

コロナ禍での 自由時間の 過ごし方

福岡県居住者の「自由時間」に関する調査

2021年5月

Research & Consulting
G:COM

株式会社ジーコム

調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2021年4月13日（火）～4月20日（火）

4. 調査規模

507サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比 (%)
男性	223	44.0
女性	284	56.0
全体	507	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20代	23	4.5
30代	111	21.9
40代	96	18.9
50代	90	17.8
60代	121	23.9
70代以上	66	13.0
全体	507	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市	278	54.8
市外都市圏	110	21.7
その他福岡県	119	23.5
全体	507	100.0

■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	126	24.9
既婚・子どもなし	53	10.5
既婚・末子が小学生以下	102	20.1
既婚・末子が中学生以上で扶養	53	10.5
既婚・子育て終了	173	34.1
全体	507	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	145	28.6
公務員	17	3.4
団体職員・病院勤務	16	3.2
経営者・会社役員	10	2.0
派遣社員・契約社員	31	6.1
商工自営	21	4.1
自由業	12	2.4
学生	2	0.4
パート・アルバイト	64	12.6
専業主婦（主夫）	120	23.7
無職	67	13.2
その他	2	0.4
全体	507	100.0

【報告書の見方】

- 本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- 報告書中の図表では、コンピューター入力都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

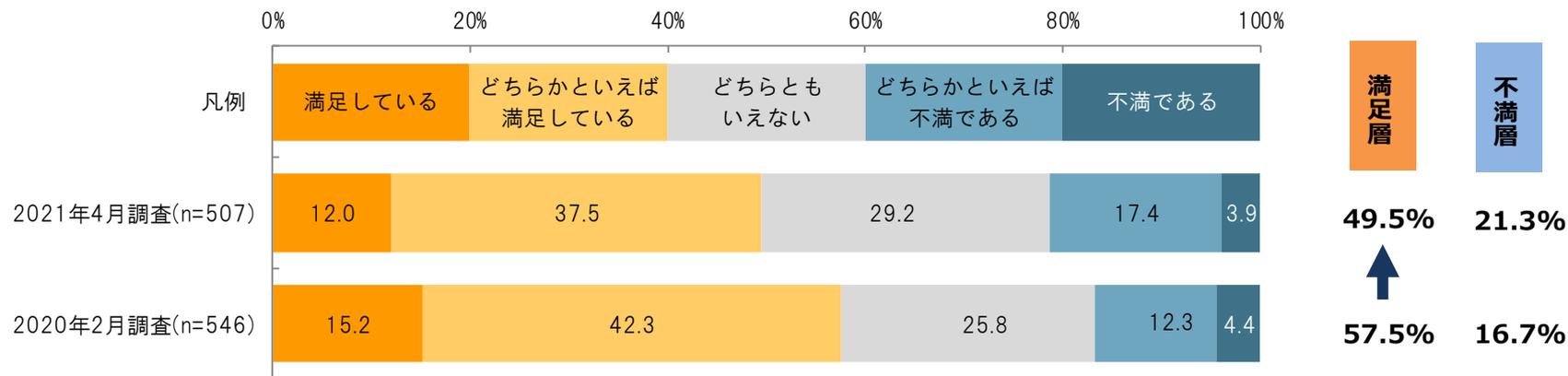
1. 自由時間の過ごし方の満足度

自由時間の過ごし方の満足層は5割を下回り、前回調査から減少。

自由時間の過ごし方の満足度について、「満足している」と「どちらかといえば満足している」を合計した「満足層」は49.5%、「不満である」と「どちらかといえば不満である」を合計した「不満層」は21.3%である。前回調査から満足層は8ポイント減少した。

・年代別では、60代以上は50代以下に比べて満足層の割合が高い。

◆自由時間の過ごし方の満足度【単一回答】



		調査数	満足している	どちらかといえば満足している	どちらともいえない	どちらかといえば不満である	不満である	満足層	不満層
全体		507	12.0	37.5	29.2	17.4	3.9	49.5	21.3
性別	男性	223	13.0	36.3	30.0	16.1	4.5	49.3	20.6
	女性	284	11.3	38.4	28.5	18.3	3.5	49.6	21.8
年代別	20・30代	134	9.7	30.6	34.3	19.4	6.0	40.3	25.4
	40・50代	186	10.8	35.5	29.0	19.9	4.8	46.2	24.7
	60代以上	187	15.0	44.4	25.7	13.4	1.6	59.4	15.0

* 満足層:「満足している」+「どちらかといえば満足している」
 不満層:「不満である」+「どちらかといえば不満である」

2. 1日の平均自由時間

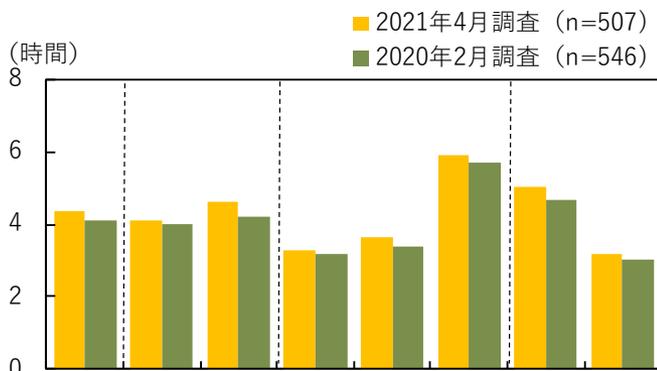
平日、休日ともに前回調査から30分程度自由時間が増加した。

1日の平均自由時間は、平日で4.4時間、休日で6.2時間である。各属性で前回調査から増加した。

- ・性別では、大きな差は見られない。
- ・年代別では、平日、休日ともに年代が上がるにつれて自由時間が長くなる。
- ・自由時間の過ごし方満足度別では、平日、休日ともに満足層は不満層に比べて約2時間自由時間が長い。

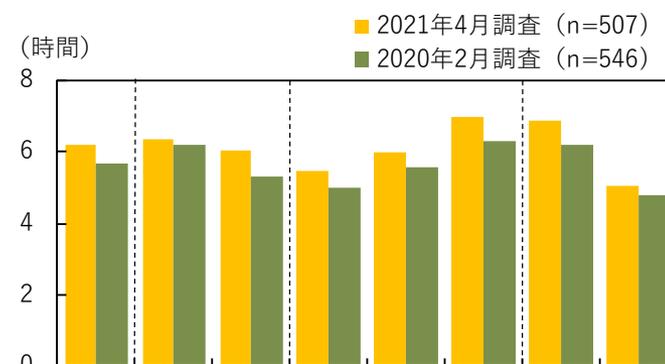
◆ 1日の平均自由時間【単一回答】

<平日>



調査数	全体	性別		年代別			満足度別		
		男性	女性	20代	40代	60代以上	満足層	不満層	
									30代
2021年4月調査	507	4.4	4.1	4.6	3.3	3.7	5.9	5.1	3.2
2020年2月調査	546	4.1	4.0	4.2	3.2	3.4	5.7	4.7	3.0

<休日>



調査数	全体	性別		年代別			満足度別		
		男性	女性	20代	40代	60代以上	満足層	不満層	
									30代
2021年4月調査	507	6.2	6.4	6.1	5.5	6.0	7.0	6.9	5.1
2020年2月調査	546	5.7	6.2	5.3	5.0	5.6	6.3	6.2	4.8

* 平均自由時間: 「1時間未満」=0.5、「1~2時間未満」=1.5、「2~3時間未満」=2.5、「3~4時間未満」=3.5、「4~5時間未満」=4.5、「5~6時間未満」=5.5、「6~7時間未満」=6.5、「7~8時間未満」=7.5、「8~9時間未満」=8.5、「9~10時間未満」=9.5、「10時間以上」=10.5として算出

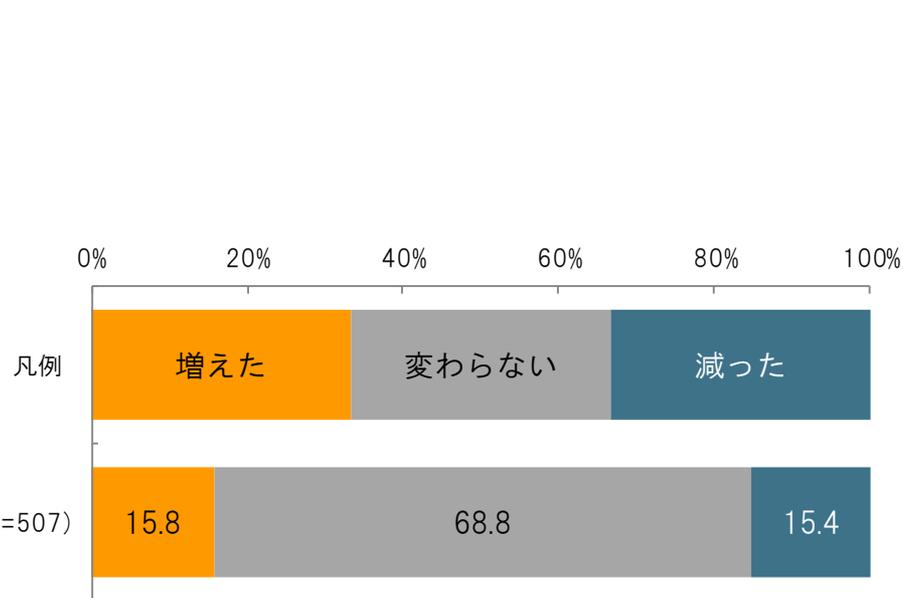
3. 1年前と比べた自由時間の増減

全体では7割が「変化なし」。自由時間の過ごし方不満層は「減った」の割合が3割弱と大きい。

1年前と比べた自由時間の増減について、「増えた」は15.8%、「変わらない」は68.8%、「減った」は15.4%である。「増えた」から「減った」を減じた増減値は0.4ポイントである。

- ・性別では、大きな差は見られない。
- ・年代別では、50代以下は増減値の値がマイナスである。
- ・自由時間の過ごし方満足度別では、不満層は増減値の値がマイナスである。

◆ 1年前と比べた自由時間の増減【単一回答】



		調査数	増えた	変わらない	減った	増減値
			【%】	【%】	【%】	【ポイント】
全体		507	15.8	68.8	15.4	0.4
性別	男性	223	13.5	74.0	12.6	0.9
	女性	284	17.6	64.8	17.6	0.0
年代別	20・30代	134	18.7	55.2	26.1	-7.5
	40・50代	186	15.1	67.7	17.2	-2.2
	60代以上	187	14.4	79.7	5.9	8.6
満足度別	満足層	251	18.3	72.5	9.2	9.2
	不満層	108	11.1	61.1	27.8	-16.7

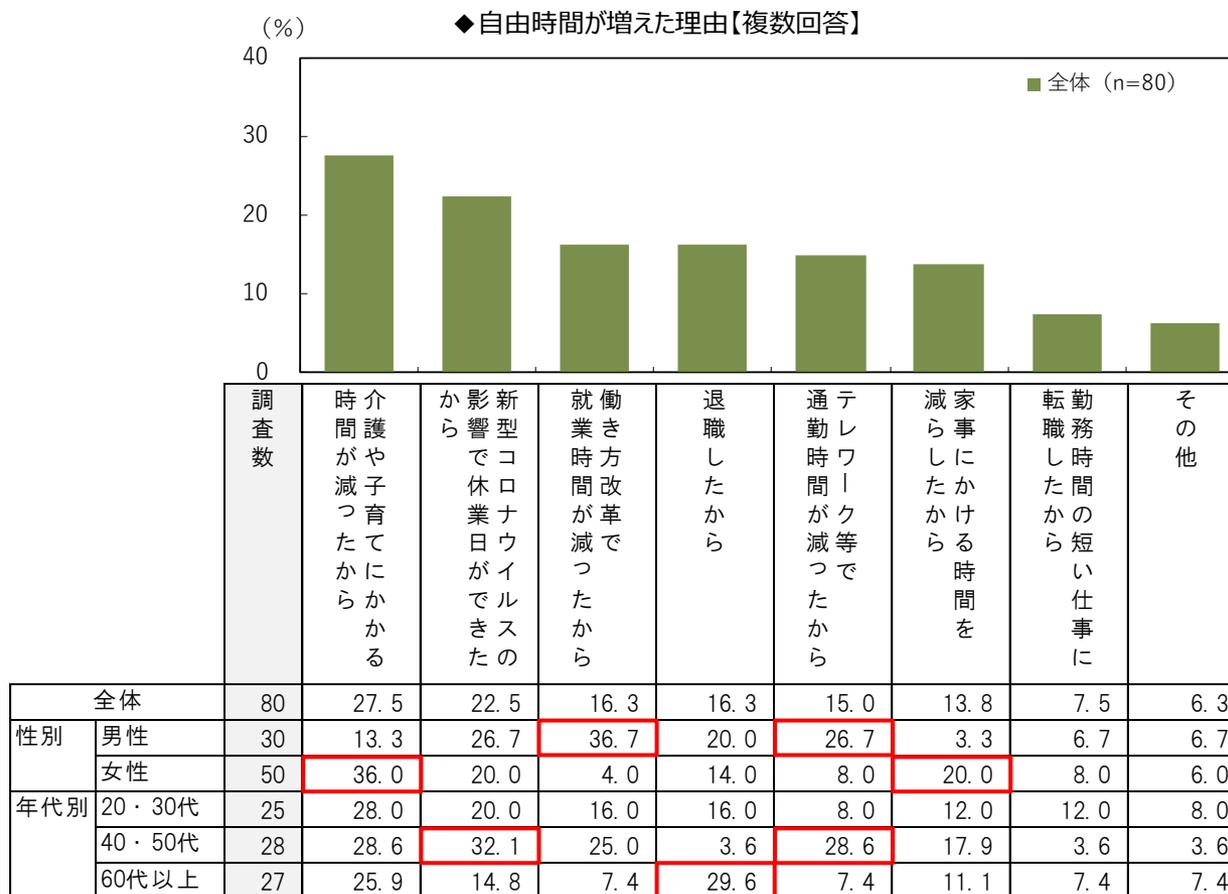
*増減値:「増えた」-「減った」

40・50代の自由時間増加の理由は、新型コロナウイルスの影響によるもの大きい。

自由時間が増えた理由は、「介護や子育てにかかる時間が減ったから」の割合が27.5%で最も高く、次いで「新型コロナウイルスの影響で休業日があったから」22.5%、「働き方改革で就業時間が減ったから」「退職したから」16.3%の順である。

・性別では、男性は「働き方改革で就業時間が減ったから」「テレワーク等で通勤時間が減ったから」、女性は「介護や子育てにかかる時間が減ったから」「家事にかかる時間を減らしたから」の割合が高い。

・年代別では、40・50代は「新型コロナウイルスの影響で休業日があったから」「テレワーク等で通勤時間が減ったから」、60代以上は「退職したから」の割合が他の年代に比べて高い。



5. 自由時間の過ごし方

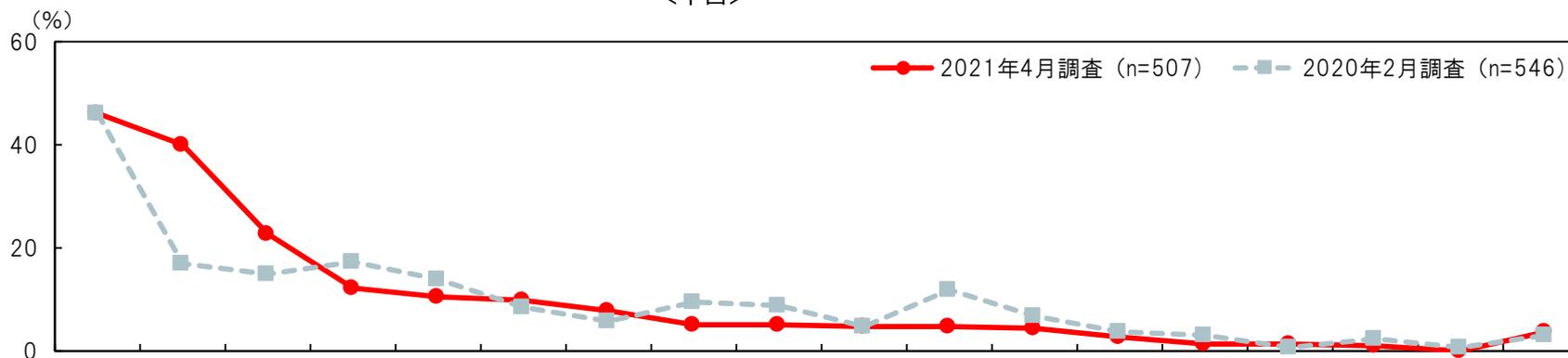
「スマートフォンなどでの動画鑑賞」「家族と団らん」が前回調査から大きく増加。

若年層は「スマートフォンなどでの動画鑑賞」が平日・休日ともにトップで、「テレビを見る」を上回った。

平日の自由時間の過ごし方は、「テレビを見る」の割合が46.2%で最も高く、次いで「スマートフォンやタブレットなどで動画などを見る」40.2%、「家族と団らんする」22.7%の順である。前回調査と比べると「スマートフォンやタブレットなどで動画などを見る」「家族と団らんする」の割合が増加した。一方、「休憩・睡眠・リラックス」「SNSの閲覧・発信」の割合が減少した。

◆自由時間の過ごし方【複数回答（2つまで）】

<平日>

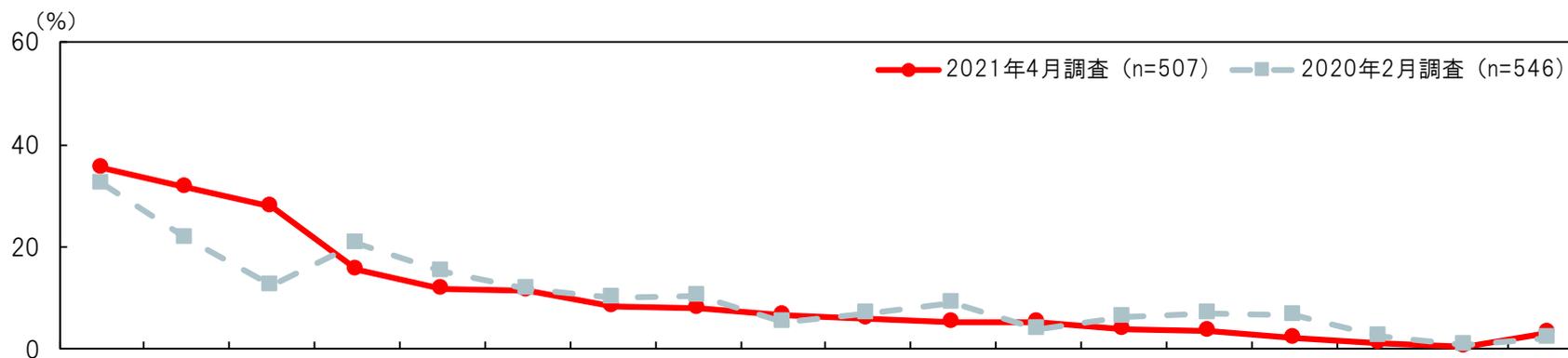


調査数	テレビを見る	スマートフォンやタブレットなどで動画などを見る	家族と団らんする	休憩・睡眠・リラックス	趣味	勉強、習い事をする	外食する	運動やスポーツをする	SNS以外のアプリやサイトの閲覧・発信	ゲームをする	SNSの閲覧・発信	親しい友人と過ごす	ショッピング	美術館等を見に行く	映画、コンサート、舞台	旅行・レジャーに行く	参加するボランティアや地域活動	その他	特になし
2021年4月調査 507	46.2	↑40.2	↑22.7	↓12.4	10.7	9.9	7.9	5.1	5.1	4.9	↓4.7	4.3	2.8	1.6	1.4	1.0	0.2	3.9	
2020年2月調査 546	46.2	↑17.0	↑15.0	↓17.4	14.1	8.6	5.9	9.5	8.8	4.9	↓11.9	7.0	3.8	3.3	0.9	2.6	0.9	3.3	

休日の自由時間の過ごし方は、「テレビを見る」の割合が35.5%で最も高く、次いで「家族と団らんする」31.8%、「スマートフォンやタブレットなどで動画などを見る」28.0%の順である。前回調査と比べると「家族と団らんする」「スマートフォンやタブレットなどで動画などを見る」の割合が増加した。一方、「休憩・睡眠・リラックス」の割合が減少した。

◆自由時間の過ごし方【複数回答（2つまで）】

<休日>



調査数	テレビを見る	家族と団らんする	スマートフォンやタブレットなどで動画などを見る	休憩・睡眠・リラックス	趣味	外食する	運動やスポーツをする	ショッピング	勉強、習い事をする	親しい友人と過ごす	旅行・レジャーに行く	ゲームをする	美術館等を見に行く	映画、コンサート、舞台、	SNS以外のアプリやサイトの閲覧・発信	SNSの閲覧・発信	ボランティアや地域活動に参加する	その他	特にない
2021年4月調査 507	35.5	↑ 31.8	↑ 28.0	↓ 15.4	11.8	11.4	8.3	7.9	6.5	5.9	5.1	5.1	3.7	3.6	2.2	1.0	0.4	3.2	
2020年2月調査 546	32.4	↑ 21.6	↑ 12.3	↓ 20.7	15.2	11.7	9.9	10.4	5.3	7.1	9.0	4.0	6.2	6.8	6.6	2.6	0.9	2.2	

【平日】

- ・年代別では、20・30代は「スマートフォンやタブレットなどで動画などを見る」、40代以上は「テレビを見る」の割合がその他の層に比べて高い。
- ・満足度別では、満足層は「家族と団らんする」の割合が不満層に比べて高い。

【休日】

- ・年代別では、20・30代は「スマートフォンやタブレットなどで動画などを見る」、60代以上は「テレビを見る」の割合がその他の層に比べて高い。
- ・満足度別では、満足層は「家族と団らんする」「趣味」の割合が不満層に比べて高い。

◆自由時間の過ごし方【複数回答（2つまで）】

		調査数	テレビを見る	スマートフォンなどで動画などを見る	家族と団らんする	休息・睡眠・リラックスクス	趣味	勉強、習い事をする	外食する	運動やスポーツをする	SNSの閲覧・発信以外のアプリやSNS	ゲームをする	SNSの閲覧・発信	親しい友人と過ごす	ショッピング	映画、コンサート、美術館等を見に行く	旅行・レジャーに行く	ボランティアや地域活動に参加する	その他	特になし	
平日	全体	507	46.2	40.2	22.7	12.4	10.7	9.9	7.9	5.1	5.1	4.9	4.7	4.3	2.8	1.6	1.4	1.0	0.2	3.9	
	性別	男性	223	45.3	38.1	26.0	10.8	9.9	8.1	7.6	6.7	4.0	6.7	2.7	1.8	1.3	0.9	2.2	1.8	0.0	5.8
		女性	284	46.8	41.9	20.1	13.7	11.3	11.3	8.1	3.9	6.0	3.5	6.3	6.3	3.9	2.1	0.7	0.4	0.4	2.5
	年代別	20・30代	134	35.1	49.3	16.4	17.9	3.7	9.0	11.2	1.5	6.0	6.0	8.2	3.7	1.5	0.7	1.5	0.0	0.7	4.5
		40・50代	186	48.9	39.8	24.7	12.9	10.2	8.6	6.5	5.4	7.0	4.8	2.7	3.2	4.3	2.2	0.5	0.0	0.0	2.7
		60代以上	187	51.3	34.2	25.1	8.0	16.0	11.8	7.0	7.5	2.7	4.3	4.3	5.9	2.1	1.6	2.1	2.7	0.0	4.8
	満足度別	満足層	251	44.6	37.1	28.7	11.2	13.5	11.2	8.4	6.8	4.4	4.4	6.0	5.2	2.4	0.8	1.2	1.2	0.0	2.4
		不満層	108	46.3	43.5	15.7	20.4	7.4	4.6	4.6	3.7	8.3	7.4	2.8	2.8	3.7	2.8	0.9	0.0	0.0	4.6
休日	全体	507	35.5	28.0	31.8	15.4	11.8	6.5	11.4	8.3	3.6	5.1	2.2	5.9	7.9	3.7	5.1	1.0	0.4	3.2	
	性別	男性	223	34.1	30.0	27.8	10.8	12.6	8.1	9.4	11.7	2.7	7.6	1.8	4.5	7.2	3.6	5.8	1.8	0.0	4.9
		女性	284	36.6	26.4	34.9	19.0	11.3	5.3	13.0	5.6	4.2	3.2	2.5	7.0	8.5	3.9	4.6	0.4	0.7	1.8
	年代別	20・30代	134	29.1	35.1	29.1	22.4	3.7	7.5	14.9	5.2	4.5	7.5	1.5	6.0	4.5	3.7	4.5	0.0	0.7	3.0
		40・50代	186	32.8	24.2	34.4	14.5	12.4	3.8	12.4	10.2	4.3	3.8	2.2	8.1	10.8	2.7	3.8	1.1	0.5	2.7
		60代以上	187	42.8	26.7	31.0	11.2	17.1	8.6	8.0	8.6	2.1	4.8	2.7	3.7	7.5	4.8	7.0	1.6	0.0	3.7
	満足度別	満足層	251	33.5	23.9	38.2	14.3	15.9	8.0	12.4	11.2	2.8	4.8	1.6	6.4	5.6	3.6	5.6	1.2	0.4	1.6
		不満層	108	39.8	29.6	21.3	20.4	6.5	3.7	9.3	5.6	4.6	6.5	2.8	2.8	7.4	5.6	6.5	1.9	0.0	3.7

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、30年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp