dentsu
tokyo/osaka/nagoya

NEWS RELEASE

株式会社 電通
105-7001　東京都港区東新橋1-8-1
koho@dentsu.co.jp
https://www.dentsu.co.jp/

2026年11月19日

電通など３社、「親子の寝るまでの時間に関する調査」を初実施

－ 各社の知見を生かし、子育ての課題解決に取り組む「子育てサポおとプロジェクト」を開始 －

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里）は、株式会社こどもりびんぐ（本社：東京都千代田区、代表取締役：藤田 基予）、株式会社radiko（本社：東京都港区、代表取締役社長：池田 卓生）と共同で、全国の小学校3年生以下の子どもがいる保護者377人を対象に、「親子の寝るまでの時間に関する調査」（以下「本調査」、調査期間：2026年6月15日～28日）を実施しました。また、3社の知見を生かして子育てに関する課題の解決を目指す「子育てサポおとプロジェクト」を開始し、その第1弾として音声コンテンツを活用した寝かしつけ支援に取り組みます。

1．本調査について

本調査は、子育て、音声メディア、マーケティングの各領域に知見を持つ3社が、子どもが寝るまでの時間に着目し、親子の過ごし方や保護者が感じている負担・葛藤を明らかにするとともに、音声コンテンツが日々の寝かしつけを支える可能性を探ることを目的としています。本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。

【主なファインディングス】

①寝かしつけで特に負担を感じることは「寝るまでに時間がかかる」（42.2%）が最も高い。特に負担を感じる項目が多い保護者ほど、寝かしつけの際に行っていることの平均選択数が多い傾向。

②寝かしつけを行っている保護者のうち、子ども向け・親子向けのいずれかの動画配信サービスを週2回以上利用している割合は72.1%である一方、寝かしつけの時に動画コンテンツを利用しているのは2.0%にとどまる。寝かしつけで動画コンテンツを使う場合に気になることは、「スマホやタブレットの画面を長く見せること」（55.2%）が最も高く、「刺激が強い映像を見せること」（43.4%）が続く。

③寝かしつけでラジオや音声コンテンツを利用している保護者は3.1%にとどまる一方、寝かしつけで音声コンテンツを使うことに関心があるのは55.5%。

注）本調査における構成比（%）は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

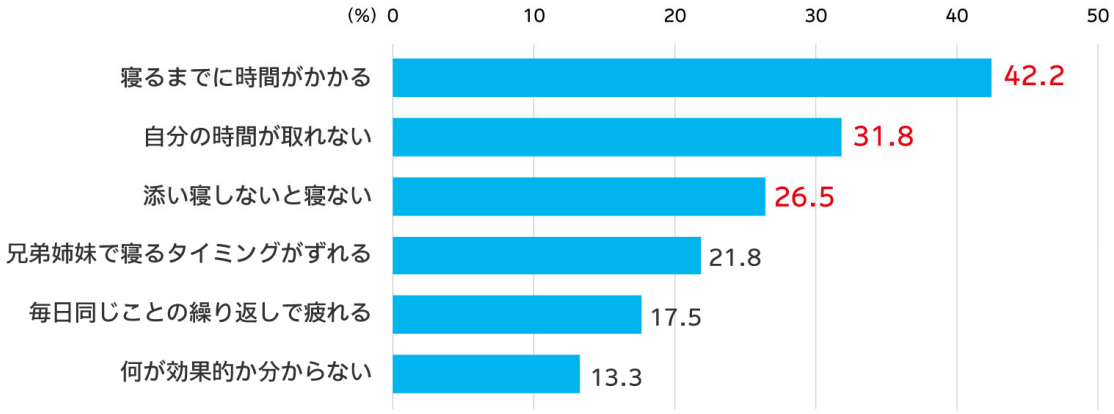
【各ファインディングスの詳細】

① 寝かしつけで特に負担を感じることは「寝るまでに時間がかかる」（42.2%）が最も高い。特に負担を感じる項目が多い保護者ほど、寝かしつけの際に行っていることの平均選択数が多い傾向。

- 寝かしつけで特に負担を感じることは、「寝るまでに時間がかかる」（42.2%）が最も高く、「自分の時間が取れない」（31.8%）、「添い寝しないと寝ない」（26.5%）が続く。【図表1】
- 負担の内容には、子どもの年齢によって特徴が見られる。「何が効果的か分からない」は0～1歳で21.2%、「添い寝しないと寝ない」は2～4歳で37.0%、「自分の時間が取れない」は5～6歳（未就学）で36.7%と、それぞれの年齢層で特徴が見られる。また、寝かしつけに30分以上かかる保護者は30.0%。【図表2】
- 寝かしつけの際に行っていることの平均選択数は、特に負担を感じる項目が「なし」の保護者では2.84個、「1項目」では2.97個、「2項目以上」では3.92個であり、特に負担を感じる項目が多い保護者ほど、平均選択数が多い傾向が見られる。一方、子どもがなかなか寝ないときに最初に追加で試すことについては、回答が複数の項目に分かれている。【図表3】【図表４】

【図表１】

Q. 寝かしつけの際、特に負担を感じることをすべてお選びください。（MA）



※N=377

※全12項目中、上位6項目のみ表示

【図表２】

Q. 寝かしつけの際、特に負担を感じることをすべてお選びください。（MA）／Q. 寝かしつけにかかる時間はどの位ですか？（SA）

＜お子さまの年齢別＞

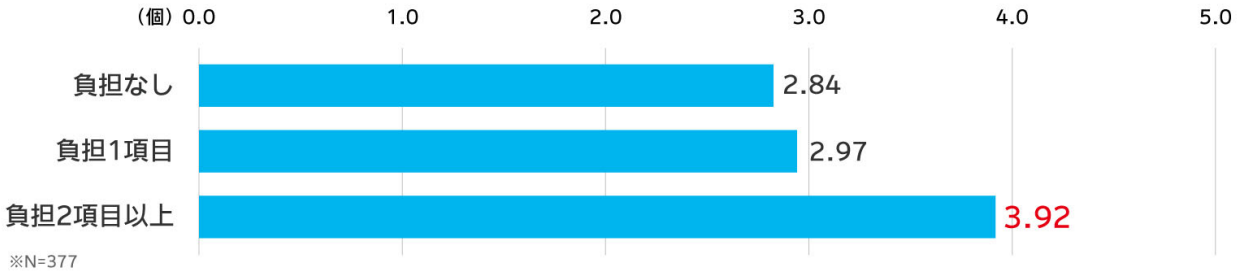
(%)

	n	何が効果的か分からない	添い寝しないと寝ない	自分の時間が取れない	寝かしつけに30分以上かかる※
全体	377	13.3	26.5	31.8	30.0
0～1歳	85	21.2	24.7	30.6	31.8
2～4歳	138	12.3	37.0	33.3	36.2
5～6歳(未就学)	79	6.3	20.3	36.7	31.6

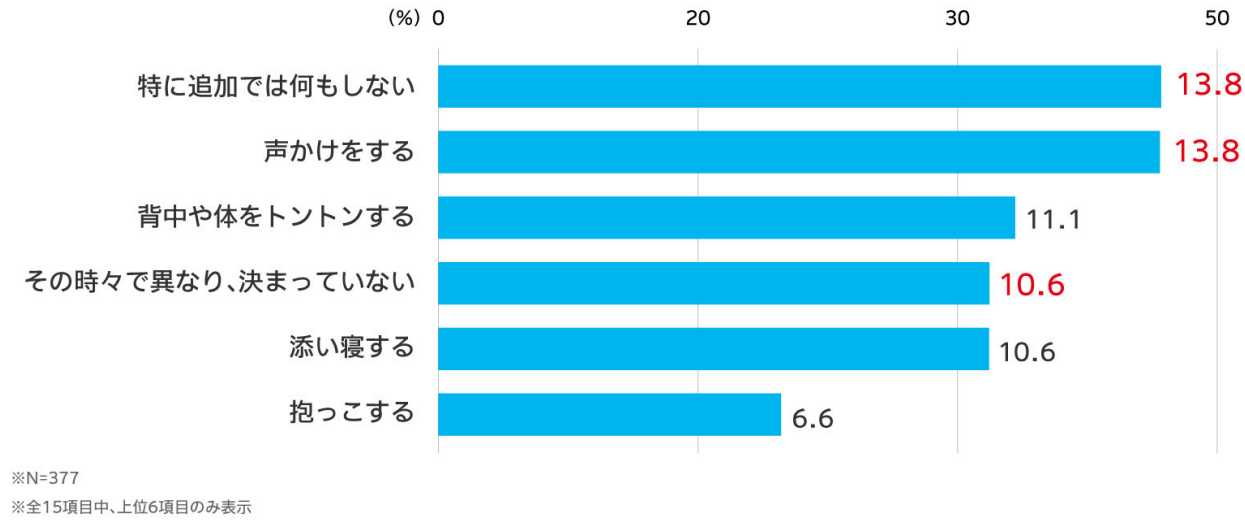
注）各設問をお子さまの年齢別に集計。全体には小学1～3年生(n=75)を含む

※「寝かしつけに30分以上かかる」=「30～60分」「1時間以上」の合計

【図表３】
Q. 現在、寝かしつけの際に行っていることをすべてお選びください。（MA）／Q. 寝かしつけの際、特に負担を感じることをすべてお選びください。（MA）
＜特に負担を感じることの項目数別　寝かしつけの際に行っていることの平均選択数＞



【図表４】
Q. いつもの寝かしつけ方法でお子さまがなかなか寝ないとき、最初に追加で試すことは何ですか。最も近いものを1つお選びください。（SA）

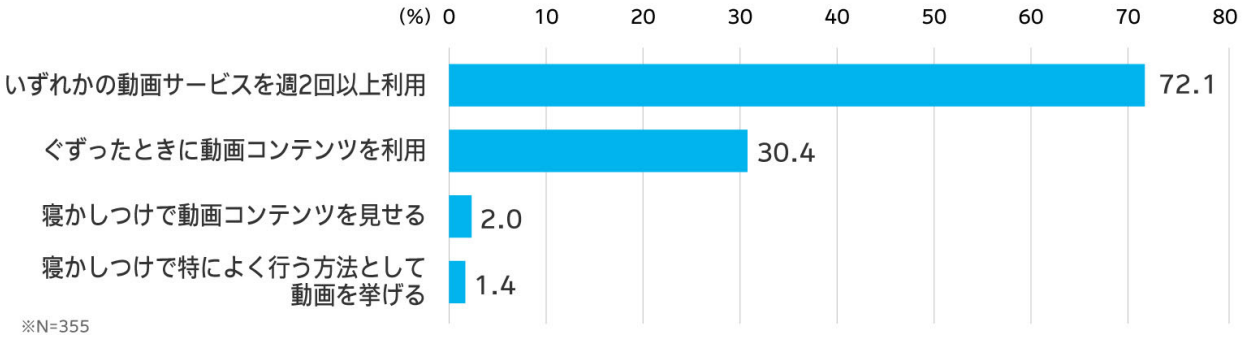


② 寝かしつけを行っている保護者のうち、子ども向け・親子向けのいずれかの動画配信サービスを週2回以上利用している割合は72.1%である一方、寝かしつけの時に動画コンテンツを利用しているのは2.0%にとどまる。寝かしつけで動画コンテンツを使う場合に気になることは、「スマホやタブレットの画面を長く見せること」（55.2%）が最も高く、「刺激が強い映像を見せること」（43.4%）が続く。

- 寝かしつけを行っている保護者のうち、子ども向け・親子向けのいずれかの動画配信サービスを週2回以上利用している割合は72.1%で、子どもがぐずったときに動画コンテンツを利用しているのは30.4%。一方、寝かしつけで子どもに動画コンテンツを見せる保護者は2.0%。【図表5】
- 寝かしつけで動画コンテンツを使う場合に気になることは、「スマホやタブレットの画面を長く見せること」（55.2%）が最も高く、「刺激が強い映像を見せること」（43.4%）が続く。【図表6】

【図表5】

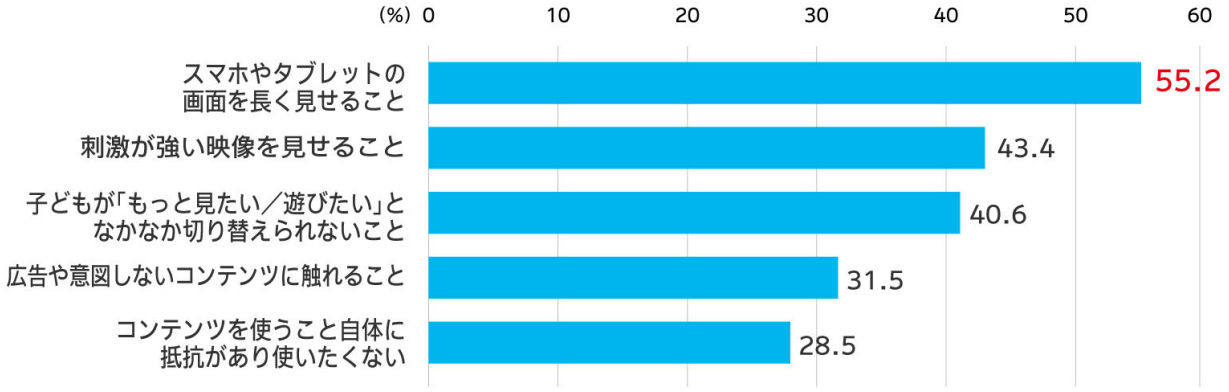
Q. 普段利用しているお子さま向け・親子向けコンテンツの頻度を教えてください。（SA）／Q. お子さまの生活の中の行動のきっかけとして、以下のものを利用する場面がありましたら、あてはまるものをすべてお選びください。（MA）／Q. 現在、寝かしつけの際に行っていること（MA）・特によく行うもの（MA）



※N=355

【図表６】

Q. 寝かしつけで動画コンテンツ（テレビ・動画配信サービスなどの映像）を使うとしたら、できれば避けたいことや気になっていることはありますか？あてはまるものをすべてお選びください。（MA）



※N=355

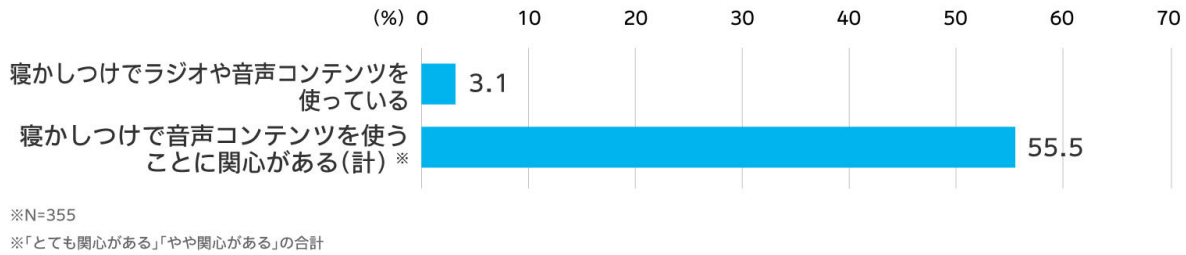
※全12項目中、上位5項目のみ表示

③ 寝かしつけでラジオや音声コンテンツを利用している保護者は3.1％にとどまる一方、寝かしつけで音声コンテンツを使うことに関心があるのは55.5％。

- 寝かしつけでラジオや音声コンテンツを利用している保護者は3.1％にとどまる一方、寝かしつけで音声コンテンツを使うことに「関心がある」（「とても関心がある」「やや関心がある」の合計）のは55.5％。【図表7】
- 寝かしつけでコンテンツを使う場合に重視することは、「お子さまが眠くなりやすい」（46.5％）、「お子さまが落ち着く・静かになる」（44.8％）が上位。【図表8】

【図表7】

Q. 現在、寝かしつけの際に行っていることをすべてお選びください。（MA）／Q. 寝かしつけの際、音声コンテンツを使うことにどの程度関心がありますか？（SA）

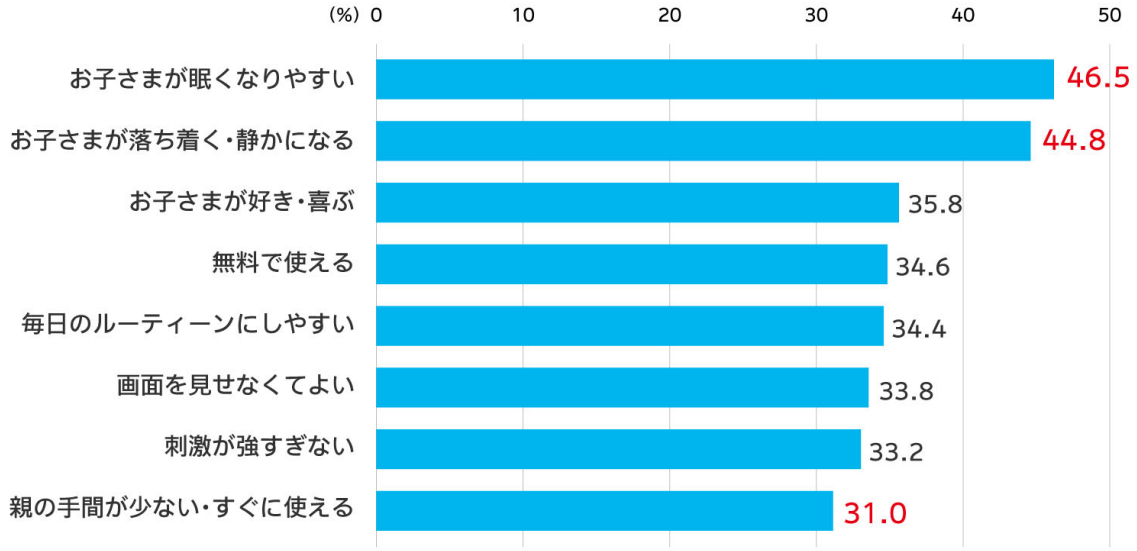


※N=355

※「とても関心がある」「やや関心がある」の合計

【図表8】

Q. 寝かしつけでコンテンツを使うとしたら、重視することは何ですか？あてはまるものをすべてお選びください。（MA）



※N=355

※全19項目中、上位8項目のみ表示

【調査概要】

・目　　的：子どもが寝るまでの時間に着目し、親子の過ごし方や保護者が感じている負担・葛藤を明らかにするとともに、音声コンテンツが日常の寝かしつけを支える可能性を探る
・対象エリア：日本全国
・対象者条件：小学校3年生以下の子どもがいる保護者
・サンプル数：377
・調 査 手 法：インターネット調査
・調 査 期 間：2026年6月15日～6月28日
・調 査 主 体：株式会社こどもりびんぐ

２．「子育てサポおとプロジェクト」について

本調査の結果を踏まえ、3社は、音声コンテンツを従来の添い寝や読み聞かせなどに置き換わるものではなく、子どもが寝るまでの親子の時間に自然に取り入れられる新たな選択肢の一つとして活用できる可能性があると考えています。

そこで電通、こどもりびんぐ、radikoの3社は、本調査を起点に、radikoの音声コンテンツと配信基盤、こどもりびんぐが持つ子育て家庭との接点や知見、電通の企画・プロデュース力を生かし、子育て家庭の日常に寄り添う「子育てサポおとプロジェクト」を開始します。その第1弾として、寝かしつけや寝る前の親子の時間に着目した取り組みを開始します。

2026年11月19日からradiko内に「おやこでラジオ　よみきかせ・子育て番組特集」を公開します。現在放送・配信されているラジオ番組やポッドキャストの中から、親子で楽しめるコンテンツを集め、寝る前の時間にも音声を気軽に取り入れられる機会を提供します。

今後も、3社それぞれの強みを生かしながら、親子が日々過ごす時間をより良くするための取り組みを段階的に広げていきます。

※本プロジェクトに参加する各社のニュースリリースは以下リンクよりご参照ください。
株式会社こどもりびんぐ：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000358.000057067.html
株式会社radiko：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000149.000007490.html

以上

【リリースに関する問い合わせ先】
株式会社電通コーポレートワン　ブランディングオフィス　広報室　広報部
河南、李、早川
Email：koho@dentsu.co.jp

【調査に関する問い合わせ先】
株式会社電通　子育てサポおとプロジェクトチーム
Email：kosodatesapooto@dentsu.co.jp