

ー『都市生活者のワークスタイルと暮らしの変化 研究レポート』ー

テレワークに期待する都市のフルタイムワーカーは4つのタイプに分かれる

生活者によって異なるテレワーキングのモチベーション
テレワーク導入による様々な暮らしや住まいの変化を捉えていくことが必要に

株式会社 読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：藤沼大輔）都市生活研究所とR & D局では、このたび「都市生活者のワークスタイルと暮らしの変化 研究レポート」を作成しました。

昨今、働き方改革が急速に推進される中、テレワークを活用した働き方についても徐々に浸透がみられはじめています。テレワーク活用による働く場の自由化は、日々の生活エリア・時間がオフィス周辺エリアから住まい周辺エリアへシフトする可能性があり、暮らし方そのものに大きな変化をもたらすことも想定されます。

都市生活研究所とR & D局では、“暮らしと住まい”をテーマとした都市生活者のライフスタイルに関する調査研究活動を継続的に行っています。本研究レポートについては、都市生活者の「働く」に注目、2017年10月と12月に実施した2つの生活者調査の結果を用いて、東京50km圏に住むフルタイムワーカーのテレワーク利用意識と、実際にテレワークの利用が浸透していく中で想定される“暮らしと住まいのあり方”の変化についてまとめています。

研究レポート サマリー

■都市のフルタイムワーカーは、テレワークを利用したワークスタイルを現実的に考えはじめている

フルタイムワーカーの24.3%が5年後くらいまでには、テレワークを利用した働き方をしたい、と考えており、“いつかはしたい”までを含めると半数以上にのぼる。

■テレワーク利用意向者は4つのタイプに分かれ、利用モチベーションも異なる

『ビジネス力向上志向タイプ(17.5%)』：テレワーク活用で、ビジネスの生産性をあげたいと考えるタイプ。

『プライベート充実志向タイプ(16.9%)』：テレワーク活用で、プライベートを充実させたいと考えるタイプ。

『現状改善志向タイプ(21.1%)』：テレワーク活用が、現状の不満低減に繋がると考えるタイプ。

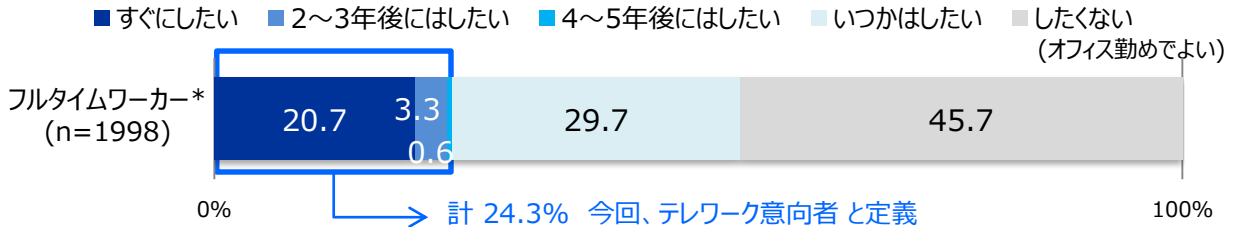
『受動的受け入れタイプ(44.5%)』：テレワーク活用意向はあるが、利用目的はまだ漠然としているタイプ。

■テレワークの浸透とともに、各タイプ特性にあった“暮らしと住まいのあり方”を捉えていく必要あり

テレワークの利用目的が異なれば、テレワークの利用方法（場所、空間、時間など）が異なり、またそのテレワークスタイルに合わせて暮らし方や消費行動までも変化することが想定される。今後、テレワークの浸透とともに、生活者のタイプ特性にあった“暮らしや住まいのあり方”について捉えていく必要がある。

【フルタイムワーカーのテレワーク利用意向】

Q,テレワークを活用し、オフィスに必ずしも出勤しなくてよいような働き方をしたいと思いますか。



*フルタイムワーカー：東京50km圏に居住し、フルタイムで働く20代～60代の正社員、職員、派遣・嘱託・契約社員

【ワークライフ観*によるテレワーク意向者のタイプ分類と主要項目結果】

■ テレワーク意向者のタイプ分類と特性イメージ

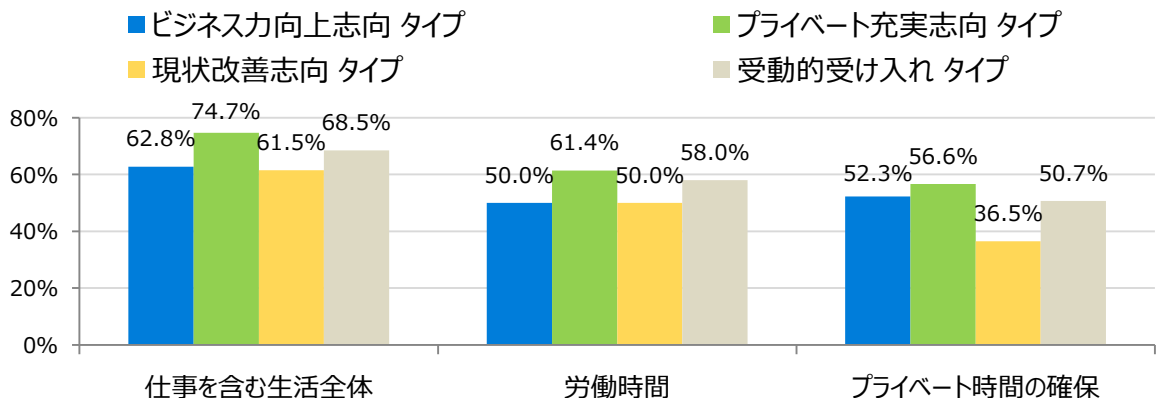
*ワークライフ観：詳しくは3ページ目参照



■ ワークライフ（仕事を含む生活全体）満足度

Q,あなたは、次の事柄について、どの程度満足していますか。

※テレワーク意向者 (n=492) ※「満足+やや満足」のスコア



研究レポートより主な調査・分析結果

■ワークライフ観

ワークライフ観は、仕事及び、仕事とプライベートに関する全般的な意識や取り組み意識について全20項目で聴取したもの。
タイプ分類は本質問回答結果をもとにクラスター分析を実施して作成。

Q、次にあげた仕事に対する意識の中で、あなたにあてはまるものをお知らせください。

	ビジネス力向上 志向 タイプ	プライベート充実 志向 タイプ	現状改善志向 タイプ	受動的受け入れ タイプ
※テレワーク意向者 (n=492)	(n=86)	(n=83)	(n=104)	(n=219)
仕事を通じて自分を高めている	65.1%	51.8%	32.7%	23.3%
プライベートや家庭を中心に考えて 生活を組み立てている	48.8%	79.5%	52.9%	44.7%
仕事はお金を稼ぐための手段である	33.7%	90.4%	65.4%	40.6%
面白い仕事であれば、収入が少なくても かまわない	11.6%	4.8%	56.7%	4.1%
給与は人並みでいいので毎日定時に帰れる ような会社がいい	7.0%	30.1%	71.2%	9.1%

…50%以上 項目

※上表は、全20項目のうち、特徴的な傾向がみられた5項目の結果を掲載。

■テレワーク利用意向理由

(呈示した全20項目のうち、各タイプ、テレワーク意向者全体のスコアより5%以上高くなった上位5項目を掲載)

Q、あなたが、テレワークを利用したいと思った理由をお知らせください。

ビジネス力向上志向タイプ	全体との スコア差 (①-②)	① 当該タイプの 該当%	② テレワーク 意向者全体 での該当%	プライベート充実志向タイプ	※テレワーク意向者 (n=492)		
副業ができる	13.2%	30.2%	17.1%	副業ができる	10.6%	27.7%	17.1%
通勤の分の時間が活用できる	13.1%	81.4%	68.3%	仕事と家庭の両立ができる／ しやすくなる	8.1%	65.1%	56.9%
わずらわしい人間関係から開放される	10.8%	45.3%	34.6%	通勤がないので身体が楽	8.1%	72.3%	64.2%
通勤がないので身体が楽	10.2%	74.4%	64.2%	配偶者が喜ぶ	8.0%	26.5%	18.5%
自分のペース・自由な時間で 仕事ができる	8.7%	75.6%	66.9%	生活拠点を置く場所が都心に に捉われず自由に考えられる	6.8%	28.9%	22.2%

現状改善志向 タイプ

わずらわしい人間関係から開放される	16.4%	51.0%	34.6%
残業が当たり前という風潮に 合わせなくてすむ	15.3%	37.5%	22.2%
自分のペース・自由な時間で 仕事ができる	13.9%	80.8%	66.9%
仕事着に着替えなくてよい	12.4%	38.5%	26.0%
自分の時間が増える	10.0%	75.0%	65.0%

受動的受け入れタイプ

(全体より5%以上、上回った項目なし)			

■研究レポートの分析で活用した調査

<CANVASS-ACR Connect/ex 2017 調査>

※本リリースではこちらの調査結果についてのみ掲載

【調査方法】 電子調査票を利用した訪問留め置き法

【対象者抽出方法】 エリアランダムサンプリング

【調査対象とサンプル数】 東京50km圏に住む12歳～69歳の男女 4,800人 ※ACR/exシングルソースパネルを活用

【本研究レポートにおいて分析対象としたサンプル】 フルタイムで働く20代～60代の男女 1,998人

【調査時期】 2017年12月

ー調査の仕組みについてー

ビデオリサーチ社が実施する、全国主要7地区に住む12～69歳を対象とした生活者調査「ACR ex」。生活者の行動意識・メディア接触、商品の使用・購入を中心とした消費行動実態等を把握できます。なお、「Connect/ex」とは、ACR exのパネルに対して任意の項目を調査できるオプションサービスであり、本調査「CANVASS-ACR Connect/ex」は、読売広告社が2001年より実施しているオリジナル生活者調査CANVASSでの知見・項目を引用、設定した調査となります。

<CANVASS 2017 調査>

【調査方法】 訪問留め置き法

【対象者抽出方法】 エリアランダムサンプリング

【調査対象とサンプル数】 東京30km圏に住む 13歳～79歳の男女 1,350人

【調査時期】 2017年9月

会社概要

株式会社読売広告社

■代表者 : 代表取締役社長 藤沼大輔

■所在地 : 東京都港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル

■設立年月日 : 1946年7月11日

お問い合わせ先

■本リリースについて

総務局 富永、横田

TEL : 03-5544-7104

■研究レポートの詳細について

都市生活研究所 播谷、城

TEL : 03-5544-7223

R & D局 ナレッジ研究ルーム 上野、関、齋藤

TEL : 03-5544-7324