

働く女性の意識・行動調査

【Vol.2】



調査手法

Web調査

調査エリア

全国

対象者条件

- 20～59歳の女性
- 除外業種：なし
- 有職者（パート含む）
- 現在忙しさを感じている方

サンプル数・
割付構成

【新型コロナウイルス感染拡大前 調査（2020年2月実施）】

- スクリーニングサンプル回収数：3,261サンプル（平成27年国勢調査データより女性有職者の年代別構成比にあわせてウェイトバック集計）
- 本調査サンプル数：2,000サンプル（SCデータより忙しい女性の年代別構成比に合わせてウェイトバック集計）
- 本調査割付構成：年代別均等割付

	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳
女性	500	500	500	500

【新型コロナウイルス感染拡大後 調査（2020年4月実施）】

- スクリーニングサンプル回収数：3,442サンプル（平成27年国勢調査データより女性有職者の年代別構成比にあわせてウェイトバック集計）
- 本調査サンプル数：2,000サンプル（前回調査SCデータより忙しい女性の年代別構成比に合わせてウェイトバック集計）
- 本調査割付構成：年代別均等割付

	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳
女性	500	500	500	500

調査期間

前回調査：2020年2月17日（月）～2月19日（水）
今回調査：2020年4月17日（金）～4月20日（月）

調査サマリー

テレワーク実態調査アンケート

- 1) テレワークの経験率
- 2) テレワークのメリット・デメリット

女性の家事負担率調査

- 3) 新型コロナウイルス感染拡大後における女性の「家事負担率」について
- 4) 女性の家事負担率の「理想と現実」について

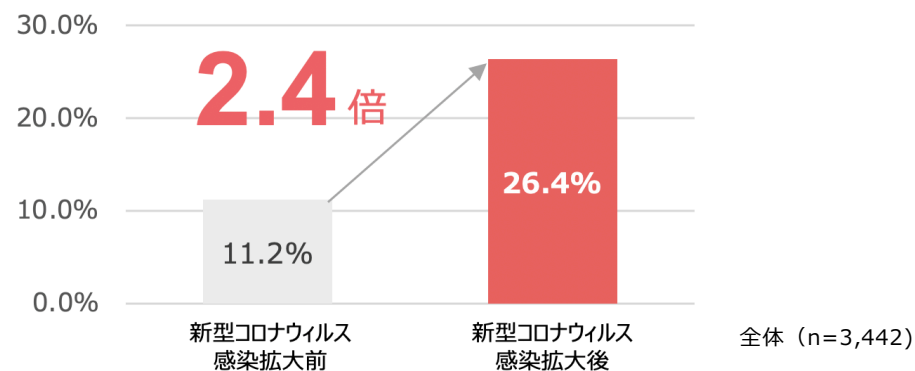
忙しさへの対処方法

- 5) 忙しさからあきらめているもの・こと
- 6) 時短のために行っていること・今後行ってみたいこと

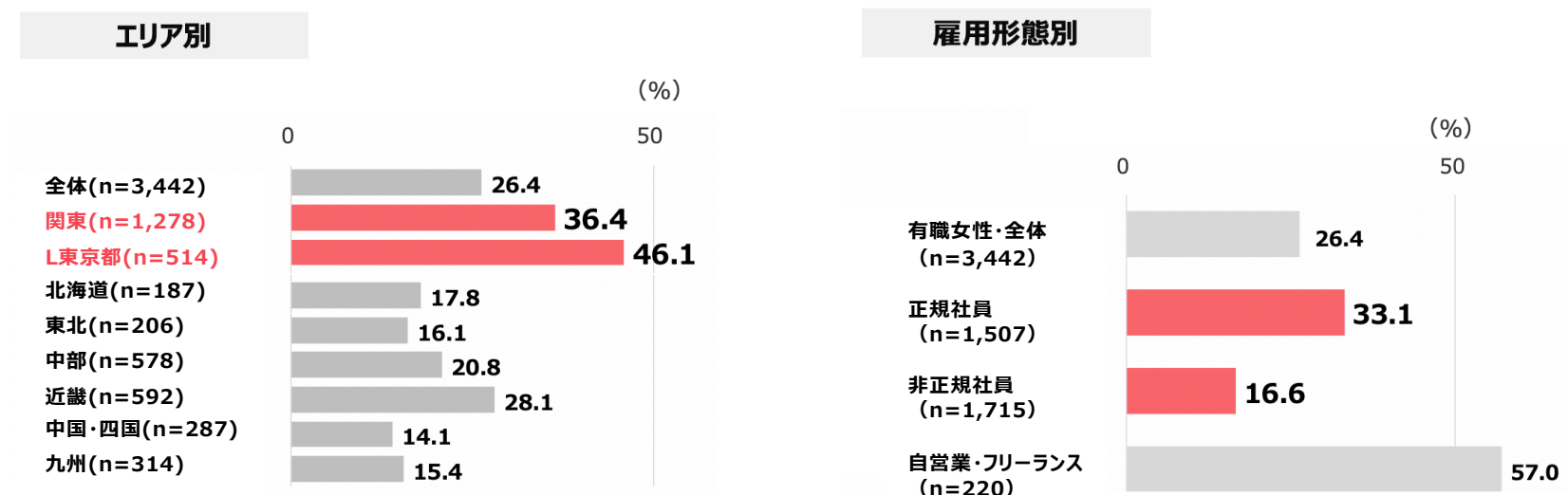
1) テレワーク経験率

- ✓ 有職女性のうち、テレワーク経験者は、新型コロナウイルス感染拡大前11%に対し、拡大後は2.4倍に増加しましたが、全体の26%にとどまった。
- ✓ 地域ごとに差が見られ、関東エリアは全国と比べて10ポイント程度経験率が高く36%、特に東京都は46%と突出して高いスコアとなっている。雇用形態別では、正規社員が33%に対し、非正規社員が17%となっており、雇用形態によって差が見られた。

【表1】新型コロナウイルス感染拡大【前・後】のテレワーク経験率



【表2】新型コロナウイルス感染拡大後のテレワーク経験率



2) テレワークのメリット・デメリット

- ✓ テレワークのメリットでは、「通勤時間がない／通勤電車に乗らなくてよい」が37%、次いで「自分のペースで仕事ができる・時間の調整ができる」が10%で続いている。この理由として、「通勤時間がなくなり、ストレスが軽減された（50代DEWKS）」をはじめ、「周りを気にせずに自分の好きなペースで仕事ができる（30代シングル）」「時間にゆとりができ、自己改善に費やせる（40代バリキャリ）」と、働き方における自由度が増したことについて、シングルワーカーやバリキャリからの声も目立った。
- ✓ 一方で、デメリットとしては、「仕事上のコミュニケーションが取りづらい・不足する」が10%でトップ。次いで「仕事の効率が悪い・やりづらい・進まない」「仕事に集中できない・仕事ができない」が上位にあがっている。効率が上がらない理由として「仕事環境がオフィス並みでないこと」等もコメントとして挙げられており、今後テレワークを推進する上で、コミュニケーション不足解消や自宅の環境整備が課題と考えられる。

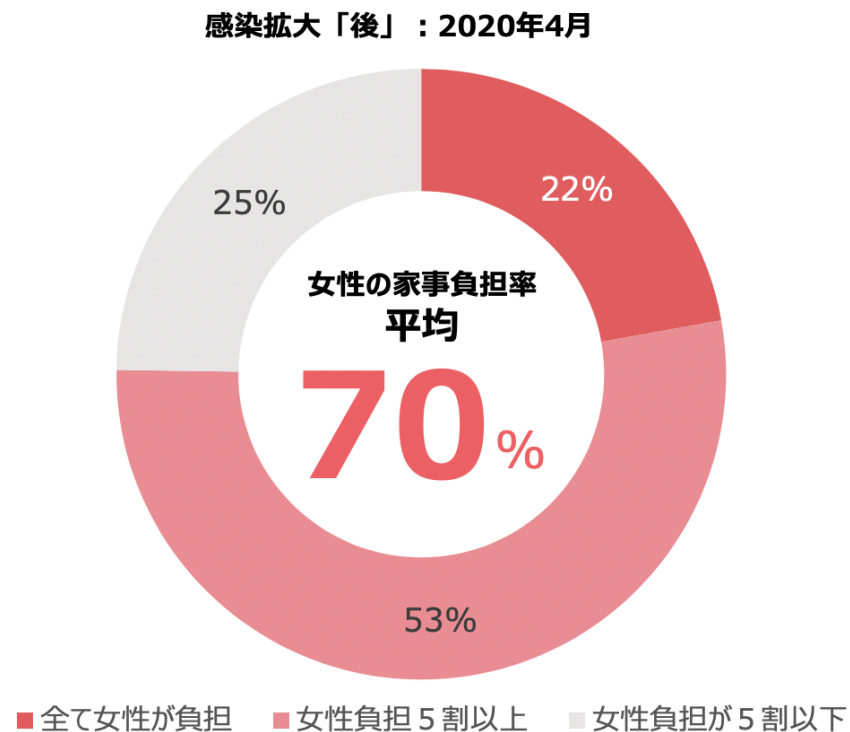
メリット TOP5		実際のコメント
1位 通勤時間がない／通勤電車に乗らなくてよい	36.7%	- 通勤時間とそのストレスが軽減された(50代DEWKS) - 通勤の時間が不要な為、夜ご飯の支度が早く始められる(40代DEWKS) - 周りを気にせずに自分の好きなペースで仕事ができる(30代シングル) - 時間にゆとりができ、自己改善に費やせる(40代バリキャリ) - 業務開始時間ギリギリまで寝られる、終業後すぐ自分の時間に切り替えられる(20代シングル) - 外出による感染リスクが減る(40代DEWKS) - 平日の昼間に洗濯などのちょっとした家事ができる(40代DINKS)
2位 自分のペースで仕事ができる・時間の調整ができる	10.2%	
3位 時間の余裕・自由が増える	9.0%	
4位 新型コロナウイルスへの感染リスクが減る	6.6%	
5位 家事の時間が取れる	5.4%	

デメリット TOP5		実際のコメント
1位 仕事上のコミュニケーションが取りづらい・不足する	9.8%	- 上司や同僚との必要最低限のコミュニケーションが取りづらい(20代シングル) - 質問や疑問点をすぐに聞くことができない(30代シングル) - 仕事環境がオフィス並みではないので効率が下がる(40代DINKS) - 集中力が続かない。他の事が気になってしまう(20代DEWKS) - メリハリをつけるのが難しい(30代バリキャリ) - 退勤時間を考えなくなったのでメリハリがつかなくなる(20代DINKS)
2位 仕事の効率が悪い・やりづらい・進まない	8.1%	
3位 仕事に集中できない・仕事ができない	7.6%	
4位 メリハリがつかない	5.4%	
5位 仕事に制限がある／できる仕事に限りがある	5.1%	

3) 新型コロナウイルス感染拡大後における女性の「家事負担率」について

- ✓ 新型コロナウイルス感染拡大「後」においても、5割以上家事負担をしている女性は75%という結果に。内訳として、女性が全ての家事を負担している割合は22%、5割以上の負担は53%となっている。
- ✓ 感染拡大後の「女性の家事負担率」の平均は70%となっており、テレワーク下において、在宅時間が増加した場合でも「家事・育児」において、女性の負担率は高い水準となった。

【図3】新型コロナウイルス感染拡大後の女性の家事負担率

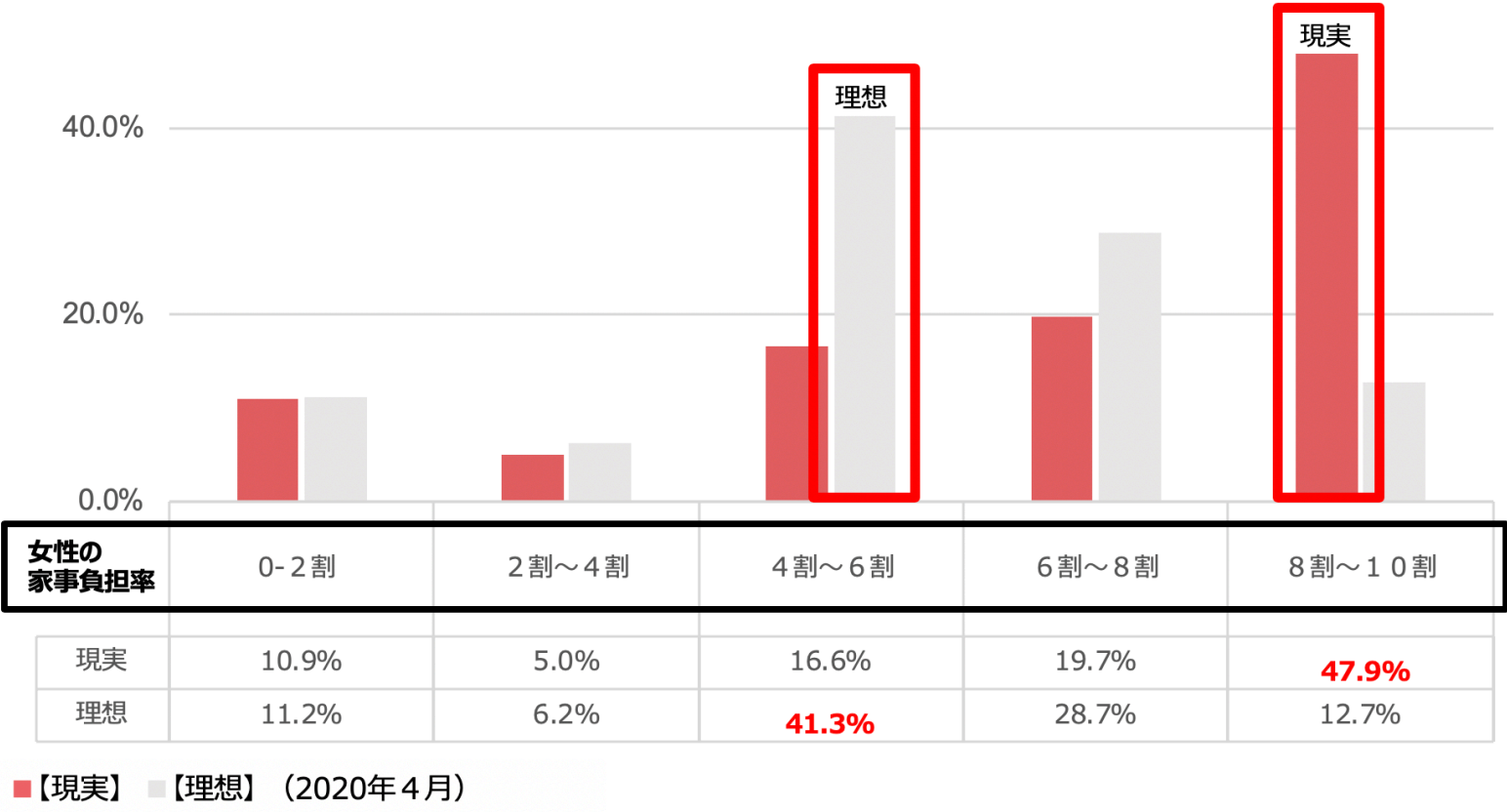


※「女性の家事負担率の平均」の算出方法は、家事負担立を0%～100%の範囲で選択回答されたものを平均した数値

4) 女性の家事負担率の「理想と現実」について

✓ 41.3%の女性が4割～6割の家事負担率を理想としていますが、47.9%の女性が8割～10割の家事負担をしている現実が確認できます。理想と現実の間には大きなギャップがあると言える。

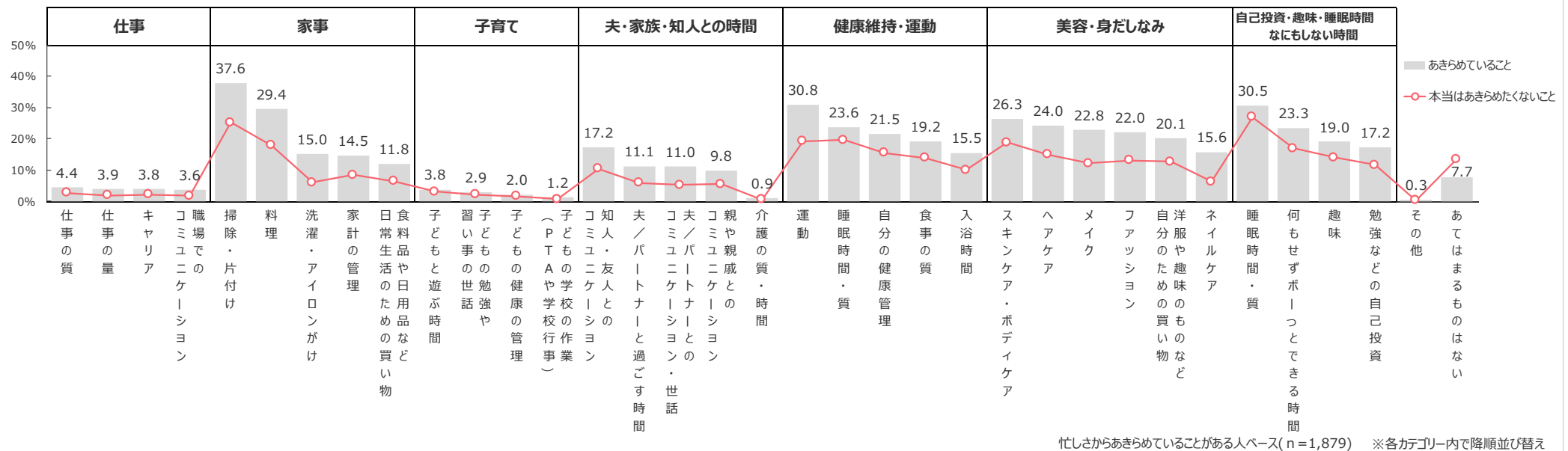
【表4】女性の家事負担率の「理想と現実」



5) 忙しさからあきらめているもの・こと

- ✓ 忙しさからあきらめていることは「家事」、特に「掃除・型付け」37.6%が全項目の中で一番高かった。一方で「仕事」については「仕事の質」が4.4%に留まるなど低い結果が並ぶ。さらには「子育て」も「子どもと遊ぶ時間」が3.8%に留まるなど、全項目低い結果となり、「仕事」「子育て」は手抜けない、あきらめられないという現状が浮き彫りになった。
- ✓ 一方で「健康維持・運動」「美容・身だしなみ」「自己投資・趣味」カテゴリーのスコアが多く、主に“自分のケアやお手入れ”“自分の楽しみの時間”をあきらめていることがわかる。特に「健康」では「運動」が30.8%、「美容・身だしなみ」ではスキンケア・ボディケアが26.3%と高く、あきらめている実態が分かる。「睡眠時間」はあきらめている、あきらめたくない、いずれの数値も高く、忙しさから睡眠時間を削っていると考えられる。

【表5】忙しさから手を抜いてしまう・十分に出来ていない・あきらめていること



6) 時短のためにやっていること・今後行ってみたいこと

- ✓ 時短のために現在やっていること 1 位は、「冷凍食品やレトルト、お惣菜の使用」が43.8%。2 位「外食」が34.6%、4 位「作り置き」28.7%と料理関連が上位に並び、働く女性たちは「料理」に時間を取られているという意識が高い。
- ✓ 次で、美容関連が 3 位「最低限の化粧で外出」32.2%、5 位「洗い流さないヘアトリートメント」26.4%、7 位「オールインワン化粧品」25.4%と並び、時短商品を生活に取り入れていることがわかる。
- ✓ 今後行ってみたいことでも料理関連が上位に並び「作り置き」がトップに。美容関連でも「エステ・スパ／マッサージ」が 2 位に上がるなど、料理や美容が上位に。しかし「家事代行」など、新たにコストのかかるサービスはセーブされている現状がうかがえる。

【表 6】時短のためにやっていること TOP10

1位	冷凍食品やレトルト、お惣菜の使用	43.8%	6位	フローリングワイパー（クイックルワイパーなど）	26.1%
2位	外食	34.6%	7位	オールインワン化粧品	25.4%
3位	最低限の化粧で外出	32.2%	8位	入浴剤	24.7%
4位	作り置き	28.7%	9位	サプリメントや健康食品	24.4%
5位	洗い流さないヘアトリートメント	26.4%	10位	帽子やマスク、サングラスで顔を隠してノーメイクで外出	21.3%

【表 7】時短のために今後行ってみたいこと TOP10

1位	作り置き	20.4%	6位	入浴しながらのマッサージ	16.9%
2位	エステ・スパ／マッサージ	20.1%	7位	速乾ドライヤー	16.6%
3位	冷凍食品やレトルト、お惣菜の使用	18.5%	8位	サプリメントや健康食品	15.0%
4位	お掃除ロボット（ルンバやブラーバなど）	18.2%	9位	オールインワン化粧品	13.5%
5位	外食	17.6%	10位	洗い流さないヘアトリートメント	13.3%