

C CHANNEL、F1層に向けて「おうち時間」に関するアンケートを実施 ～新型コロナウイルス感染拡大に伴い自由時間はどのくらい増えた？～

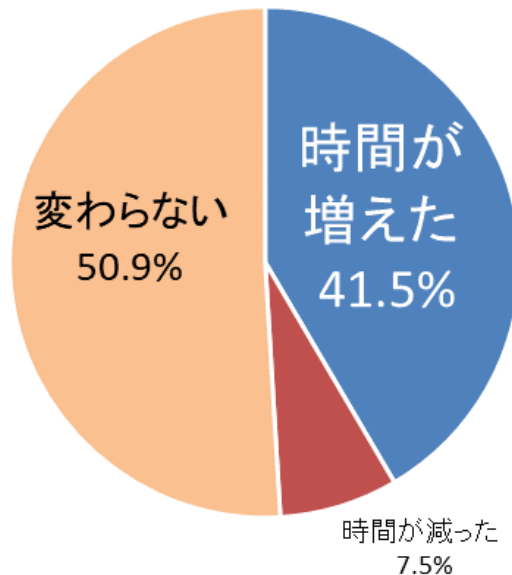
C Channel株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:森川亮)が運営する日本最大規模の女性向け動画メディア「C CHANNEL」(<https://www.cchan.tv/>)のF1層の実態を調査する「C CHANNEL Lab. (シーチャンネル ラボ)」では、メイン視聴者であるF1層に向けて「おうち時間」に関する調査を実施しました。その一部を報告します。

<TOPICS>

- ・4割強が、新型コロナウイルス感染拡大以前より以後の方が自由な時間が「増えた」と回答。
- ・自由になった時間の長さは「5時間以上」と回答した方が最も多く4割弱。
- ・自由な時間の過ごし方は、SNS (Instagram・Twitter等) に投稿する・みる」「インターネット動画 (YouTube等の無料のもの) をみる」を選んだ方が最も多く8割以上。

■F1層の約4割がコロナウイルス感染拡大に伴い自由な時間が「増えた」と回答！

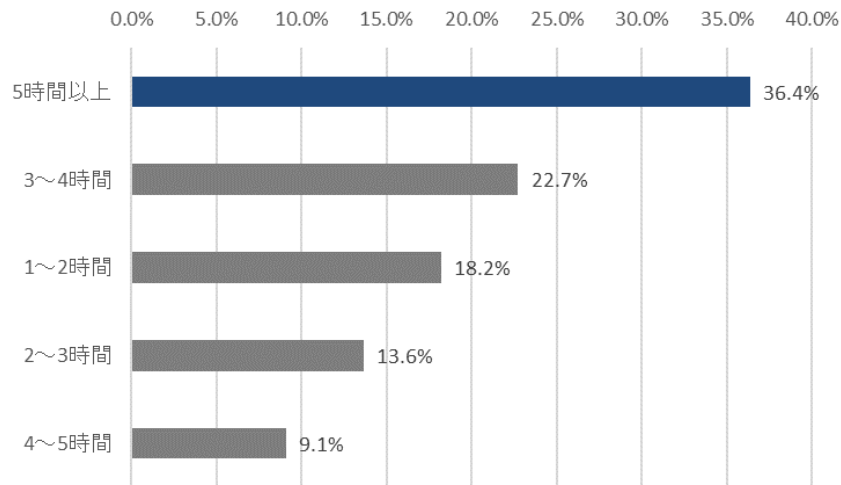
- ・「時間が増えた」と回答した方41.5%、「時間が減った」と回答した方7.5%、「変わらない」と回答した方50.9%。



質問：新型コロナウイルス感染拡大以前と以後で、1日の時間に余裕（自由な時間）ができたかお知らせください。
(有効回答数53/単一回答)

■自由になった時間はどれくらいか。トップは「5時間以上」！

- ・トップは「5時間以上」(36.4%)、次いで「3~4時間」(22.7%)、「1~2時間」(18.2%)と続く。

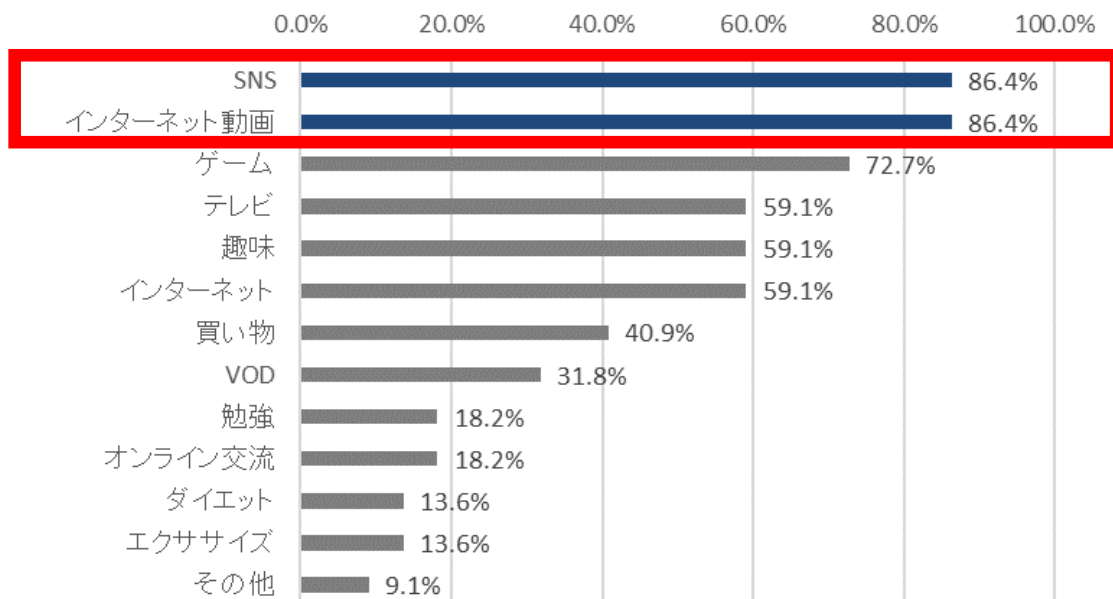


質問：新型コロナウイルス感染拡大以前と以後で、平均して1日でどのくらい時間に余裕ができたか（増えたか）お知らせください。（有効回答数22/単一回答）

一方、時間が「少なくなった」と回答した方は少数で、7.5%でした。「時間に余裕がなくなった（減った）理由」を質問したところ、「テレワークではできない仕事をしている」、「コロナウイルス感染拡大により仕事が忙しくなった」、「家族と一緒にいる時間が増えたことで自分の時間がなくなった」といった回答がありました。

■自由になった時間はネット関連に費やす方がほとんど！

・トップは「SNS（Instagram・Twitter等）に投稿する・みる」、「インターネット動画（YouTube等の無料のもの）をみる」が同率で1位で（86.4%）、次いで「ゲーム（アプリ・コンソール等）」（72.7%）と続く。



質問：新型コロナウイルス感染拡大後で、余裕のできた時間をどのように過ごしたか、あてはまるものすべてお知らせください。（有効回答数22/複数回答）

内容を細かく見ると、「趣味」と回答した方は「音楽鑑賞」「メイク美容」「調理」に時間を費やしている方が多くいました。また「勉強」と回答した方は勉強の中でも「語学（英会話等）」と回答する方が目立ちました。

「インターネット閲覧」と回答した方に具体的にどのようなサイトを見ていたか質問したところ6割以上が「女性向けサイト」と回答しトップ。次いで「通販サイト」、「検索サイト」でした。

買い物と回答した方に「どのようなものを購入していたか」を質問したところ「日用品・生活雑貨」がトップとなり、「ファッション」や「化粧品」を上回る結果になりました。おうち時間を充実させてくれるものをメインに買い物をしている傾向があったと考えられます。

■C CHANNEL編集部コメント。

自由な時間が増えた人のうちの中で、多くを占めた「インターネット閲覧」（86.4%）の中で、具体的なサイトのジャンルは「女性サイト」（61.5%）であったことから、外出する機会や人と会う機会が減少している中でも、トレンド情報やビューティ情報のキャッチアップ意欲は増加しているように考えられます。

ただし、「インターネット閲覧」に時間を使っている人のうち、「女性サイト」の次に閲覧していたサイトのジャンルが「通販」（53.8%）であったが、この自粛期間内にて、購入していたジャンルのうち、「日用品・生活雑貨」（77.8%）が「ファッション」（55.6%）や「化粧品」（66.7%）を上回る結果となったこともあり、トレンド情報やビューティ情報に関する興味関心の高さと実際の購買行動は現状、直結しきれていない状況ではないかもしれませんが、今後の動向につきましては、引き続き調査できればと思います。

【調査概要】

- ・調査対象者
C CHANNELアプリとInstagramのC CHANNELアカウントをご利用の全国20～34歳の女性
- ・調査方法
インターネット調査
- ・サンプル数
53ss
- ・実施期間
2020年8月8日～10日

C CHANNELでは定期的にF1層の動向を調査するべくアンケートを実施しており、アンケート結果をまとめた資料のご用意もごさいます（クロス集計等）。アンケート結果やC CHANNELへの広告にご関心がある企業様は、各担当営業または以下までお問い合わせください。

お問い合わせ先：media01@cchan.tv

■「CCHANNEL Lab.」とは

C CHANNEL が定期的に調査している、F1層のインサイト、深層心理についての調査を発表します。

多様化するF1女性たちのリアルな声や実態を、C CHANNELの視点から調査し発表しています。

また、調査内容をもとに、C CHANNEL配信しているコンテンツ反映させていきます。

過去の調査はこちらから：<https://corp.cchan.tv/category/cchanlab/>

CCHANNEL Lab.

■「C CHANNEL」とは

女性の“知りたい!”を1分動画で解決する、日本最大規模の女性向け動画メディア。女性の関心が高いテーマを中心に、短い時間で手軽に視聴できる縦型動画をクリッパー（ネイリスト、美容師、インフルエンサーなど）と共に撮影・制作し、日本・世界に向けて発信しています。

このページに掲載されているプレスリリースその他の情報は発表日現在の情報であり、時間の経過または様々な後発事象によって変更される可能性がありますので、あらかじめご了承ください。