

# JMA News Report



## テレワーク実施者 2000 サンプル調査結果発表

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

その5つの消費チャンスとは、「**仕事ながら消費**」「**仕事の合間消費**」「**タイムフリー消費**」「**通勤時間代替消費**」「**先延ばし解消消費**」です。

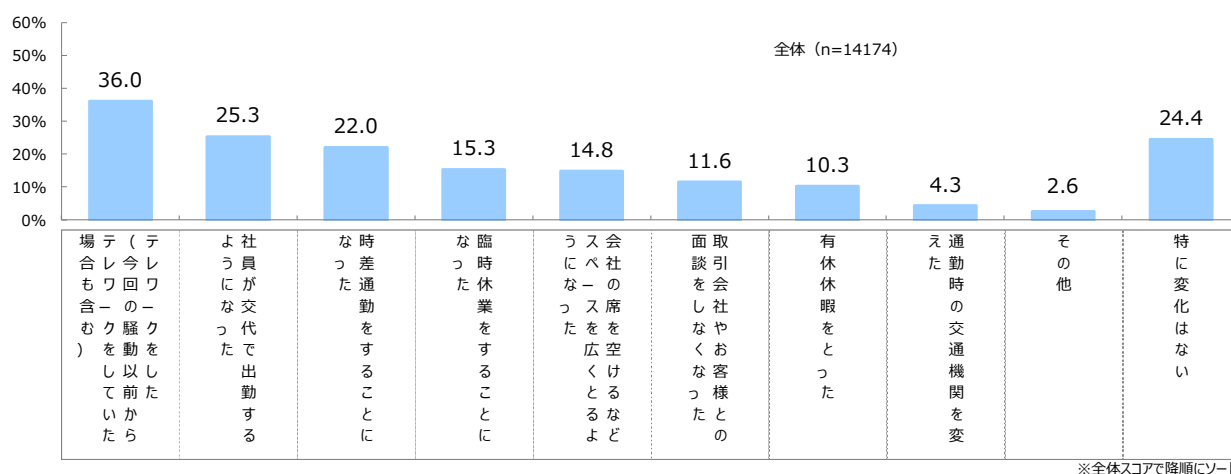


## ～ テレワーク実施者 2000 サンプル調査結果発表 ～

### 2020年 = テレワーク元年！

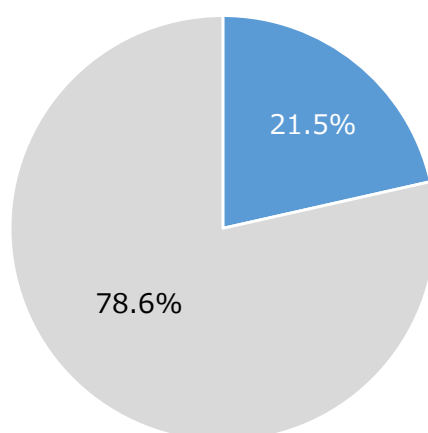
新型コロナウイルス感染症非常事態宣言が発令されていた5月、テレワークをした人は約4割(36.0%)で、そのうちの8割程度(78.6%)が今回のコロナ禍を機にテレワークを始めたと回答しました。その後企業の対応は推進、あるいは緩和・中断と差が出てきていますが、まさに**2020年はテレワーク元年**と言えるのではないのでしょうか。

#### Q.新型コロナウイルス感染拡大による働き方の変化



#### Q.これまでのテレワークの経験

全体 (n=2000)



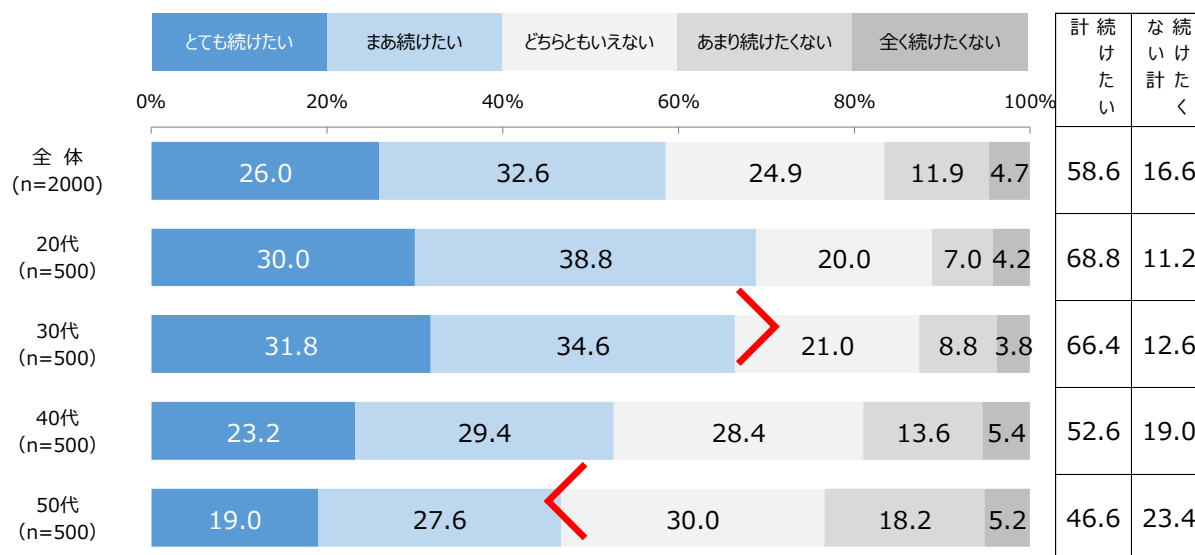
- 新型コロナウイルスが感染拡大する以前から実施していた
- 新型コロナウイルスが感染拡大するようになって初めて実施した

## コロナ終息後も一定の企業でテレワークは定着の流れ!

コロナ終息後も、「テレワークを続けたいか?」という問いに対しては、**約6割(58.6%)の人が続けたい**と回答しています。

続けたい人の割合をみると、20代68.8%、30代66.4%、40代52.6%、50代46.6%と世代間の差があり、若い人ほど継続したいと思っています。また、テレワークにストレスを感じる人が多い50代男性（後述）でも、継続を意欲的に捉えている様子が分かります。今のテレワークには課題が多いものの今後も一定の企業で**テレワークは定着していく**のではないのでしょうか。

### Q.新型コロナ終息後も「テレワーク」を続けたいか



## 急進展したテレワークには課題がいっぱい！

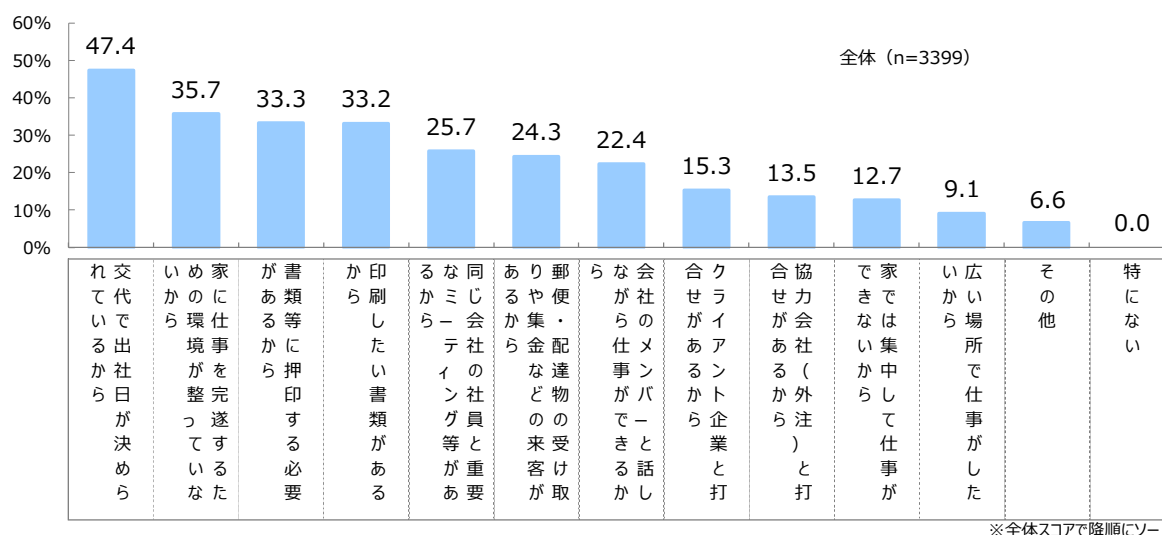
### ペーパーレス推進の契機に！

テレワークは今後も定着の流れにはありますが、現在の働き方には多くの課題も見られます。

テレワークをしながらも約6割（57.3%）の人は「入社することもある」と回答しており、テレワークだけで仕事を完遂することが難しい状況であることも分かりました。

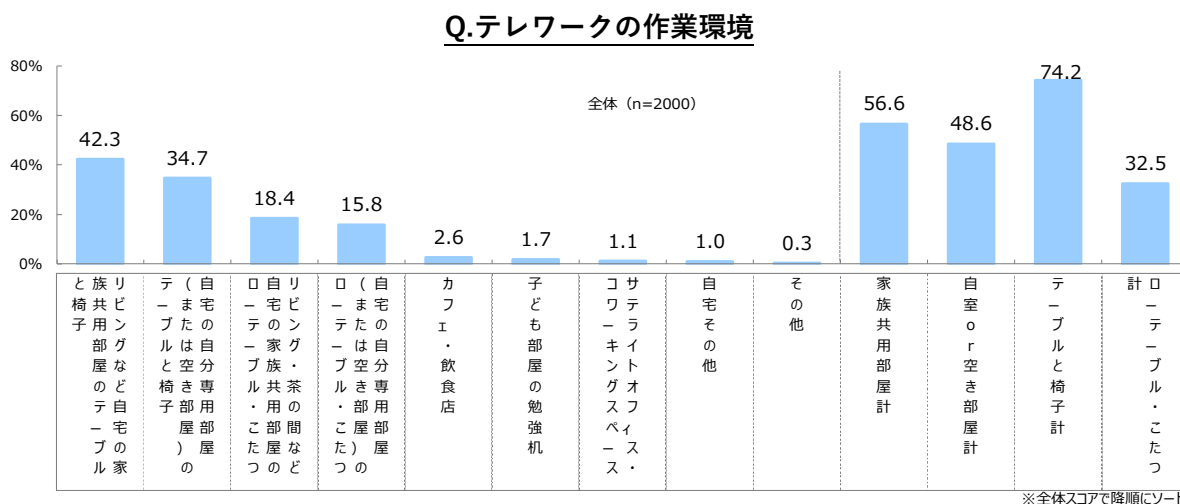
入社している理由は、「交代で入社日が決められているから」（47.4%）、「家に仕事を完遂するための環境が整っていないから」（35.7%）、「書類等に押印する必要があるから」（33.3%）、「印刷したい書類があるから」（33.2%）、などが挙げられており、未だペーパーレスが進行していない会社が多い様子が伺えます。**今回のコロナ禍が電子署名などペーパーレス推進の契機**となるかもしれません。

### Q.テレワークの間に出社する理由



## 家庭における作業環境の整備は不十分…

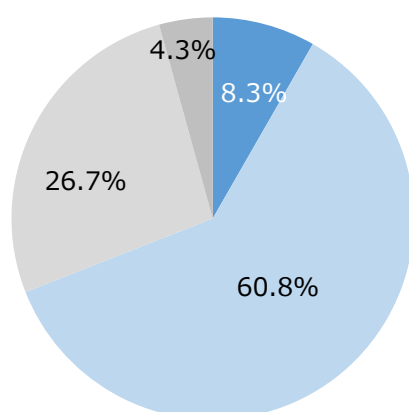
自宅での作業環境については、「リビングなど家族共用の場で作業」している人が半数以上、「ローテーブルで作業」している人も3割程度いるなど、急激なテレワーク化により**会社・家庭ともに快適に仕事ができる環境が整っていない**人が多いことが分かりました。今後テレワークが定着すれば社会的にも家庭的にも環境が整備されていくのではないのでしょうか。



テレワークでは**社員間コミュニケーションが問題**となっているケースも見られます。テレワーク中に「コミュニケーションを取れている」と回答した人は約7割(69.1%)にもなりますが、「十分に」と満足できている人はわずか8.3%にとどまりました。

## Q.テレワーク中のコミュニケーション

全体 (n=2000)



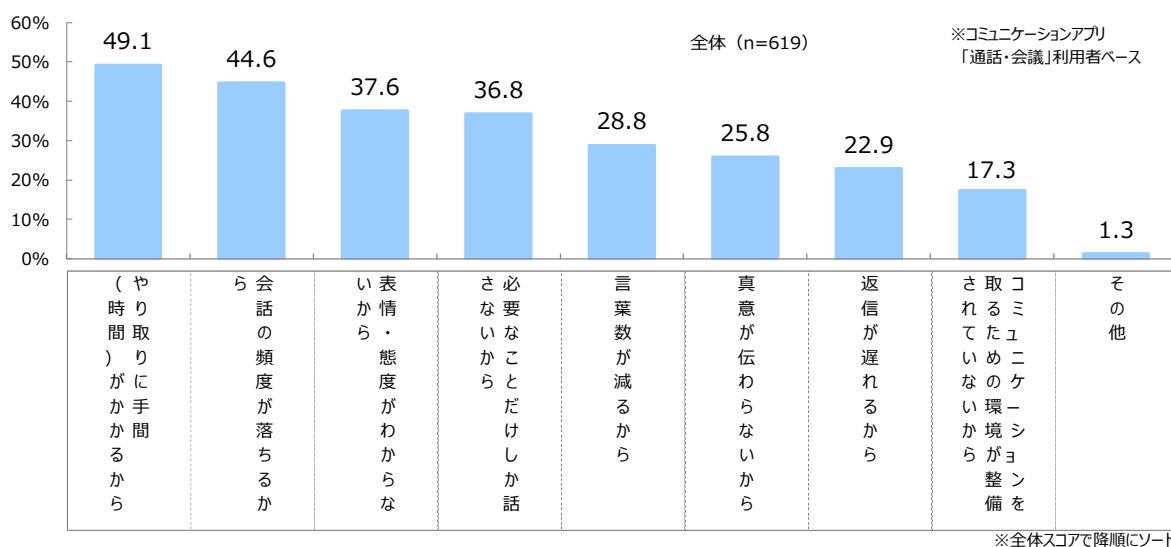
取れている計	69.1%
取れていない計	31.0%

■ 十分コミュニケーションが取れている
 ■ まあコミュニケーションが取れている
 ■ あまりコミュニケーションが取れていない
 ■ コミュニケーションが取れていない

## テレワークの課題はコミュニケーション！

コミュニケーションが取れていない理由は、「やり取りに手間（時間）がかかるから」（49.1%）、「会話の頻度が落ちるから」（44.6%）、「表情・態度がわからないから」（37.6%）、「必要なことだけしか話さないから」（36.8%）などと、**コミュニケーションの量・質ともに課題**が感じられています。

### Q.コミュニケーションが取れない理由

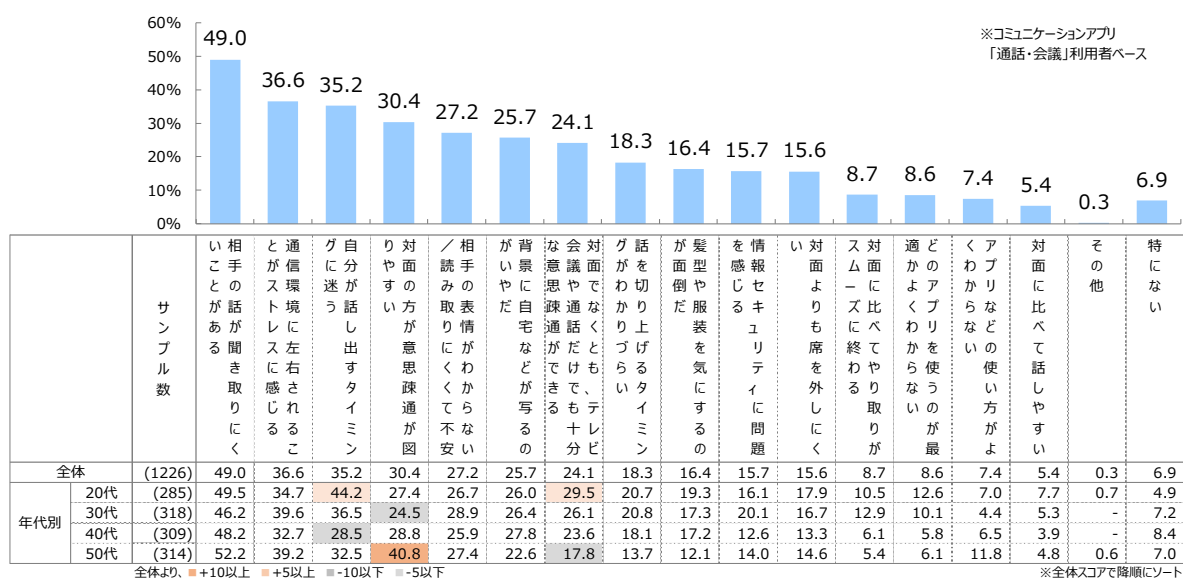


かなり普及が進んでいるチャットアプリやテレビ会議アプリでもリアルな**対面式のコミュニケーションには及ばない**ようです。

コミュニケーションアプリによる「通話・会議」の一日あたりの平均利用時間は68.1分で、全体の60%以上の人は1時間未満と回答しています。

チャットやテレビ会議コミュニケーションの問題点は、「相手の話が聞き取りにくいことがある」(49.0%)、「通信環境に左右されることがストレスに感じる」(36.6%)、「自分が話し出すタイミングに迷う」(35.2%)、「対面の方が意思疎通を図りやすい」(30.4%)、「背景に自宅などが写るのがいやだ」(25.7%)などが挙げられています。また、「対面の方が意思疎通を図りやすい」は50代で4割に上り、**年代が高いほど対面コミュニケーションを重視**しています。

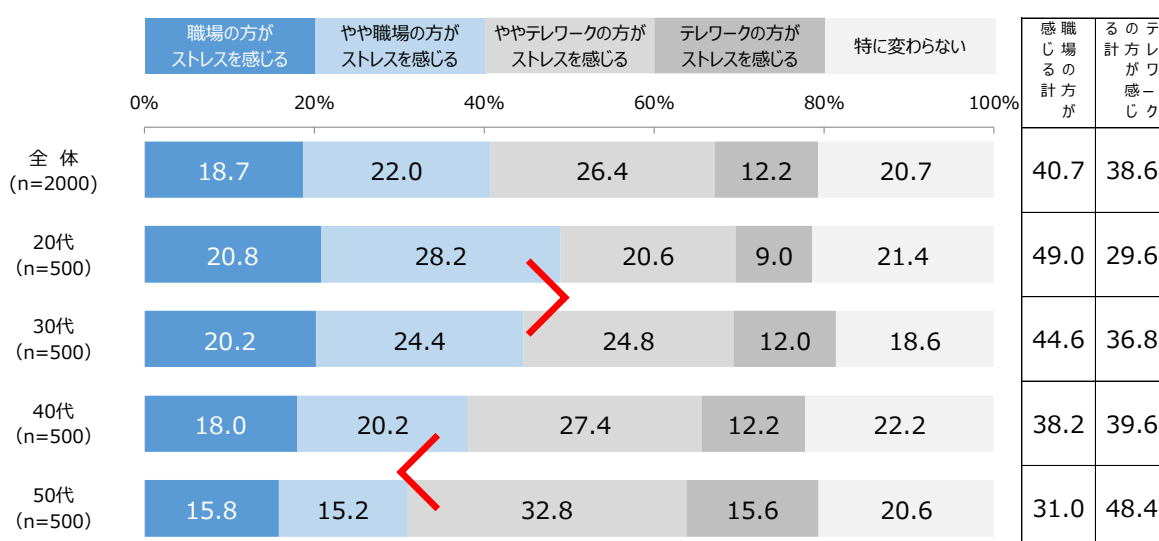
### Q.コミュニケーションアプリを使用した感想



## テレワークと職場のストレスはともに4割、年代では真逆に！

テレワークと職場のストレスの比較については、職場の方がストレスを感じると回答した人は4割、一方でテレワークの方が感じると回答した人も4割とほぼ同じスコアになりました。年代別でみると、**20代・30代は職場の方がストレス**を感じると回答した人の割合が多かったのに対し、**40代・50代はテレワークの方がストレスを感じる**と回答した人の割合が多く、年代で全く逆の結果になりました。

### Q.「職場」と「テレワーク」のどちらがよりストレスを感じるか

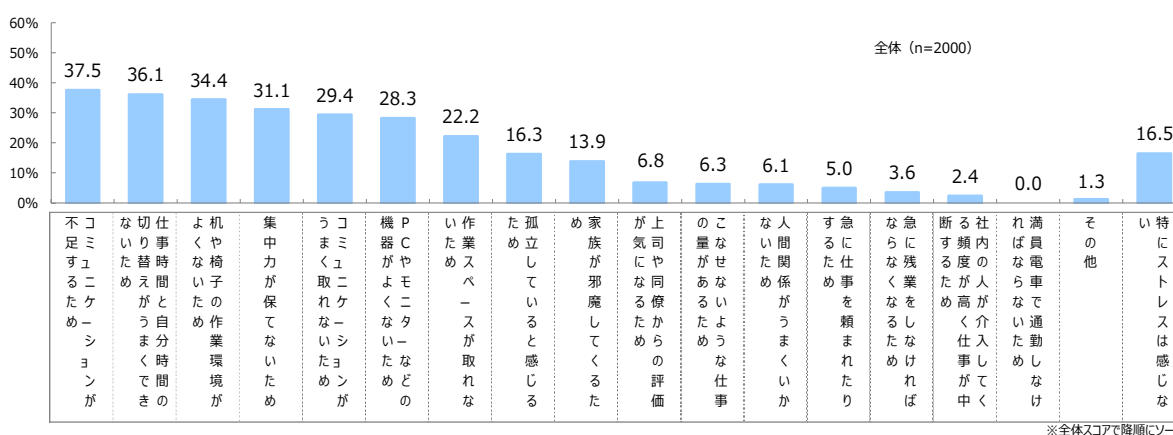




## テレワークでは「公私の場が同じこと」がストレスの原因に！

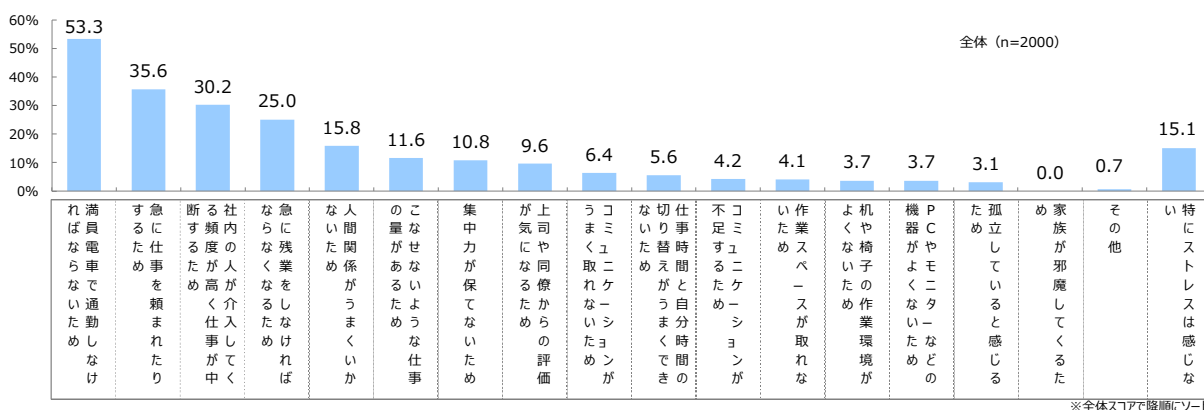
テレワークで感じるストレスは、前述の「コミュニケーションの問題」以外では、「公私の切り替えがうまくできない」(36.1%)、「集中力が保てない」(31.1%) など、**公私の場が同じであることに働きにくさ**を感じている様子が伺えます。

### Q.テレワークのストレスの原因



一方、職場でのストレスの原因をみると「満員電車で通勤しなければならない」(53.3%)がダントツ1位。テレワークをしたことで改めて「**通勤ストレス**」に気づいてしまったのではないのでしょうか。「通勤時間」が大幅に減った代わりに、「睡眠時間」や「自分の時間」などの生活に時間が充てられており、心に余裕のある生活になったと感じている人もいます。

### Q.職場での仕事のストレスの原因

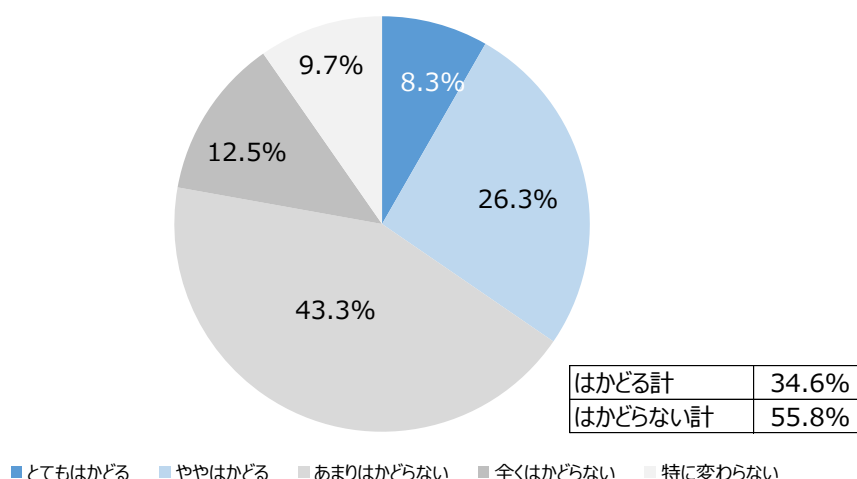


## テレワークの労働生産性は意外に低い！？

自宅での作業効率という点からは、「職場と比べてテレワークの方が仕事はかどる」との回答は34.6%にとどまった一方、**6割近く（55.8%）が「仕事はかどらない」という回答**でした。これには年代間で差はみられません。

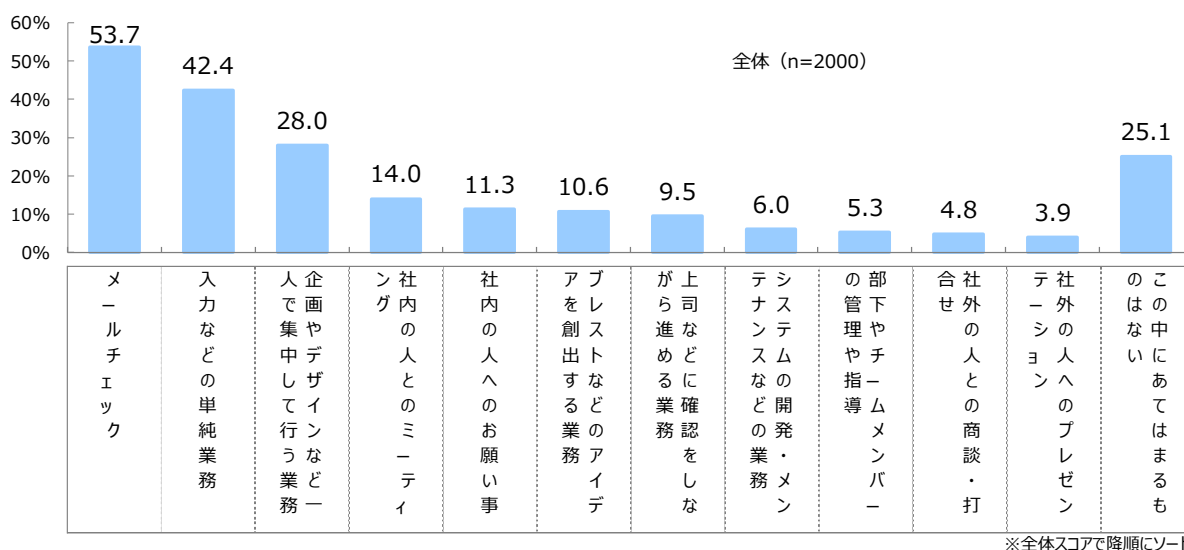
### Q.テレワークの仕事のはかどり具合

全体 (n=2000)



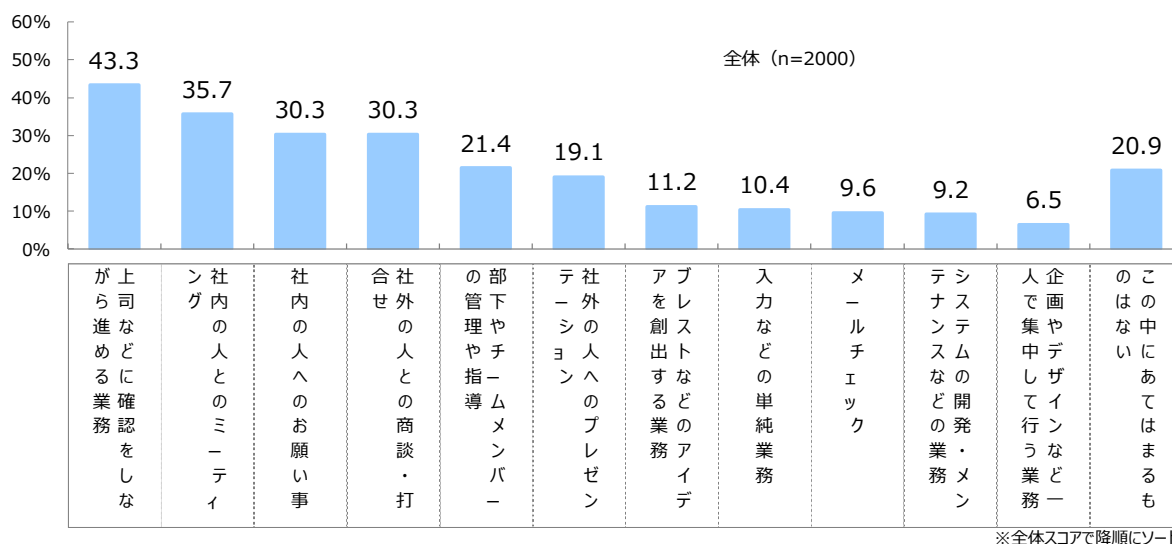
テレワークの方がはかどる仕事は、「メールチェック」(53.7%)、「入力などの単純業務」(42.4%)、「企画やデザインなど一人で集中して行う業務」(28.0%)などで、**人と直接かかわらない仕事についてはテレワークの方がはかどる**と感じています

### Q.テレワークの方がはかどる仕事



一方で、テレワークだとはかどらない仕事は、「上司などに確認をしながら進める業務」(43.3%)、「社内の人とのミーティング」(35.7%)、「社内の人へのお願い事」(30.3%)、「社外の人との商談・打合せ」(30.3%)など相手がいる仕事が多く、**人と何かしらのやり取りが発生する仕事が生産性低下の要因**になっているようです。

### Q.テレワークの方がはかどらない仕事

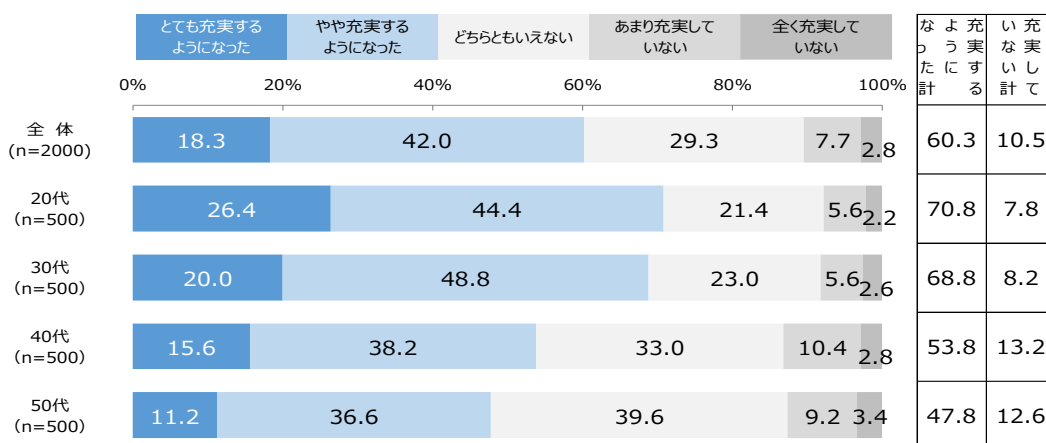


## テレワークにより「家庭時間」が充実！

当然ながら、テレワークは家庭にも大きな変化をもたらしています。

テレワーク実施者の6割が「家庭の時間が充実するようになった」と回答しています。これには年代間の差が大きく20代・30代では約7割に達していますが、40代・50代では5割前後にとどまっています。

### Q.テレワークによる家庭時間の充実



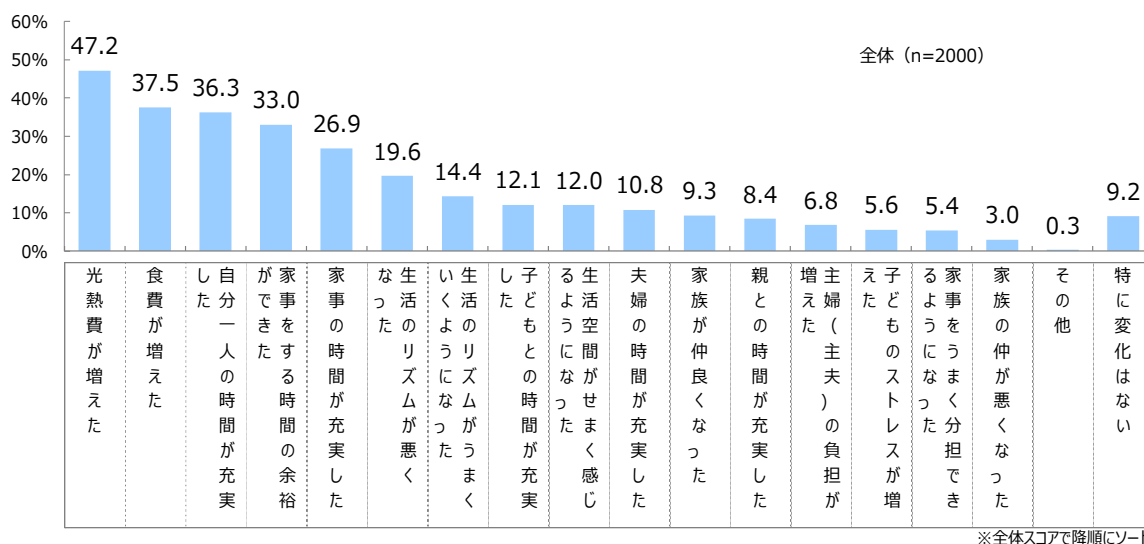
テレワークが家庭にもたらした変化で**一番大きいものは「家計への影響」**と言えそうです。「光熱費が増えた」(47.2%)、「食費が増えた」(37.5%)が1位2位を占めており、家計を圧迫している様子がうかがえます。

次いで、「自分一人の時間が充実した」(36.3%)、「家事をする時間の余裕ができた」(33.0%)、「家事の時間が充実した」(26.9%)など「プライベート時間の充実」が挙げられます。

また、生活のリズムは「良くなった」が14.4%、「悪くなった」が19.6%となっており、ややリズムを崩してしまった人の方が多いようです。

同居家族別でみると、夫婦二世帯は「夫婦の時間」、小学生以下の子供同居世帯は「子どもとの時間」などのスコアも高くなっています。

### Q.テレワークで起こった家の変化

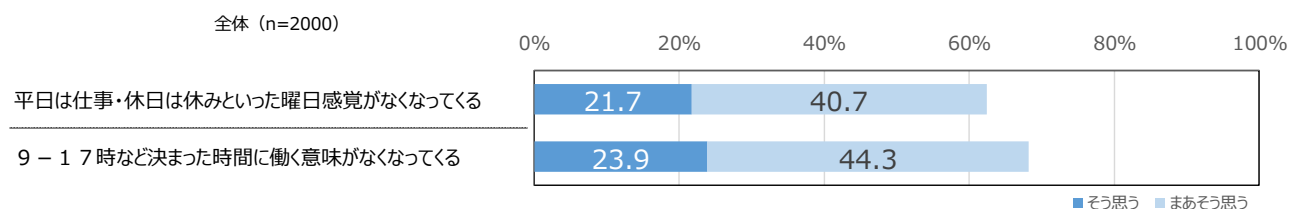


## テレワークによって、これまでの常識が変化する！？

さて、功罪いろいろあるテレワークですが、今回のコロナ禍による急速な浸透によって以下のような生活者意識の変化が表れ始めています。

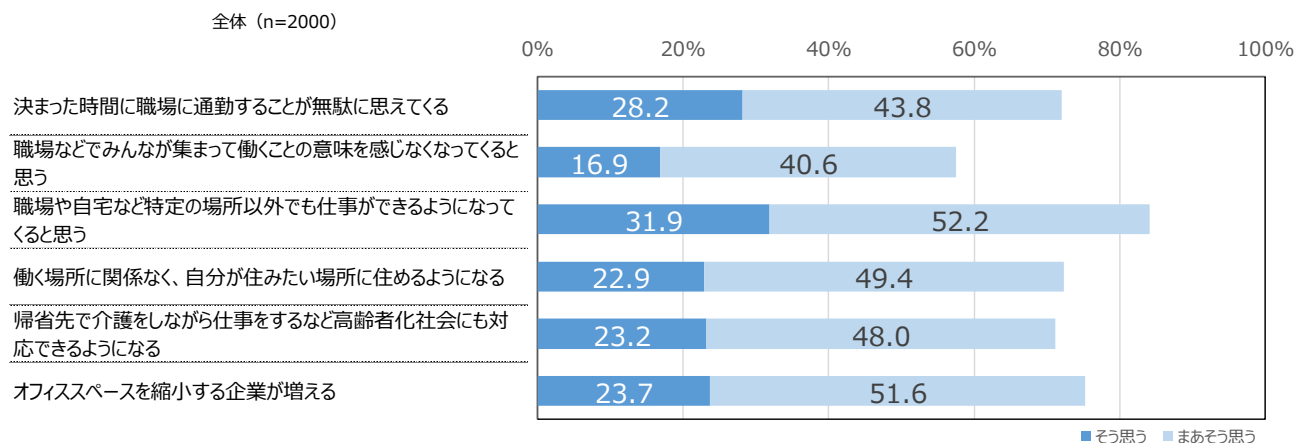
### ■ 「生活時間」の常識がなくなる

これまでは多くの人が「月～金の9時-17時」が仕事の時間なのだとは何となく受け入れてきました。しかし、テレワークを経験した人たちの中には、将来的には「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%）などと仕事時間の多様化を60~70%程度が肯定しています。今後は**働く時間の常識が変化してくる**のではないのでしょうか。



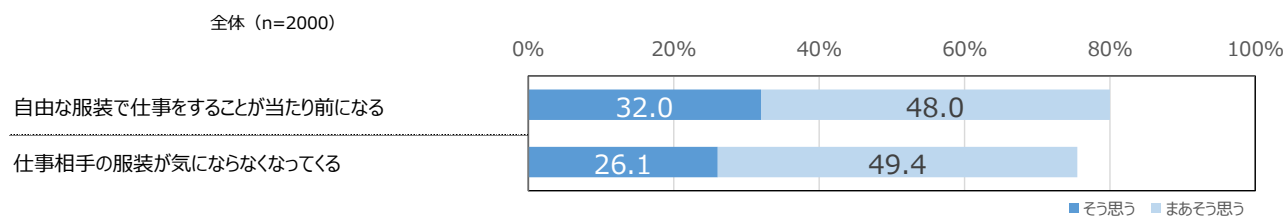
### ■ 「仕事場」の常識がなくなる

これまでは当たり前のように職場に出勤して仕事をするといった人が大半だったと思います。ところがテレワークを経験したことによって、職場に行く必要性を感じなくなった人が増えているのです。職場に行くことを気にしないでよいということは、都心にある会社で働きながら、「好きな街（地域）に住む」ことができたり、「帰省して親の介護をしながら仕事をする」ことができたりするようになってきます。これまではなかった**新しい生活のスタイルが出てくる**のではないのでしょうか。



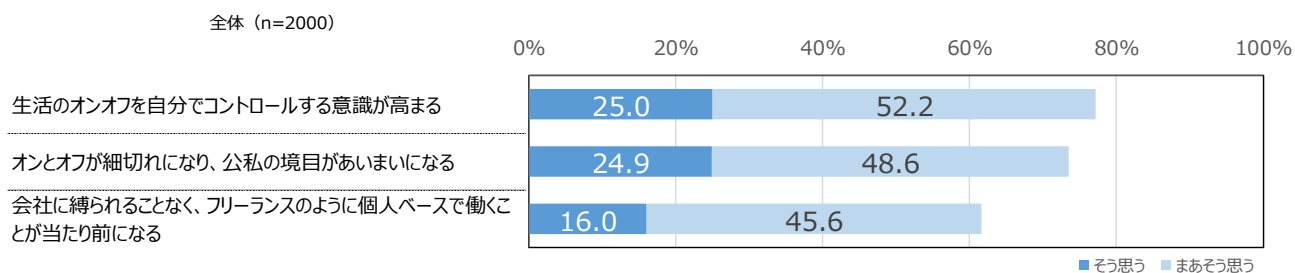
## ■「服装」の常識がなくなる

このところのテレワークは、**仕事服の常識も壊す可能性**があります。既にビジネスカジュアルは広く受け入れられるようになっていますが、今後はさらにカジュアル化が進み、さすがに行きすぎな感はありますが「短パンにビーチサンダル」で働く世の中がやってくるかもしれません！？

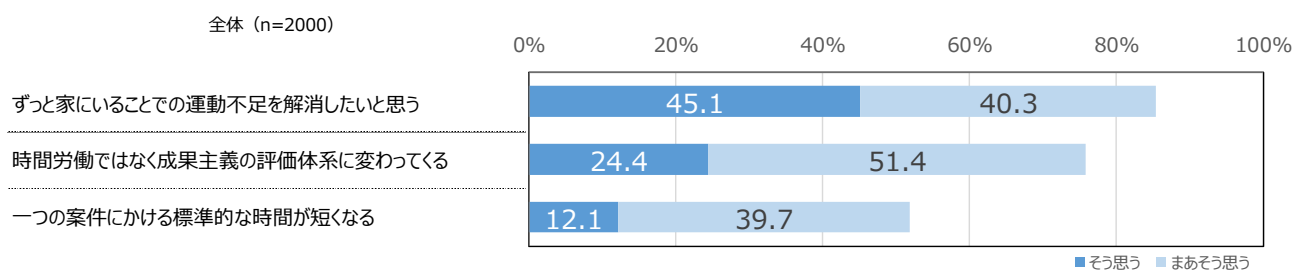


## ■公私のコントロールが今後を生き抜くカギとなる

これまでは「公私のメリハリをつける」とか「働くときは働き、遊ぶときは思いっきり遊ぶ」などといったように公私をしっかりと区別することが求められる風潮がありました。ところが今後は公私が曜日・昼夜に関係なく間断なく入れ替わり、うまく「仕事しながら遊んだり、遊びながら仕事をしたりする」ことができるようになるかもしれません。そうなった場合、働き方は自由ではあるものの個々人の裁量の幅が非常に大きくなり、今以上に**自分を律する「セルフコントロール」が強く求められてくる**のではないのでしょうか。



その他にも、「**運動不足解消**」なども**大きな課題**となりそうです。運動不足を嘆く人には「オンラインヨガ」や「自宅でできる筋トレグッズ」がますます流行ることになるでしょう。また多くの人が「**成果主義の評価体系**」の導入を**予感**しているようです。



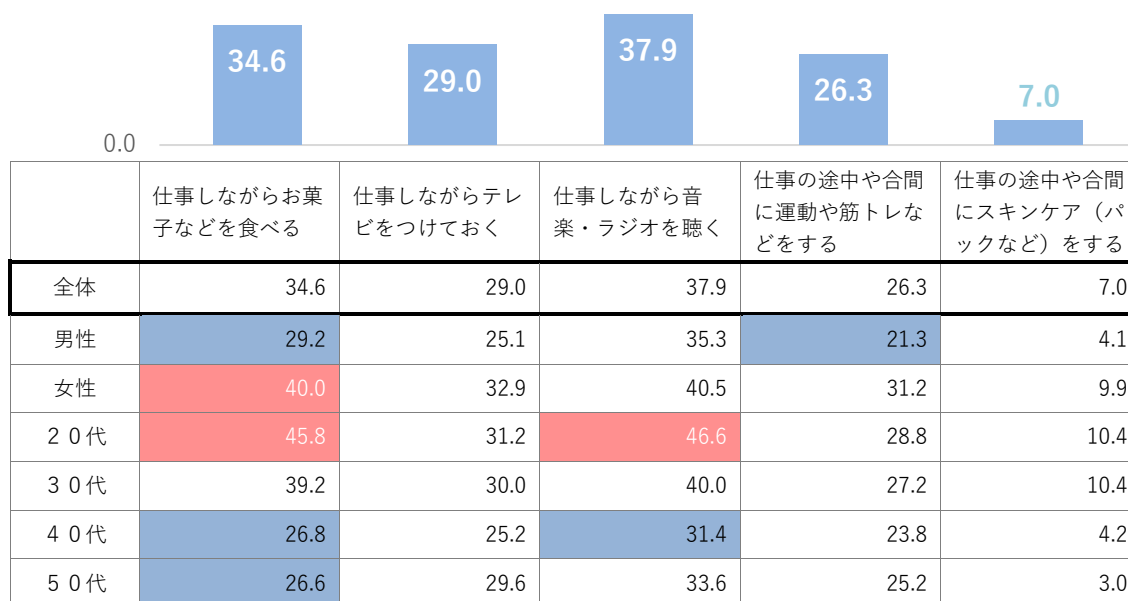
## ～ テレワークで生まれた新しい5つの消費チャンス ～

### —新たな消費の兆し1—

生活者はテレワークによって公私両方のタスクを同時に遂行するように  
 ▼  
 オフィスにいないからこそできる、**新・ながら消費「仕事ながら消費」**

実際にテレワーク中にしていることとして、「音楽・ラジオを聴く」人が37.9%、「お菓子などを食べる」人が34.6%、「テレビをつけておく」人が29.0%、「運動や筋トレなどをする」も26.3%と、3割近くの人が、「ながら消費」を行動に移していることが分かった。また、少数にはなるが、仕事をしながらスキンケアする人も7.0%存在していた。とりわけ、「お菓子を食べる」は20代では45.8%、50代では26.6%、「音楽・ラジオを聴く」は20代で46.6%、50代では33.6%と、**20代でより顕著に「ながら消費」の実態が垣間見えた。**

### Q.現在テレワークの際にしたこと



■全体より5%以上高い ■全体より5%以上低い

#### <フリーアンサーで多かった回答>

ラジオやリスニング、ウェビナーといった、耳だけ貸すようなものや、ダンベル、顔筋トレといったオフィスでは絶対にしないものも散見された。

#### (その他回答抜粋)

ラジオ、ダンベルで筋トレ、部屋の中を動き回る、最中を食べる、ガムをかむ、中国語のリスニング、顔筋トレ、猫背改善体操、肩こりの時人目を気にせず回せる、美顔器ローラー、自宅で淹れたコーヒーを飲む、飲みながら仕事、ウェビナーを聴きながら仕事



## — 新たな消費の兆し 2 —

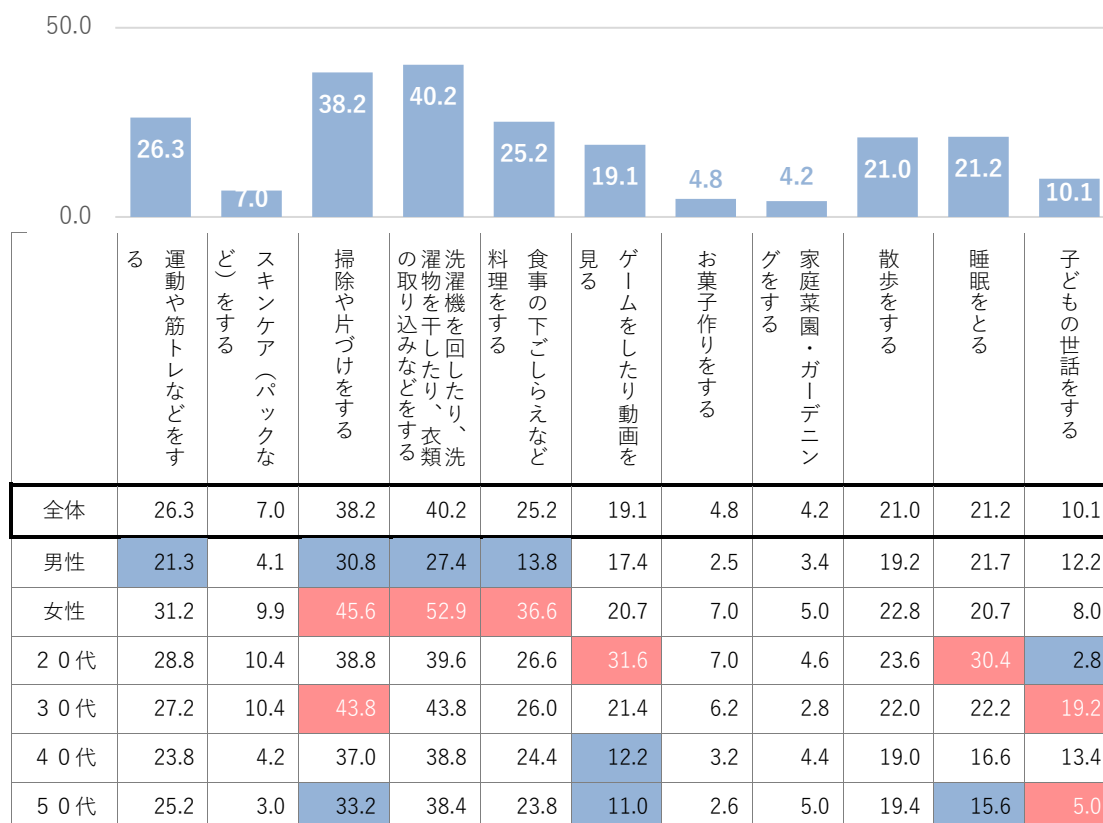
仕事の合間合間に家の中でのスキマ時間を有効に活用している



スキマ時間を有効活用して用事を済ませる「仕事の合間消費」

合間時間消費の兆しとして、消費行動に移されているもので最も多いのが「洗濯」の40.2%、次が「掃除や片付け」の38.2%と、仕事の合間には家事をしている人が最も多い。またその割合は男性に比べて女性が顕著に大きい。また、20代では、「仕事の合間にゲームや動画を視聴したりしている」人が31.6%と他の年代に比べて多い。

Q.仕事の途中や合間にしたこと



■全体より5%以上高い ■全体より5%以上低い

### <フリーアンサーで多かった回答>

花を生ける、横になるといった、自宅ならではの息抜きが多く散見された。

（その他回答抜粋）

ランチの自炊、ガムをよく噛む、酒を飲む、ラジオ体操、以前よりコーヒー一杯分増えた、ポイント活動、コンビニ飯じゃなくて近所のレストランテイクアウト、ラジオ、友人宅に行くようになった、美顔器ローラー、顔のシートパック、花を生ける、休憩で横になる、顧客の電話対応のためトイレも我慢

—新たな消費の兆し3—

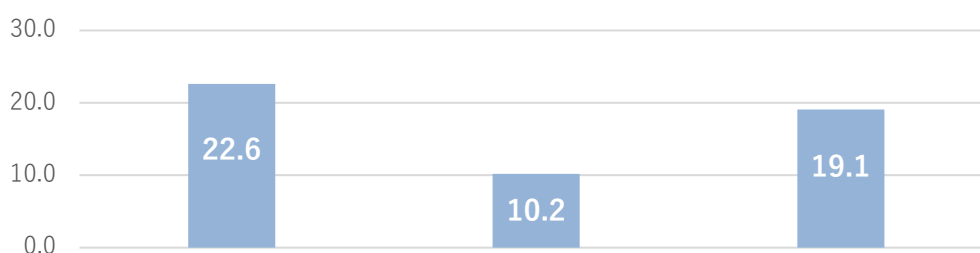
テレワークにより自分で自由に時間をコントロールできる意識が高まる



従来のタイミングとは異なり自分のタイミングで行う「タイムフリー消費」

上記のような自由な時間意識が生まれたことに伴い、自分の時間で食事をしたり、早めにアルコールを飲み始めたりするなど、**公私の時間の線引きが曖昧になっていることがわかった**。「ランチをいつもと違う時間にとる」人が 22.6%など、従来の時間とは違う時間に行動する人や、仕事を調整してプライベートの時間を作るといった「公私が曖昧な形で時間を使っている」人が 19.1%であった。

Q.テレワークでの時間の使い方



	通常の昼休憩と違う時間にランチを取る	夕方からアルコールを飲む	仕事をうまく調整するなど自分の時間を作って勉強をする
全体	22.6	10.2	19.1
男性	19.0	11.0	18.1
女性	26.2	9.3	20.1
20代	25.4	9.8	24.0
30代	23.6	11.2	22.8
40代	19.8	8.6	15.2
50代	21.6	11.0	14.4

<フリーアンサーで多かった回答>

夜におこなっていた風呂や飲酒が昼間にできるようになるなど、1日の中でのタイムフリーもあれば、休日におこなっていたBBQを平日にするようになるなど、1週間という時間の中でのタイムフリーも存在。

(回答抜粋)

仕事終わりにすぐ風呂、昼休みにお出かけ、ダーツ、昼過ぎから酒、夜型から朝型へ、ランチビール、平日のBBQ、眠い時いつでも昼寝、病院、ノーメイクで過ごす日が増えた

—新たな消費の兆し4—

テレワークにより通勤にかかる時間がなくなり、新ルーティンが生まれる

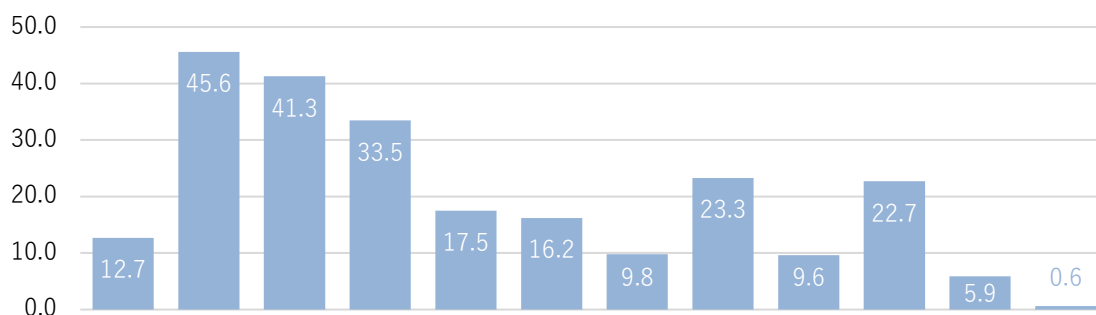


なくなった通勤時間を自分の時間に充てる「通勤時間代替消費」

通勤時間代替消費の兆しとして、生活者はテレワークにより職場に通勤しなくてよくなった時間を、睡眠・食事・仕事など、**ルーティンではあるが今までちゃんと時間を使えていなかったことに充てている**ことがわかった。通勤時間で実際にしていることとして、多かったのは「睡眠」で45.6%、「ゆったりと食事」で41.3%、「家事」で33.5%となっており、新しいことを始めるというよりも、ルーティンだが今までちゃんとできていなかったことにより時間をかけるようになったことが分かる。

※20代のうち56.6%は「睡眠」と、50代が37.5%なのに対して多くみられた。

Q.テレワークで不要になった通勤時間でしていること



	仕事	睡眠	食とゆったり食事(朝夕)	家事	趣味	家族との時間	子どもとの時間	一人になる時間	勉強	筋トレ・体操・散歩	副業・投資など	その他
全体	12.7	45.6	41.3	33.5	17.5	16.2	9.8	23.3	9.6	22.7	5.9	0.6
男性	14.6	42.2	33.7	25.1	20.8	18.7	12.1	25.0	10.9	20.3	8.1	0.8
女性	10.7	48.9	48.9	41.8	14.1	13.6	7.5	21.6	8.3	25.1	3.7	0.4
20代	10.8	56.6	40.4	30.2	22.2	13.2	2.0	30.6	13.4	24.4	8.8	0.2
30代	11.6	47.6	39.4	38.4	16.8	20.0	21.6	20.2	10.8	23.8	8.0	0.4
40代	13.8	40.6	40.8	34.6	15.8	16.0	12.2	19.6	8.2	21.2	4.4	1.0
50代	14.4	37.5	44.7	30.7	15.0	15.4	3.4	22.8	6.0	21.4	2.4	0.8

■全体より5%以上高い ■全体より5%以上低い

<フリーアンサーで多かった回答>

普段読めなかった新聞をじっくり読む時間になったり、普段話す時間のない人と話す時間になったりしている。

(その他回答抜粋)

新聞を読むようになった、子どもの教育、会社以外の知人とのコミュニケーション

※参考

テレワーク前後の時間の使い方の変化詳細

時間の使い方の具体的な変化をみていくと、増えた時間は「睡眠」で **0.8 時間**、「自分の時間」で **0.9 時間** 増えていることが分かった。一方で減った時間としては「通勤時間」で **-1.8 時間**、「仕事時間」で **-1.0 時間** となっている。

Q.テレワーク前後で、生活時間の配分はどのように変わりましたか？（数値で回答）

前後の時間変化

	前	後	差（後-前）
A：睡眠	6.36	7.14	0.8
B：通勤時間	1.76	0.01	-1.8
C：仕事時間	8.95	7.95	-1.0
D：家事の時間	1.44	2.04	0.6
E：自分の時間（入浴なども含む）	4.05	4.98	0.9
F：家族の時間（育児を含む）	1.45	1.88	0.4

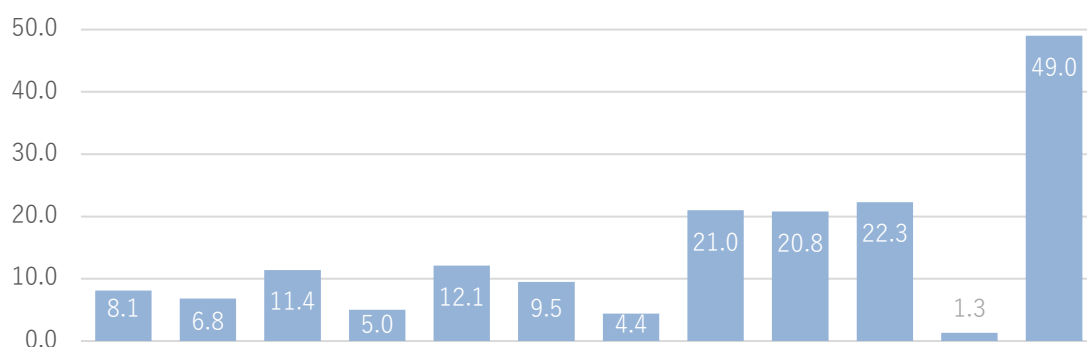
—新たな消費の兆し5—

テレワークにより時間に余裕ができ、今まで時間をかけられなかったことを  
検討できるように

今までできていなかったことに手を伸ばす「先延ばし解消消費」

上記の通り、テレワークにより時間に余裕ができ、購入を検討したもので最も多いのが「自宅でできる副業」で22.3%、次が「英会話や自己啓発などの自己投資」で21.0%と、この機に自己投資を検討する人が多い。その割合は20代が最も多いなど、年代が若いほど普段できない自己投資の機会だと捉えていることが分かる。購入・行動を検討していない人が20代は34.0%なのに対して50代は63.4%と、**若い人ほど何らかの購入を検討しており、テレワークによって今までできなかった若者の新しいニーズが生まれているともいえる。**

Q.購入・行動を検討したもの

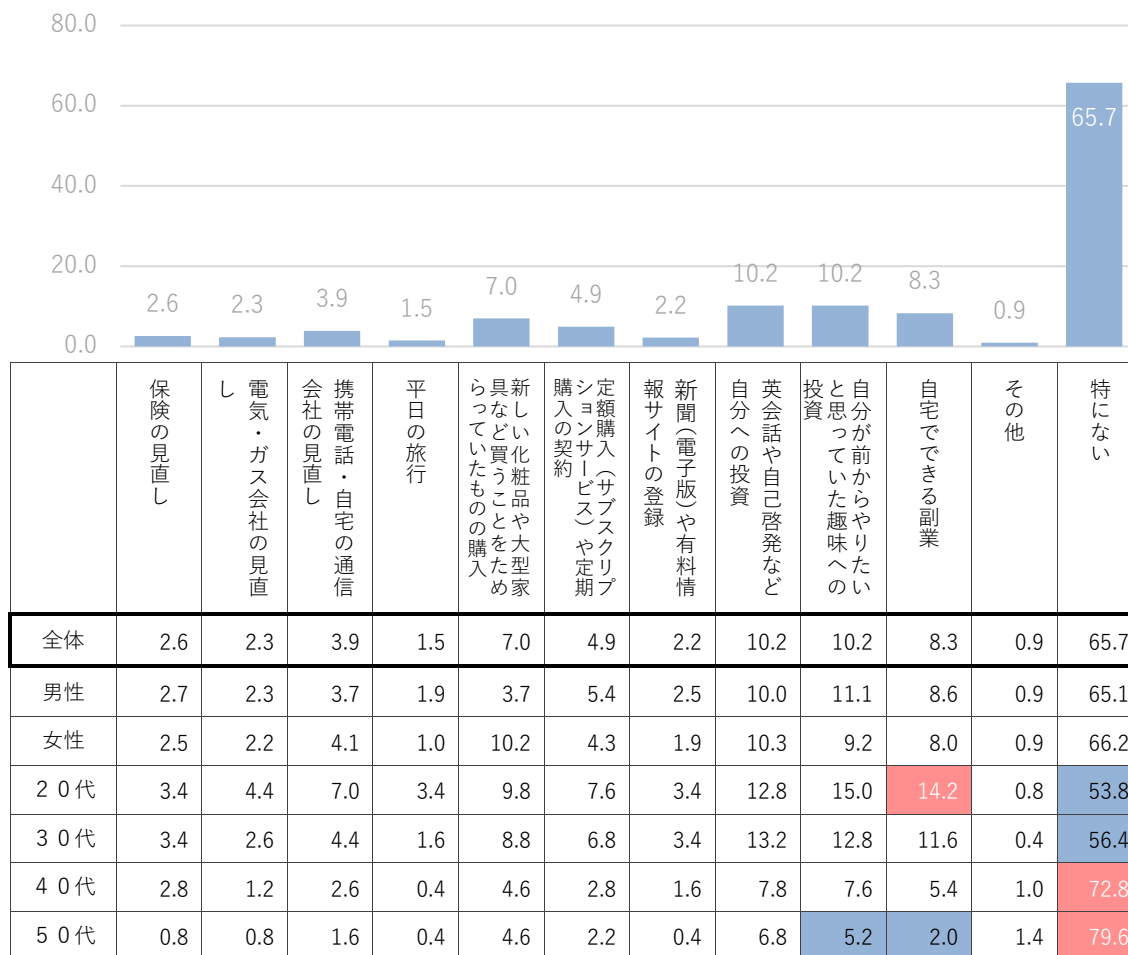


	保険の見直し	電気・ガス会社の見直し	携帯電話・自宅の通信会社の見直し	平日の旅行	新しい化粧品や大型家具など買うことをためらっていたものの購入	定額購入(サブスクリプションサービス)や定期購入の契約	報サイトの登録	新聞(電子版)や有料情報サイトへの投資	英会話や自己啓発など自分への投資	自分が前からやりたかったと思っていた趣味への投資	自宅でできる副業	その他	特にない
全体	8.1	6.8	11.4	5.0	12.1	9.5	4.4	21.0	20.8	22.3	1.3	49.0	
男性	8.2	7.1	11.1	6.1	7.4	10.2	5.3	19.9	21.6	21.0	1.2	50.5	
女性	7.9	6.4	11.6	3.8	16.7	8.7	3.4	22.0	19.9	23.5	1.3	47.5	
20代	12.0	10.2	18.0	8.0	18.2	15.2	7.0	27.2	30.4	32.2	1.0	34.0	
30代	10.4	9.4	12.6	5.4	14.4	13.0	5.6	24.4	24.8	31.0	0.8	41.0	
40代	6.4	4.6	8.2	3.2	7.2	6.6	3.6	17.8	15.2	16.2	1.8	57.6	
50代	3.4	2.8	6.6	3.2	8.4	3.0	1.2	14.4	12.6	9.6	1.4	63.4	

■全体より5%以上高い ■全体より5%以上低い

約1割の人が自己投資や趣味への投資を実際に行動に移しているものの、約6割の人は実際に行動に移せていないなど、検討はしたものの消費行動に移すまでにはまだハードルが存在していることがうかがえる。

### Q.実際に購入・行動したもの



■全体より5%以上高い ■全体より5%以上低い

#### <フリーアンサーで多かった回答>

クルマや家具など、高価な商品の検討や、  
自治体手続きなど、優先順位が低くなりがちな手続きが挙げられる。

#### (回答抜粋)

クルマの購入検討、家具の新調、大掃除の時しかしないところの掃除、自治体手続き、職務専念義務があるためできない、オンラインセミナーの受講、ラジオスペイン語、郵便物のPDF化、普段あまり連絡を取らない友達にメール、メルカリ

## 【調査概要】

- 調査対象 : 20~50 歳代の男女／本調査対象条件＝コロナ禍以降のテレワークの実施者（週2日以上）
- 調査地域 : 首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）、  
東海圏（岐阜県、愛知県、三重県）、  
関西圏（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県）
- 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

※本調査結果「テレワークにおける生活者の行動変化実態調査」をご希望の方は、下記宛に資料請求してください。



### ●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 1-3-5 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