

2022年8月25日
株式会社ビデオリサーチ

新しい生活様式で“よく寝る”スタイルが定着傾向、 コロナ前と比べ 10代男性（13-19才）は睡眠時間が32分増加

～生活者の行動時間の実態がわかる「MCR/ex」2022年最新データより～

株式会社ビデオリサーチ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長執行役員：望月 渡）は、with コロナから3年目となる2022年の生活者の状況について、「ACR/ex」として調査いたしました。そのうち、生活者の生活行動を時間軸に沿って調査した「MCR/ex」より、一部の結果をまとめましたのでお知らせいたします。生活者の中で定着しつつあるライフスタイルについて、特徴的な傾向があった「睡眠」を中心に、東京50km圏のデータをもとにご紹介いたします。

※当リリースの生活時間調査レポート詳細は、[こちら](#)からダウンロードいただけます。

<今回のリリースのポイント>

- ✓ 「起床在宅」「睡眠」時間はコロナ前より長め。起床在宅は減少傾向だが、長い睡眠は定着傾向。
- ✓ 睡眠時間「量」は全体的に増加、外出自粛の有無問わず“よく寝る”ことが習慣化。
- ✓ 長時間の在宅生活は、早寝型、朝ゆっくり起床型、遅寝遅起き型など、“生活リズム”の多様化を促進。

◇「起床在宅」「睡眠」時間はコロナ前より長め。「起床在宅」は減少傾向だが、長い睡眠は定着傾向。

<生活時間の変化>

- ・22年6月の基本的な生活行動における平均的時間量は「起床在宅9時間32分」、「睡眠7時間33分」、「外出6時間55分」となっている。行動制限がなかった19年（コロナ前）と比較すると、22年の方が「起床在宅」と「睡眠」が長い。
- ・22年6月は行動制限が解除されていたにもかかわらず「外出」の増加は前年同時期と比べ26分にとどまっており、リモートワークやオンライン生活など、在宅時間をより有意義にする「新しい生活様式」が定着しつつある様子がうかがえる。
- ・「睡眠」については、20年（with コロナ初年度）の18分増加に対して翌年21年はやや減少したものの、22年は3分増加と長い睡眠時間は定着してきている様子。（上記すべて図表1）

◆生活時間の変化（東京50km圏：男女12-69才）（図表1）



◇睡眠時間「量」は全体的に増加、外出自粛の有無問わず“よく寝る”ことが習慣化。

<睡眠時間「量」の推移>

- 22年6月の睡眠時間「量」において「男性(451分)」「女性(455分)」と女性が男性を逆転。「女性12-69才」は前年21年より7分増加、19年とくらべると15分増加となり「新しい生活様式」では「睡眠時間」が長めのライフスタイルが継続。
- 属性別では「女性20-34才」と「女性50-64才」が前年同時期より10分程度と大きく増加。19年とくらべて増加が大きいのは「男性13-19才(+32分)」「女性50-64才(+23分)」「女性20-34才(+19分)」の順となっている。
- 若者層において男女で睡眠時間の差が大きくなっており、「13-19才」は男性が女性より26分長く、「20-34才」では女性が男性より21分長いなど、生活時間の使い方が異なっている。(上記すべて図表2)

◆「睡眠時間量」の推移 (東京50km圏：2019年・2021年・2022年) (図表2)

		コロナ前		withコロナ 2年目		withコロナ 3年目		2019年 (コロナ前)		2022年 (3年目)	
		睡眠 2019年 (分)		睡眠 2021年 (分)		睡眠 2022年 (分)		2022年 (3年目)		睡眠 2022年 (分)	変化
全体	個人全体 (男女12~69才)	441	→	450	→	453	→	12分増加	▲	453	+10分
性別	男性計 (男性12~69才)	442	→	452	→	451	→	9分増加	■	451	
	女性計 (女性12~69才)	440	→	448	→	455	→	15分増加	■	455	
TEEN	男性 13-19才	465	→	490	→	497	→	32分増加	■	497	
男性	男性 20~34才	475	→	485	→	477	→	2分増加	■	477	+26分
	男性 35~49才	432	→	438	→	441	→	9分増加	■	441	
	男性 50~64才	418	→	422	→	421	→	3分増加	■	421	+21分
TEEN	女性 13-19才	470	→	474	→	471	→	1分増加	■	471	
女性	女性 20~34才	479	→	487	→	498	→	19分増加	■	498	+11分
	女性 35~49才	437	→	441	→	446	→	9分増加	■	446	+10分
	女性 50~64才	400	→	413	→	423	→	23分増加	■	423	+13分

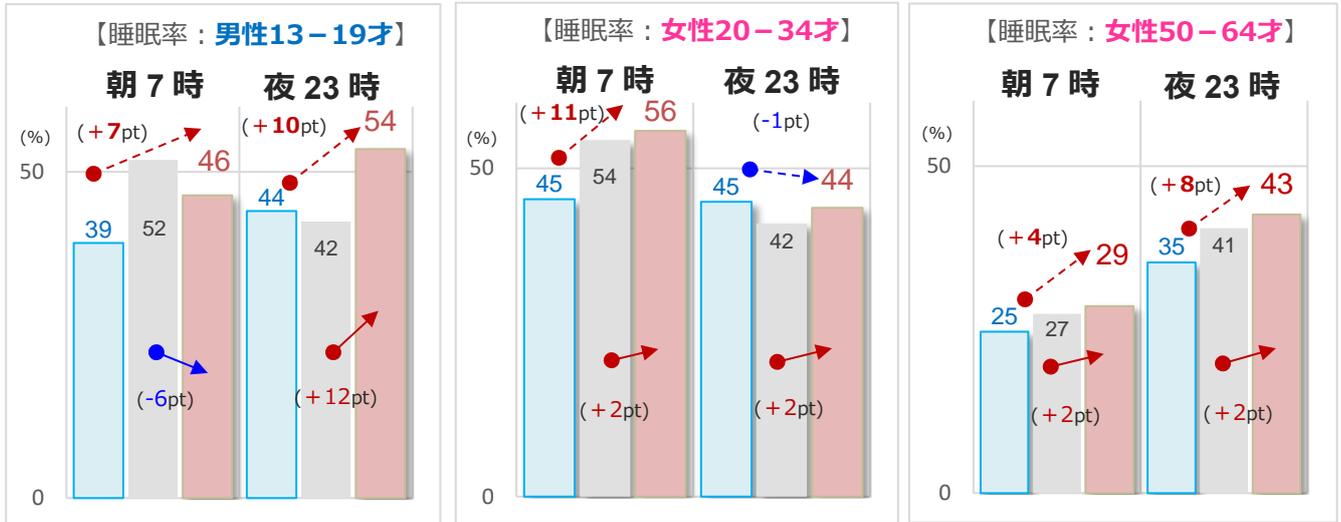
◇長時間の在宅生活は、早寝型、朝ゆっくり起床型、遅寝遅起き型など、“生活リズム”の多様化を促進。

<2022年6月「朝7時」「夜23時」の睡眠率>

- 睡眠時間量の増加が大きい上位3属性「男性13-19才」「女性20-34才」「女性50-64才」について、「朝7時」と「夜23時」に“寝ている”傾向を見ると、「男性13-19才」の「朝7時」は「睡眠(22年46%)」と21年より6pt減少しているが、同時に「夜23時(22年睡眠率54%)」は前年より12pt増加しており就寝時間が前倒しになっている。
- 「女性20-34才」は「朝7時」の睡眠率が直近2年連続で5割以上と高く、コロナ前より遅めの朝が定着化してきている傾向。
- 「女性50-64才」について「朝7時」の睡眠率は年々増加しており、さらに「夜23時」の睡眠率が19年とくらべ8pt増加、前年とくらべても2pt増加と朝と夜にゆとりがあるライフスタイルになっていることがうかがえる。(上記すべて図表3)

◆「朝 7 時」「夜 23 時」の睡眠率の傾向 (東京 50 km 圏) (図表 3)

□ 2019年6月 ■ 2021年6月 ■ 2022年6月



2020年4月に初めて発出された緊急事態宣言から3年目となる2022年6月は、基本的な行動時間の増減幅も小さくなってきており、“新しい生活リズム”が定着傾向にある様子が調査結果から読み取れます。今回は行動制限が長かった東京50km圏での変化に着目しましたが、そのほかのエリアも地域による傾向の違いがみられ多様化しています。ビデオリサーチはこれからも、より豊かな生活へのコミュニケーション活動に向け、生活者の変化を的確に捉え、社会や企業に提案していけるよう努めてまいります。

※MCR/ex 調査概要

- 調査手法 回答専用タブレットを用いたインターネット調査
- 対象者抽出方法 ARS(エリア・ランダム・サンプリング)
※調査対象者の無作為抽出、インターネット非利用者も含む市場全体を母集団とする設計
- 調査地区 東京50km圏
- 調査期間 2022年6月6日(月)―12日(日)
- 調査対象者 上記調査地区に在住の男女12-69才(7地区)。12才は中学生以上。
- 調査対象者数

(単位：人)

個人全体	男性計		女性計		男性				女性			
12-69才	12-69才	12-69才	13-19才	20-34才	35-49才	50-64才	13-19才	20-34才	35-49才	50-64才		
4820	2455	2365	221	632	764	649	213	584	735	626		

※「MCR/ex」のもとになっている「ACR/ex」のサービス概要資料は[こちら](#)からダウンロードいただけます。

※新型コロナウイルス感染症における生活意識調査に関する過去のプレスリリースは、下記にてまとめています。

【記事まとめ】コロナ禍における生活者の意識・行動の変化 <https://www.videor.co.jp/digestplus/market/2021/11/45077.html>

●株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチは、テレビも含めた動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。テレビ視聴率データを提供する調査機関として1962年に設立し、以来、日本国内におけるテレビ視聴率調査をはじめとした各種メディアデータやマーケティングデータなど最先端のデータを提供し、企業のマーケティング課題解決のトータルサポートを行っています。