

「新型コロナウイルス」感染拡大における 読売新聞読者の行動・意識調査 第2報 ～ 読者の在宅勤務状況 ～

2020年5月

読売新聞東京本社 広告局

< 調査概要 >

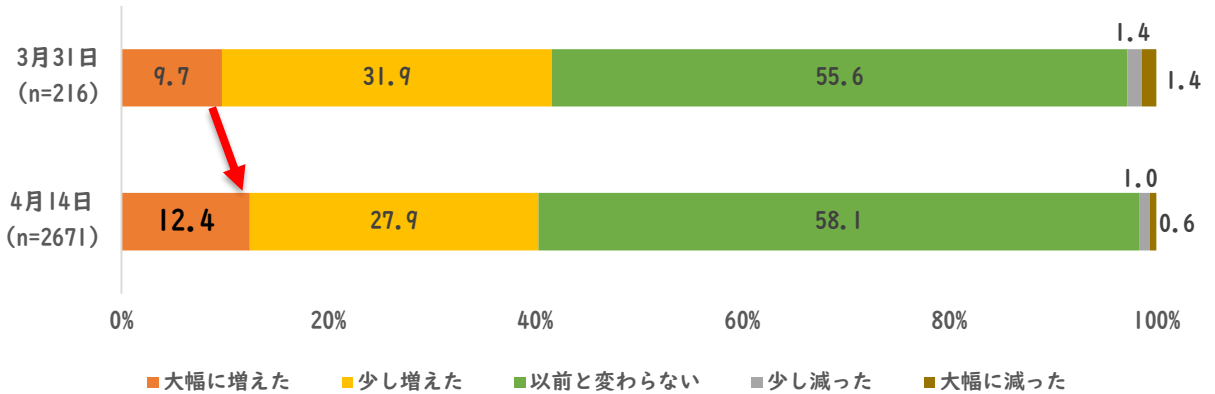
- ▶ 調査対象者：読売新聞を購読している15歳～69歳の男女個人
- ▶ 調査エリア：首都圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）
- ▶ 調査実施日：2020年3月31日（火）・4月14日（火）
- ▶ 抽出方法：新聞広告による公募を中心とし、インターネット調査モニターパネルからの公募で補完。応募者をJ-READの当該地域・対象者の性×年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付
- ▶ 調査方法：パソコン・タブレット・スマートフォンを利用したウェブ調査。新聞紙面に関する設問は原則として新聞紙面を手元に用意して回答する再認法
- ▶ 標本サイズ：1パネルあたり原則約300名で、回収数は70～80%程度を想定。4月14日調査は12パネルを使用
- ▶ 有効回答者数：216人（3月31日）・2671人（4月14日）
- ▶ 調査機関・レターヘッド：株式会社ビデオリサーチ

< 調査結果サマリー >

- 緊急事態宣言の発出後、特に若年層（29歳以下）の新聞を読む時間が増えている
- 新型コロナウイルス関連記事に注目している読者は95%近くで、引き続き高い状況
- 新型コロナウイルス関連の情報を取得する上で、信頼している情報源は、すべての年代で「新聞」がトップ
- 新型コロナウイルスの感染拡大を受けて在宅勤務を開始した人は全体の16.4%
- 在宅勤務の開始に際し、購入した商品の上位項目は「PC周辺機器」「パソコン」で、購入を検討したい商品の上位項目は「パソコン」「デスクや椅子」「通信機器」
- 外出自粛要請の拡大に伴い、通信販売などの「巣ごもり消費」が大幅に増加

新聞を読む時間の変化

- ◆ 4月14日調査回の増えた計は40.3%で、前回と大きく変わらないが、緊急事態宣言の発出を経て、大幅に増えた人の割合が3.0ポイント程度上昇
- ◆ 年代別で見ると、若年層、特に29歳以下の新聞を読む時間が増えている



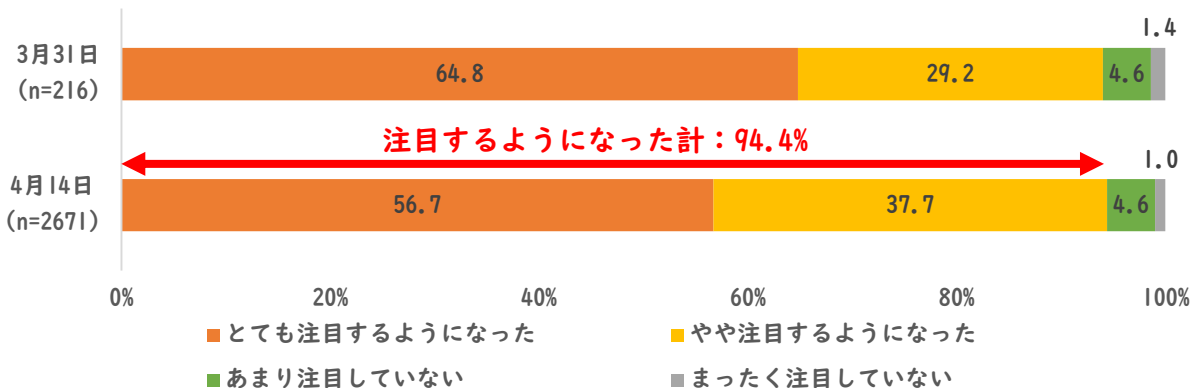
< 年代別 >

	3月31日				4月14日			
	n	大幅に増えた	少し増えた	増えた計	n	大幅に増えた	少し増えた	増えた計
29歳以下	34	5.9	23.5	29.4	320	10.9	29.1	40.0
30代	37	5.4	32.4	37.8	460	11.7	25.9	37.6
40代	35	11.4	28.6	40.0	423	13.5	23.6	37.1
50代	43	7.0	30.2	37.2	620	10.8	26.8	37.6
60代	67	14.9	38.8	53.7	848	14.0	31.4	45.4

(単位：%)

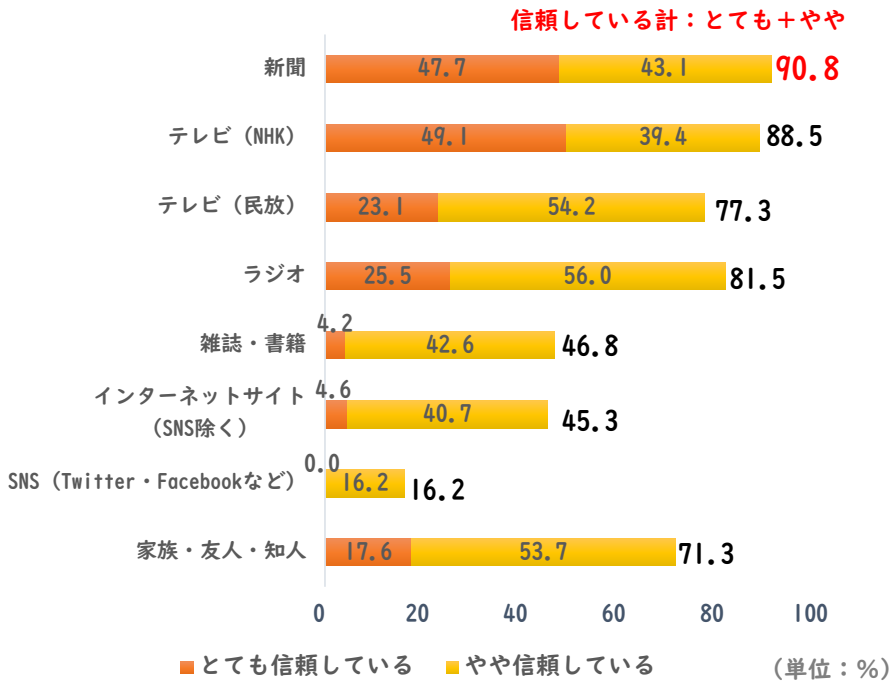
コロナ関連記事への注目

- ◆ 新型コロナウイルスに関連する記事への注目は、非常に高い状況が続いている



コロナ関連の情報取得で信頼する情報源

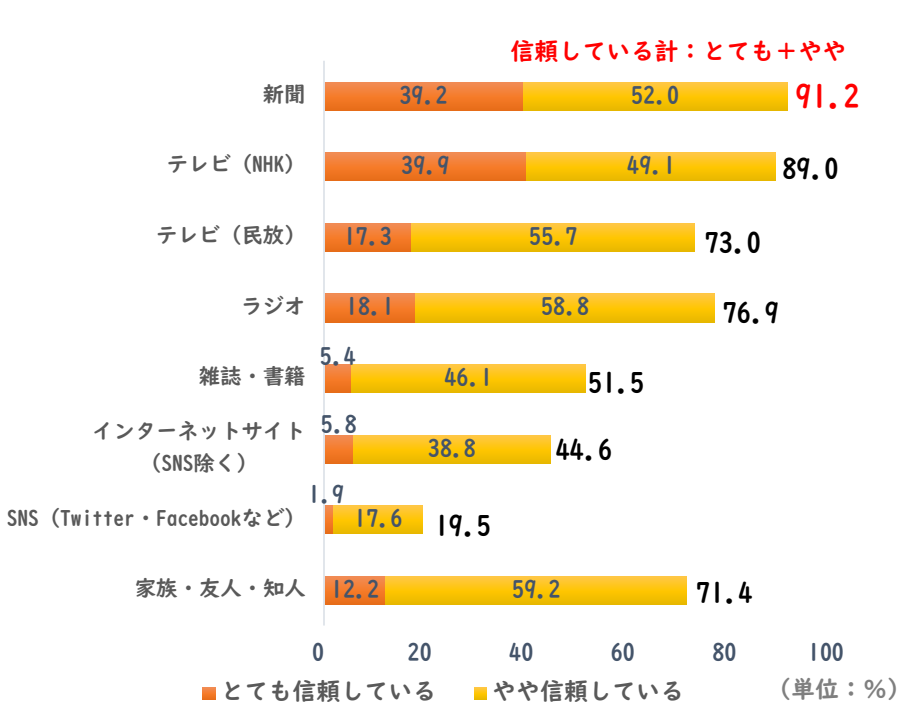
- ◆ 信頼している計は両調査回ともに「新聞」がトップで、高い信頼を維持
- ◆ 「テレビ（民放）」「ラジオ」は、4月14日調査回で信頼してる計が減少
- ◆ 年代別で見ると、4月14日調査回で「新聞」はすべての年代でトップ



(3月31日：n=216・複数回答)

< 年代別上位項目 >

	1位	2位	3位
29歳以下	テレビ (NHK)	新聞	ラジオ
30代	新聞	テレビ (NHK)	ラジオ
40代	新聞		ラジオ
	テレビ (NHK)		
50代	新聞	テレビ (NHK)	テレビ (民放)
60代	新聞	テレビ (NHK)	テレビ (民放)



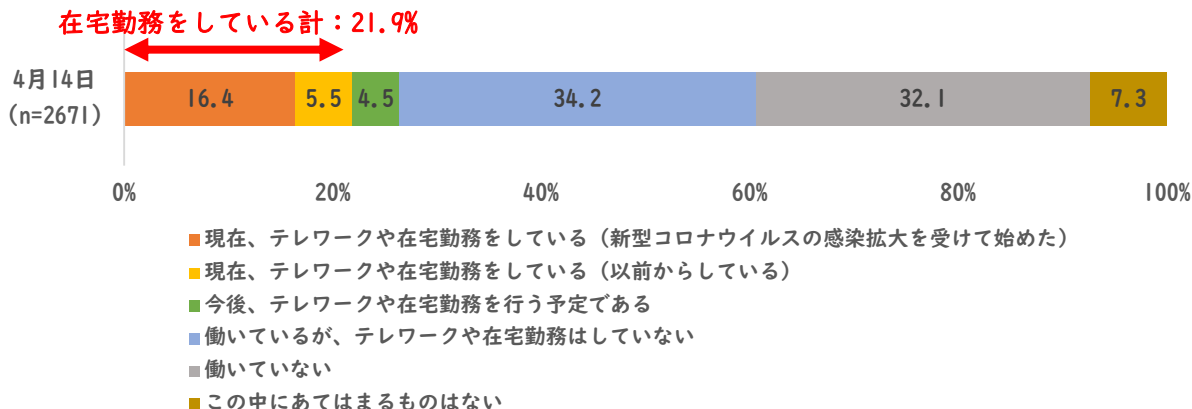
(4月14日：n=2671・複数回答)

< 年代別上位項目 >

	1位	2位	3位
29歳以下	新聞	テレビ (NHK)	ラジオ
30代	新聞	テレビ (NHK)	ラジオ
40代	新聞	テレビ (NHK)	ラジオ
50代	新聞	テレビ (NHK)	ラジオ
60代	新聞	テレビ (NHK)	ラジオ

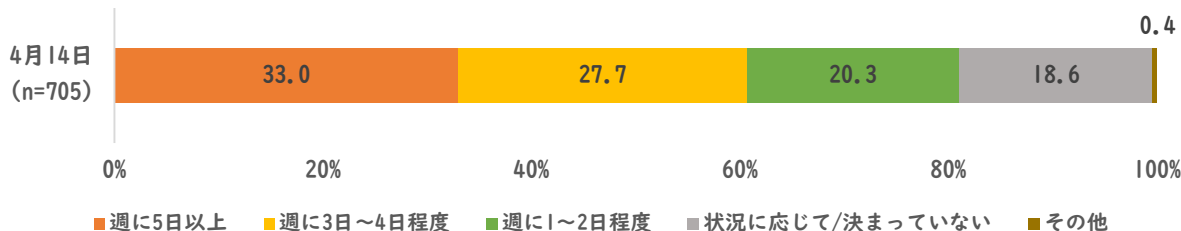
在宅勤務の状況

- ◆ 在宅勤務をしている人は全体の2割強で、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて在宅勤務を開始した人は16.4%



一週間における在宅勤務の頻度

- ◆ 一週間のうち、5日以上在宅勤務をしている人は、在宅勤務者の中で3割強 (在宅勤務予定者の回答結果を含む)



在宅勤務に際し、購入した商品と購入検討商品

- ◆ 購入した商品に比べ、購入を検討したい商品では、「デスクや椅子」「通信機器」が上位項目に入っている

(4月14日 n=705・複数回答)

< 購入した商品 >

キーボード・マウスなどPC周辺機器	9.4
パソコン	7.7
ヘッドセット	6.4
プリンター・スキャナ	6.2
ディスプレイ	6.0
デスクや椅子	5.5
通信機器	5.4
在宅勤務に適した衣類	3.1

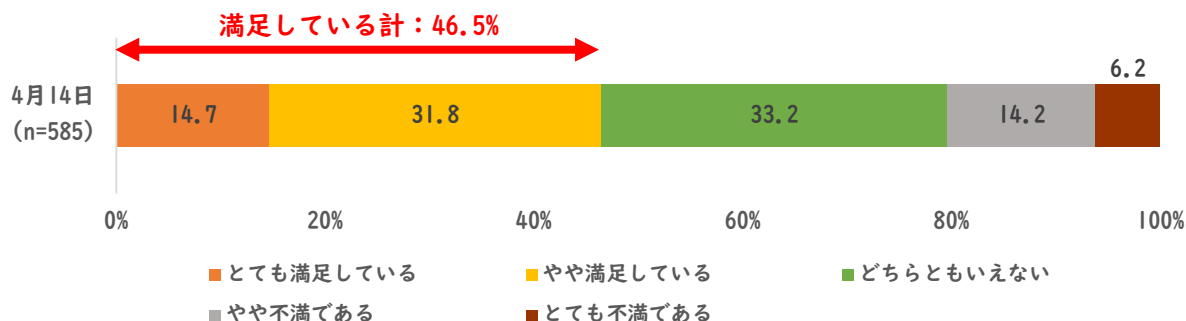
< 購入を検討したい商品 >

パソコン	17.4
デスクや椅子	16.3
通信機器	14.2
ヘッドセット	13.5
プリンター・スキャナ	12.8
ディスプレイ	12.6
キーボード・マウスなどPC周辺機器	11.6
在宅勤務に適した衣類	10.5

(単位：%)

在宅勤務に対する満足度

- ◆ 在宅勤務に満足している（「とても満足」＋「やや満足」）人が半数弱なのに対し、不満を抱えている（「とても不満」＋「やや不満」）人も2割程度存在



在宅勤務の良い点・悪い点（不便に感じる点）

< 自由回答より抜粋 >

<< 良い点 >>

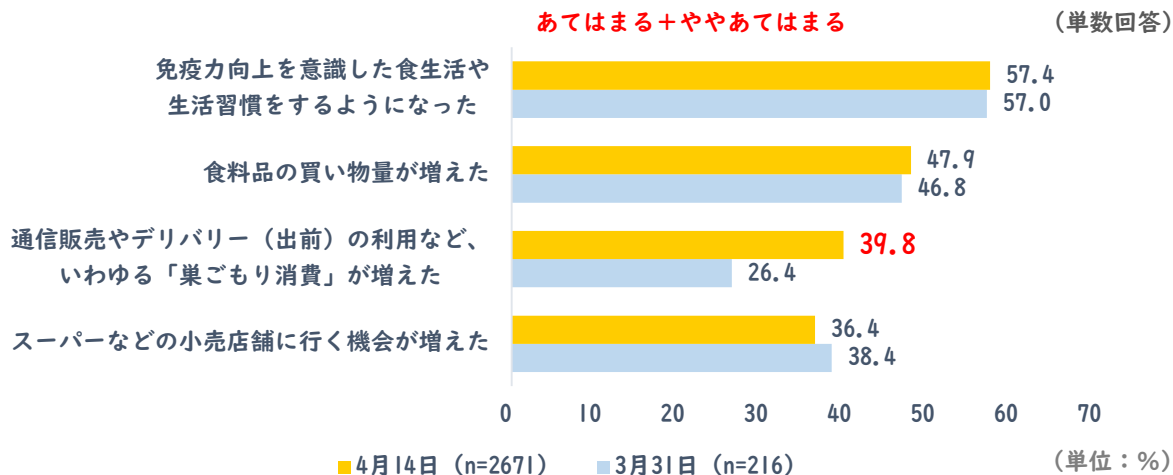
- ▶ 通勤時間がなくなるので、その分仕事ができる（男性29歳以下）
- ▶ 意識の改革、変化など今後の生き方を考えさせられるよい時期だと思う（男性40代）
- ▶ 周囲の音や声などを気にせず、集中して仕事ができ、移動手段の満員電車に乗らないため、ストレスや疲労も軽減できる。また、自分のスケジュールを組むことで、仕事とプライベートのメリハリを持って行動ができる（男性50代）
- ▶ 周りに左右されることなく、自分のペースで物事を進められるので仕事が早く終わる（女性30代）
- ▶ 通勤時間もなく、会社での人間関係の問題もないのが良い。また、ある程度自分の都合や体調に合わせて仕事ができる（女性40代）
- ▶ 多様な働き方が認められることはとても良いことだと思います。少子高齢化社会において、それぞれの事情に合わせたフレキシブルな働き方を可能にしたいと思います（女性50代）

<< 悪い点 >>

- ▶ 会議がオンラインだとしにくいと感じる。特にディスカッション系の打合せは難しい（男性30代）
- ▶ 精神的にルーズとなりがちなこと。業務に集中出来ず、生産性が阻害される（男性40代）
- ▶ パソコンが小さく、多くのデータを同時に見られないので効率が悪い。作業中に会話をする場合、すぐに回答が返ってこれないので、時間のロスが多い（男性60代）
- ▶ コミュニケーションが取りづらい、パソコンが小さくて見辛い、パソコンが重い（女性29歳以下）
- ▶ 日々の業務報告をメール等でしているにもかかわらず、大した内容もないのに、毎日テレビ会議が開催されて、通常業務が圧迫される（女性30代）
- ▶ 快適な仕事の環境にするために購入する費用は自腹（女性40代）
- ▶ 会社のPCはセキュリティ上自宅のWi-Fiに繋ぐことができないので、不便だ（女性60代）

消費行動や意識の変化

- ◆ 引き続き、多くの方が免疫力の向上を意識した生活をしている
- ◆ 外出自粛要請の拡大に伴い、「巣ごもり消費」の割合が大幅に増加



感染拡大後、娯楽や気分転換のためにしている事

- ◆ 「TV視聴」「インターネット（検索、ポータルサイト等）」が4割を超え、「読書」「映画・ドラマ鑑賞」「インターネット（動画視聴）」がそれに次ぐ

