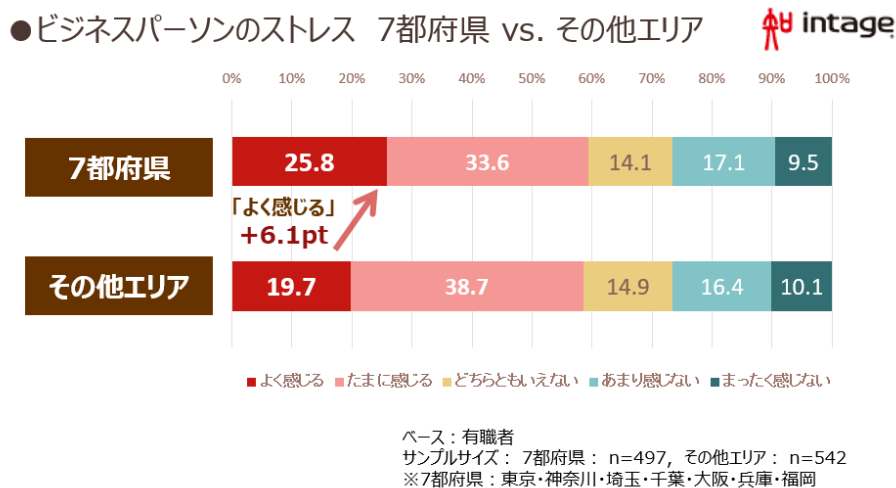


- コロナ禍の現在、ストレスを「感じる」(「よく感じる」+「たまに感じる」)と回答した人はビジネスパーソンの6割。2019年に「感じていた」回答率と比べ8.3ポイント増。中でも「よく感じる」と高頻度でストレスを感じる人の割合は1.5倍で2割を超えた。
- 40代・50代では2019年にストレスを「感じていた」回答率から10ポイント以上も増加。特に50代では「よく感じる」回答率は2倍以上に。
- 20代・30代では「まったく感じない」の割合が1割を超え、2019年に「まったく感じていなかった」割合からそれぞれ1.7倍、2.1倍に。

ビジネスパーソンのストレス度合いは、度重なる緊急事態宣言が発令されている7都府県(東京・神奈川・埼玉・千葉・大阪・兵庫・福岡)とその他のエリアに違いがあるのでしょうか(図表2)。

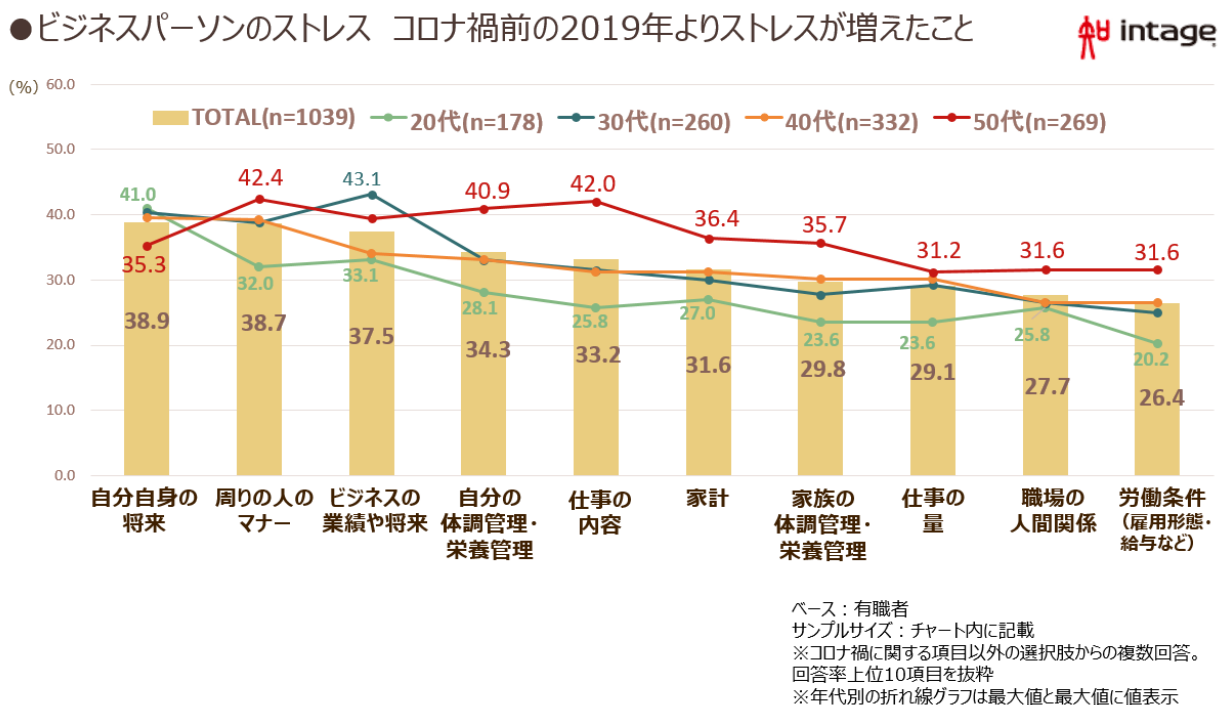
図表2



- ストレスを「感じる」と回答した人の割合は7都府県とその他エリアとも約6割だが、「よく感じる」という人の割合は7都府県で6.1ポイント高い。

続いて、どのようなことにストレス増を感じているのか、直接的なコロナ禍に関する事柄(外出制限、感染リスクなど)以外について聴取した結果が図表3です。

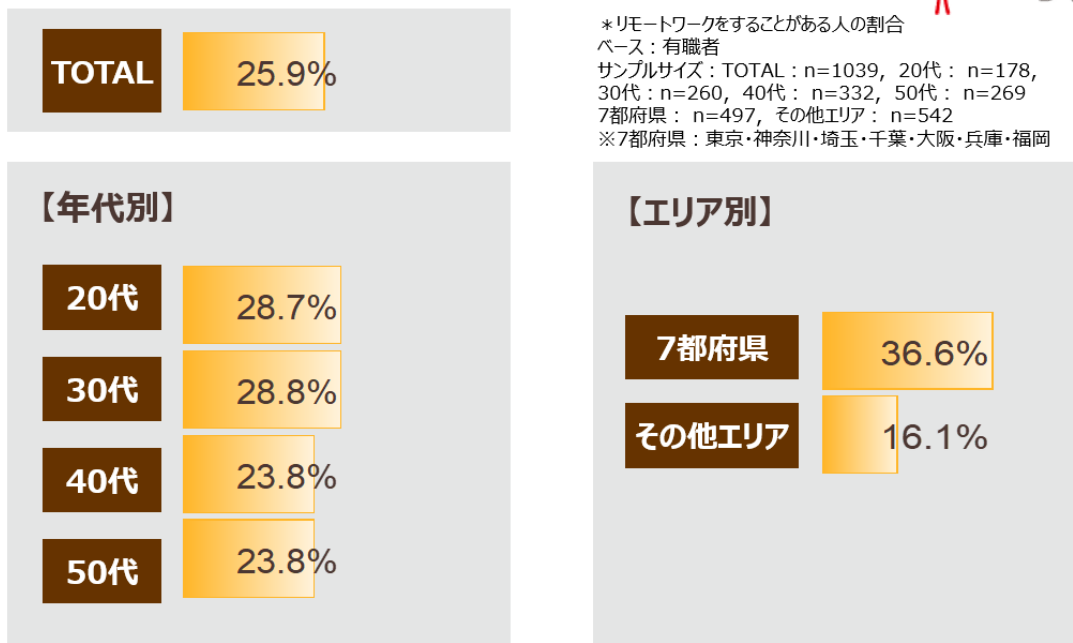
図表3



- ビジネスパーソンにとってのストレス増トップ3は「自分自身の将来」「周りの人のマナー」「ビジネスの業績や将来」でいずれも4割弱。
- 50代は他の年代より大半の項目でストレス増を感じている人の割合が大きい。特に差が顕著なのは「仕事の内容」「自分の体調管理・栄養管理」でそれぞれ全体より8.8ポイント、6.6ポイント高い。

ここで、コロナ禍のビジネスパーソンの背景情報としてリモートワークをすることがある人の割合を見てみましょう。
図表 4

●コロナ禍の現在のリモートワーク率*



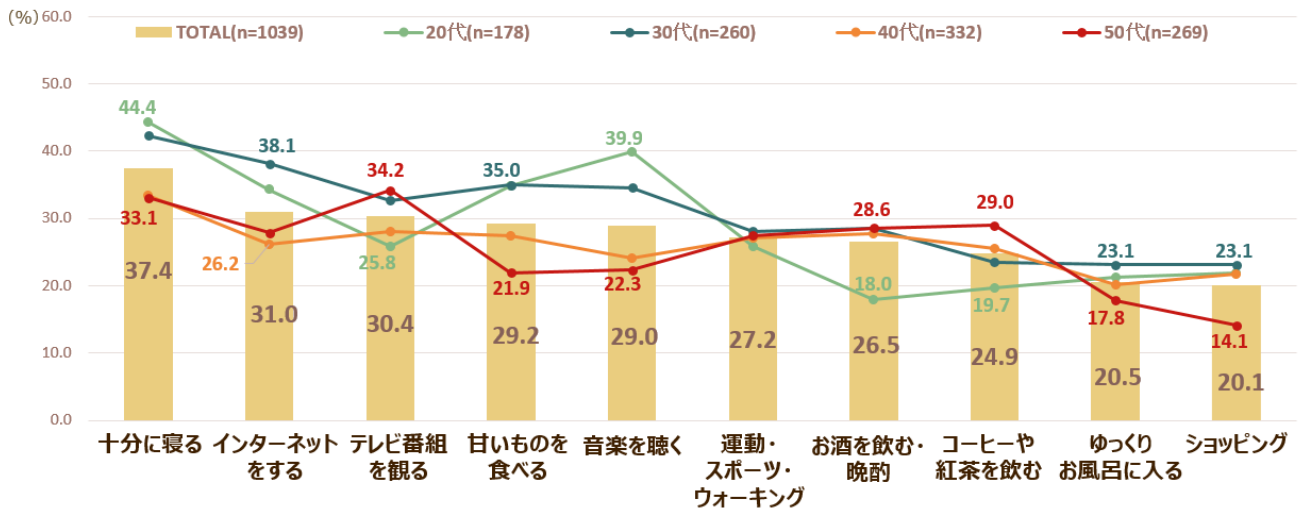
- リモートワーク率は全体では25.9%。
- 20代・30代ではいずれも3割弱。一方、40代・50代ではいずれも23.8%と20代・30代より低い。
- エリア別では7都府県は36.6%でその他エリアの2.3倍。

ここまで見てきたデータから、コロナ禍の現在、7都府県に住むビジネスパーソンはその他エリアの人より頻繁にストレスを感じていて、年代別では責任世代である40代・50代でストレスを感じる人の割合がコロナ禍前より増えていることがわかりました。コロナ禍でリモート勤務が進む中、自身は立場上、出社勤務してリモート勤務の部下のサポートや管理にあたる管理職の負担が増えているといわれていますが、この調査結果からもその様子がうかがえます。一方でコロナ禍以前より目立ったストレス増は見られず、むしろ「まったく感じない」人の割合が増えている20代・30代。デジタルネイティブであり、個性を重視し会社に依存しないといった特徴があるといわれるミレニアル世代では「ニューノーマル」がフィットする人が少なくないのかもしれませんが。

そんなコロナ禍のビジネスパーソンはどのようにストレスを解消しているのでしょうか(図表5)。

図表 5

●ビジネスパーソンのストレス解消法



ベース：有職者
 サンプルサイズ：チャート内に記載
 ※コロナ禍に関する項目以外の選択肢からの複数回答。
 回答率上位10項目を抜粋
 ※年代別の折れ線グラフは最大値と最大値に値表示

- トップは 37.4%の「十分に寝る」。これに続くのが「インターネットをする」「テレビ番組を観る」「甘いものを食べる」「音楽を聴く」でいずれも約3割。このうち、「テレビ番組を観る」以外は、20代・30代で他の年代より高い。
- 6位の「運動・スポーツ・ウォーキング」は年代間に差がなく、7位の「お酒を飲む・晩酌」(26.5%)は20代の低さ(18.0%)が目立つ。

最後に、ストレスに対する対処法や工夫についての自由回答から、ビジネスパーソンの声をご紹介します。

「在宅でオン/オフを切り替えるのが難しいので、仕事が終わったら買い物や料理、ゲームなどをして仕事のことを考えないようにしています。」	20代女性
「旅行がストレス解消法であったが、コロナの中でなかなか行けず。今は、旅行の計画を立ててワクワクすることでストレスに対処。」	30代男性
「コロナでなければ日帰り温泉でマッサージ。今は家でマッサージ機。」	40代女性
「コロナ禍以前と比べ、職場での会議や飲み会等が減りストレスの要因が減少した。」	40代男性
「今の状況が長くは続かない、自分だけが大変なのではないと思うことかな。」	50代男性

この調査結果は、「[Intage 知る gallery](#)」でもご覧いただけます。あわせてご参照ください。

使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/research/net/>

調査地域：日本全国

対象者条件：15～79歳の男女

標本抽出方法：「マイティーモニター(弊社キューモニター+提携モニター)」より母集団構成比にあわせて抽出しアンケート配信

標本サイズ：n=2,572

調査実施時期：2021年5月7日(金)～5月10日(月)

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩)は、「Create Consumer-centric Values ～お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、さまざまな業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、共に生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:西澤/下河原

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>