え・身近での感染者発生に基づく判断（2021年1月～7月ごろ）

最後に、2021年の1月ごろから、本研究で扱うインタビューがなされた2021年7月ごろまでの経営判断について述べる。

この時期には行政からの、協力金を伴う時短要請・休業要請・酒類提供の停止要請等が多くの都道府県において飲食店を対象として出されたことから、行政の設けたルール内での経営判断が多くみられた。たとえば、休業・時短要請に伴って緊急事態宣言中

は夜の営業を休止した東京都の飲食店[20]、協力金で固定費がまかなえるため休業を選んだ東京都のバー[27]、時短営業では仕事終わりの顧客がゆっくり飲食できないため、やむを得ずうどんを提供するランチ営業主体に切り替えた東京都の焼鳥店[21]、時短要請の際に、酒類提供が伴うことが多い夜営業を休止した京都府北部の飲食店[5]、要請があった際に、通常営業は休止したものの店舗を貸して臨時的な営業ができるように、休業でなく酒類提供なしの時短として届け出を行った神奈川県のワインバー[6]などである。

なお、行政の設けたルール内で営業していても匿名の苦情や嫌がらせ、行政への通報等を受ける場合も存在した（神奈川県のイタリアンレストラン[17]、東京都のソーセージレストラン[23]、東京都のバー[27]）。より具体的には、「営業していて、『コロナを何だと思ってるんだ』と、『あんた分かってるのか』つって、『これは戦争なんだぞ』っていう、その説教みたいな」電話が頻繁にかかってきた事例、産業振興会と商店街と区役所の3箇所に「ビールを楽しそうに飲んでる人たちがいる」といった通報がなされた事例（当時、夜間の酒類提供停止を行政が要請していたもののそれ以外の時間帯についての要請はなかった。この事業者は夜間の酒類提供停止は実施していた）、感染拡大防止のための取り組みチェックシートを店の出入り口のところに掲示していたところ、そこの項目のうちの5番と6番について、「ここはやってねえよ。バカ野郎」と匿名の誰かが追記していた、といった事例等があった。

一方、行政の設けたルールに直接的には従わず、独自の営業ルールで営業を行うという経営判断を行った事業者も存在した。「1組あたり2名・30分・お酒2杯まで」といった営業ルールを独自に設け、顧客に協力を依頼した東京の魚介類販売兼立ち飲み店[24]の例である。これは、お店を守ることや、仕入れ先も含めたお店を支えている人たちの生活を守ることを念頭に置いて考え抜かれた末に出された判断であり、次のように語られている。

事業者[24]：〔2021年〕4月の25日の宣言では、お酒を提供するなという、さらにそういう要請が出た。そこに至って、いよいよ、これはただただ政府の政策というか、要請に従うことが、本当にこの社会にとって良いことかどうかっていうのが、いよいよずれてきたなというふうな思いがそこで凄く、高まってですね。そこからは、本当に自分たちの基準で、自分たちがどうなっても、どうなってもっていうのは、変ですけど、お店を守ること。あとはお店を支えている人たちの生活を守ることですね。それは従業員の生活であり、私自身の生活であり、あとは一番多く、常に自分の頭の中で大きいのは、仕入れ先っていうことですね。仕入れ先の生活を守るっていうことを基準にしようというふうにいよいよ、自分の気持ちが固まってきたっていうのは、いよいよ要請を破るっていう時にその決断を支えていたのは、そういう基準ということです。

事業者[24]：要するに、誰でも来てください、何をしてもいい、うちはフリーダムですよってやるともう確実にお酒を飲んでわいわい騒ぎたいっていう、若い人たちだけでお客さんが埋まるっていう状況が、確実に生まれてしまうんですよね。で、そういう状況を上野の町でずっと見てきているので、私たちはそれが分かっていたので、コロナ以前と全く逆で、お酒は2杯までしか出しませんよ、とか、30分以内に帰ってくださいとかですね。で、今だと2名様以上、一組2名様まで。3名様以上のお客さんはお断わりですよ、と。で、入ったら入ったで、ちょっとでも大きい声で喋ってると思ったら注意しますよ、とかですね。本当に色んな堅苦しい張り紙を貼ってですね。規制をするという状況で今は商売をしてるって。そういう、コロナ以前と全く逆のことをやっていて。ただ、目指してるところは一緒で、とにかくこういうふうな、規制をすることで、若い騒ぎたいっていう人たちを締め出してる訳ではなくて、そういう人たちも別に静かに飲んでくれれば別に入れるわけだし、静かに飲める場所だというふうになれば、まあ、上野にもそういう場所があるのかという感じで、まあ、それこそ年配の御夫婦なんかが来てくださったりとかっていうことも、そういうことの状況も作りようがあるし。とにかく上野が若者で溢れてたとしてもですね、それで、その客層以外のお客さんも入れられる。で、結果的にコロナ以前に目指してたような、色んな人が集まる空間っていうのを作れるんじゃないかと。だから方法は全く変わるんだけども、同じようなことを実現するためにそれをやってるっていう、ま、そういうことですよね。

この時期において、行政が事業者の行為に及ぼす影響力が相対的に大きく、独自の営業ルールへの切

り替えに際して多大な苦悩があったことを示す語りである。また、留意すべきは、この事業者が新型コロナウイルス感染症の拡大防止に非協力的なのではなく、むしろ、取引先も含めたサプライチェーン全体としての事業継続を図りつつ、工夫を講じてできる限りのコロナ対策を行おうとした結果として上記のような独自の営業ルールへの切り替えがなされたという点であろう。（なお、この事業者は、取引先との関係を「良いものを仕入れられなければ店として全く成り立たない」「通常営業してるってことは、仕入れ先との信頼関係を維持していく上では、ポジティブな方向に働いているんではないか」と語っている。）行政の設けたルールに従うだけでは取引先も含めた事業継続が困難となった状況下において、熟考の末に、事業継続と感染症の拡大防止を両立させる方策を独自に考案し、それを実践したものであると考えることができる。

独自の営業ルールという点に関連して言えば、身近での感染者発生を重要な判断基準として採用している例もみられた。行政がリモートワークを推奨するなどを行っていたものの、実際にリモートワークに切り替えたタイミングは、行政が当該メッセージを発したタイミングではなく、実際に身近にコロナ感染者や濃厚接触者が発生したタイミングであったという事例（東京都の映像制作業[25]）である。さらに、東京都内の商店街事務局[2]においても、イベントの開催の判断基準として（行政の緊急事態宣言等の有無に加えて）関係者の中でコロナの感染者が出るかどうかが一つの基準だと考えていると述べられていた。同様の考え方は、もし関係者がコロナにかかったら現場に出さないようにしようかと考えていると述べた岩手県の設備工事業[1]においてもみられた。以上のように、行政の要請やメッセージの意図を認識しながらも、各事業者においてはその内容に直接的にはとらわれない、事業者なりの事情を加味したうえでの独自の判断基準での対応が模索されてきた場合があったことがみてとれる。

2.3 考察

本項では、前項で分析を行った際に用いた3つの時期区分ごとに、各時期の特徴について、事業者らの対応事例も踏まえながら社会規範が事業者らの活動に与えた影響という視点から総括していく。すなわち、前項においては行政の動き・世間の目・事業者自身の事情といった様々な要素が経営判断に影響を与えていたことが示唆されたなかで、各時期において最終的に（結果として）それらのどれに重きを置いて経営判断を行った事業者が多かったかを考察していきたい。換言すれば、社会規範の内実として事業者に対して具現化するいわば規範の源泉として、行政・世間・事業者自身を分けて考えると、3つの時期はその按分の違いとして特徴付けられるのではないかと考えており、以下、この点について重点的に考察を進めていく。

1つ目の時期（2020年1月～5月ごろ）では、地域住民らの反発を懸念して事業を早期に停止したり、休業要請の対象外だったにもかかわらず飲食店を含む多くの店舗が事業を停止したり、休業の理由が「世間の状況の中に押されて」と語られていたりといった事例がみられた。事業者らの行動は行政の要請内容とは一致していなかったため、むしろ、地域住民の様子や地域社会の状況という「世間の空気」が経営判断に対して相対的に大きな影響力を有していた時期だと考えることができる。また、これ以降の時期にみられたような、事業者独自の対策を行ったうえでの営業といった事例もこの時期にはみられず、事業者間の差は、休業時期の相対的な早い/遅いといったものにとどまっていた。

なお、社会規範の変化を逆手にとった事業者らも存在したことには留意しておきたい。布マスクの販売を開始した事業者の例は、公共の場でマスクを着用することが感染拡大防止のための一つの社会規範として人々のあいだに広まりはじめていたことが背景にある。また、オンラインツアーを開始した事業者の例も、政府が実施した水際対策（入国者数の抑制・海外からの観光旅行が行政によって許容されなくなったこと）に伴い従来の「オフラインツアー」が不可能になったからこそ誕生した（需要が増加した）ものであると考えることができる。そして、海外の国々で新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う外出禁止令等が出て、人々の自由な外出が許容されなくなった時期には、海外からのオンラインツアーの需要がさらに増加したとのことであった。多くの事業者らが社会規範の変化に翻弄されたものの、社会規範の変化は一部の事業者らにとっての新たな事業機会の創出という側面も有していた。

次に、2つ目の時期（2020年6月～2020年12月ごろ）においては、既に述べたように、行政や各業界の感染拡大予防ガイドラインに沿った対応のみならず、それにとどまらない内容の対策を独自に考案して事業者らが実施していた例がいくつもみられた。行政においては、イベントの参加人数制限といった規制

を実施していたものの、1回目の緊急事態宣言は解除され、国内旅行に対して補助を行う「Go Toトラベルキャンペーン」も開始されるなど、多くの事業者らにとって比較的制限が緩和されている時期であった。事業者らの経営判断は、世間や行政の作り出す社会規範に翻弄されるというよりは、各事業者ら自身の考えに基づいてなされていた事例が多数みられたことが、この時期の特徴であると考えられる。

しかしながら、全ての事業者が自身の考えに基づいた事業活動を行えたわけではなかった。前項でみたように、事業者独自の経営判断を行おうとしたものの混乱が生じた事業者（工場見学を原則として停止することを決定していたものの例外的な受け入れを行うかどうかで紛糾した食品製造業）や、事業者独自の経営判断に基づく事業再開が困難であった事業者（イベント開催を断念した商店街事務局や観光協議会）も存在した。特に、後者の事例については、両事業者が地域の複数の事業者らを構成員とする準公的な組織であることも、独自の経営判断を実施する困難につながっていたのではないか（一つの事業者内での合意形成と比べて、合意形成が困難であったのではないか）と考えている。既に示した両事業者のインタビュー内では、「よく見えないものを、〔見えないものの〕顔色を伺って」「状況が許さない」といった言葉がみられた。これらは、1つ前の時期に、事業の停止理由が「世間の状況の中に押されて」と語られていたことを連想させる。すなわち、事業者独自の経営判断の不在や、行政からの明示的な禁止の不在は、1つ前の時期により多くみられた「世間の空気」を重視し、結果的にそれに沿った行動をとることにつながったのではないかと考えている。

最後に、3つ目の時期（2021年1月～7月ごろ）には、前項で既に述べたように、行政の設けたルール内での経営判断が大勢であったものの、要請に従わずに独自の営業ルールへの切り替えを行った事例や、身近での感染者発生を事業停止等の判断基準としている事例もみられた。この時期の行政の動きとしては、飲食店に対する措置内容を明確化し協力金制度を創設した（たとえば京都府における時短要請に伴う協力金制度は、2020年12月21日に第1期がスタートしている（京都府, 2020b））ことや、法改正（令和3年法律第5号 新型インフルエンザ等対策特別措置法等の一部を改正する法律）がなされ、行政のコロナ対応に関する法令上の位置付けがより明確になり、命令に応じない場合の罰則規定（過料）も創設された、といったものがあった。各事業者らの経営判断は、基本的に行政に大きな影響を受けていた時期と言えよう。

なお、行政の設けたルールに従うという経営判断は、結果としてはそれを重視した行動となったものの、事業者らにとって少なからぬジレンマを伴うものであった。たとえば、神奈川県のイタリアンレストランへのインタビューの引用文中の最後には「〔後に行政の要請に〕従うきっかけっていうのは、正直、政府のに従うしかないっていう形が正直な答えです」と述べられており、不本意ながら、というニュアンスを読み取ることができる。また、既に述べたように、もともとは焼鳥屋であったものの行政の設けたルールに従うためには従来の焼鳥屋の営業スタイルが困難となったため、本来の焼鳥ではなく、うどんを提供するランチ営業スタイルに切り替えざるを得なかった飲食店も存在した。これらのジレンマを伴ったうえでもなお、行政の設けたルールに最終的に従う事業者が多数を占めたことは、この時期において行政の設けたルールが大きな影響力を有していたことの証左と言えるのではないだろうか。

本項での考察をまとめて図示すると、図１のようになる。新型コロナウイルス感染症の流行下においては、「事業者（事業者自身）」の考えだけではなく、「世間（特定の誰かではなく、不特定多数の人々）」や「行政」が作り出す社会規範の変化が事業の停止や再開といった小規模事業者らの経営判断に影響を与えていた。すなわち、「事業者」は一つの事業体として、感染症の拡大がなければ本来実現したかった事業の形態や、経営理念として事業を通じて実現させたいものごと（たとえば事業者[24]の場合は「色んな人が集まる空間」を作ることを目指していたと語られていた）を有していたものの、感染症の拡大に伴う社会規範の変化のもとでは、「世間」や「行政」を考慮した経営判断を行わざるを得なかった。そして、「事業者」「世間」「行政」が事業者らの最終的な経営判断に及ぼす影響力の相対的な大きさは、これまでに述べた3つの時期区分においてそれぞれ異なっていた。すわなち、1つ目の時期（2020年1月～5月ごろ）においては「世間」の影響力が相対的に大きく、「行政」や「事業者」の影響力が相対的に小さかった。2つ目の時期（2020年6月～2020年12月ごろ）においては、「事業者」の影響力が相対的に大きくなり、「世間」や「行政」の影響力が相対的に小さくなった。（同時に、地域や業種によっては、「世間」の影響力が未だ大きく、「事業者」の影響

力が相対的に小さい場合もあった。）3つ目の時期（2021年1月～7月ごろ）においては、「行政」の影響力が相対的に大きく、「事業者」や「世間」の影響力が相対的に小さくなった。以上のように、時間の経過に伴って「行政」「世間」「事業者（事業者自身）」が小規模事業者らの最終的な経営判断に対して及ぼす影響力のバランスが変化していたことが見出された。

このことは、事業者の視点からみると次のようにも記述できよう。まず、1つ目の時期においては、新型コロナウイルス感染症の流行がニュース等で大きく報じられるようになるにつれて徐々に世間の空気が変化し、緊急事態宣言の発出も加わって、とにかく一時的に休業を行わざるを得ない状況になった。その後、2つ目の時期において、誰もが納得するような明確な基準がないなかで、何とか独自に新たな対策を模索し事業を再開した。そして、3つ目の時期においては、行政がいわばアメとムチ（時短要請・休業要請・罰則規定というムチと、協力金というアメ）で迫ってきたため、時に不本意ながらも従わざるを得ないと考える事業者が多くなった。

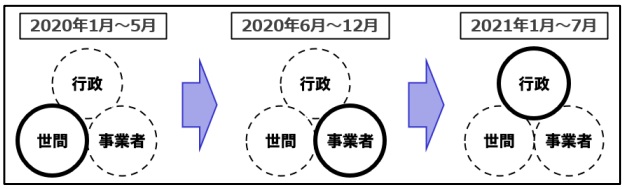

図１　「行政」「世間」「事業者」が小規模事業者らの経営判断に及ぼした相対的な影響力の強さの変化

３．まとめ

本研究においては、小規模事業者らへのコロナ対応についてのインタビューデータの分析をもとに、新型コロナウイルス感染症の流行下における社会規範の変化が事業者らの活動に及ぼした影響を考察した。そして、「行政」「世間」「事業者」が、小規模事業者らの経営判断に及ぼす影響力のバランスが時間の経過に伴って変化してきたことを示した。すなわち、社会規範の内実として事業者に対して具現化するいわば規範の源泉として、「行政」「世間」「事業者（事業者自身）」を分けて考えると、3つの時期はその按分の違いとして特徴付けられた。図1のような図式をもって社会の状況を把握しようと試みることは、今後起きるかもしれない、多くの人々が体験したことのないような種類の危機の禍中においても、時々刻々と変化する状況を理解し、現在位置を把握したうえで行動を起こしていくための一つの手がかりとなろう。現に、筆者らの開催したセミナー（京都大学防災研究所, 2022）においても、本稿の内容に相当する第一筆者の発表に対して、参加者（事業継続についての実務者）から上記の旨のフィードバックをいただいた。

第1節で先行研究として紹介した今井ら（2022）のインタビュー調査と本研究の結果を比較すると、本研究は調査実施時期が約1年後であったため、新型コロナウイルス感染症の流行の発生当初からの、時間経過に伴う状況の変化という要素をより明示的に考慮できたと考えている。今井ら（2022）においても、「中小企業に求められる感染症対策のタイミングやレベル感が難しい」「合意形成・社内体制整備の困難」「事業継続と感染症対策のバランスの難しさ」といったことは既に言及されていたものの、本研究においては、その「難しさ」の性質が時間の経過に応じて変化してきたことを具体的に記述することができた。

小規模事業者らは、時々刻々と変化した「世間」や「行政」の行動や反応を気にかけながら、事業者なりの事業実施方法を模索していた。そして、事業者が独自に定めた事業再開にあたっての感染症防止対策が機能して事業再開につながった場合があった一方で、うまくそれを見出せずに苦心し、事業再開が困難となった場合も存在していた。第1節において、筆者が、（小規模事業者らは）「行政や世間の作り出す社会規範に翻弄される側面が大きかったのではないかと考えた」と述べたことに関して言えば、たしかに上記の1つ目の時期や3つ目の時期は社会規範の変化に翻弄されていた事業者が多かったものの、1つ目の時期においても社会規範の変化をうけた新規事業の展開を行っていた事業者が存在していた。また、2つ目の時期においては独自の対策を進めながら事業を再開していた事例が多く見られたし、3つ目の時期においても単に行政の設けたルールに従うだけでない経営判断がなされていた事例が存在した。

本研究を通じて、「世間」や「行政」による判断やルールの設定を待つのではなく、事業者自らが（より早期に）独自に模索して自身の判断で行動していく重要性を感じざるを得ない。新型コロナウイルス感染症の流行といった、多くの人々がこれまで経験したことのないような事態においては、平常時であれば社会規範の形成において強い影響力を持っている行政でさえも、その影響力が十全ではなくなって

しまう。現に、行政の設けたルール内で営業している店舗でさえ匿名の苦情や嫌がらせを受けたという事例がみられたことは、行政の影響力が十全でなかったことの証左の一つである。このような状況下において、平常時のように行政の動きを待って行動することは必ずしも得策ではなく、事業者自身が考えて先手の行動をとっていくことが平常時以上に重要になると考えている(1)。

また、先手の行動をとっていくうえで不可欠なのは、なぜそのように行動するのかについての事業者らの情報発信・説明力であったのではないかと考えている(2)。「行政」や「世間」が混乱しているなかで、より多くの人に納得可能な説明方法を見出し、実際にそれに沿ったコミュニケーションをとっていくことは、新たな社会規範を形成し、事業を行っていくための環境を整えることにつながる。そして、逆にそれが不十分だと「世間」や「行政」から無用の誤解を受けてしまう。実は、今回の新型コロナウイルス感染症の流行に対して比較的うまく対応できた事業者らは、平常時から上述のような情報発信を行う説明力を培っていたのではないかと、インタビューを総覧した所感として筆者は感じている。これはすなわち、混乱した状況下においても有効に機能しうる平常時からの事業姿勢が存在することを示唆するものである。（この具体化については今後の課題としたい。）

本研究の限界としては、行政の設けた感染症拡大防止のためのルールをはじめ、事業継続や再起を図るための支援制度等も含めて、刻一刻と社会が変化する状況の中で、限られた期間でインタビューを行わざるをえず、議論できなかった論点がさらに存在した可能性があることが挙げられる。また、新型コロナウイルス感染症の流行は本研究のインタビュー調査を実施した2021年7～9月で完全に収束したわけではなく、その後も（少なくとも、本稿を執筆している2022年5月時点までは）引き続き時々刻々と状況を変化させながら継続している。インタビュー実施時期以降における小規模事業者らの経営判断が本研究で示した「世間」「行政」「事業者」という図式で理解可能かどうかについては、筆者は未だそれを論じるための十分な材料を有しておらず、今後の課題と位置付けたいと考えている。

補注

(1) なお、状況が時々刻々と変化する際に、行政の動きを待たずに自ら考えて行動する重要性は、たとえば防災における避難の文脈でも重要とされている。より具体的には、片田ら（2005）などを踏まえて矢守（2009）が「情報待ち」（災害の危険が迫っていたとしても行政やTVからの情報が入手できるまで避難等の行動を保留してしまうこと）を課題として論じている。また、住民らが（行政の避難指示等以外に）自主的に避難する際の基準を地域で作ろうとする「防災スイッチ」（竹之内ら, 2020）の作成といった取り組みがなされている。

(2) たとえば、高知県のNPO[14]は、周囲から事業の理解を得るための発信方法の習得を一つのスキルアップととらえ、インタビュアーの「何か従業員に新しいスキルを身につける講習とか指導とかトレーニングとか、何かそういうことは取り入れられたりはしましたか？」という質問に対して、次のように語っている。「同じ業界の人たちから情報を収集するとかっていうことはさせてもらいました。それは、個人、僕個人としてもだけど、現場の社員に、そういう人を繋いで、情報収集であったりとか、情報交換、どういう体制を取ってるのか、みたいなこと〔の確認〕は、させたところはあります」。「県外から人を受け入れるっていう事業をやってたので、どういった条件で受け入れたらリスクが低いだろうかであったりとか、あとは対外的な理解をしてもらうためのリリースの仕方であったりとか。そういった、うちよりもちょっと大きな規模の事業体の人たちに、ちょっと相談をさせて貰って、アドバイスを貰ったと」（下線は筆者が追加）。

謝辞

インタビューにご協力をいただいた小規模事業者の皆様に感謝を申し上げます。また、本研究はJSPS科研費（課題番号22K20183）の成果の一部です。

参考文献

中小企業庁（2022）. 2022 年版 中小企業白書・小規模企業白書 概要, https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2022/PDF/2022gaiyou.pdf （2022-08-02）.

中小企業基盤整備機構（2022）. 新型コロナ関連調査・レポート, https://j-net21.smrj.go.jp/report/corona/index.html （2022-08-02）.

Go To トラベル事務局（2020）. Go To トラベル 旅行者向け公式サイト, https://goto.jata-net.or.jp/ （2022-05-30）.

今井照（2020）. 新型コロナウイルス感染症対策と地方自治：「日本モデル」と法の支配 自治総研, 501, 1-44.

今井鉄平・森口次郎・安部仁美・前田妃・助川真由美・柴田英治・錦戸典子（2022）. 中小企業における新型コロナウイルス対策への取り組みと望まれる支援 産業衛生学雑誌, 64(3), 137-145.

インテージ（2022）. 知るギャラリー with コロナの日常

生活　いまの生活者の意識は？, https://gallery.intage.co.jp/mind-weekly/ （2022-08-02）.
板垣勝彦（2020）. <論説>新型コロナウイルス雑感：自粛要請、休業と補償、都市封鎖 横浜法学, 29(1), 185-204.
伊藤昌亮（2021）. 自粛の社会史 マス・コミュニケーション研究, 98, 51-65.
時事ドットコムニュース（2020）. 【図解・行政】「Go To トラベル」の概要（2020 年 7 月）, https://www.jiji.com/jc/graphics?p=ve_pol_seisaku-kankou20200717j-08-w400 （2022-05-30）.
片田敏孝・児玉真・桑沢敬行・越村俊一（2005）. 住民の避難行動にみる津波防災の現状と課題：2003 年宮城県沖の地震・気仙沼市民意識調査から 土木学会論文集, 789, 93-104.
鴻上尚史・佐藤直樹（2020）. 同調圧力：日本社会はなぜ息苦しいのか 講談社
京都大学防災研究所（2022）. 第 53 回総合防災セミナー「小規模事業者はどうやってコロナ禍を乗り越えたのか？：日本と米国の事例から見る事業継続の戦略と課題」, https://www.dpri.kyoto-u.ac.jp/news/15930/ （2022-05-26）.
京都府（2020a）. 新型コロナウイルス感染拡大防止のための京都府における緊急事態措置（令和 2 年 4 月 17 日）, https://www.pref.kyoto.jp/kikikanri/news/coronavirus-sengengaiyo.html （2022-05-26）.
京都府（2020b）. （第 1 期）新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金, https://www.pref.kyoto.jp/sanroso/news/coronavirus-kyoryokukin.html （2022-05-26）.
京都府（2021）. 京都府における緊急事態措置（令和 3 年 4 月 23 日決定）, https://www.pref.kyoto.jp/kikikanri/news/corona_210423taiou.html （2022-05-30）.
松原悠（2021）. 新型コロナウイルス感染症の流行に伴う「自粛警察」についての一考察 ： 言説空間の変容に注目して 災害と共生, 5(1), 13-27.
内閣官房（2020）. ８月１日以降における催物の開催制限等について, https://corona.go.jp/news/pdf/kaisaiseigen_0724.pdf （2022-05-26）.
内閣官房（2022）. 新型コロナウイルス感染症対応に関する有識者会議 第１回資料（資料４－１）, https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/coronavirus_yushiki/pdf/gijisidai_1-2.pdf （2022-05-26）.
農林水産省（2020）. 「Go To Eat キャンペーン事業」について, https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gaisyoku/hoseigoto.html （2022-05-30）.
総務省統計局（2017）. 平成 27 年国勢調査 大都市圏・都市圏（市区町村一覧）, https://www.e-stat.go.jp/stat-search/file-download?statInfId=000031631450&fileKind=0 （2022-05-28）.
鈴木正道（2021）. あなたが自由意思で私に従うことを、私は自由意思で望む 言語と文化, 18, 19-36.
竹之内健介・矢守克也・千葉龍一・松田哲裕・泉谷依那（2020）. 地域における防災スイッチの構築：宝塚市川面地区における実践を通じて 災害情報, 18, 47-57.
山本七平（1983）. 「空気」の研究 文芸春秋
矢守克也（2009）. 災害情報のダブル・バインド 災害情報, 7, 28-33.
矢守克也・松原悠（印刷中）. 「自粛」のグループ・ダイナミックス 実験社会心理学研究.