

# コロナ禍での 在宅時のメディア利用の変化

立教大学社会学部メディア社会学科教授

是永 論



本章のテーマにもあるように、2020年以降の新型コロナウイルスの影響により、生活の諸側面に変化が見られているが、特に注目されるのが、在宅中の行動である。本コラムでは、筆者が属する研究グループによる、2020年の感染拡大前の調査に対する2021年の調査結果の比較<sup>1</sup>から、特に在宅中のメディア利用の変化について、その特徴を見ていく。

## 1. 生活行動を含む変化

調査は日記式調査と質問票調査を組み合わせた形で行われ、日記式では2日間、該当する行動を15分単位で回答者が記録したものをを用いている。

図表1は在宅時の主な行動の変化である。生活行動では、睡眠と、趣味などのいわゆる自由時間がそれぞれ全体平均時間として20分前後増加しており、生活時間としてのゆとりが見られている。その一方で、仕事の全体平均時間が12分以上と大きく増加しているのが特徴的である。ただし、行為者率の増加は1.8ポイントに過ぎず、遠隔勤務の実施者も全体の10%に満たないなど、正式な在宅勤務へ向かうような大きな動きは見られなかった。

メディア利用では、SNS（ソーシャルメディア）については平均時間としての変化が少ない一方で、行為者率が約7.5ポイント増加している。また、テレビ放送の視聴時間（行為者平均時間）が15分減少する一方で、ネット動画の視聴がテレビとモバイルそれぞれの媒体で全体平均時間および行為者率ともに増加している。

図表1 ● 2020年と2021年における主な在宅中行動の平均時間と行為者率

	2021年1月 n=399			2020年2月 n=1,346		
	全体 平均時間	行為者率	行為者 平均時間	全体 平均時間	行為者率	行為者 平均時間
<b>【生活行動】</b>						
睡眠	444.1分	99.7%	445.2分	427.9分	100.0%	427.9分
仕事	19.9分	7.8%	255.5分	7.7分	6.0%	119.8分
趣味・娯楽・休息	203.2分	89.0%	228.4分	181.8分	86.0%	211.2分
<b>【情報行動】</b>						
テレビ放送を見る	150.9分	81.0%	186.4分	176.0分	87.1%	201.9分
(テレビで)ネット動画を見る	13.2分	16.0%	82.3分	8.0分	8.4%	94.7分
(モバイルで)SNSを見る・書く	16.4分	34.3%	47.9分	12.5分	26.8%	46.8分
(モバイルで)ネット動画を見る	22.4分	21.8%	102.6分	11.0分	15.9%	98.9分

注：2021年は70代、2020年は10代および70代をデータから除外した。

## 2. 年代別に見た変化の特徴

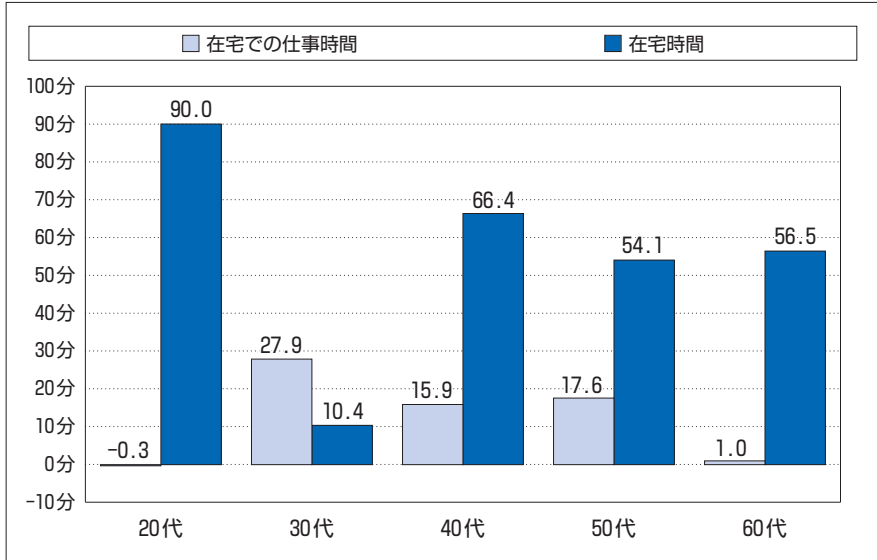
以上に見た変化を年代別に見ると、その変化の様子はさらにそれぞれの年代について大きく異なっていることがわかる。

まず、仕事の全体平均時間の増減を示したのが、**図表2**である。図から示されるように、30代においては、在宅時間の増加が少ないにもかかわらず、仕事時間の増加が他の年代を大きくしのいでいる。これに対して、20代と60代の仕事時間は変化していないが、この傾向にはそれぞれの年代では正規雇用者(フルタイム)が他の年代よりも少ないことが関係していると考えられる。

その上で、在宅でのメディア利用の変化について年代別に見た**図表3**を参照すると、30代でのテレビ視聴の減少が27.9分以上と特に目立っている。この傾向を**図表2**と対応させて考えると、特に30代・40代を中心に、在宅での仕事時間が増加した分、テレビ視聴を削減するような代替関係が成立しているように推測される。

他にも20代では、テレビ放送の視聴の減少分が、そのままモバイルでのネッ

図表2 ●年代別に見た在宅での平均仕事時間および在宅時間の変化量（分）



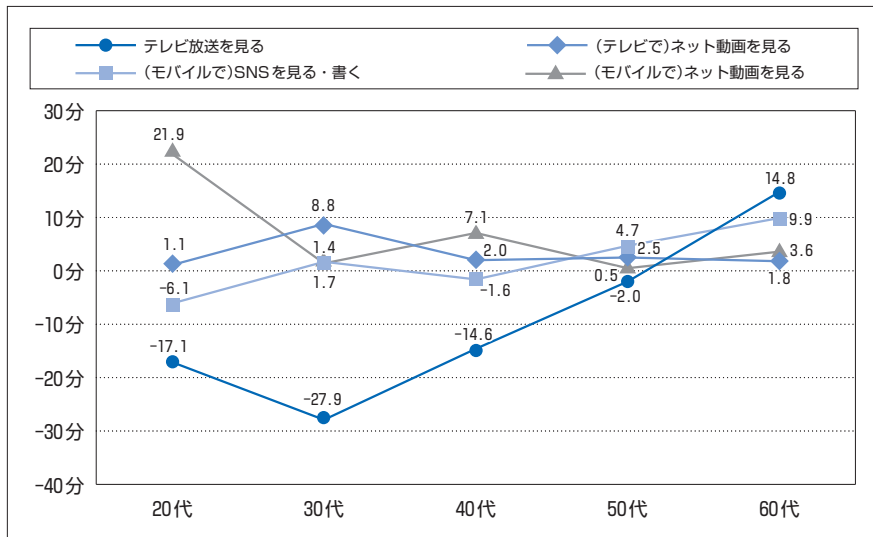
ト動画視聴の増加になっているような代替関係が見られる。同時に、このことから、コロナ禍におけるネット動画視聴の増加について、20代の視聴が占める割合が特に大きいことが示される。

一方、50代以上で目立つのが、SNS利用の増加で、他の世代が減少しているか、ほとんど変化がないのに対して、60代では平均時間が10分近く増加している。2020年における在宅中のSNS利用は、20代では平均時間が34.0分、行為者率が57.0%と、もともと在宅中でも利用が活発であったのが、2021年の行動制限により外出が減少し、行為者率も49.3%に低下したのに対して、60代では2020年での行為者率が7.5%に過ぎなかったところが、2021年では20.0%になっており、在宅によって生じた時間の余裕が、それまで活発でなかったモバイル利用に向かうきっかけとなったと考えられる。

### 3. まとめ：在宅仕事時間の影響と高齢世代の利用活性化

緊急事態に伴い外出の自粛が呼びかけられたものの、前後の移動時間を比較したところでは、全体平均で約4分と大きな減少がなく、遠隔勤務への大きな動きも見られなかったことから、正規で働く人々の多くは仕事に関わる外出を

図表3 ●在宅でのメディア利用時間の変化量（分）



抑えず、逆に在宅時の仕事も増やす生活スタイルになったものと考えられる。

その変化が特に30代を中心に顕著であり、その年代によってこれまでテレビ視聴に充てられていた時間が、そのまま在宅での仕事時間に割かれた結果、テレビ視聴時間が大きく減少することとなったのは、コロナ禍前後における大きな変化の1つと見ることができるだろう。一方で、そのような変化と関係が少なかった他の世代が、生活時間に生じたゆとりを、ネット動画やSNSなど、それぞれにこれまで利用しなかったメディアに向かう機会として利用したものと考えられる。

こうした世代間において異なる特徴を持ったメディア利用の変化が、今後の社会に与える影響について、さらに考察を深めていく必要があるだろう。

## 注

- 1 調査は橋元良明・東京女子大学教授を代表とした「日本人の情報行動調査」の研究グループにより、2020年は2月下旬を中心に全国13歳以上79歳以下、2021年は1月に全国20歳以上79歳以下を対象として訪問留置調査で行われた。有効回収数は2020年が1,790人、2021年が480人となっている。なお、2021年の調査時期には緊急事態宣言が発令されており、1日あたりの感染者が最高で7,000人台を記録していた。