

■今後も一定の企業でテレワークは定着！？**■テレワークの導入により生活者の生活意識・ライフスタイルに変化が！****■ライフスタイルの変化による「5つの新しい消費チャンス」とは？**

株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシー(本社:東京都渋谷区)は、新型コロナウイルス感染症による生活者の消費行動の変化をとらえ、新たなビジネス機会を創出することを目的に、新型コロナウイルス感染症非常事態宣言が発令されていた2020年5月「テレワーク実施者2000サンプル 消費行動変化調査」を実施いたしました。最近ではテレワークを積極的に推進する企業と緩和あるいは中止の立場をとる企業とに対応が分かれてきているようです。また本格的な冬の訪れを前に第3波の到来が連日ニュースなどで取り上げられるなど、いまだ終息の道筋は見えてきません。

本調査では、新型コロナウイルス感染症によって一気に浸透してきたテレワークの実施状況や意識を把握するだけでなく、Withコロナ時代の生活者の新たな消費行動の調査・分析を行い、テレワーク時における5つの新たな消費チャンスを発見しました。

■今後も一定の企業でテレワークは定着！？**20.30才代は「オフィスワーク」、40・50才代は「テレワーク」にストレスを感じている！**

工作中的のストレス度合についてテレワークと職場を比較したところ、「職場の方がストレスを感じる(40.7%)」「テレワークの方がストレスを感じる(38.6%)」と拮抗した結果に。「どちらがよい」と現段階では結論付けられないようです。ただし、20代・30代は職場、40代・50代はテレワークと回答した人の割合がそれぞれ多いと、世代間によって考え方に大きな違いが見られました。

それぞれのストレスの内容は、テレワークでは「コミュニケーション不足」が1位のほか、「公私の切り替えがうまくできない/集中できない」「作業環境が整っていない」などが上位となり、公私の場が同じであることや急ごしらえ労働環境に戸惑っている様子が見られました。

一方、職場でのストレスは「満員電車」がダントツの首位で、その他「急に仕事を頼まれる」「急に残業しなければならない」など自分で時間のコントロールができないことが上位という結果となりました。

テレワークは「今後も続けたい」！

コロナ禍後もテレワークを続けたいかという質問には、約6割(58.6%)の人が続けたいと回答しています。ただし、20代は約7割(68.8%)と高く出ているのに対し、50代は4割強(46.6%)と、ここでも世代間に差が見られました。

ただしテレワークは、6割近く(55.8%)が職場で仕事するときと比較して「仕事がかどらない」としており、テレワークではあまり生産性が上がらないと感じられています。今後もテレワークを続けることへの希望はあるものの、まだまだ課題が残る状況がうかがえました。

■テレワークの導入により生活者の生活意識・ライフスタイルに変化が！

「テレワークが普及することによって起こるであろう社会や意識の変化」を聴取したところ、「時間労働ではなく成果主義の評価体系に変わってくる(75.7%)」「帰省先で介護をしながら仕事をするなど高齢者化社会にも対応できるようになる(71.2%)」など、多くの人がテレワーク導入による社会の変化を予感しているという結果が得られました。

【1】「生活時間」の常識がなくなる

9-17時など決まった時間に働く意味がなくなってくる(68.2%)

平日は仕事・休日は休みといった曜日感覚がなくなってくる(62.4%)

【2】「仕事場」の常識がなくなる

オフィススペースを縮小する企業が増える(75.2%)

働く場所に関係なく、自分が住みたい場所に住めるようになる(72.3%) など

【3】「服装」の常識がなくなる

自由な服装で仕事をするのが当たり前になる(80.0%)

仕事相手の服装が気にならなくなってくる(75.5%)

【4】公私のコントロールが今後を生き抜くカギとなる

生活のオンオフを自分でコントロールする意識が高まる(77.2%)

オンとオフが細切れになり、公私の境目があいまいになる(73.4%) など

■ライフスタイルの変化による「5つの新しい消費チャンス」

今回の調査結果では、多くの人が今回のテレワークにより、これまでになかったタイミングでサービス・商品の検討や購入あるいは何らかの消費行動をしているという実態が浮き彫りになりました。



これら「5つの新しい消費チャンス」など、本調査の詳細版については、下記よりダウンロードしてください。

<https://www.jma-net.com/wp/wp-content/uploads/2020/11/cc5caf2d065d462c3b3d5e4a88cab868.pdf>

全調査項目

- ・新型コロナウイルス感染拡大の影響による働き方の変化(テレワーク実施状況)
- ・テレワーク実施中の出勤頻度
- ・出勤する理由／テレワークで十分できると思うもの
- ・同居家族のテレワーク実施状況

- ・会社・勤務先のテレワークに対する方針
- ・これまでのテレワーク経験
- ・テレワークをしている作業環境
- ・テレワークでの仕事のはかどり度合い(職場で仕事をする時と比べて)
- ・テレワークではかどる仕事／はかどらない仕事
- ・テレワーク中の社内／社外コミュニケーション方法
- ・テレワーク中にコミュニケーションアプリなどを使用している合計時間
- ・コミュニケーションアプリを利用して初めての感想
- ・テレワーク中の社内のコミュニケーションの十分／不十分
- ・テレワーク中の社内のコミュニケーションが取れていないと思う理由
- ・テレワーク中の勤怠管理方法
- ・管理職のみ)テレワーク中の部署メンバーの管理についての方針
- ・テレワーク中の業務上管理についての不満・要望
- ・ストレス比較(職場での仕事／テレワーク)
- ・ストレスの原因(職場での仕事／テレワーク)
- ・テレワークの今後継続意向

- ・生活時間の使い方(テレワークをする以前／テレワークをしている時)
- ・テレワークを始めてからの意識・行動【5つの消費チャンス】
- ・テレワーク中にしたこと／今後してみたいこと
- ・テレワークをすることによる時間の余裕で検討した／しようと思ったもの
- ・仕事をしながらするようになったこと(OA)
- ・先延ばしになっていたがこの機会にやったこと(OA)
- ・仕事の合間にするようになったこと(OA)
- ・常識的に行っていた時間以外にすることになったこと(OA)
- ・通勤時間が無くなった代わりにすることになったこと(MA/OA)
- ・通勤についての考え方・意識
- ・テレワークの普及によって起こるであろう社会や意識の変化

- ・テレワークによる家庭時間の充実有無
- ・テレワークによって家庭で起こった変化

- 調査対象 : 20～50歳代の男女／本調査対象条件＝コロナ禍以降テレワーク実施者(週3日以上)
- 調査地域 : 首都圏 / 東海圏 / 関西圏
- サンプル数 : SC14,174サンプル／本調査2,000サンプル
- 調査方法 : WEB調査
- 調査時期 : 令和2年4月28日～5月8日

※本リリースの内容および調査結果(全項目)をご希望の方は、下記までお問い合わせください。

●お問い合わせ先 (※受付時間 平日10:30～12:30／13:30～18:00)

株式会社 ジャパン・マーケティング・エージェンシー (略称JMA 業務内容: マーケティングリサーチ)
〒541-0054 大阪市中央区南本町1-3-15 TEL: 06-6263-0141
担当者: 企画部 福井 潤 (ふくい じゅん) / 白木 沙織 (しらき さおり)
e-mail: mlosaka@jma-net.com