

# NEWS RELEASE



報道関係者各位

2020年5月12日  
株式会社ブレインパッド

## ブレインパッドが独自調査、新型コロナによる自粛 「ストレス増加」の1位専業主婦72%、2位公務員69%、3位会社員58% － 主婦の36%が今の自粛生活を続けられるのは今後2週間までと回答、自粛明けにやりたいことは「旅行」「買物」－

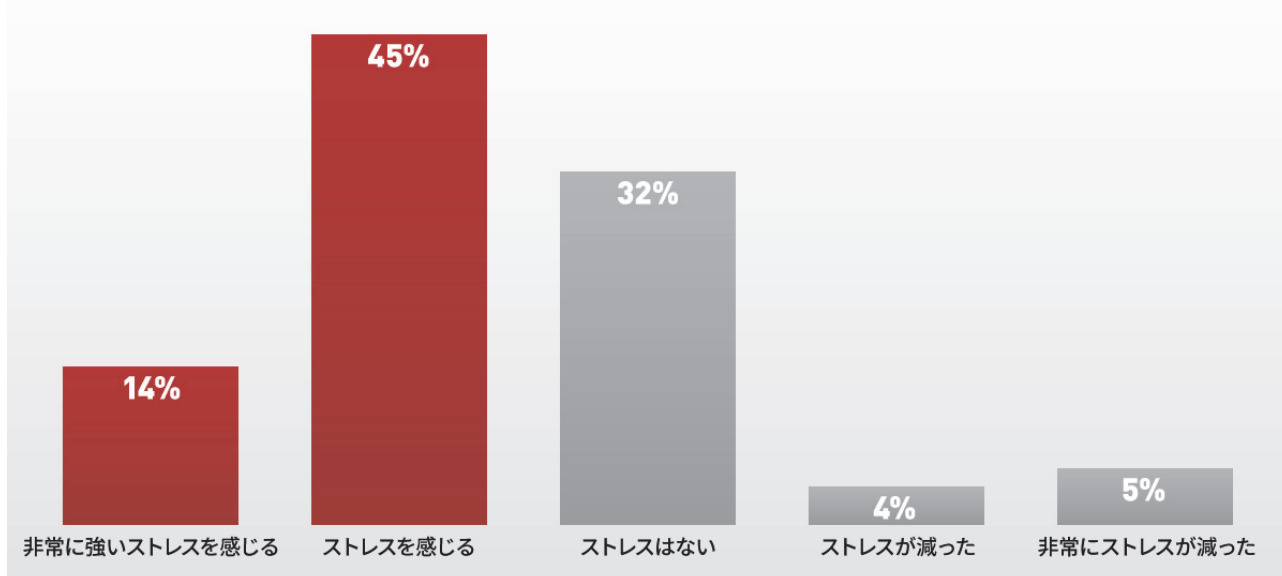
株式会社ブレインパッドは、新型コロナウイルス感染症拡大による自粛要請が消費者に与える影響等を調査することを目的として、当社が取り扱うマーケティングリサーチツールの SNS 分析機能とアンケート機能を活用したオンライン意識調査を実施し、国内在住の18歳以上の男女1,753人からの回答結果をまとめたことを発表します。

本調査は、SNS 分析の世界的トップベンダー「Brandwatch（ブランドウォッチ、\*1）」が提供する SNS 分析機能「Brandwatch Consumer Research（ブランドウォッチ・コンシューマー・リサーチ、\*2）」と、アンケート調査機能「Brandwatch Qriously（ブランドウォッチ・キュリオスリィ、\*3）」を利用して実施しました。

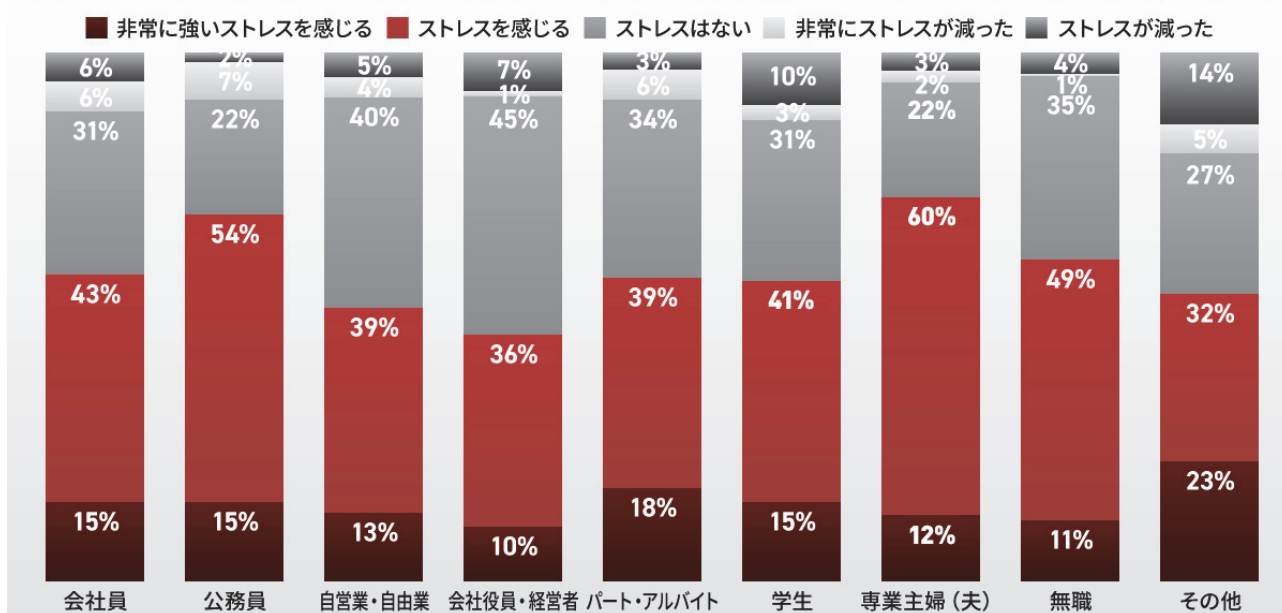
### ■自粛要請に対する消費者意識調査の実施結果（一部抜粋）

- 回答者の68%が、今の自粛生活によりストレスを感じていると回答しました。（図1、「ストレスはない」以外の回答の合計）
- 職業別にストレス度を見ると、「非常に強いストレスを感じる」「ストレスを感じる」との回答は専業主婦／主夫（以下、専業主婦）の72%に対し会社員は58%、「ストレスがない」との回答は専業主婦の22%に対し会社員は31%となっており、家庭内でストレス度に違いがあることがわかりました。（図2）
- 「自粛生活をあとどれくらい続けられるか？」という質問に対しても、「もう限界」～「2週間程度」までと回答した比率は、会社員の30%に対し、専業主婦は36%となりました。（図3）
- 専業主婦と会社員のストレスに関する Twitter 投稿数の推移を見ると、2020年3月下旬から専業主婦の投稿数が一気に増えており、在宅勤務・休校による家事の増加やスーパーマーケット等の混雑・買物のしづらさなどが影響している可能性がうかがわれます。（図4）
- 専業主婦が自粛明けに楽しみにしていることとしては、年代を問わず「旅行」「ショッピング」との回答が多く見られました。（図5）

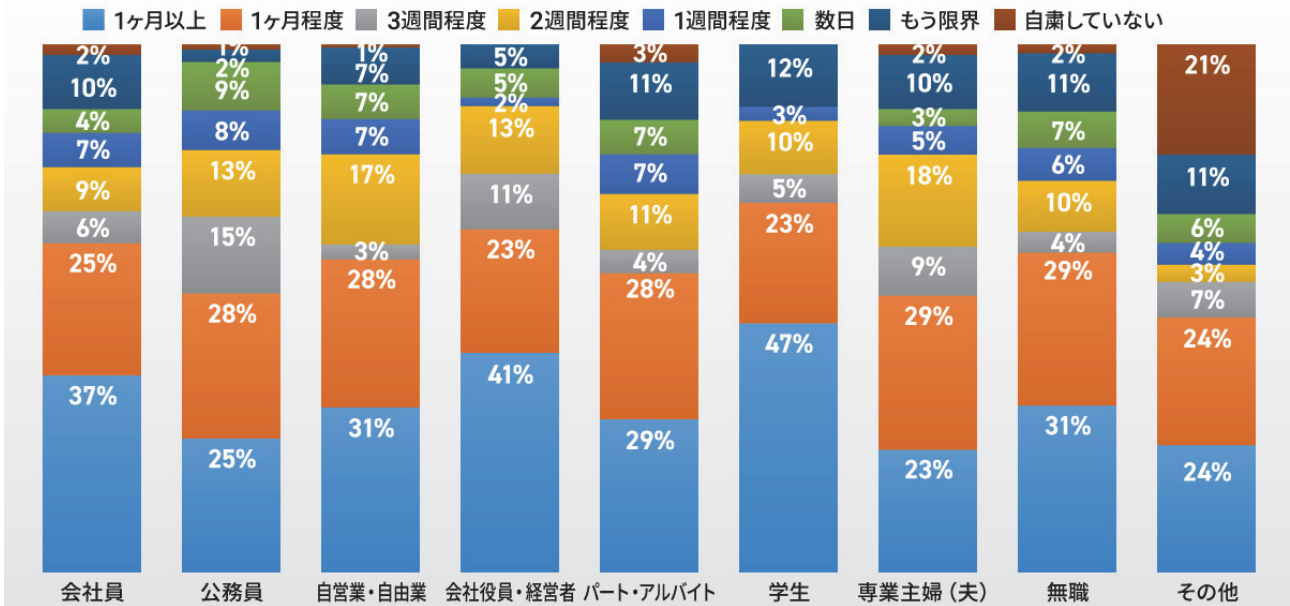
(図1) 「今の自粛生活にストレスを感じていますか？」に対する回答 (単一回答)



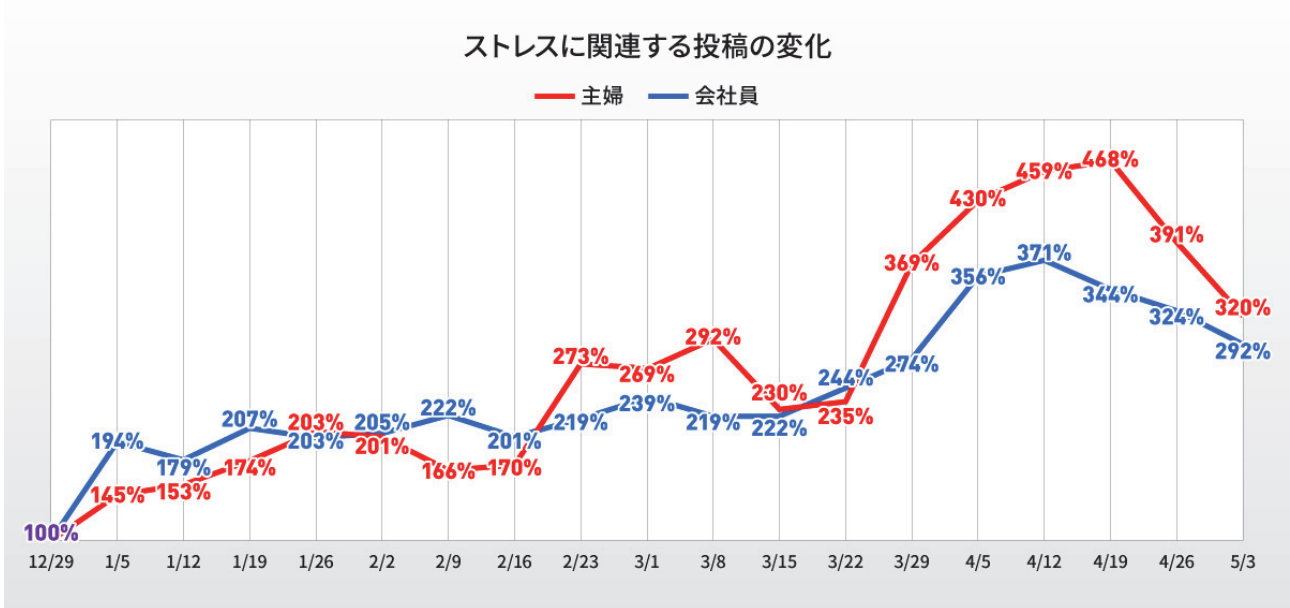
(図2) 「今の自粛生活にストレスを感じていますか？」に対する回答 (単一回答、職業別に集計)



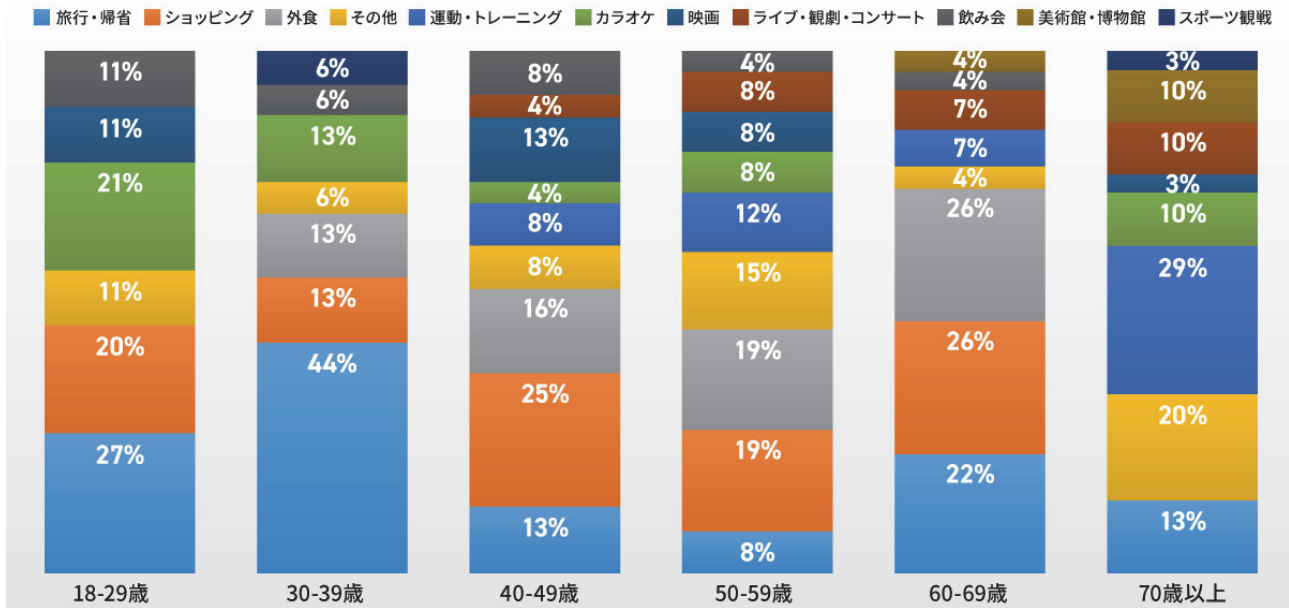
(図3) 「自粛生活をあとどのくらい続けられますか?」に対する回答 (単一回答、職業別に集計)



(図4) ストレスに関するTwitter投稿数の変化 (2019年12月29日週を100%とした場合の変化率)



(図5) 「自粛解除後、楽しみにしていることを教えてください」に対する回答(単一回答、専業主婦/主夫の回答を年代別に集計)



●実施結果の全容は、以下からご覧いただけます。

URL : <https://www.brainpad.co.jp/products/brandwatch/blog/2900/>

■自粛要請に対する消費者意識調査の実施概要

- ・調査方法 : 「Brandwatch Qriously」を活用し、50,000種類を超えるスマートフォンアプリの広告表示スペースにアンケートを配信
- ・調査地域 : 日本国内
- ・調査対象 : 18歳以上
- ・調査期間 : 2020年4月30日(木)～2020年5月10日(日)
- ・有効回答数 : 1,753サンプル(\*4)

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります。

- (\*1) ブレインパッドは「Brandwatch」から日本国内の公式ディストリビューションパートナーに認定されています。<https://www.brainpad.co.jp/news/2019/08/22/10441>
- (\*2) 「Brandwatch Consumer Research」は、AIが統合された次世代のデジタルコンシューマーインテリジェンスのプラットフォームとして、過去のウェブ上のデータから、現在起きているさまざまな投稿までリアルタイムでの抽出、分析が可能です。SNS上のトレンドや消費者の意見を理解し、ビジネスに必要となる意思決定を強力に支援することができます。  
<https://www.brainpad.co.jp/news/2020/01/28/11034>
- (\*3) 「Brandwatch Qriously」は、スマートフォンアプリの広告表示スペースをアンケート調査に活用できる機能です。最大20億人まで調査を実施でき、回答者にインセンティブを与えるような市場調査とは異なり、偏見が少ない消費者意見を収集できます。  
<https://www.brainpad.co.jp/products/brandwatch/blog/2883/>
- (\*4) 「Brandwatch Qriously」は、個人が特定できる情報の収集は行っておりません。

## ■ご参考情報

### ●「Brandwatch (ブランドウォッチ)」について <https://www.brainpad.co.jp/products/brandwatch/>

「Brandwatch」は、世界のエンタープライズソーシャルアナリティクスのリーダーとして、ユニリーバ、ウォルマート、デルなど 2,000 以上のグローバル企業に活用され、データドリブンなビジネス上の意思決定を可能にしています。「Brandwatch」は、何百万件もの投稿から鋭い洞察を生み出し、ソーシャルメディアを通じたマーケティングキャンペーン、広告宣伝活動を最適化することが可能です。

「Brandwatch」は、英ブライトン、米ニューヨーク、サンフランシスコ、独ベルリン、シュトゥットガルト、仏パリ、シンガポール、豪シドニー（予定）を含む世界中にオフィスを構えています。2013年には「PeerIndex」、2017年には「BuzzSumo」の買収を行い、2018年には「Crimson Hexagon」との合併を経て、世界でのプレゼンスをさらに強化しています。

### ●株式会社ブレインパッドについて <https://www.brainpad.co.jp/>

(東京証券取引所 市場第一部：証券コード 3655)

本社所在地：東京都港区白金台 3-2-10 白金台ビル

設立：2004年3月

代表者：代表取締役社長 草野 隆史

資本金：523 百万円（2019年12月31日現在）

従業員数：307名（連結、2019年12月31日現在）

事業内容：企業の経営改善を支援するビッグデータ活用サービス、デジタルマーケティングサービス

## ■お問い合わせ先

### ●製品・サービスに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

e-mail：[info@brainpad.co.jp](mailto:info@brainpad.co.jp)

### ●本ニュースリリースに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

コーポレート本部 総務部 広報担当

e-mail：[marcom@brainpad.co.jp](mailto:marcom@brainpad.co.jp)

\*本ニュースリリースに記載されている会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

\*本ニュースリリースに掲載されている情報は、発表日現在の情報です。

以上