

【くらしの研究】 男性の5割以上、起きた時から疲労感「朝がつらい」。
「くらしの現場レポート」男性の睡眠事情 3月13日より公開
＜花王 生活者研究センター調べ＞



仕事による多くの疲れを感じながら、自分なりの対処をしている男性たち。彼らの疲労感を一日の流れで追うとみてきた課題のひとつは「睡眠」でした。睡眠不足が積み重なると「睡眠負債」となり、健康への深刻なリスクが高まることが指摘されています。花王株式会社「生活者研究センター」(※1)が実施した、働く男性たちの疲労・ストレスと睡眠に関する実態調査では、「熟睡して朝はスッキリ目覚めたい」という声が多数あるなかで、実際に「よく眠るためにしていることがある」と回答した人はわずか1割程度ということがわかりました。

【主な調査結果のポイント】

- 朝起きたときから疲労感。「よく眠った感じがしない」と回答した男性は5割以上
- よく眠るためにしていることがある人はわずか1割

【調査概要】

「疲労ストレスの実態と対処」

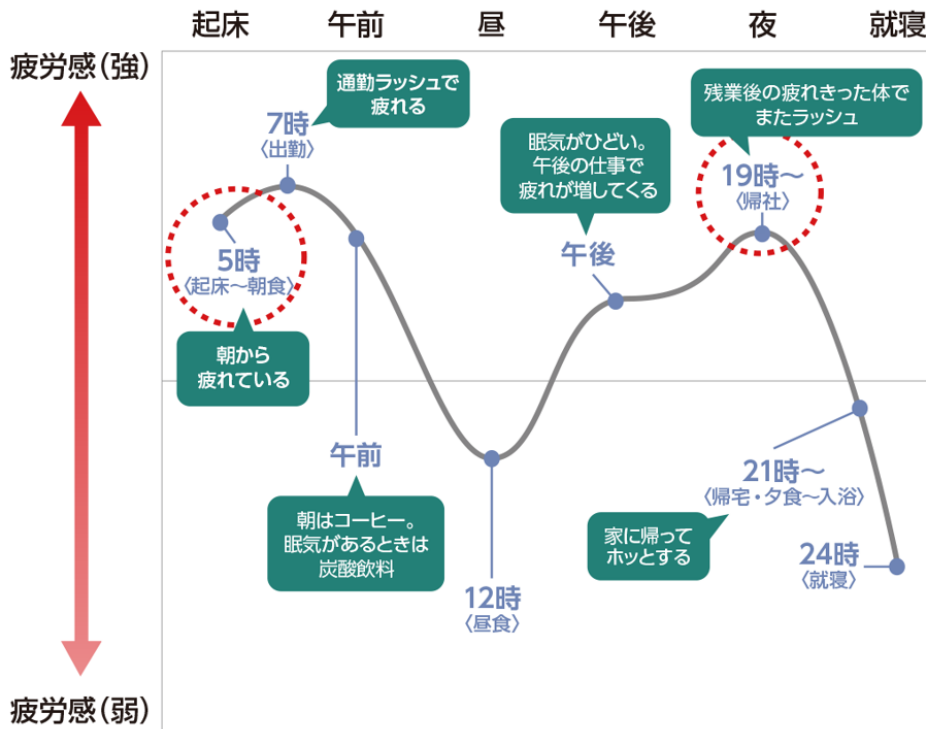
©2013年6月／インターネット調査／首都圏在住 20～60代既婚男性／3,168人

©2013年7月／グループインタビュー調査／首都圏在住 20～50代男性／24人

●朝起きたときから疲労感。「よく眠った感じがしない」と回答した人は5割以上

日ごろ疲労を感じ、何らかの対応をしているという男性たちに、平日一日の「疲労感」の推移を曲線で描いてもらったところ、共通点がみられました。疲労のピークが午前中と夕方から帰宅時にかけて2回あることと、朝起きた時から疲労感を強く感じていることです。朝「今日も仕事か・・・」という精神的な影響もあるようですが、「熟睡できず、朝がつらい」という睡眠に関する声が多く聞かれました。

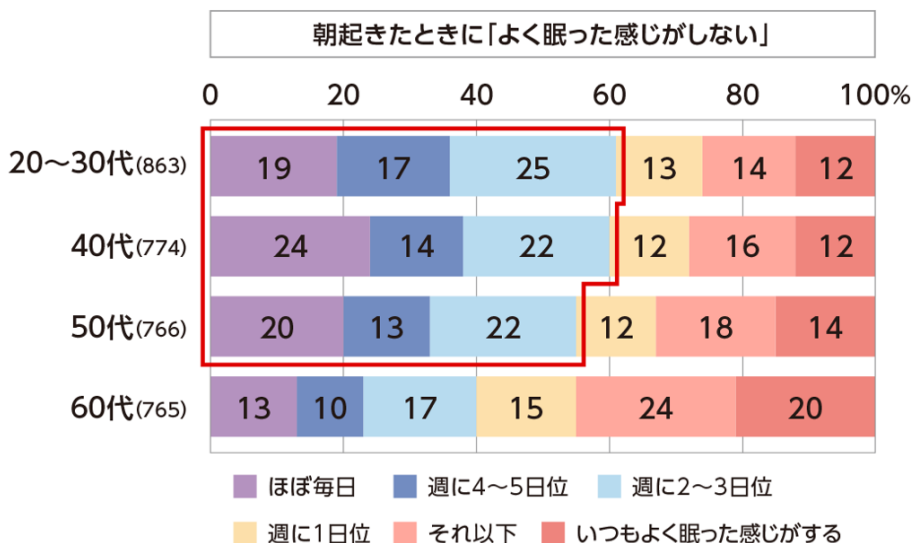
■平日の疲労感の推移（男性・48歳の事例）



2013年7月(花王 生活者研究センター調べ)

また、「よく眠った感じがしない」日が週に2日以上と回答した人の割合は、20～50代男性で5割を越えていました。

■起床時の睡眠の実態



20～60代 首都圏在住既婚男性 3,168人
2013年6月(花王 生活者研究センター調べ)

●よく眠るためにしていることがある人はわずか1割

彼らが帰宅して寝るまでの間にリラックスするためにしている行動を聞いてみると、「入浴剤を入れてゆっくり入浴」「就寝前にお酒を飲む」「インターネットを閲覧」「テレビを見ながら寝る」などでした。

リラックスするためにしていること

22時頃帰宅。妻が用意してくれた食事を食べて20分くらい入浴。お風呂からあがったらストレッチ(ヨガ)。その後、PCでメールチェックとインターネットを閲覧。25時頃就寝。

(36歳・既婚)

21時頃帰宅して、テレビを見ながら夕飯。ゆっくりした後にお風呂。その後、テレビを見ながらインターネット。寝る前にチューハイか缶ビールを飲んでくつろいだ気分で寝るようにしている。

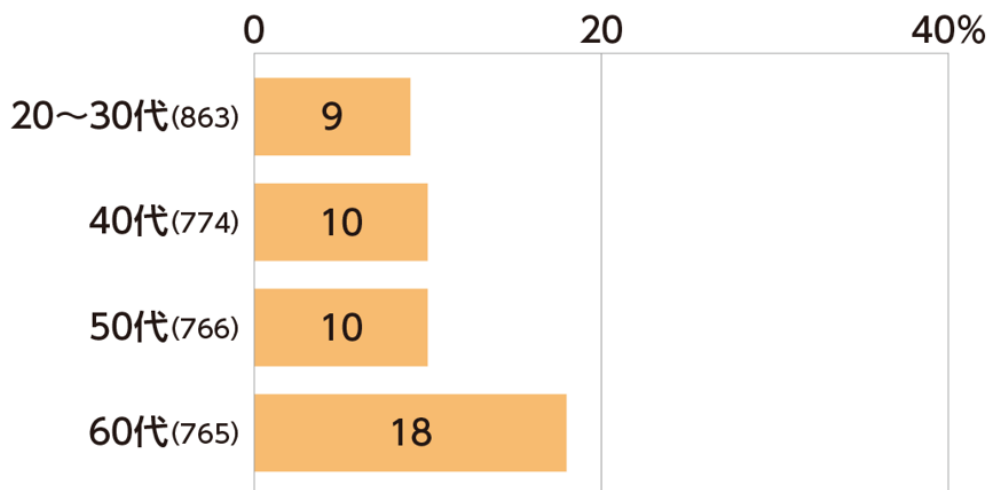
(41歳・既婚)

21時台に帰宅。疲れ具合によってはマッサージに行くか、体調が良い時は走りに行く。バランスの良い夕食にビールは1本。23時までにお風呂。入浴剤を入れて疲れを癒す。

(46歳・既婚)

寝る前の習慣のなかには「ゆっくり入浴」といった睡眠に良いとされる行動がある一方で、「就寝前の飲酒」や「寝る直前までのネット」「照明、テレビをつけたまま寝る」など、むしろ熟睡の妨げになりそうな行動も多くみられました。「熟睡して朝はスッキリ目覚めたい」という声が多数あるなかで、実際に「よく眠るためにしていることがある」と回答した人は20～50代男性のわずか1割程度でした。朝の疲れを感じていたら、寝る前の習慣や、睡眠としっかり向き合ってみることが大事なようです。

■よく眠るために、寝る前にしていることがある



20～60代 首都圏在住既婚男性 3,168人
2013年6月(花王 生活者研究センター調べ)

詳しい情報はこちら

くらしの研究「くらしの現場レポート」

<http://www.kao.co.jp/lifei/life/report-42/>

<http://preview.aem.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-co-jp/lifei/report/pdf/38.pdf>

■睡眠は「技術」。睡眠のスペシャリストが説く、仕事も生産性もあがる睡眠法

さまざまな企業で、働く人の睡眠改善や労働生産性向上のための睡眠研修などをおこなっている、株式会社ニューロスペース代表取締役 CEO の小林孝徳さんへのインタビューを「達人コラム」で紹介しています。「睡眠負債」をためないための快眠テクニックとは？

くらしの研究「達人コラム」 <http://www.kao.co.jp/lifei/life/column-41/>



※1 花王株式会社「生活者研究センター」 <http://www.kao.co.jp/lifei/about/>

「生活者研究センター」では、花王グループの使命である「よきモノづくりを通じて人々の豊かな生活文化へ貢献すること」の実現をめざし、生活者ひとりひとりの暮らしを見つめた生活者研究を行っています。生活現場での観察と対話を重ねながら、行動に表れない本音、説明できないこだわりなど、行動の裏にひそむ「おもい」まで読み解いて、課題を発掘し、商品やコミュニケーション開発に活かすとともに、生活者研究のウェブサイト、花王「くらしの研究」から、広く社会に発信しています。

花王「くらしの研究」 <http://www.kao.co.jp/lifei/>

■本リリース（MK ニュース）に関するお問い合わせ先



花王株式会社 商品広報センター

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10 TEL:03-3660-7259 / FAX:03-3660-7848

<http://www.kao.com/jp/> ©Kao Corporation

※本資料記載の記事・写真の無断転載・複写を禁じます。リンク先は本件掲載時の情報であり、予告なく変更になる場合がございます。