

近年、日本の社会では、少子高齢化、核家族化のさらなる進行、女性の社会進出、経済のグローバル化、IT による情報化など社会環境の変化が加速し、家族のあり方や親子関係を含めた子どもの成育環境に大きな変化が起こっています。このような状況のなかで、わたくしどもベネッセ教育総合研究所は、妊娠出産期、乳幼児から大学生・社会人まで、またその保護者、教師、幼稚園や保育所、学校など幅広い範囲を対象によりよい生活や教育のあり方を追究することを目的として調査研究を行っております。

さて、このたびご報告いたします「乳幼児の親子のメディア活用調査」は、乳幼児期の親子のメディア活用の実態と意識をとらえることを目的に実施いたしました。メディアに関する調査のため、インターネット調査でなく、郵送による大規模アンケートとなっております。調査は2013年3月に行い、3,234人の保護者の皆様にご回答をいただきました。家事や子育て、仕事に忙しいなか、質問項目にお答えくださった方々に、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

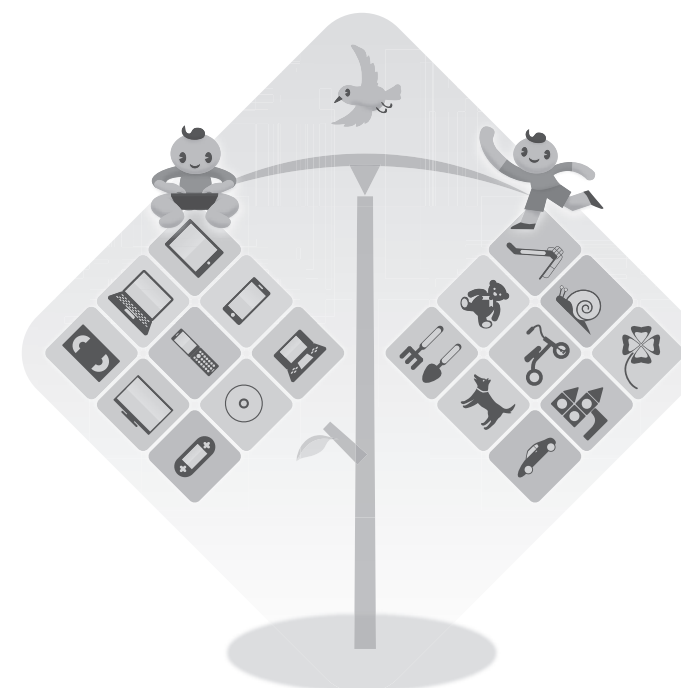
今回の調査結果には、0歳6か月～6歳までの子どもをもつ保護者のメディア活用の実態と意識や、乳幼児にそれをどう使わせているのかについてのデータが数多く入っています。調査で浮かびあがった現状を踏まえ、親子が新しいメディアと上手に付き合っていくための基礎資料となっています。子育て中の保護者の方々、幼児教育・保育にかかわっておられる先生方、研究者、子育てや教育にかかわる支援・行政に携わるの方々などに幅広くご活用いただければ幸いです。

2014年3月

ベネッセ教育総合研究所
所長 谷山和成

第1回

乳幼児の親子の メディア活用調査 報告書



ベネッセ教育総合研究所

目次

本調査の特徴	4
調査概要	5
基本属性	6

序章

乳幼児の親子のメディア活用調査をふりかえって

子どもの育ち、子育てと新しいメディア	汐見 稔幸	10
小児医学、小児神経学の観点から	榊原 洋一	12
子どもの発達と親子のかかわりの観点から	菅原 ますみ	14

第1章 乳幼児のメディア利用の実態

第1節 家庭のメディア所有状況	田村 徳子	18
第2節 子どもの1週間のメディア活用状況	田村 徳子	22
第3節 一日あたりの活動時間	高岡 純子	26
第4節 平日に家庭で使う時間帯	高岡 純子	32
第5節 メディアを活用する場面	田村 徳子	36
第6節 アプリ・ソフトの使用時間、内容、選択基準	田村 徳子	40
第7節 友だちとのかかわり	田村 徳子	50
第8節 メディアを使い始めた時期	田村 徳子	54

第2章 保護者のかかわり

第1節 親子でのメディアのルール、フィルタリング	佐藤 朝美	58
第2節 ルールの参考、ママ友との話題	佐藤 朝美	62
第3節 メディアへの抵抗感、気がかり	佐藤 朝美	64
第4節 アプリ・ソフトへの意識	佐藤 朝美	66

第3章 保護者自身のメディアとの接し方

第1節 母親のメディア行動 (1)メディア使用時間と利用率	駒谷 真美	70
第2節 母親のメディア行動 (2)ママ友との連絡手段	駒谷 真美	76
第3節 母親のメディア行動 (3)WEBサイト・SNSの子育て利用	駒谷 真美	80
第4節 母親のメディア意識 (1)メディアに対する親和性と依存性	駒谷 真美	86
第5節 母親のメディア意識 (2)家庭のメディアルール	駒谷 真美	90

資料編	93
調査票見本	94
調査企画・分析メンバー、アドバイザー一覧	110

本調査の特徴

ベネッセ教育総合研究所では、「小さな子どもとメディア」について多角的に考えようという主旨で 2007 年に研究会を立ち上げ、発達心理学や小児医学などの専門家が集まり、研究・討議を進めてきた。エビデンスベーストな考察と討議を活動の基本として、国内外の関連文献や先行事例を収集・分析し、子育て支援の立場から、乳幼児の保護者のメディア視聴や活用の現状を探る調査を行っている。これまでの活動については WEB サイト「小さな子どもとメディア」で発信をしている。

本調査は、この数年でスマートフォンやタブレット端末などが急速に普及し、生活するうえで欠かせないものになってきていることを受けて、乳幼児の生活におけるメディア利用の実態、保護者の意識と実態をとらえることを目的に実施した。

本調査の特徴は以下のようにまとめられる。

1. 乳幼児のいる家庭におけるメディア利用の実態を幅広く把握することができる

テレビ番組やビデオ・DVD に加え、スマートフォンやタブレット端末、据え置き型ゲーム機、携帯型ゲーム機などのメディアについて、家庭における所有率や乳幼児がみたり使ったりするアプリ・ソフトの内容など、乳幼児とその家族のメディア利用における基本的な実態を幅広く把握できるようにしている。

2. 乳幼児の年齢による違いを把握することができる

今回の調査は、0 歳 6 か月から 6 歳就学前までの乳幼児をもつ保護者を対象としている。乳幼児の生活におけるさまざまなメディア利用の様子や保護者のかかわりの実態と意識が、乳幼児の年齢によって、どのように違うのかを把握することができる。

3. 乳幼児の保護者自身のメディアとの接し方をとらえることができる

乳幼児をもつ保護者自身が、子育ての中でメディアとどのように接しているのか、また年代によってどのように違うのかを把握し、乳幼児とメディアとのかかわりについて、多面的にとらえられるよう配慮している。

調査概要

1. 調査テーマ

乳幼児期の親子のメディア活用に関する実態と意識

2. 調査方法

郵送法（自記式アンケートを郵送により配布・回収）

3. 調査時期

2013 年 3 月

4. 調査対象

第 1 子で 0 歳 6 か月～6 歳就学前までの乳幼児をもつ保護者 3,234 人
(配布数 10,010 通 有効回収率 32.3%)

5. 調査地域

東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県

6. サンプル数

(人)						
0 歳児後半	1 歳児	2 歳児	3 歳児	4 歳児	5 歳児	6 歳児
569	521	436	448	438	421	401

7. 調査項目

家庭でのメディア所有状況／子どもの 1 週間のメディアの使用頻度・時間・時間帯／アプリ・ソフトの使用状況／親子で決めているメディアのルール／保護者による子どものメディア使用やアプリ・ソフトへの意識／保護者自身のメディア使用状況／地域とのつきあい／子育て意識など。

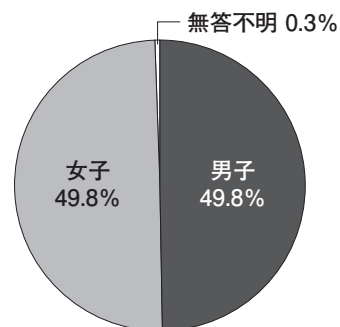
本報告書を読む際の注意点

- ・本報告書では、母親のみを分析対象とした。
- ・本報告書で使用している百分比（％）は、有効回答数のうち、その設問に該当する回答者を母数として算出し、小数点第 2 位を四捨五入して表示した。四捨五入の結果、数値の和が 100 にならない場合がある。

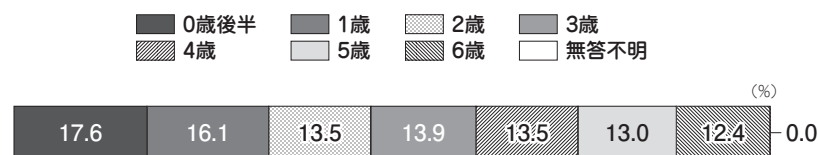
基本属性

A 子どもの属性

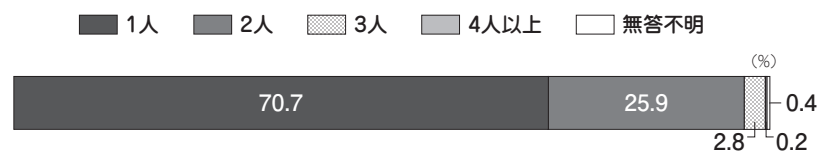
図A-1 性別



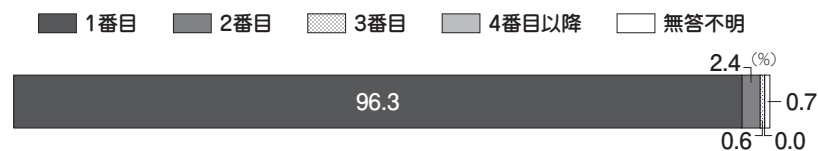
図A-2 年齢



図A-3 きょうだい数

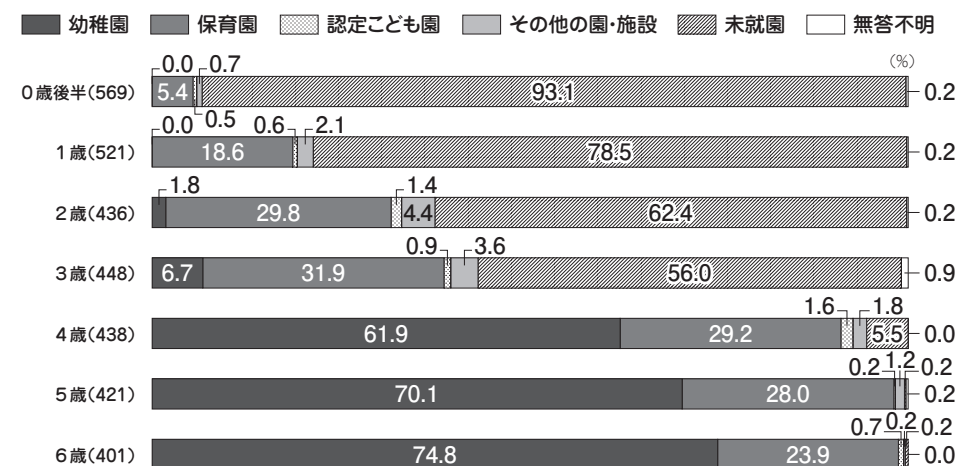


図A-4 出生順位



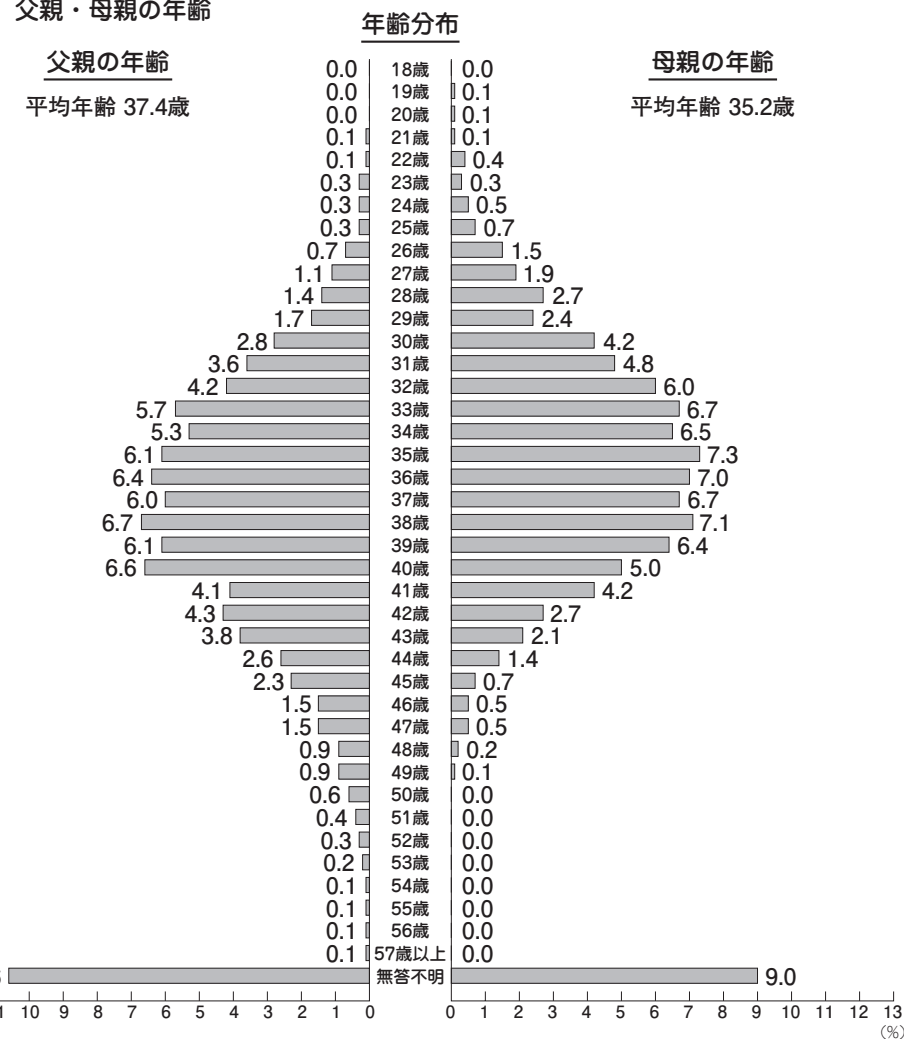
注) メディアとの接触状況やルールの有無にきょうだいの影響を除くため、可能な限り、第1子について回答してもらうよう依頼した。

図A-5 就園状況



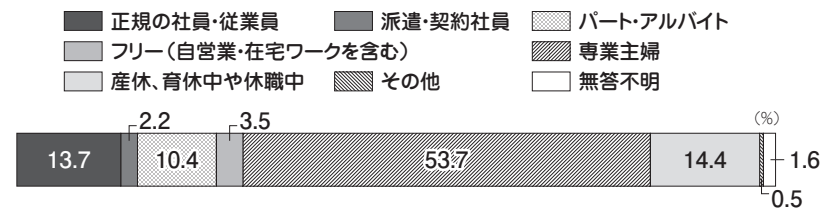
B 保護者の属性

図B-1 父親・母親の年齢

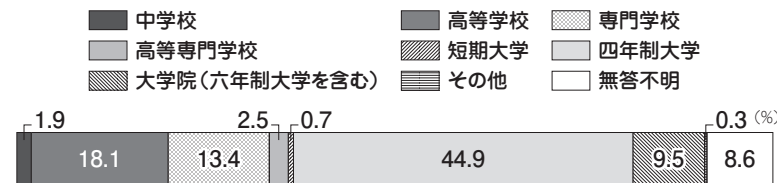


注) 平均年齢について、無答不明の人は分析から除外している。

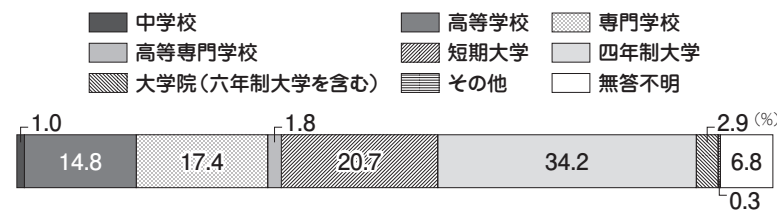
図B-2 母親の就業状況



図B-3 父親の最終学歴



図B-4 母親の最終学歴

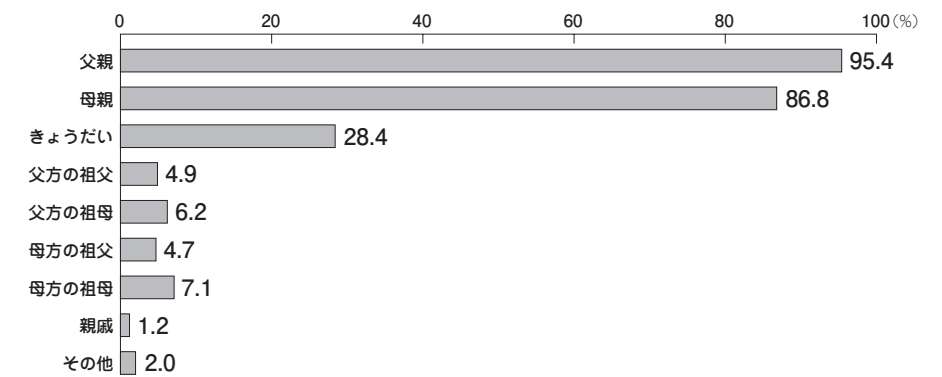


C その他

図C-1 居住地

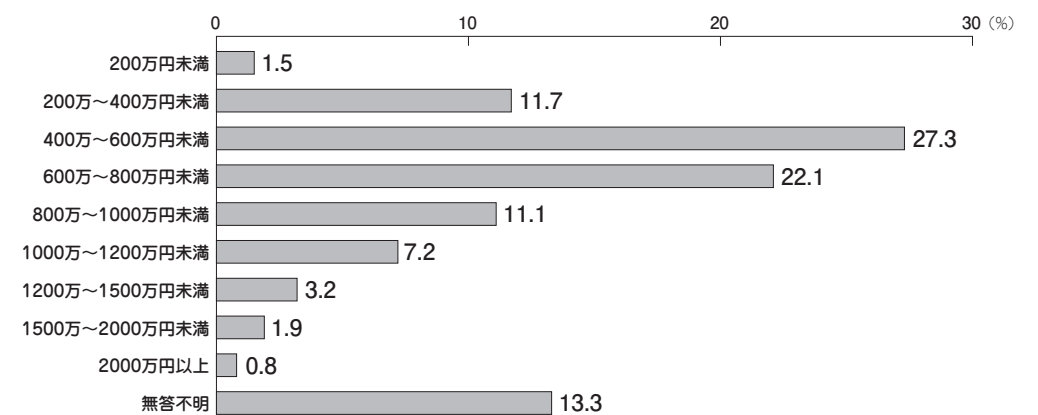


図C-2 同居家族



注）複数回答。

図C-3 世帯年収



序章

乳幼児の親子のメディア活用調査をふりかえって

子どもの育ち、子育てと新しいメディア

白梅学園大学学長 汐見 稔幸

新しい情報処理、伝達・交流のメディア＝ツール（機器）の発達にはめざましいものがある。都会の電車に乗ってみればわかるが、話したり座って寝たりしている人以外のかかりの人がスマートフォン（スマホ）を出して、メールを読んだりゲームをしたり動画をみたりするようになっていく。あるとき電車の中で数えてみたら、乗客の半数近くがスマホを手にあれこれ操作していたので驚いた。

調査の結果もそのことを示している。今は携帯電話よりもスマホをもっている母親のほうが多くなり、しかもその傾向は若い世代ほど大きいということも判明した。家庭でスマホを所有している母親は、20代以下では80%を超えていて、40代以上の47%を大きく上回っていた。逆に携帯電話は20代以下が26%なのに40代以上は56%が所有している。若い母親世代は、携帯電話は4人に1人しかもたず、スマホは4人のうち3人以上がもっている時代になっている。つまり年齢が低いほどスマホに親和的になっていて、この20代の世代が今後30代、40代…となっていくと、やがて全世代が80%以上スマホを所有しているという時代がやってくることが十分に予想される結果であった。もっとも20、30年後のメディア進化の具体的姿は予想できず、スマホ等とはまったく違ったメディアが広がっているかもしれないが。

ともかく、この数字をみる限り、メディアの多様化が進んでいる時代の中で、「2013年はスマホが一挙に広がりだした時代」として定義してもよいと思われる内容である。パソコン（PC）の利用率のデータでも、40代以上の母親の利用率が78%なのに、20代以下

では61%弱と、PCへの依存度も若い世代は逆に減ってきている。「PCからスマホへ」という流れが本格的に始まっているかのようである。

スマホがそこまで好まれるようになった理由は何であろうか。タブレット端末もほとんど同じ機能をもっているのであわせて考えてみたいが、端的に言うと、電話機能、カメラやデジタルビデオ機能、メール機能はかなり高度に備わっているだけでなく、ゲーム機の機能やPC機能も有しているからだろうと思う。地図がわからないときにもスマホで地図画面を出して探索できるし、電車の時刻表にも活用できる。キーワードを入力すればおいしい店を探すこともできるし、写真や動画を送ってリアルタイムに近い状態で情報交換もできる。画面で本を読むこともできるし、新聞がなくてもニュースを読める。音声で質問すれば、文字やデザイン、写真で答えが出てくるようなスマホも発売されていて、「何でも手に入る情報タンク」を常備して歩いているようなものである。アプリが無数といってよいほど用意されていて、多様な情報の獲得だけでなく、交流、情報伝達、音楽データ倉庫、遊具、教育ツール等々として使える。コンパクトだが可能性のきわめて大きい情報メディアとなっているのである。これが流れをスマホへと押しあげている理由であろう。すでに任天堂などは、大型のゲーム機中心の企業戦略の転換を強いられつつある。おそらく今後しばらくは、スマホは、電話、メールだけでなく、多様なコミュニケーションと情報獲得、遊具、学習などのツールとして人気を拡大していくと思われる。

保護者、とくに母親がこれほどにスマホを使用しているのであるから、子どもの前にはテレビ、ビデオだけでなくスマホ環境とでもいべきものが登場しつつあるといっても過言ではない。PCが登場して家庭にPC環境という日常的な情報環境ができたのはもう10年以上前であるが、これは扱い方が幼児には簡単でなく、つまりインターフェースがさほどよいわけではなかった。幼児にとって風景の一部となるほど日常的な環境には必ずしもならなかった。しかし、スマホはやや事情が異なるようである。手軽で、幼児でももつことができ、動かし方も簡単、操作も指一本で済み、壊れにくい。企業もそこを活用して幼児用のアプリを開発している。そのため、母親が日常的にスマホやタブレット端末を使って生活していると、幼児自身も真似て、スマホやタブレット端末を日常的に使う場合があるということがわかった、というのが今回の新しい知見である。

新しいメディアが登場すると、その子どもへの影響がネガティブに語られるというのが世の常である。そのことを若い母親世代がどう意識してこうしたスマホやタブレット端末という新たなメディアとわが子を出会わせているかということも今回の興味ある調査項目であった。

詳しくは以下の各章の報告と分析を読んでいただきたいが、概略以下のことがみえてきた。テレビ、ビデオの影響については視聴がいわば日常化している感じが浮かびあがったが、乳幼児の視聴が長時間にならないように配慮している様子もまた感じられる結果であった。あわせて外遊びやおもちゃ遊び、絵本の読み聞かせなどとのバランスを考えた生活を大事にしている親が多い様子も明らかになった。これは子育て世代の生活スタイルの変化の反映という面と、乳幼児のテレビやビデオ長時間視聴への小児科医会等からの批判や提言など、社会的な雰囲気の影響もあると考えられる。

スマホやタブレット端末については、テレ

ビやゲーム機等と同じように目の健康への影響の心配やゲーム等への依存性への懸念が子育て世代全体にあることがある程度わかった。しかし、実際に日常的にスマホやタブレット端末を使っている母親の家庭に限定すれば、乳幼児にスマホ等を使わせることへの基準がないこともあって、すでに1歳、2歳から日常的にスマホで遊んだり学んだりしている乳幼児が2割程度いるということがわかった。これは人によっては予想以上のデータであったと思われるかもしれないが、若いスマホ母親世代には当然と映る可能性がある。今後、先に述べたようにこうした状況への懸念が表明される可能性があるが、正確なことをいうには、たとえば生活行為のバランスのよい子と偏りの強い子、親子のコミュニケーションが活発でスマホを日常的に利用している子と、親子のコミュニケーションが不十分でいてスマホを積極的に利用している子との差等がきちんと調べられるべきだろう。そのうえでの責任のある発言が期待される。

こうした時代には、スマホ・タブレット端末時代の新たなメディアリテラシー教育が課題となってくる可能性が高い。子どもへのメディアリテラシー教育が大事だということは少しずつ常識化しているし学校でもある程度取り組まれているが、スマホやタブレット端末を念頭においたものではないだろう。同じことは幼児にも必要で大事であろうが、幼児のメディアリテラシー教育を小学生や中学生と同じような形で行うことは現在では難しい。子育て支援の一環として、保護者へのメディアリテラシー教育の具体化を真剣に考えるべき時代が来ていると思える。

乳幼児の親子のメディア活用調査をふりかえって

小児医学、小児神経学の観点から

お茶の水女子大学大学院教授 榊原 洋一

① 小児科医の仕事

小児科医の仕事は大きく分けて2つあると思っています。1つは当たり前のことですが、子どもの病気を診断し治療することです。2つ目は、子どものよりよい成長と発達につながる環境について探索し、子育て中の親に情報を発信することです。

1つ目は主に、病院や診療所を通じて行われますが、2つ目の仕事の成果は多種多様な方法で行われます。保健センターでの健診や相談だけでなく、育児書の執筆や講演やマスコミ、そして最近ではインターネットを通じての情報発信が2つ目の仕事の例です。さらには、純粋な研究として、子どもの成長発達にとってよりよい環境は何かを探求する学術研究も2つ目のカテゴリーに含まれるでしょう。

そうした前提に立つと、小児科医として本調査結果をどのように考えればいいのか。

② 本調査で明らかになったこと

詳細は調査結果そのものを読んでいただきたいと思いますが、本調査で明らかになったもっとも重要な事実、すでに乳幼児期から子どもが、従来のメディアの代表であったテレビだけでなく、大人のなかにこの数年の間に急速に浸透してきたスマートフォンと密接な関係を作り上げつつあるということです。2～3歳児の30%が少なくとも週に1日～2日はスマートフォンをみたり使ったりしているのです。しかしこれに驚くべきではない

かもしれません。調査対象の親の6割がスマートフォンを所持し使っています。スマートフォンは、従来型のテレビのように家のどこかにおいて使用するものではなく、親が常に「身につけている」ものであり、親といつも一緒にいる子どもたちの関心の対象になるのは必然のことです。つまりテレビなどと同じく、スマートフォンは今や日本の乳幼児の当たり前の成育環境の一部として定着しているのです。

乳幼児期の子どもの行動の原型は、私は3つあると思っています。1つは親のそばにいたいという気持ち、つまり愛着行動です。2つ目は、まわりにいる人の行動をまねる模倣行動です。そして3つ目は、新奇なものや初めてみる物や人への好奇心になります。よく考えてみると、スマートフォンはこの3つの行動原型の行動動機を刺激する要素をすべてもっているのです。

いつもそばにいたい親が、子どもにとって未知のものを使っているのです。どんな子どもでも触ってみたいくなります。乳幼児は情報を追求する存在(インフォメーション・シーカー)であると、私の恩師である小林登先生はいつもおっしゃっています。スマートフォンは、ガラガラなどの従来のおもちゃ以上に、質的にも量的にも豊富な情報を発信しています。子どもがスマートフォンに惹かれるのは必然のなりゆきです。

③ 調査結果をどう読み、対応するか

さて問題はここからです。本調査で明らかになった乳幼児とスマートフォンの密接な関

係をみて、私たち小児科医はどうすればいいのでしょうか。

はっきりしていることは、乳幼児の生活空間に、これほどまでに双方向性のあるモノがあるのは、人類の歴史で初めてのことであるということです。新しい環境に適応する能力が高いことは、私たち人類がほかの動物に比べて格段の発展を遂げてきた理由ですので、スマートフォンのような環境に対しても、適応していくと想像できます。しかし、想像する以上のことが何かわかっているのかといえばそうではないのです。まだ未知の領域なのです。

小児科医のなかには、スマートフォンが子どもの発達に及ぼす「悪い影響」を予想して、その使用を控えることを主張する人たちが出てきています。しかし、そこに何らかの根拠があるかという、そうでもなさそうです。

今回の調査のなかで私にとって印象的だった結果は、メディア利用のメリット、デメリットに関する親の意見です。上記の小児科医たちが、スマートフォンなどのメディア利用のうえで懸念することは、それによって親子の相互作用が減ってしまうのではないかとこの予想に立脚しています。今回調査対象の親の50～60%が同様に感じていることが結果に示されていますが、これは多くの親が無思慮に子どもをメディアにさらしているのではないことの証拠です。さらに私が驚いたことは、15～25%の親は、メディアのメリットとして「親子のコミュニケーションが増す」ことをあげていることです。こうした視点は、子どもをメディアから遠ざけることを主張する人にはみられません。絵本が親子の双方向のコミュニケーションの手段になりうることは、読み聞かせ運動などの隆盛からも明らかです。現代の若い親は、幼少時からさまざまなメディアと一緒に育ってきました。昔の親が、本や漫画で育ったのと同じく、ゲーム機でゲームをしながら育った親は、スマートフォンなどのメディアを、昔の親の絵本のよう感じているのかもしれません。現代の若

い親は、メディアの悪影響だけでなく、よい影響の可能性もみているのです。

では専門家である小児科医と親では、どちらの判断のほうが、より正確なのでしょう。既知のことについては、判断ができますが、すでに述べたように未知のことについては、どちらが正しいとは言い切れないのではないのでしょうか。

④ 私たちは何をすべきか

これまで述べてきたことから引き出される結論は、1つしかありません。それは人類の歴史で初めて経験するメディアにかかわる子どもの生育環境の変化が、子どもの発達成長に及ぼす影響（よい影響、悪い影響両者とも）を注意深くみていくことです。

小児科医の役割は、その専門的知識を動員して、その任にあたることであると思います。

乳幼児の親子のメディア活用調査をふりかえって

子どもの発達と親子のかかわりの観点から

お茶の水女子大学大学院教授 菅原 ますみ

① 子どもの認知発達からみた新しいメディアの登場

今回の調査結果から、この1～2年で乳幼児をもつ家庭にスマートフォンやタブレット端末などの新しいメディアが急速に浸透しつつあり、幼い子どもたちとの接触が予想以上の広がりで見始めていることにあらためて驚きました。第1章第2節にあるように、スマホを「ごくたまに」以上の頻度で、つまり少なくとも接触経験はある、という子どもの割合は0歳後半でも1割以上であり、1歳で36.3%、2歳で47.6%と半数に迫っています。母親がスマホを所有している2歳児では、子ども自身も「ほとんど毎日」使っている割合が22.1%であり、約4人に1人の割合にのぼっています。

メディアに限らず、ツールは人間の感覚や運動の延長で生まれてきました。スマホやタブレット端末はテレビやビデオ・DVDよりもずっと軽くて小さく、幼い子どもたちの手にも収めることが可能です。この身体密着度の高さによって、子どもにとってこれらのメディアはおもちゃと同じように自分の意のままになるからだの一部のように感じられ、これまでのどのメディアとも異なる親しい存在としてのつきあいが始まっていると考えられます。また、乳幼児は自分が外界に働きかけた結果がフィードバックされることに大きく興味を惹かれます。一方向的なテレビ番組やビデオ・DVDソフトとは異なり、画面に触れる指先の運動と驚異的な情報量のコンテンツ世界との相互作用がするする展開するタッチパネル・メディアは、コンテンツとつき添

う大人のガイドによっては、0歳後半の乳児であっても集中してその内容を学習することが可能になると予想されます。

スマホやタブレット端末は認知的な学習のツールとして大きな可能性を秘めたものであり、その有効な利用方法についてさまざまな研究が展開していくことと思います。一方で、こうした子どもとの距離の近さや相互作用の流暢さ、コンテンツのおもしろさのゆえに、青少年や成人ですでに問題となっているような長時間使用の弊害や過度の依存・中毒状態の出現といったネガティブな影響性も危惧されます。人生の最初期からスマホやタブレット端末と一緒に過ごすことが子どもたちの発達にどのような影響を及ぼすのか、メリットを大きくしデメリットを防ぐにはどうしたらよいのか検討していくことは、今後の大きな研究課題でしょう。

② メディアデバイスやコンテンツの作り手に向けて

子どもと同様に、スマホはその身体密着度の高さゆえに、すでに多くの親たちにとって手放すことのできない“身体化”した存在となっています。テレビやビデオ・DVDのようにスイッチのオン/オフによって接触の有無をコントロールできる媒体であれば、その使い方のルールや影響性を吟味しながら子どもに触れさせることができますが、スマホは常時親自身とつながっており、その密接な関係性のなかに子どもが登場することになります。第1章第8節で示されているように、どの年齢層の子どももスマホが社会に浸透し

たこの1～2年の間に同じような割合でスマホ・デビューを果たしており（母親がスマホを使用している家庭では、1歳児は0歳時点で、2歳児は1歳時点で、3歳児は2歳時点で、4歳児は3歳時点で、5歳児は4歳時点で、6歳児も5歳時点で、それぞれ3割以上の子どもたちがスマホを使い始めている：表1-8-3参照）、本文で考察されているように、“親子で同時に使い始めている”様相が浮き彫りになっています。

どうやって子どもに触れさせるべきかという親の“吟味”が追いつかないまま子どもの新しいメディア使用が始まっていることは、第2章第1節で、子どもが使用するオンライン系のメディアにフィルタリングをかけている割合は2.5%（据え置き型ゲーム機）～6.6%（タブレット端末）と非常に低い割合に留まっていることにも現れています。また第3章第5節でも「家族で、子どもが見たり使ったりする内容が年齢に適切か、話し合っている」家庭は「あてはまる」が14.8%、「ややあてはまる」が33.5%で5割に達していません。こうした状況を踏まえて、ユーザー教育の必要性とともに、メディアデバイスやコンテンツの制作者の方々には、子どもを守るブロックをソフトや機器、システム側に早急に設定する必要があること、また新しいメディアのもつよさを生かしながら子どもの学びに役立つ年齢にふさわしいコンテンツを開発していくことが必要であることを理解していただきたいと強く感じました。

③ 今後の乳幼児の親子とメディア

子どもの健やかな育ちには豊かな対人的・対物的な環境刺激が必要です。友だちや親とおしゃべりしたり楽しく遊ぶ、野外で自然に触れる、からだをたくさん動かす、おもちゃや絵本、お絵かきに落ち着いて取り組むといった多様な活動をバランスよく日々の生活のなかで体験する——今回の調査でも、新しいメディアとの出会いがありつつも全体とし

ては子どもたちに多様な活動の時間が確保されていることがわかりました（第1章第3節）。多くの保護者の方々がこうした体験の重要性を認識し、健やかな子どもの生活を維持しようと努力されている結果だと思えます。メディアとのつきあい方についても、テレビやビデオ・DVD、ゲーム機についてはルールを決めて守らせようとしているご家庭がほとんどでした。しかしスマホや携帯電話では、ルールを決めていないというご家庭も低年齢層では比較的多く存在し、子どもにとってよりよい使用方法について模索されている段階にあると考えられます。

多くの保護者の方が感じられているように、これからの社会ではより一層メディアを使用する生活の範囲も利用の頻度・深さも拡大し、多様なメディアをじょうずに使いこなせる子ども、そしておとなに成長していくことが必要とされます。スマホやタブレット端末は親にとっても未知の部分がたくさんあると思いますが、親子一緒にゆっくり楽しみながら、ともによいユーザーに育っていくことがのぞましいと感じます。ときには吸収力の高い子どもたちのほうが先に上達することもあるでしょう。ママにもその使い方、教えてね——そんな会話を楽しみながら親子の時間を過ごしていただきたいと思います。

第 1 章

乳幼児の メディア利用の実態



田村 徳子 (1～2節・5～8節)

高岡 純子 (3～4節)



第1節

家庭のメディア所有状況

乳幼児のいる家庭のメディア所有状況は、母親のスマートフォン所有率が60.5%、家庭でのタブレット端末の所有率が29.3%だった。子どもの年齢が小さくなるほど、家庭でのスマートフォンとゲーム機の所有率が高い傾向にあった。子ども専用のモバイルメディアは子どもが4歳以降で携帯型ゲーム機が増えていた。

●乳幼児の母親のスマートフォン所有率は60.5%

乳幼児のいる家庭に、メディアはどのくらい浸透しているのだろうか。家庭での所有の有無をたずねた。なお、スマートフォンと携帯電話は、母親と父親それぞれについての所有の有無をたずねた。

結果をみると（表1-1-1）、「テレビ」は99.6%、「ビデオ・DVD」は97.4%、「パソコン」は94.7%と、多くの家庭で所有していた。ゲーム機についても聞いている。「据え置き型ゲーム機」は47.6%、「携帯型ゲーム機」は49.8%と、ともに約5割の家庭で所有していた。

モバイルメディアは、「スマートフォン(母親)」が60.5%、「スマートフォン(父親)」が63.6%であり、「携帯電話(母親)」が43.3%、「携帯電話(父親)」が44.5%と、父母ともにほぼ同じ比率であり、スマートフォンは約6割、携帯電話は約4割が所有していた。

なお、「タブレット端末」は29.3%と3割弱であり、ほかのメディアに比べて所有率は低かった。ただし、今回の調査は東京・神奈川・千葉・埼玉で実施し、回答者の平均年齢が30代後半であるため、とくにスマートフォンやタブレット端末の所有率が、「平成24年通信利用動向調査」(総務省、2013)の結果と比べてやや高い数値となっていることに留意が必要である。

家庭でのネットワーク環境はどうか。9割

以上の家庭でネットワーク環境があり、複数回答で「有線LAN」は37.6%、「無線LAN」は61.0%、「その他」は1.4%だった（表1-1-2）。

●子どもの年齢が小さくなるほど、スマートフォンとゲーム機を所有

乳幼児のいる家庭にあるメディアを子どもの年齢別にみると、図1-1-1のようになった。「テレビ」「ビデオ・DVD」「パソコン」は、子どもがいずれの年齢でも9割を超えており、多くの家庭で所有していた。子どもの年齢が大きくなるほどもっているのが「携帯電話」であり、子どもの年齢が小さくなるほどもっている傾向があるのが「スマートフォン」「据え置き型ゲーム機」「携帯型ゲーム機」だった。

「スマートフォン」の場合、0歳後半69.9%、1歳63.9%、2歳59.2%、3歳57.8%、4歳58.7%、5歳57.2%、6歳52.1%と推移し、「据え置き型ゲーム機」では0歳後半58.7%、1歳51.2%、2歳47.2%、3歳46.2%、4歳40.9%、5歳43.2%、6歳41.4%と推移した。子どもの年齢が小さくなるほど、テレビ、ビデオ・DVD、パソコンに加えて、スマートフォンやゲーム機が子どもの身近にある状態といえよう。

「タブレット端末」は、子どもがいずれの年齢でもおよそ3割と差はみられず、現段階では所有していない家庭のほうが多数である。

表1-1-1 家庭でのメディア所有率

	(%)
	全体 (3234)
テレビ	99.6
ビデオ・DVD	97.4
パソコン	94.7
タブレット端末	29.3
スマートフォン(母親)	60.5
スマートフォン(父親)	63.6
携帯電話(母親)	43.3
携帯電話(父親)	44.5
据え置き型ゲーム機	47.6
携帯型ゲーム機	49.8

注1) 複数回答。

注2) ()内はサンプル数。

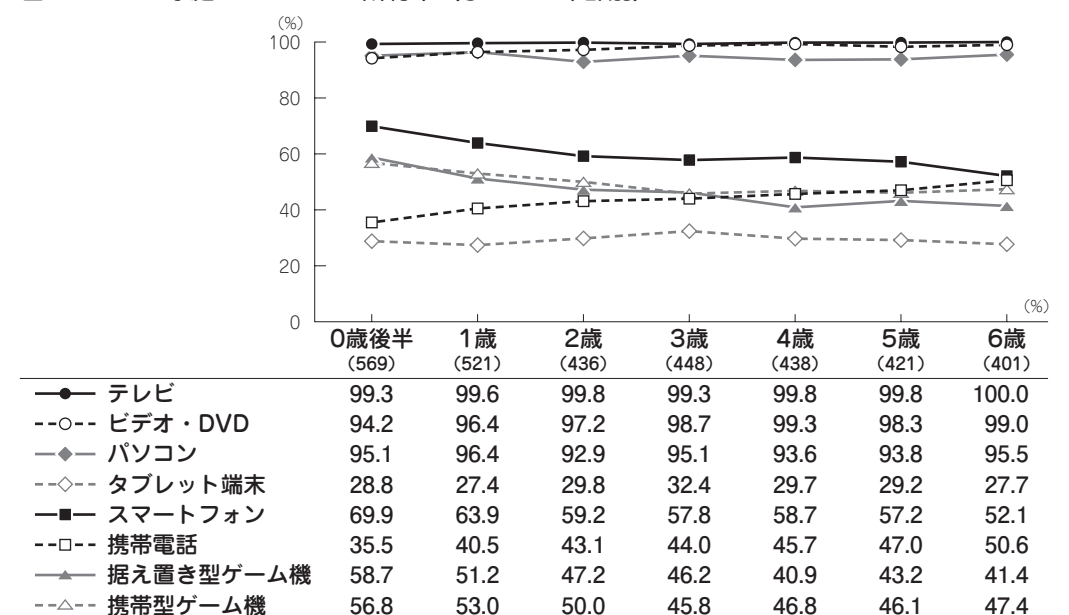
表1-1-2 家庭でのネットワーク環境

	(%)
	全体 (3234)
有線LAN	37.6
無線LAN	61.0
その他	1.4
わからない	5.3
ない	3.8

注1) 複数回答。

注2) ()内はサンプル数。

図1-1-1 家庭でのメディア所有率（子どもの年齢別）



注1) 「スマートフォン」「携帯電話」は母親の所有率の数値。

注2) ()内はサンプル数。

表1-1-3 家庭でのメディア所有率（母親の年齢別）

	29歳以下 (349)	30-34歳 (915)	35-39歳 (1114)	40歳以上 (564)
テレビ	99.1	99.8	99.7	99.5
ビデオ・DVD	94.0	97.0	98.0	98.6
パソコン	86.2	95.4	96.5	95.4
タブレット端末	24.6	31.3	29.5	27.7
スマートフォン(母親)	80.2	67.4	58.7	47.2
スマートフォン(父親)	73.6	70.1	63.5	50.5
携帯電話(母親)	26.1	36.0	44.9	56.4
携帯電話(父親)	28.9	38.5	46.4	57.6
据え置き型ゲーム機	61.0	57.4	43.3	36.5
携帯型ゲーム機	58.7	58.8	46.0	39.2

注1) 網かけは、母親の年代による最高値と最低値が10ポイント以上差があるもの。

注2) ()内はサンプル数。

●母親の年齢が下がるほど、スマートフォンを所有。ゲーム機の所有率は 34 歳以下と 35 歳以上で差

乳幼児のいる家庭でのメディア所有率を母親の年齢別にみたのが、表1-1-3である。母親の年代による最高値と最低値が 10 ポイント以上差のあるものに注目したい。母親の年齢があがるほどもっているのが「携帯電話」であり、母親の年齢が下がるほどもっているのが「スマートフォン」「据え置き型ゲーム機」だった。

「携帯電話（母親）」は 29 歳以下 26.1 %、30 ～ 34 歳 36.0 %、35 ～ 39 歳 44.9 %、40 歳以上 56.4 %であり、「スマートフォン（母親）」は、29 歳以下 80.2 %、30 ～ 34 歳 67.4 %、35 ～ 39 歳 58.7 %、40 歳以上 47.2 %だった。表には示していないが、両方とも使っている人はいずれの年代でも 3 ～ 7 %であることも考えると、モバイルメディアは母親の年齢が下がるほど、携帯電話からスマートフォンに移行していることがうかがえる。

また、ゲーム機をみると「据え置き型ゲーム機」は 29 歳以下 61.0 %、30 ～ 34 歳 57.4 %、35 ～ 39 歳 43.3 %、40 歳以上 36.5 %、「携帯型ゲーム機」は 29 歳以下 58.7 %、30 ～ 34 歳 58.8 %、35 ～ 39 歳 46.0 %、40 歳以上 39.2 %と、ともに 34 歳以下と 35 歳以上で所有率に差がみられた。

さらに、乳幼児のいる家庭にあるメディアを子どもの年齢区分別・就園状況別にみると(表1-1-4)、「スマートフォン（母親）」に就園状況別で 10 ポイント以上差がみられた。子どもが 1 ～ 3 歳で未就園 57.4 %＜保育園 70.3 %、4 ～ 6 歳で幼稚園 52.2 %＜保育園 65.8 %と、保育園に通う子どもの母親のスマートフォン所有率が高い特徴がみられた。

●子ども専用の携帯型ゲーム機の所有率は、子どもが4歳で1割、5歳で2割弱、6歳で3割弱

乳幼児のいる家庭に、子ども専用のモバイルメディアはどのくらいあるだろうか。子ども専用のモバイルメディア所有率を子どもの年齢別にみたのが表1-1-5である。「タブレット端末」「スマートフォン」「携帯電話」は、いずれの年齢でも「子ども専用はない」が9割以上である。

一方、「携帯型ゲーム機」は、「子ども用に購入」と「親のおさがり」を合計すると、4 歳 10.1 %、5 歳 18.3 %、6 歳 29.7 %と 4 歳以降で子ども専用が増えている。そのうち「親のおさがり」は 4 ～ 6 歳で 1 割前後であり、「子ども用に購入」が子どもの年齢とともに増加している（図1-1-2）。

●乳幼児のいる家庭では、双方向・動画・自分の好みに合わせて楽しめるメディアを所有する傾向に移行

スマートフォンやゲーム機は、双方向的なコミュニケーションや動画がより手軽に自分の好みに合わせて楽しめるメディアである。今回の調査から、母親の年齢が下がるほど、スマートフォンやゲーム機をもっており、双方向性・動画・自分の好みに合わせて楽しめるという特徴をもつメディアを所有している傾向がみられた。

また、子ども専用のメディアとしては、現段階では携帯型ゲーム機のみを所有している傾向がみられたが、今後、「タブレット端末」や「スマートフォン」の普及にともない、「親のおさがり」や「子ども用に購入」が増えるかどうか注目する必要があるだろう。

表1-1-4 家庭でのメディア所有率（子どもの年齢区分別・就園状況別）

	1-3歳		4-6歳	
	未就園 (932)	保育園 (370)	幼稚園 (866)	保育園 (342)
テレビ	99.6	99.5	99.9	99.7
ビデオ・DVD	97.5	97.6	98.7	99.1
パソコン	95.3	95.1	95.0	92.1
タブレット端末	28.9	30.5	28.3	31.0
スマートフォン(母親)	57.4	70.3	52.2	65.8
スマートフォン(父親)	65.3	64.1	58.4	62.3
携帯電話(母親)	44.6	35.7	50.6	40.4
携帯電話(父親)	43.1	40.0	50.9	41.5
据え置き型ゲーム機	50.2	44.9	42.3	39.8
携帯型ゲーム機	51.1	46.5	46.5	46.2

注1) 網かけは、就園状況別で10ポイント以上差があるもの。

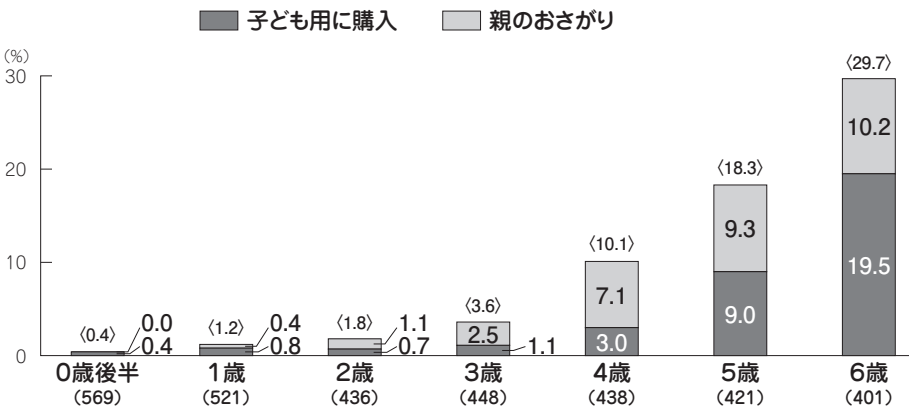
注2) ()内はサンプル数。

表1-1-5 子ども専用のモバイルメディア所有率（子どもの年齢別）

		0歳後半 (569)	1歳 (521)	2歳 (436)	3歳 (448)	4歳 (438)	5歳 (421)	6歳 (401)
タブレット端末	子ども用に購入	0.5	0.4	1.4	1.1	1.6	1.0	0.7
	親のおさがり	0.0	0.4	0.5	1.8	2.1	0.7	0.7
	子ども専用はない	97.7	96.5	96.1	93.8	91.6	92.9	92.3
	無答不明	1.8	2.7	2.1	3.3	4.8	5.5	6.2
スマートフォン	子ども用に購入	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2
	親のおさがり	0.5	0.6	1.6	1.8	1.1	1.0	1.5
	子ども専用はない	97.9	96.9	96.6	95.3	94.5	94.5	93.0
	無答不明	1.6	2.5	1.8	2.9	4.3	4.3	5.2
携帯電話	子ども用に購入	0.2	0.4	0.2	1.1	1.8	1.9	3.7
	親のおさがり	0.2	3.3	5.0	2.2	2.3	1.0	1.0
	子ども専用はない	98.2	94.4	92.4	94.2	91.8	92.9	90.0
	無答不明	1.4	1.9	2.3	2.5	4.1	4.3	5.2
携帯型ゲーム機	子ども用に購入	0.4	0.8	0.7	1.1	3.0	9.0	19.5
	親のおさがり	0.0	0.4	1.1	2.5	7.1	9.3	10.2
	子ども専用はない	98.1	96.5	96.1	94.0	85.8	79.3	67.8
	無答不明	1.6	2.3	2.1	2.5	4.1	2.4	2.5

注) ()内はサンプル数。

図1-1-2 子ども専用の携帯型ゲーム機所有率（子どもの年齢別）



注1) ()内は「子ども用に購入」と「親のおさがり」の合計値。

注2) ()内はサンプル数。

第2節

子どもの1週間のメディア活用状況

乳幼児が1週間にメディアに接する頻度は、テレビ番組は1歳で91.0%、ビデオ・DVDは3歳で47.5%が「ほとんど毎日」だった。スマートフォンは2～3歳で接する頻度が高く、母親がスマートフォンを使用している2歳児の2割以上が、「ほとんど毎日」スマートフォンに接していた。ゲーム機は年齢があがるにつれて、接する頻度が高くなっていった。

●テレビ番組は1歳で91.0%、ビデオ・DVDは3歳で47.5%がほとんど毎日みている

乳幼児は、メディアを1週間にどのくらいの頻度でみたり使ったりしているのだろうか。この点について、子どもの年齢別にみたのが、図1-2-1～1-2-6である。

「テレビ番組（録画を含む）」（図1-2-1）は、「ほとんど毎日」が0歳後半で55.0%と半数を超え、1歳以降はほぼ9割だった。テレビ番組は乳幼児の生活に広く親しまれていることがうかがえる。また、「録画を含む」としていることから、放送時間に限らず録画した番組を視聴したり、機器としてテレビに限らず、パソコンやモバイルメディアを通して視聴したりするなど、さまざまな時間や手段で視聴されている可能性がある。

「ビデオ・DVD」（図1-2-2）は、1歳以降で「ほとんど毎日」「週に3～4日」「週に1～2日」「ごくたまに」にそれぞれ頻度が分散していた。そのなかで、「ほとんど毎日」をみると2～3歳がもっとも多く、2歳43.6%、3歳47.5%だった。「第3回幼児の生活アンケート」（ベネッセ教育総合研究所、2005）でも同様の傾向がみられた。今回の調査では2～3歳は未就園が5～6割、4歳以降は就園率が9割を超えていた。2～3歳では親子が一緒にいる時間が長くなり、みる頻度も高くなると思われる。

●スマートフォンは2～3歳で、ゲーム機は年齢があがるにつれて、接する頻度が高い

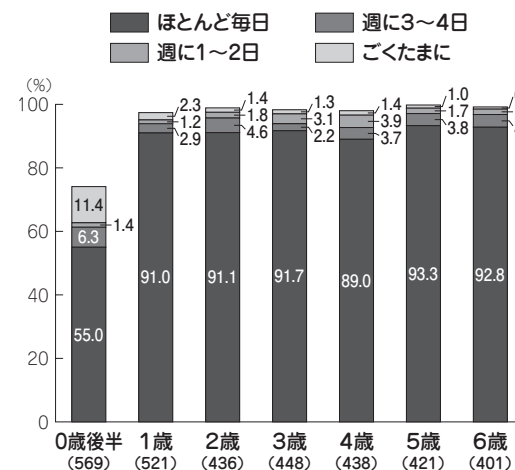
新しいメディアはどうだろうか。メディアを所有する家庭と所有しない家庭があるが、まずは全体での頻度をみよう。

「タブレット端末」（図1-2-3）は、「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせても3歳以降で約2割だった。「スマートフォン」（図1-2-4）は、「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせて、0歳後半11.2%、1歳36.3%、2歳47.6%、3歳52.2%、4歳50.1%、5歳46.8%、6歳46.8%と2歳以降で4割以上がふれていた。

「ほとんど毎日」をみると2～3歳がもっとも多く、2歳13.8%、3歳14.7%だった。背景として、ビデオ・DVDと同様、2～3歳では親子が一緒にいる時間が長く、接する頻度も高くなると思われる。

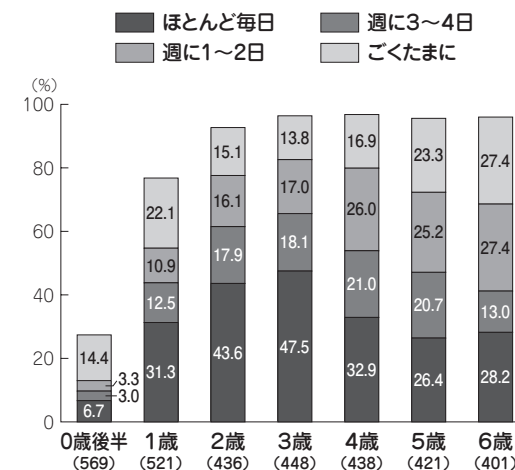
ゲーム機についても、所有する家庭と所有しない家庭があるが、全体での頻度をみておきたい。「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせると「据え置き型ゲーム機」（図1-2-5）は、0歳後半0.9%、1歳1.5%、2歳3.7%、3歳7.7%、4歳17.2%、5歳26.4%、6歳32.4%であり、「携帯型ゲーム機」（図1-2-6）は、0歳後半1.5%、1歳2.7%、2歳7.4%、3歳9.8%、4歳19.1%、5歳27.3%、6歳37.1%と、ともに子どもの年齢があがるにつれて増えていた。

図1-2-1 テレビ番組（録画を含む）



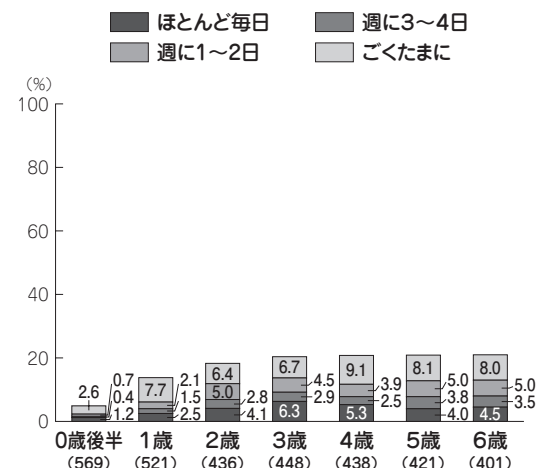
注) ()内はサンプル数。

図1-2-2 ビデオ・DVD



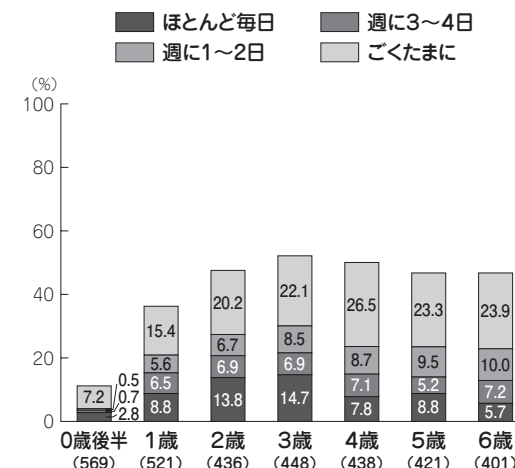
注) ()内はサンプル数。

図1-2-3 タブレット端末



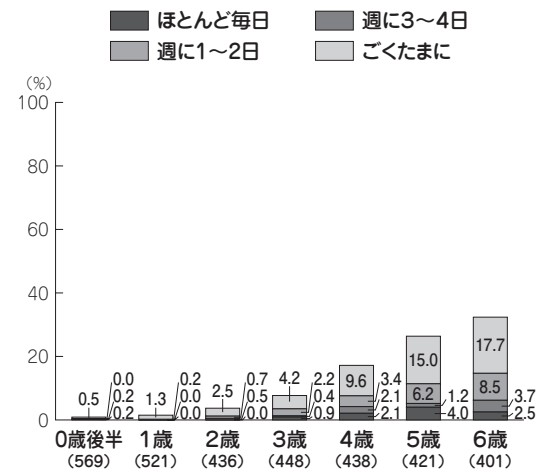
注) ()内はサンプル数。

図1-2-4 スマートフォン



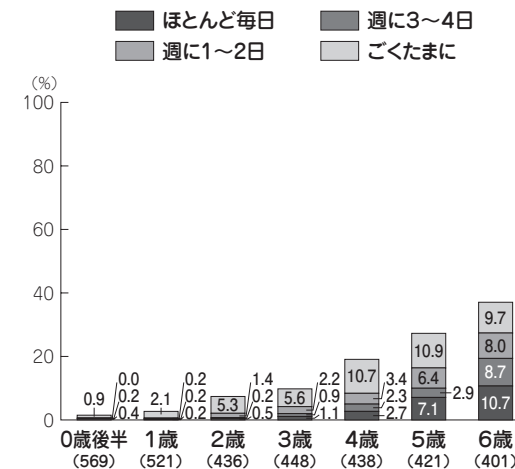
注) ()内はサンプル数。

図1-2-5 据え置き型ゲーム機



注) ()内はサンプル数。

図1-2-6 携帯型ゲーム機



注) ()内はサンプル数。

しかし、「据え置き型ゲーム機」はいずれの年齢でも「ごくたまに」の比率が多いのに対して、「携帯型ゲーム機」は子どもの年齢があがると「ほとんど毎日」の比率が増えていた。第1節でみたように、「携帯型ゲーム機」は子どもの年齢があがると子ども専用も増えるため、接触頻度が増える可能性が考えられる。

●母親がスマートフォンを使用している 2歳児の2割以上が、「ほとんど毎日」 スマートフォンに接している

メディアを所有する家庭に限定して、子どもの1週間の接触頻度をみよう。ここでは、「タブレット端末」「スマートフォン」「携帯型ゲーム機」について紹介したい。

「タブレット端末」(図1-2-7)では、「ほとんど毎日」から「週に1～2日」を合わせて、0歳後半7.9%、1歳22.4%、2歳39.9%、3歳42.1%、4歳39.3%、5歳43.9%、6歳46.8%であり、「ほとんど毎日」をみると3歳19.3%、4歳17.7%だった。「スマートフォン」(図1-2-8)では、母親が使用している場合に限定すると、「ほとんど毎日」から「週に1～2日」を合わせて、0歳後半5.8%、1歳29.1%、2歳42.3%、3歳44.8%、4歳35.1%、5歳36.9%、6歳

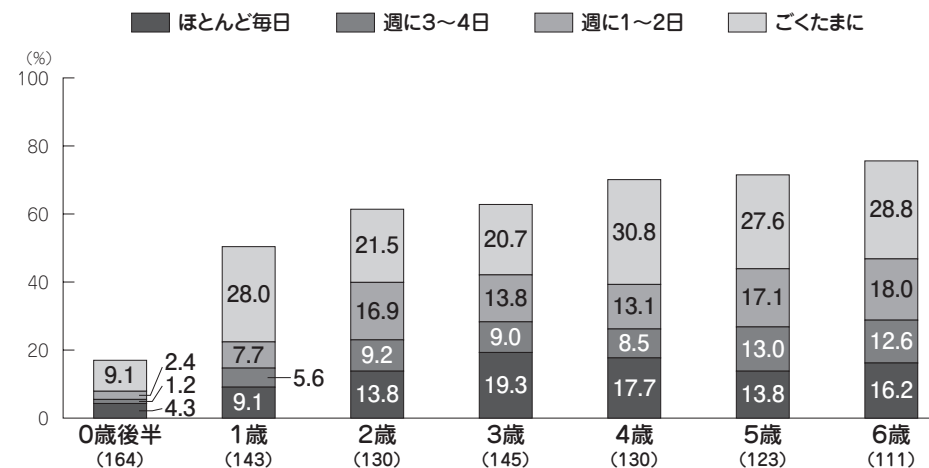
40.1%であり、「ほとんど毎日」をみると2歳22.1%、3歳21.6%で2割を超えていた。

「携帯型ゲーム機」(図1-2-9)をみると、「ほとんど毎日」から「週に1～2日」を合わせて、0歳後半0.9%、1歳1.2%、2歳4.2%、3歳9.3%、4歳18.1%、5歳35.6%、6歳57.8%と、子どもの年齢があがるにつれて増えて、とくに4歳以降で急激に増えていた。「ほとんど毎日」をみると5歳15.5%、6歳22.6%だった。

●今後、乳幼児の生活で新しいメディア に使い分けは発生していくか

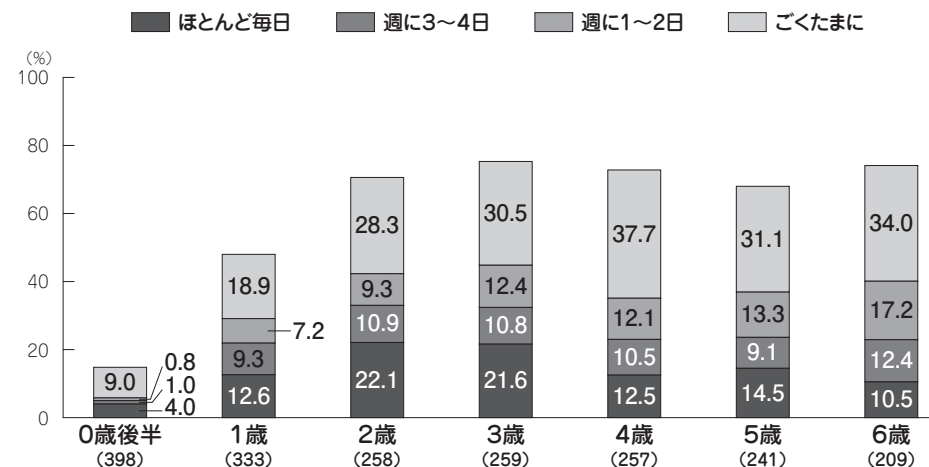
今回の調査では、母親や家族がメディアをもっている場合、「スマートフォン」は2～3歳で「ほとんど毎日」ふれる頻度がやや高く、「タブレット端末」は3歳以降でふれる頻度がやや高い傾向がみられた。「スマートフォン」と「タブレット端末」では、機器の重さや大きさが異なる。慎重な考察が必要だが、子どもの年齢と機器の要件によって、いつ、どこで、どのような目的でどのような内容のアプリ・ソフトを子どもに使わせようと保護者が考えるかが関係していよう。乳幼児の生活で新しいメディアにどのような使い分けが発生していくか、メディアの普及とともにさらなる調査研究を待ちたい。

図1-2-7 家族がタブレット端末所有の場合の子どもの1週間のタブレット端末使用率



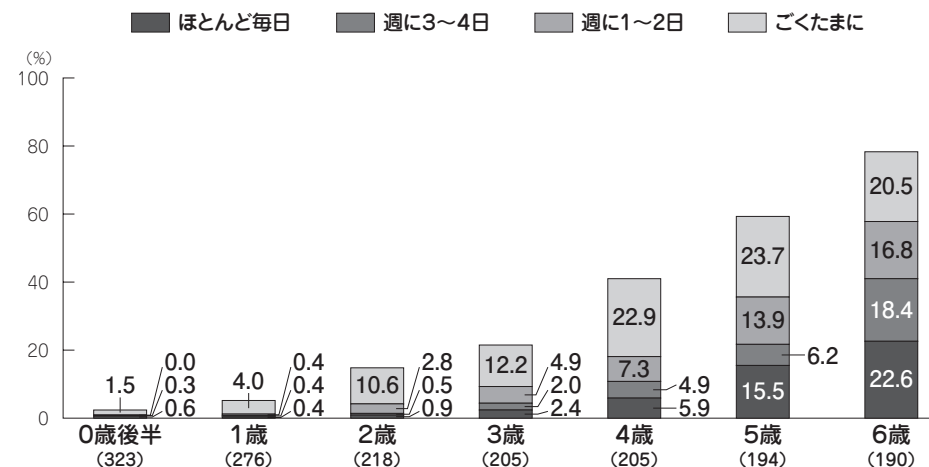
注) ()内はサンプル数。

図1-2-8 母親がスマートフォンを使っている場合の子どもの1週間のスマートフォン使用率



注) ()内はサンプル数。

図1-2-9 家族が携帯型ゲーム機所有の場合の子どもの1週間の携帯型ゲーム機使用率



注) ()内はサンプル数。

第3節 一日あたりの活動時間

乳幼児の一日の生活をみると、外遊びやおもちゃ遊び、メディアを使った遊びなど、さまざまな活動をしている。子どもの年齢があがるほど家庭でのゲーム機の使用時間は長くなる一方、スマートフォンやタブレット端末の使用時間は年齢による差がほとんどみられない。

●乳幼児は一日のなかでさまざまな活動をしている。メディアはテレビ、ビデオ・DVD 以外の活用は少ない

図1-3-1 は、乳幼児（0～6歳）の平日の活動時間を11項目でみたものである。

平日に1時間以上取り組んでいる活動を多い順にみてみよう。「おもちゃで遊ぶ」85.0%、「テレビ番組」75.7%、「外で遊んだり、お散歩したりする」73.1%、「ビデオ・DVD」30.2%、「絵本や本、図鑑を読む」24.2%の順となっており、さまざまな活動を行っている様子がみられる。

「テレビ番組」の視聴時間は、「30分以下」から「3時間以上」まで2～3割で分布しており、家庭でばらつきがみられる。もっとも多いのは「2時間くらい」で28.5%、2時間以上は約5割である。テレビを視聴する時間は、家庭によってかなり差があると思われる。「ビデオ・DVD」では、「30分以下」がもっとも多く、37.8%である。ついで「0分」が多く29.7%となっている。

「テレビ番組」「ビデオ・DVD」以外のメディアについては、いずれも「0分」がもっとも多く、ついで「30分以下」が多い。タブレット端末は、8割が使用しておらず、約1割が「30分以下」である。スマートフォンでは「0分」が約6割を占め、「30分以下」が約3割となっている。ゲーム機では、据え置き型・携帯型ともに「0分」が約9割、「30分以下」が1割以下である。

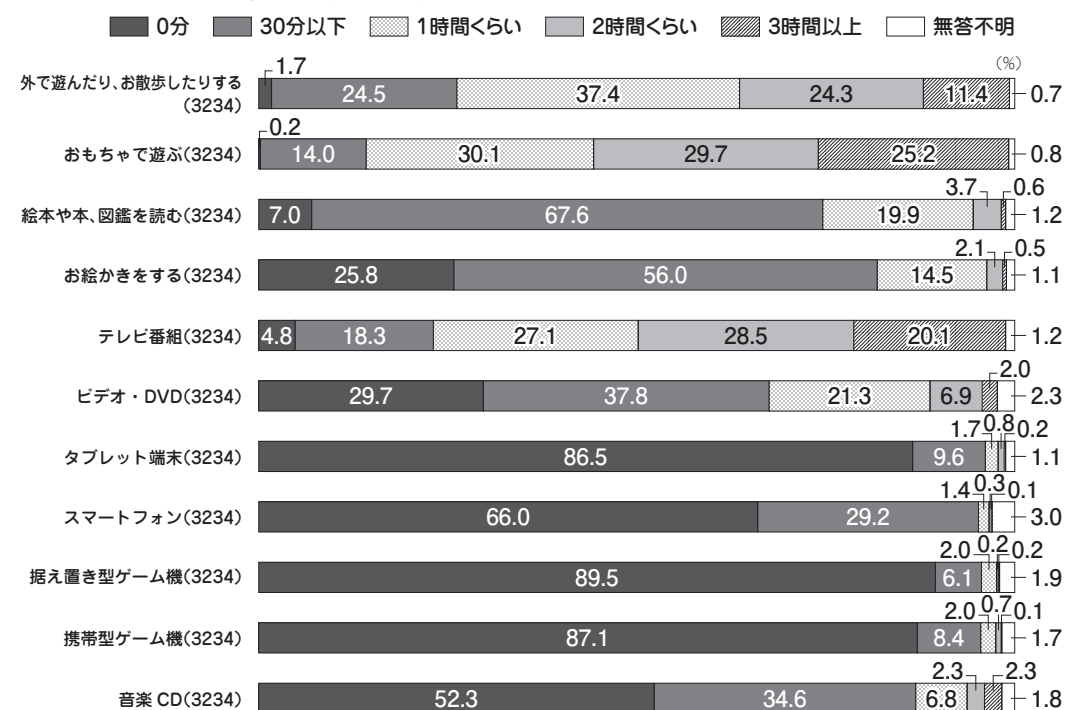
●年齢があがると「ビデオ・DVD」の視聴時間や「絵本や本、図鑑を読む」時間が短くなる

それぞれの活動時間は乳幼児の年齢により異なると思われるため、子どもの年齢別にみてみよう。ここでは2歳児と6歳児をとりあげている。

2歳児（図1-3-2）の場合、平日に1時間以上取り組んでいる活動を多い順にみると、「おもちゃで遊ぶ」92.4%、「テレビ番組」82.3%、「外で遊んだり、お散歩したりする」81.2%、「ビデオ・DVD」43.6%、「絵本や本、図鑑を読む」32.1%である。2歳児は、幼児のなかでも「テレビ番組」や「ビデオ・DVD」の視聴時間が長い傾向があるため（第3・4回幼児の生活アンケート）、より詳しくみてみよう。

それぞれの視聴時間をみると、「テレビ番組」では「2時間くらい」がもっとも多く30.7%、ついで「1時間くらい」27.5%であり、合計して6割弱を占める。「ビデオ・DVD」では「30分以下」38.8%、「1時間くらい」31.0%で、約7割を占めている。また、タブレット端末は、8割が使用しておらず、「30分以下」が約1割である。スマートフォンの使用は「0分」57.6%、「30分以下」35.1%となっている。ゲーム機（据え置き型、携帯型）は2歳児にはほとんど使われていない。

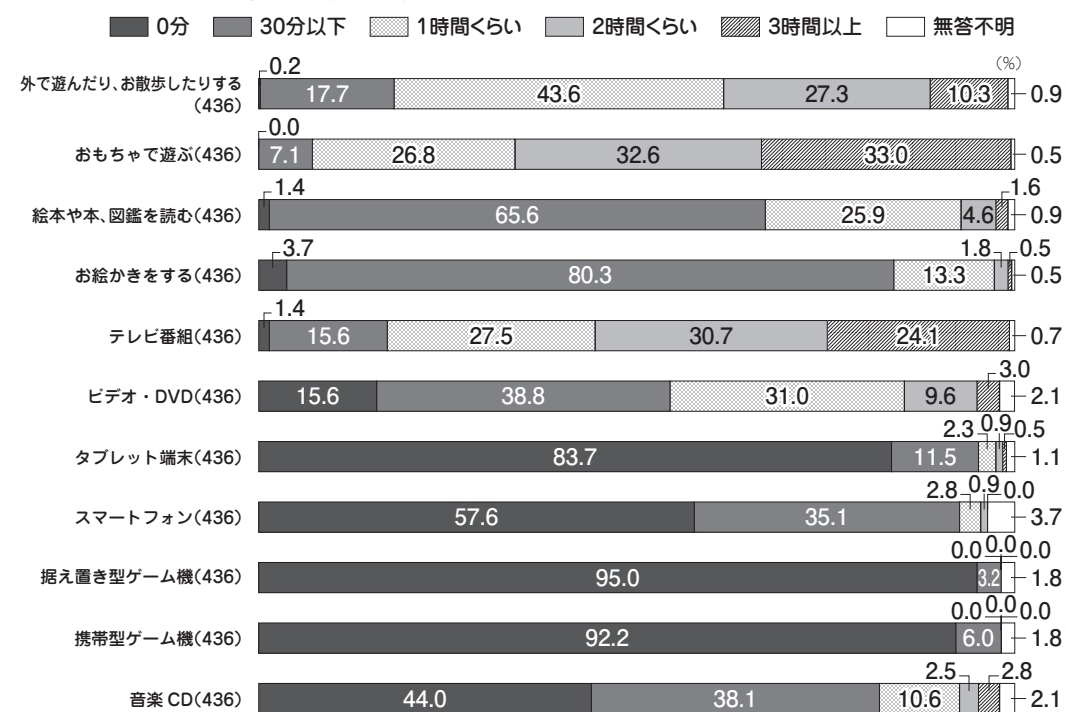
図1-3-1 平日活動時間（0～6歳）



注1) ()内はサンプル数。「0分」には「家がない」を含む。

注2) 「外で遊んだり、お散歩したりする」「おもちゃで遊ぶ」「絵本や本、図鑑を読む」「お絵かきをする」は、園での活動を含める。「テレビ番組」「ビデオ・DVD」「タブレット端末」「スマートフォン」「据え置き型ゲーム機」「携帯型ゲーム機」「音楽CD」は家庭での活動を聞いている。

図1-3-2 平日活動時間（2歳児）



注1) ()内はサンプル数。「0分」には「家がない」を含む。

注2) 「外で遊んだり、お散歩したりする」「おもちゃで遊ぶ」「絵本や本、図鑑を読む」「お絵かきをする」は、園での活動を含める。「テレビ番組」「ビデオ・DVD」「タブレット端末」「スマートフォン」「据え置き型ゲーム機」「携帯型ゲーム機」「音楽CD」は家庭での活動を聞いている。

6歳児（図1-3-3）の場合、平日に1時間以上取り組んでいる活動を多い順にみると、「テレビ番組」85.6%、「外で遊んだり、お散歩したりする」84.6%、「おもちゃで遊ぶ」69.7%、「ビデオ・DVD」29.4%、「お絵かきをする」28.2%である。2歳児と比べると、「ビデオ・DVD」の視聴、「おもちゃで遊ぶ」や「絵本や本、図鑑を読む」時間が短くなり、「お絵かきをする」と「据え置き型ゲーム機」「携帯型ゲーム機」の時間が長くなっている。ゲーム機では、1時間以上の割合が据え置き型で8.2%、携帯型で11.2%と1割前後を占めている。タブレット端末は「30分以下」が1割、スマートフォンは、「30分以下」が3割を占めている。

●子どもの年齢が大きくなるほどビデオ・DVDの視聴割合は減少し、携帯型ゲーム機の使用割合は増加する

メディアを所有する家庭に限定して、「テレビ番組」「ビデオ・DVD」「携帯型ゲーム機」「スマートフォン」を取りあげ、平日の使用（視聴）時間について、年齢別にみてみよう。

テレビ番組（図1-3-4）の視聴時間は、1～6歳を通してもっとも多い時間が「2時間くらい」で、1歳を除いて3割台である。0歳児を除くいずれの年齢でも、一日2時間以内の視聴が7～8割を占めている。3歳は視聴時間がもっとも長く、一日3時間以上の

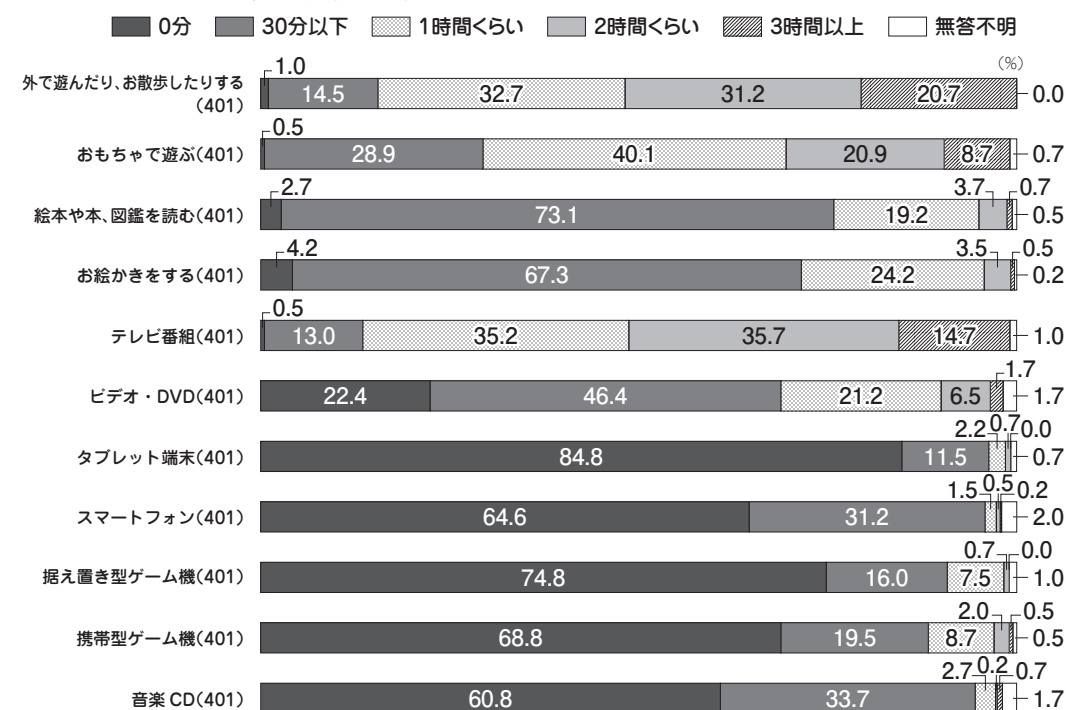
視聴が27.9%で約3人に1人の割合となっている。0歳は、20.0%が「0分」と回答している一方で、1時間以上の視聴が4割弱を占めている。

ビデオ・DVD（図1-3-5）では、2・3歳の視聴時間が長く、年齢があがるほど減少する傾向である。2・3歳では「1時間くらい」がもっとも多く3割である。4～6歳では「30分くらい」がもっとも多く2～3割を占める。0歳では「0分」が7割以上を占めており、30分以上の視聴が1割程度であることからビデオ・DVDを視聴する0歳児は少ないことがわかる。1歳では、「0分」が約3割を占める一方で、1時間以上の視聴は24.1%あり、二極化の傾向がみられる。

携帯型ゲーム機（図1-3-6）は、0～3歳では「0分」が8割以上を占めており、ほとんど使われていない。4歳以降になると徐々に使用割合が増え、6歳では64.8%が携帯型ゲーム機を使用している。そのうち1時間以上使用している6歳は23.7%で約5人に1人の割合である。

スマートフォン（図1-3-7）は、1～6歳で「0分」と回答した割合はいずれも約半数である。もっとも多い使用時間は、「15分未満」であり、2～3割となっている。0歳は8割が「0分」と回答しており、「15分以下（「15分未満」+「15分くらい」）」が約1割となっている。

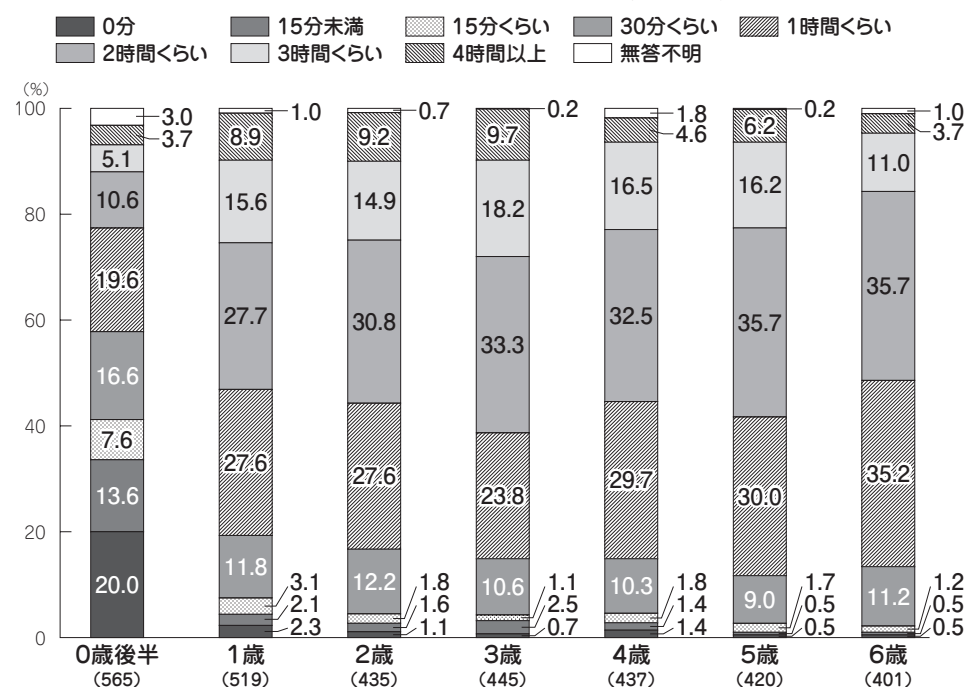
図1-3-3 平日活動時間（6歳児）



注1)（ ）内はサンプル数。「0分」には「家がない」を含む。

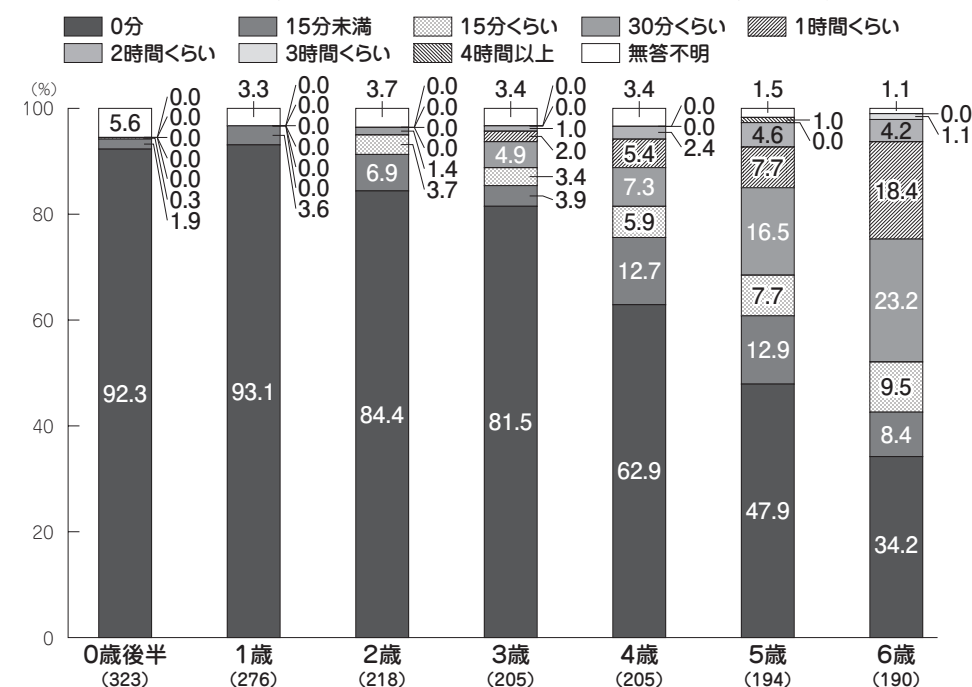
注2) 「外で遊んだり、お散歩したりする」「おもちゃで遊ぶ」「絵本や本、図鑑を読む」「お絵かきをする」は、園での活動を含める。「テレビ番組」「ビデオ・DVD」「タブレット端末」「スマートフォン」「据え置き型ゲーム機」「携帯型ゲーム機」「音楽CD」は家庭での活動を聞いている。

図1-3-4 家庭でテレビ所有の場合の子どもの1日の使用時間



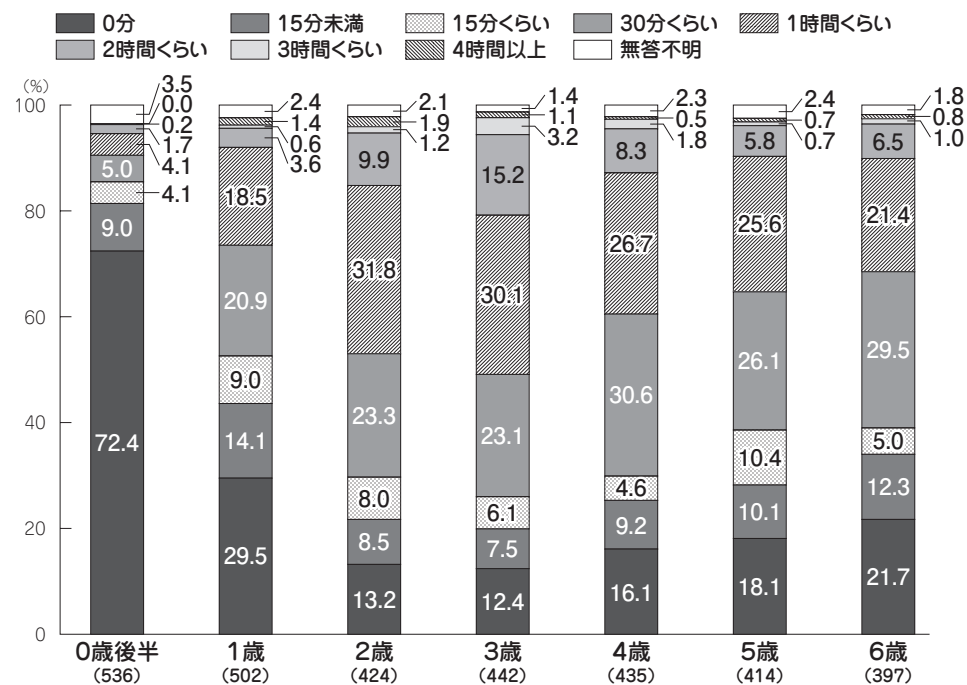
注) ()内はサンプル数。「家がない」を除く。

図1-3-6 家庭で携帯型ゲーム機所有の場合の子どもの1日の使用時間



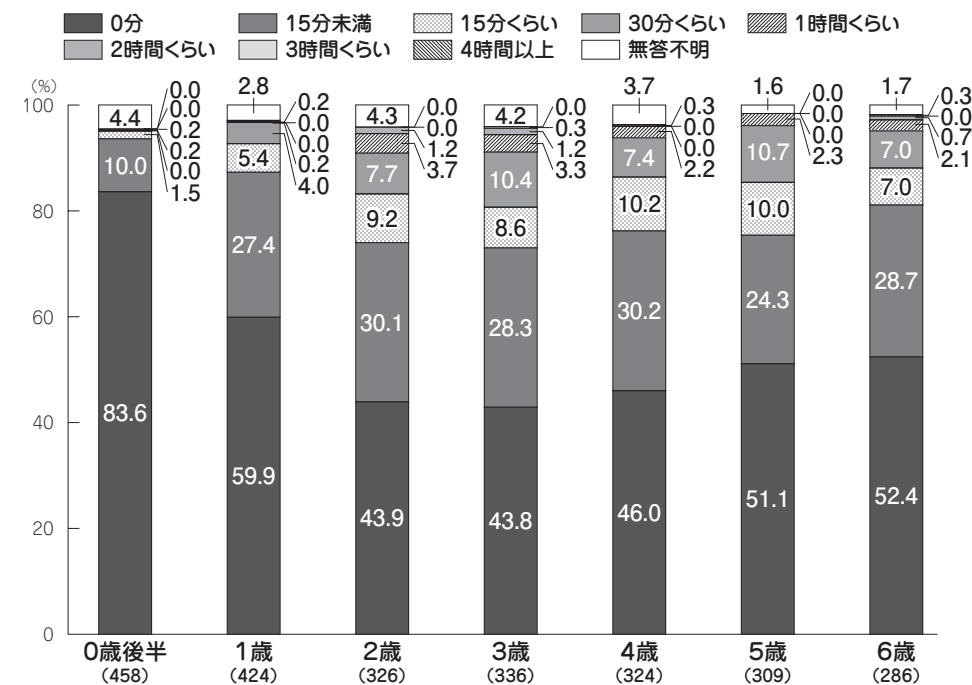
注) ()内はサンプル数。「家がない」を除く。

図1-3-5 家庭でビデオ・DVD所有の場合の子どもの1日の使用時間



注) ()内はサンプル数。「家がない」を除く。

図1-3-7 家庭(父親が母親か子ども)がスマートフォン所有の場合の子どもの1日の使用時間



注) ()内はサンプル数。「家がない」を除く。

第4節

平日に家庭で使う時間帯

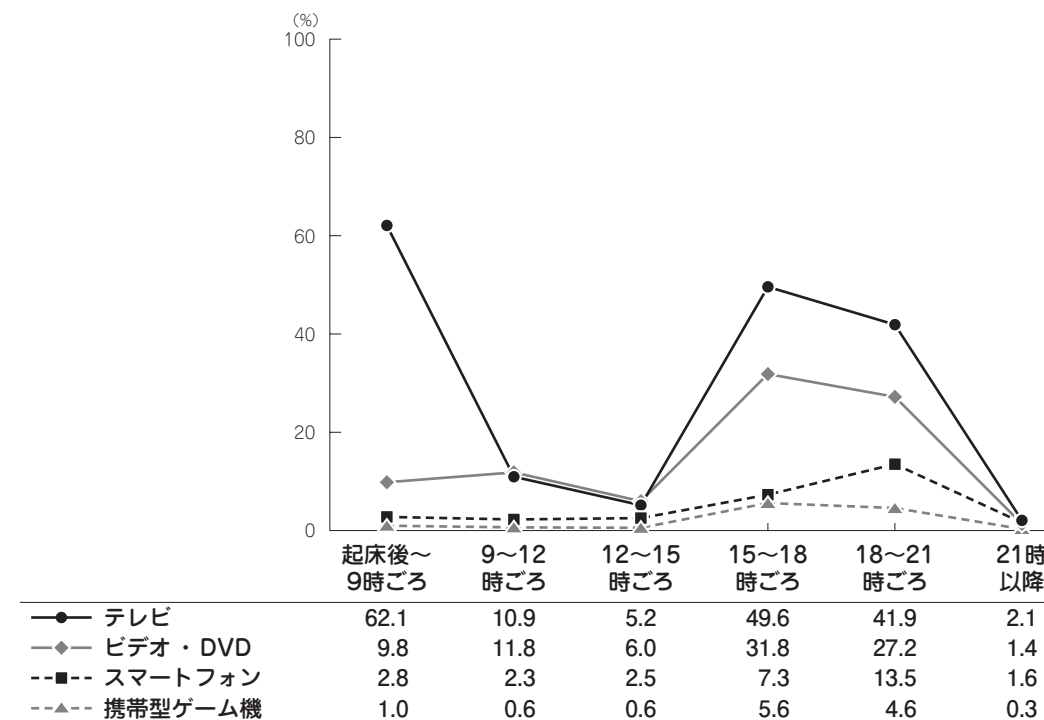
乳幼児の一日の視聴（活用）時間帯は、就園状況によって午後の視聴（活用）時間が異なる。保育園児の視聴（活用）時間帯がもっとも遅い。

●未就園児は、9～12時ごろにテレビやビデオ・DVDをそれぞれ2割がみている

図1-4-1は、「テレビ」「ビデオ・DVD」「スマートフォン」「携帯型ゲーム機」の一日の視聴（活用）時間帯をグラフに表したものである。朝（起床後～9時ごろ）と昼から夜（15～21時ごろ）に2つの山がみられる。「テレビ」は、乳幼児番組の放映時間帯に合わせて視聴が集中している。一方、「ビデオ・DVD」は、視聴割合はテレビよりも低いが、15～21時ごろの時間帯で広範囲に分布している。「スマートフォン」「携帯型ゲーム機」を使う割合は低いが、15時以降に使用している様子が見える。

一日の視聴（活用）時間帯は、子どもの生活スタイルに影響されていると思われるため、就園状況別にみてみよう。図1-4-2は、未就園児の視聴（活用）時間帯である。未就園児では、起床後～9時ごろの「テレビ」の視聴割合が54.4%と高い。9～12時ごろでは、「テレビ」と「ビデオ・DVD」がほぼ同じ2割程度であり、保育園児・幼稚園児と比べると視聴の割合が高い（図1-4-3、1-4-4も参照）。この時間帯は、主要なテレビ局の幼児番組は放映されていないため、録画番組かビデオ・DVD、ケーブルテレビ等の番組を視聴しているのではないと思われる。午後は15～18時ごろの視聴割合が高く、「テレビ」では60.3%である。21時を過ぎるとほぼ視聴（活用）しなくなる。

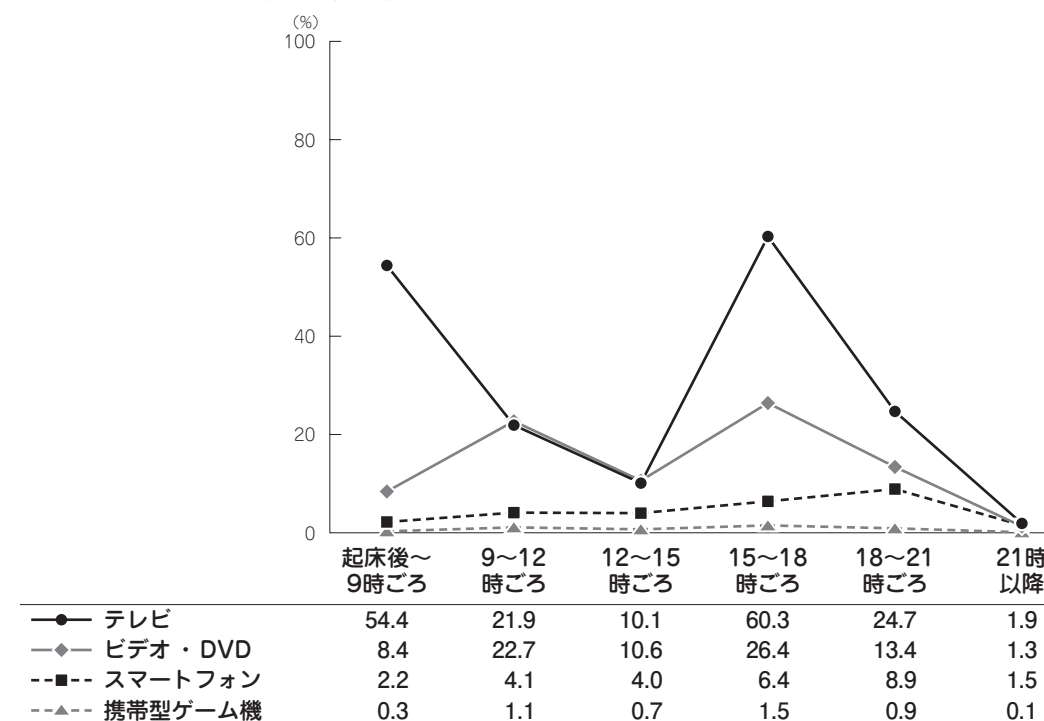
図1-4-1 メディア視聴（活用）時間帯（3234）



注1) 複数回答。

注2) ()内はサンプル数。

図1-4-2 メディア視聴（活用）時間帯・未就園児（1488）



注1) 複数回答。

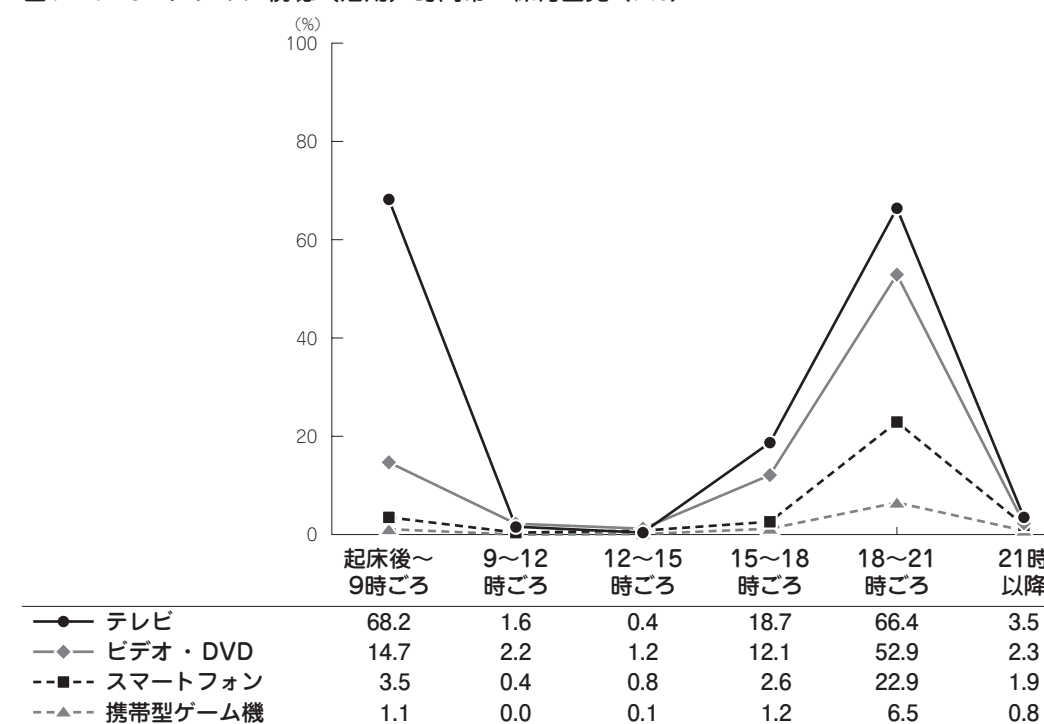
注2) ()内はサンプル数。

一方、保育園児の場合（図1-4-3）、起床後～9時ごろに「テレビ」の視聴が68.2%と高い。9～15時ごろは在園時間に当たるため、ほぼ視聴はみられない。降園の始まる15時以降から徐々に「テレビ」、「ビデオ・DVD」の視聴が増え始め、18～21時ごろに「テレビ」、「ビデオ・DVD」、「スマートフォン」の視聴（活用）割合が増加する（「テレビ」66.4%、「ビデオ・DVD」52.9%、「スマートフォン」22.9%）。未就園児、幼稚園児に比べて視聴（活用）時間帯がもっとも遅くなっている。

図1-4-4は、幼稚園児の視聴（活用）時間帯である。起床後～9時ごろは保育園児

と同様にテレビ視聴は68.8%と高いが、その後9～15時ごろまでは視聴（活用）がほとんどみられない。降園後となる15時以降に増え始める。15～18時ごろには、「テレビ」、「ビデオ・DVD」ともに6割弱になる。その後（18～21時ごろ）は「テレビ」の視聴が約5割であるが、「ビデオ・DVD」は26.2%に減少する。「スマートフォン」は15～18時ごろで約13%、「携帯型ゲーム機」は15～18時ごろで16.0%となる。21時以降は、未就園、保育園、幼稚園いずれもすべてのメディアを合計して1割以下の視聴（活用）になっている。

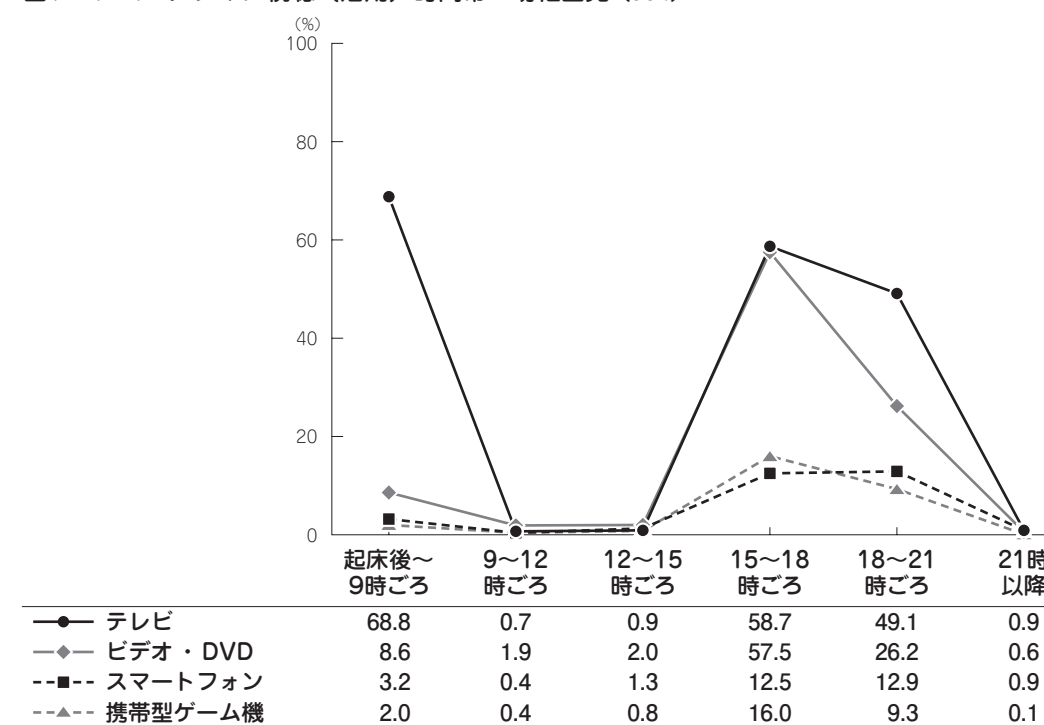
図1-4-3 メディア視聴（活用）時間帯・保育園児（743）



注1) 複数回答。

注2) ()内はサンプル数。

図1-4-4 メディア視聴（活用）時間帯・幼稚園児（904）



注1) 複数回答。

注2) ()内はサンプル数。

第5節 メディアを活用する場面

乳幼児の生活でメディアを活用する場面について、家では親が家事などで手がはなせないときに「テレビ番組」「ビデオ・DVD」、外では待ち時間に「スマートフォン」をみせていた。母親がスマートフォンを使っている場合、子どもにスマートフォンをみせる場面が増える傾向がみられた。

●家で食事をしているときにテレビ番組（録画を含む）をみている割合は約3割。外出先での待ち時間にスマートフォンを使っている割合は2～3割

乳幼児は生活のどのような場面で、メディアをみたり使ったりしているのだろうか。メディアを所有する家庭と所有しない家庭があるが、まずは年齢別での比率をみたい。それを示したのが表1-5-1である。

まず、家庭内において「親が家事などで手をはなせないとき」について、「テレビ番組（録画を含む）」が1歳77.2%、2歳76.1%、3歳77.9%、4歳78.3%、5歳79.3%、6歳73.6%と0歳以外は7割以上であり、ほかのメディアに比べて高い比率で使われていた。また、「ビデオ・DVD」は1歳から6歳まで4～6割であり、とくに3歳から4歳にかけて6割以上だった。

次に「家で食事をしている間」をみると、「テレビ番組（録画を含む）」が1歳31.5%、2歳34.6%、3歳36.6%、4歳37.4%、5歳38.0%、6歳38.2%とすべて3割以上で、ほかのメディアに比べて高い比率だった。一方、「布団やベッドに入ってから寝るまでの間」はいずれのメディアについてもすべての年齢で比率が1割に満たない状態だった。

移動中や外出先ではどうか。「外出先での待ち時間」についてモバイルメディアを中心にみると、「スマートフォン」が1歳21.3%、2歳27.5%、3歳30.8%、4歳32.6%、5歳28.3%、6歳25.2%と2～3割であり、

ほかのモバイルメディアに比べて高い比率で使われていた。

また、「自動車、電車などで移動しているとき」について、車内にテレビ番組やビデオ・DVDをみられる機材を搭載している場合もあるため、モバイルメディアに限らずみると、「ビデオ・DVD」が3歳23.7%、4歳23.7%、5歳24.2%であり、「スマートフォン」が3歳21.0%、4歳20.3%と、ほかのメディアに比べて高い比率で使われていた。新しい動きとして、家の外でも親子の間でメディアが使われているといえよう。

●母親がスマートフォンを使っている場合、子どもにみせる機会が増える

母親がスマートフォンを使っている場合に限定したとき、子どもの年齢別にみた結果が表1-5-2である。

「親が家事などで手をはなせないとき」は「テレビ番組（録画を含む）」が1歳以降で7割以上、「ビデオ・DVD」が1歳以降で4～6割であった。一方、「スマートフォン」は2歳10.5%、3歳15.1%、4歳10.1%、5歳15.4%、6歳13.9%と2歳以降で1割以上であり、テレビ番組やビデオ・DVDについて使われる傾向がわかった。

また、「外出先での待ち時間」では、「スマートフォン」は、2歳42.6%、3歳47.5%、4歳49.0%、5歳42.7%、6歳41.1%と2歳以降のいずれの年齢でも4割以上と高い比率で使われていた。「自動車、電車などで移動

表1-5-1 メディアを使う場面（子どもの年齢別）

		(%)						
		0歳後半 (569)	1歳 (521)	2歳 (436)	3歳 (448)	4歳 (438)	5歳 (421)	6歳 (401)
親が家事などで手をはなせないとき	テレビ番組(録画を含む)	47.8	77.2	76.1	77.9	78.3	79.3	73.6
	ビデオ・DVD	9.8	44.5	55.3	60.7	62.1	52.7	41.1
	パソコン	0.9	1.3	1.8	4.7	4.6	5.9	8.0
	タブレット端末	1.4	1.7	5.0	9.2	6.4	6.4	6.2
	スマートフォン	1.9	2.9	6.9	8.7	5.9	9.5	7.2
	携帯電話	0.4	0.8	0.7	0.9	0.7	0.5	0.0
	据え置き型ゲーム機	0.0	0.0	0.0	0.2	4.6	7.1	7.2
	携帯型ゲーム機	0.4	0.6	1.1	1.3	7.3	9.0	17.5
家で食事をしている間	テレビ番組(録画を含む)	15.8	31.5	34.6	36.6	37.4	38.0	38.2
	ビデオ・DVD	1.9	5.8	9.4	9.6	12.6	9.0	9.5
	パソコン	0.0	0.0	0.2	0.4	0.5	0.5	0.2
	タブレット端末	0.2	0.4	0.7	0.4	0.9	0.2	0.0
	スマートフォン	0.2	0.6	0.0	0.9	0.9	0.7	0.5
	携帯電話	0.2	0.4	0.0	0.2	0.0	0.2	0.2
	据え置き型ゲーム機	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2
	携帯型ゲーム機	0.4	0.0	0.0	0.0	0.2	0.7	0.5
布団やベッドに入ってから寝るまでの間	テレビ番組(録画を含む)	1.9	1.7	2.3	4.7	6.2	5.7	4.0
	ビデオ・DVD	0.2	0.8	1.8	3.6	3.7	3.6	1.5
	パソコン	0.5	0.0	0.2	0.0	0.2	0.0	0.2
	タブレット端末	0.4	1.3	1.8	1.6	1.4	1.0	0.5
	スマートフォン	2.5	3.1	4.8	6.3	4.1	4.0	2.0
	携帯電話	0.2	1.5	0.9	1.1	0.7	1.4	1.2
	据え置き型ゲーム機	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
	携帯型ゲーム機	0.4	0.2	0.0	0.9	0.2	1.2	1.5
外出先での待ち時間	タブレット端末	0.5	2.7	4.6	5.6	4.8	5.0	6.2
	スマートフォン	5.3	21.3	27.5	30.8	32.6	28.3	25.2
	携帯電話	0.5	3.1	5.0	4.5	3.4	4.5	4.7
	携帯型ゲーム機	0.4	0.6	0.7	0.9	5.7	11.4	14.7
自動車、電車などで移動しているとき	テレビ番組(録画を含む)	1.6	5.8	6.9	9.8	9.6	10.0	9.7
	ビデオ・DVD	2.5	12.3	18.3	23.7	23.7	24.2	19.2
	パソコン	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	タブレット端末	0.4	2.3	3.7	4.7	4.6	4.3	4.2
	スマートフォン	4.9	15.9	18.1	21.0	20.3	18.3	18.7
	携帯電話	0.4	4.0	3.2	2.0	2.1	3.1	3.0
	据え置き型ゲーム機	0.0	0.0	0.2	0.0	0.5	0.7	0.5
	携帯型ゲーム機	0.4	0.6	0.5	0.9	4.1	6.2	12.0

注1) 複数回答。 注2) 網かけは、20%を超えるもの。 注3) ()内はサンプル数。

表1-5-2 母親がスマートフォンを使っている場合、メディアを使う場面（子どもの年齢別）

		(%)						
		0歳後半 (398)	1歳 (333)	2歳 (258)	3歳 (259)	4歳 (257)	5歳 (241)	6歳 (209)
親が家事などで手をはなせないとき	テレビ番組(録画を含む)	49.0	76.3	74.0	75.3	76.3	78.0	73.2
	ビデオ・DVD	9.8	44.4	55.0	58.7	62.6	50.2	42.6
	パソコン	0.5	1.2	1.2	4.2	5.4	4.1	9.6
	タブレット端末	1.8	2.1	5.0	10.8	7.4	6.6	6.7
	スマートフォン	2.8	4.2	10.5	15.1	10.1	15.4	13.9
	携帯電話	0.3	0.0	0.0	0.4	0.0	0.4	0.0
	据え置き型ゲーム機	0.0	0.0	0.0	0.0	3.9	7.5	8.1
	携帯型ゲーム機	0.0	0.3	1.6	0.8	8.2	10.8	21.5
外出先での待ち時間	タブレット端末	0.5	3.3	5.8	5.8	4.7	5.0	7.2
	スマートフォン	7.5	29.7	42.6	47.5	49.0	42.7	41.1
	携帯電話	0.5	1.5	0.8	0.0	0.0	0.4	1.9
	携帯型ゲーム機	0.3	0.3	0.4	0.4	7.0	14.5	17.2
自動車、電車などで移動しているとき	テレビ番組(録画を含む)	1.5	6.6	6.6	12.0	9.3	11.6	11.0
	ビデオ・DVD	3.3	13.2	20.5	27.8	24.1	28.2	25.8
	パソコン	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	タブレット端末	0.5	2.4	4.3	5.8	4.7	5.0	5.3
	スマートフォン	6.8	21.6	27.1	30.9	30.7	29.0	31.1
	携帯電話	0.3	1.5	0.8	0.0	0.4	0.8	1.0
	据え置き型ゲーム機	0.0	0.0	0.4	0.0	0.8	0.8	0.5
	携帯型ゲーム機	0.3	0.3	0.8	1.2	4.3	7.9	15.3

注1) 母親がスマートフォンを使っていると回答した人の数値。 注2) 複数回答。 注3) 網かけは、20%を超えるもの。
注4) ()内はサンプル数。

しているとき」では、「ビデオ・DVD」が2歳以降で2割以上であり、「スマートフォン」が2歳27.1%、3歳30.9%、4歳30.7%、5歳29.0%、6歳31.1%と、2歳以降のいずれの年齢でもおよそ3割であり、ビデオ・DVDよりも高い比率で使われていた。

●スマートフォンは1歳以降、テレビ番組やビデオ・DVDは2歳以降、ゲーム機は3歳以降で子ども主導になる

メディアを使うのは、親が主導か子どもが主導か。メディアごとに「子どもがさわぐとき」と「子どもが使いたがるとき」について、子どもの年齢別で比べた（表1-5-3）。「子どもがさわぐとき」と「子どもが使いたがるとき」で5ポイント以上の差に注目したい。「テレビ番組（録画を含む）」の場合、0歳と1歳では、「子どもがさわぐとき」が多かった。2歳以降になると「子どもが使いたがるとき」が多かった。「ビデオ・DVD」もほぼ同様の傾向がみられた。一方、「スマートフォン」は0歳では「子どもがさわぐとき」が多かったが、1歳以降から「子どもが使いたがるとき」が多くなった。ゲーム機の場合、「据え置き型ゲーム機」も「携帯型ゲーム機」も3歳以降で「子どもが使いたがるとき」が多くなっており、「携帯型ゲーム機」の場合、6歳で「子どもが使いたがるとき」が51.6%に達していた。

●新しいメディアは、使いたいときにどのような場所でも簡単に使えることが特徴。乳幼児にとっても身近な存在に

テレビ番組やビデオ・DVDは、「第3回幼児の生活アンケート」（ベネッセ教育総合研究所、2005）で「2歳児になると『見たいテレビ番組がだいたい決まっている』のは60.2%になり、お気に入りのテレビ番組を選んで視聴するスタイルが、2歳児の生活に浸透している様子がうかがえる」と述べられているのと合致するように、2歳以降、子どもが視聴を主導する傾向が強まると思われる。ゲーム機の場合、第8節の「メディアを使い始めた時期」に後述しているが、3歳から6歳で急速に使い始めており、それまでは保護者がコントロールしている可能性が考えられる。そのため、3歳以降で子どもが使用を主導する傾向が強まると思われる。

スマートフォンの場合、テレビ番組やビデオ・DVDより早い1歳以降から子どもが使用を主導する傾向がみられた。スマートフォンは親の身の回りにあることが多く、やはり親のそばにいることの多い乳幼児にとって、身近な存在になりつつあるように思われる。フリーアンサーでも、「スマートフォンで子どもの写真を撮っていると、子どもが自分も使いたいと言ってくる」などの声がみられた。タブレット端末も表1-5-3からわかるようにスマートフォンと同様、1～2歳以降で子どもが使用を主導する傾向にあった。スマートフォンやタブレット端末などの新しいメディアは、タッチパネル方式が多く、家の内外で動画をみたりお絵かきを楽しめたりするなど、使いたいときにどのような場所でも簡単に使えることが特徴である。保護者が乳幼児にどのように使わせたいかについて、考えてみる機会が必要だろう。

表1-5-3 メディアを使うとき（子どもの年齢別）

		(%)						
		0歳後半	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳
		(565)	(519)	(435)	(445)	(437)	(420)	(401)
テレビ番組(録画を含む)	子どもがさわぐとき	18.2	35.6	30.3	30.8	31.4	23.8	18.5
	子どもが使いたがるとき	2.5	22.4	38.6	42.5	41.9	46.0	44.1
		(536)	(502)	(424)	(442)	(435)	(414)	(397)
ビデオ・DVD	子どもがさわぐとき	5.8	26.3	27.1	29.9	28.3	21.3	16.6
	子どもが使いたがるとき	1.1	18.7	40.3	43.9	44.1	42.3	34.5
		(164)	(143)	(130)	(145)	(130)	(123)	(111)
タブレット端末	子どもがさわぐとき	7.3	14.0	18.5	16.6	19.2	14.6	18.0
	子どもが使いたがるとき	4.9	18.2	35.4	39.3	40.0	38.2	30.6
		(398)	(333)	(258)	(259)	(257)	(241)	(209)
スマートフォン	子どもがさわぐとき	10.3	23.4	26.0	22.8	21.4	22.4	15.8
	子どもが使いたがるとき	5.3	30.0	42.6	43.6	38.9	40.2	39.2
		(334)	(267)	(206)	(207)	(179)	(182)	(166)
据え置き型ゲーム機	子どもがさわぐとき	0.0	0.0	0.0	0.0	3.9	5.5	4.8
	子どもが使いたがるとき	0.0	0.0	1.0	5.3	19.0	30.2	34.9
		(323)	(276)	(218)	(205)	(205)	(194)	(190)
携帯型ゲーム機	子どもがさわぐとき	0.3	0.0	1.8	1.0	5.4	6.2	12.1
	子どもが使いたがるとき	0.6	1.4	5.0	10.2	24.4	34.5	51.6

注1) 網かけは、「子どもがさわぐとき」と「子どもが使いたがるとき」で5ポイント以上差があるもの。
注2) テレビ、ビデオ・DVD、タブレット端末、据え置き型ゲーム機、携帯型ゲーム機は家族がもっている場合の数値。スマートフォンは母親が使っている場合の数値。
注3) ()内はサンプル数。

第6節

アプリ・ソフトの使用時間、
内容、選択基準

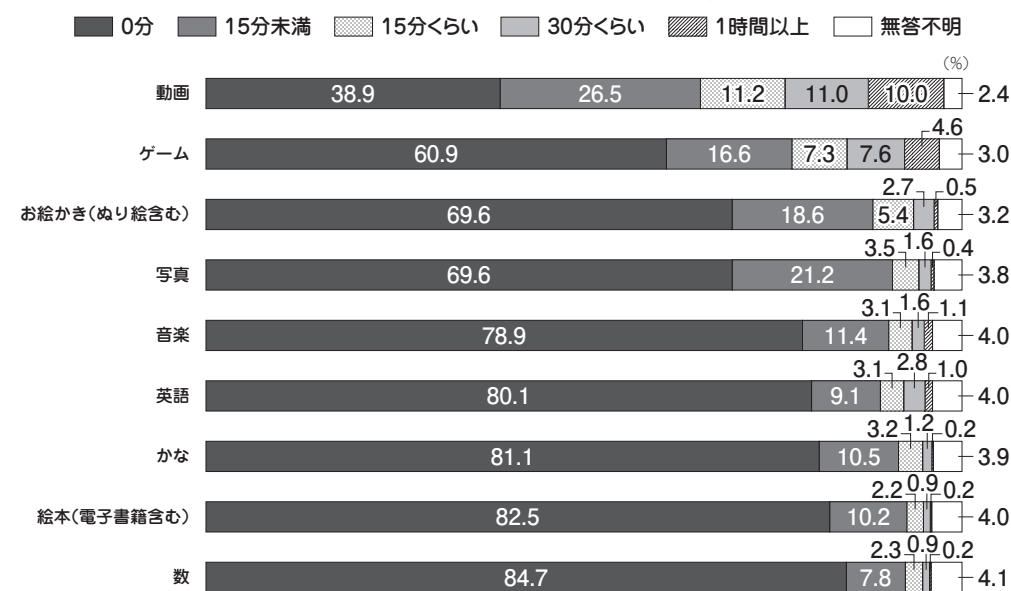
乳幼児が、家庭で平日に使うアプリ・ソフトは、使用時間の長い順に「動画」「ゲーム」「お絵かき」「写真」だった。「動画」は2～4歳、「ゲーム」は年齢があがるにつれて使用時間が長い。そのほか低年齢から高年齢にかけて使用時間の長いものが「音楽」「絵本」「英語」「かな」と移行した。アプリ・ソフトの選択基準は「子ども自身が気に入っている」「子どもの年齢に内容が合う」「子どもにさせたい目的と合う」だった。

●家庭で平日1日あたりの使用時間が長いアプリ・ソフトは「動画」「ゲーム」「お絵かき」「写真」

乳幼児は、どのようなアプリ・ソフトを家庭で平日1日にみたり使ったりしているのか。アプリ・ソフト9種類について、それぞれ平日1日あたりの使用時間をたずねた。結果（図1-6-1）を使用時間の長い順にみると、もっとも長いのは「動画」で、ついで「ゲーム」「お絵かき（ぬり絵含む）」「写真」だった。動画以外のアプリ・ソフトでは、「0分」の回答が6割以上だった。では、「動画」に

はどのような特徴があるだろうか。1日あたりの視聴時間は、「0分」38.9%、「15分未満」26.5%、「15分くらい」11.2%、「30分くらい」11.0%、「1時間以上」10.0%であり、「0分」がもっとも多いが、「30分くらい」と「1時間以上」が10%以上とほかのアプリ・ソフトに比べて長かった。子どもがよくみたり使ったりするアプリ・ソフトについて、フリーアンサーでは、動画サイトでの子ども向けテレビ番組やアニメの歌が多くあげられていた。乳幼児の親子にとって、みたい、使いたいときに手軽に楽しめるものとして活用されているのだろう。

図1-6-1 家庭におけるアプリ・ソフトの平日1日あたりの使用時間



注) アプリ・ソフトの選択基準の質問について、すべての項目で「お子さまは使っていない」と回答した人を除く1703人の数値。

●「動画」は2～4歳、「ゲーム」は年齢があがるにつれて長くなる

子どもの年齢別にみたのが、表1-6-1である。アプリ・ソフト別に各年齢で10%以上の項目に注目したい。

「動画」「ゲーム」「お絵かき（ぬり絵含む）」「写真」は共通して、1歳以降で「15分未満」が10%以上に該当し、幅広い年齢で使用される傾向がみられた。各アプリ・ソフト別にみると、「動画」では、いずれの年齢でも「15分未満」「15～30分くらい」が10%以上に該当し、2～4歳では「1時間以上」も10%以上に該当し、とくに長く使用されていた。「ゲーム」では、1歳以降で「15分未満」、3歳以降で「15～30分くらい」、6歳で「1時間以上」が10%以上に該当し、年齢があがるにつれて使用時間が長くなる傾向がみら

れた。「お絵かき（ぬり絵含む）」の場合、3～4歳で「15～30分くらい」が10%以上に該当した。

「音楽」「絵本（電子書籍含む）」「英語」「かな」「数」についてみると、使用される年齢が限定される傾向がみられた。「音楽」「絵本（電子書籍含む）」は0歳後半～3歳で「15分未満」、「英語」は2～3歳で「15分未満」、「かな」は3～6歳で「15分未満」、4歳で「15～30分くらい」が10%以上に該当した。「数」は一定の傾向がみられなかった。低年齢で「音楽」と「絵本（電子書籍含む）」、2～3歳で「英語」、高年齢で「かな」を使っており、年齢とともに子どもの興味・関心や、保護者が子どもにさせたい内容によって、使いたいアプリ・ソフトの内容が移行していくと思われる。

表1-6-1 家庭におけるアプリ・ソフトの平日1日あたりの使用時間（子どもの年齢別）

		(%)						
		0歳後半 (127)	1歳 (226)	2歳 (267)	3歳 (279)	4歳 (266)	5歳 (262)	6歳 (276)
動画	0分	48.8	41.2	28.5	26.2	38.7	43.5	51.4
	15分未満	34.6	31.9	33.3	28.0	21.1	25.2	16.7
	15～30分くらい	10.2	22.1	26.6	24.4	25.9	19.5	20.3
	1時間以上	3.9	3.5	10.5	17.6	11.3	9.5	9.1
	無答不明	2.4	1.3	1.1	3.9	3.0	2.3	2.5
ゲーム	0分	89.0	80.5	73.0	59.5	53.4	43.5	45.3
	15分未満	3.9	14.2	14.6	19.4	16.9	22.5	17.4
	15～30分くらい	1.6	3.1	7.9	15.8	20.3	23.3	23.9
	1時間以上	0.8	0.4	1.5	1.8	6.0	8.4	10.5
	無答不明	4.7	1.8	3.0	3.6	3.4	2.3	2.9
お絵かき （ぬり絵含む）	0分	91.3	82.3	66.7	57.7	60.9	66.8	75.0
	15分未満	3.9	11.9	22.8	25.4	22.6	21.0	13.4
	15～30分くらい	0.0	4.0	7.1	12.2	12.4	8.8	7.2
	1時間以上	1.6	0.0	0.0	0.0	0.8	0.8	1.1
	無答不明	3.1	1.8	3.4	4.7	3.4	2.7	3.3
写真	0分	81.9	69.0	62.2	58.4	72.9	71.0	78.3
	15分未満	12.6	23.0	27.3	28.3	16.5	22.1	14.1
	15～30分くらい	1.6	6.2	6.0	6.8	6.4	3.8	3.3
	1時間以上	1.6	0.0	0.7	0.7	0.0	0.0	0.0
	無答不明	2.4	1.8	3.7	5.7	4.1	3.1	4.3
音楽	0分	66.9	80.5	75.3	73.8	82.7	82.8	84.1
	15分未満	22.0	12.4	14.6	11.8	8.6	9.9	6.2
	15～30分くらい	5.5	4.0	4.5	7.2	4.5	2.7	4.3
	1時間以上	2.4	1.3	1.9	0.7	0.8	1.5	0.0
	無答不明	3.1	1.8	3.7	6.5	3.4	3.1	5.4
絵本 （電子書籍含む）	0分	81.9	83.2	78.3	75.3	83.8	88.5	86.6
	15分未満	12.6	11.9	13.5	14.3	7.5	5.7	6.9
	15～30分くらい	1.6	3.1	4.1	3.9	3.8	2.7	1.8
	1時間以上	0.8	0.0	0.4	0.0	0.8	0.0	0.0
	無答不明	3.1	1.8	3.7	6.5	4.1	3.1	4.7
英語	0分	87.4	89.8	79.8	68.5	77.8	81.7	81.5
	15分未満	5.5	4.0	10.5	14.7	8.3	9.2	8.7
	15～30分くらい	2.4	3.1	5.2	8.2	8.6	5.7	5.1
	1時間以上	0.8	1.3	0.7	1.4	1.5	0.8	0.4
	無答不明	3.9	1.8	3.7	7.2	3.8	2.7	4.3
かな	0分	92.9	94.2	88.8	72.8	69.9	76.3	81.2
	15分未満	3.1	2.7	5.2	14.3	15.0	15.3	12.3
	15～30分くらい	0.0	1.3	1.5	7.2	10.2	5.0	2.9
	1時間以上	0.0	0.0	0.4	0.0	0.4	0.4	0.0
	無答不明	3.9	1.8	4.1	5.7	4.5	3.1	3.6
数	0分	91.3	96.0	88.8	76.0	80.1	85.5	81.2
	15分未満	4.7	1.8	3.7	12.2	8.6	8.8	12.0
	15～30分くらい	0.0	0.4	2.2	5.4	6.0	3.1	2.9
	1時間以上	0.0	0.0	0.7	0.0	0.8	0.0	0.0
	無答不明	3.9	1.8	4.5	6.5	4.5	2.7	4.0

注1) アプリ・ソフトの選択基準の質問について、すべての項目で「お子さまは使っていない」と回答した人を除く。
注2) 網かけは、「15分未満」「15～30分くらい」「1時間以上」の項目で10%以上のもの。注3) ()内はサンプル数。

●男子は「動画」と「ゲーム」、女子は「お絵かき」と「写真」が長い傾向

家庭におけるアプリ・ソフトの平日1日あたりの使用時間を、子どもの年齢区分別・性別にみたのが、表1-6-2である。アプリ・ソフト別に10%以上の項目をみると、男子の使用時間が長いのは「動画」と「ゲーム」だった。「動画」では、1～3歳で「15～30分くらい」が男子28.7%>女子20.4%、「1時間以上」が男子9.5%>女子6.8%と男子がやや長い傾向がみられた。

一方、女子の使用時間が長いのは「お絵かき（ぬり絵含む）」、「写真」であり、さらに1～3歳で女子が男子に比べていずれも「15分未満」で高かったのは、「音楽」（男子9.7%<女子16.2）、「絵本（電子書籍含む）」（男子9.4%<女子17.3%）、「英語」（男子5.7%<女子14.4%）、「かな」（男子5.2%<女子10.3%）だった。

表1-6-2 家庭におけるアプリ・ソフトの平日1日あたりの使用時間（子どもの年齢区分別・性別） ^(%)					
		1-3歳		4-6歳	
		男子 (383)	女子 (388)	男子 (433)	女子 (368)
動画	0分	28.2	34.5	39.0	51.4
	15分未満	28.2	33.5	19.2	22.8
	15～30分くらい	28.7	20.4	25.4	17.7
	1時間以上	13.3	8.8	13.4	6.0
	無答不明	1.6	2.8	3.0	2.2
ゲーム	0分	70.5	70.1	46.9	48.1
	15分未満	13.8	18.6	14.5	23.9
	15～30分くらい	10.7	8.0	26.3	18.2
	1時間以上	1.6	1.0	9.5	6.8
	無答不明	3.4	2.3	2.8	3.0
お絵かき （ぬり絵含む）	0分	71.8	64.2	69.7	64.9
	15分未満	15.9	25.3	16.6	21.7
	15～30分くらい	8.4	7.7	9.0	10.1
	1時間以上	0.0	0.0	0.9	0.8
	無答不明	3.9	2.8	3.7	2.4
写真	0分	66.8	58.8	74.8	73.1
	15分未満	22.2	30.7	17.1	18.2
	15～30分くらい	6.0	6.7	3.7	5.4
	1時間以上	0.5	0.5	0.0	0.0
	無答不明	4.4	3.4	4.4	3.3
音楽	0分	78.6	74.0	84.1	82.1
	15分未満	9.7	16.2	6.9	9.8
	15～30分くらい	5.5	5.2	4.6	3.0
	1時間以上	1.3	1.3	0.2	1.4
	無答不明	5.0	3.4	4.2	3.8
絵本 （電子書籍含む）	0分	81.2	76.0	85.5	87.2
	15分未満	9.4	17.3	6.5	7.1
	15～30分くらい	4.4	3.1	3.7	1.6
	1時間以上	0.0	0.3	0.2	0.3
	無答不明	5.0	3.4	4.2	3.8
英語	0分	82.5	74.7	81.3	79.1
	15分未満	5.7	14.4	7.9	9.8
	15～30分くらい	6.0	5.4	6.2	6.8
	1時間以上	1.3	1.0	0.5	1.4
	無答不明	4.4	4.4	4.2	3.0
かな	0分	87.2	82.0	76.0	75.5
	15分未満	5.2	10.3	13.4	15.2
	15～30分くらい	3.1	3.9	5.8	6.3
	1時間以上	0.3	0.0	0.2	0.3
	無答不明	4.2	3.9	4.6	2.7
数	0分	86.9	85.6	80.8	83.7
	15分未満	4.7	7.7	9.5	10.3
	15～30分くらい	3.1	2.6	5.1	2.7
	1時間以上	0.3	0.3	0.2	0.3
	無答不明	5.0	3.9	4.4	3.0

注1) アプリ・ソフトの選択基準の質問について、すべての項目で「お子さまは使っていない」と回答した人を除く。
注2) 網かけは、「15分未満」「15～30分くらい」「1時間以上」の項目で10%を超えるもの。
注3) ()内はサンプル数。

●在宅時間の長い未就園児と幼稚園児は「動画」「ゲーム」「お絵かき」の使用時間が長い

子どもの年齢区分別・就園状況別ではどうか。表1-6-3をみると、「動画」「ゲーム」「お絵かき（ぬり絵含む）」「写真」といった全体的に長い時間使われているアプリ・ソフトのみで差がみられ、「音楽」「絵本（電子書籍含む）」「英語」「かな」「数」ではほとんど差がみられなかった。

差がみられたものについて詳しくみると、「動画」では、1～3歳で「1時間以上」が未就園11.9%>保育園6.3%であり、4～6歳で「15～30分くらい」が幼稚園22.7%>保育園16.8%、「1時間以上」が幼稚園10.2%>保育園8.2%だった。また、「ゲーム」では、「15～30分くらい」が1～3歳

で未就園10.2%>保育園5.8%、4～6歳で幼稚園23.6%>保育園19.1%だった。「お絵かき（ぬり絵含む）」では、1～3歳で「15分未満」が未就園23.1%>保育園13.8%、「15～30分くらい」が未就園9.0%>保育園4.9%であり、4～6歳で「15～30分くらい」が幼稚園10.4%>保育園6.4%だった。「写真」は1～3歳で未就園のほうが高かった。

家庭でみたり使ったりするアプリ・ソフトについてたずねたため、在宅時間が長い未就園児と幼稚園児のほうが、保育園児より使用時間が長いのは自然な傾向であろう。一方、目的に特化した「音楽」「絵本（電子書籍含む）」「英語」「かな」「数」などのアプリ・ソフトには差がほとんどみられなかった。就園状況にかかわらず、目的に合わせて使われている様子がうかがえる。

		1-3歳		4-6歳	
		未就園 (480)	保育園 (224)	幼稚園 (550)	保育園 (220)
動画	0分	31.5	33.5	44.7	47.7
	15分未満	30.2	33.0	20.0	23.6
	15～30分くらい	24.8	24.1	22.7	16.8
	1時間以上	11.9	6.3	10.2	8.2
	無答不明	1.7	3.1	2.4	3.6
ゲーム	0分	69.2	75.4	46.0	53.2
	15分未満	16.9	13.4	18.7	19.1
	15～30分くらい	10.2	5.8	23.6	19.1
	1時間以上	1.7	0.0	8.9	5.0
	無答不明	2.1	5.4	2.7	3.6
お絵かき （ぬり絵含む）	0分	65.8	75.0	68.2	66.8
	15分未満	23.1	13.8	18.0	21.8
	15～30分くらい	9.0	4.9	10.4	6.4
	1時間以上	0.0	0.0	0.5	1.4
	無答不明	2.1	6.3	2.9	3.6
写真	0分	60.6	68.3	74.2	73.2
	15分未満	28.5	21.0	17.5	18.2
	15～30分くらい	7.7	4.5	4.9	3.6
	1時間以上	0.4	0.0	0.0	0.0
	無答不明	2.7	6.3	3.5	5.0
音楽	0分	77.9	75.0	83.3	82.7
	15分未満	11.9	14.7	8.5	8.2
	15～30分くらい	5.6	3.1	3.5	4.5
	1時間以上	1.9	0.0	0.7	0.5
	無答不明	2.7	7.1	4.0	4.1
絵本 （電子書籍含む）	0分	78.8	79.0	86.4	85.5
	15分未満	14.8	10.3	6.9	6.8
	15～30分くらい	3.3	3.6	2.5	2.7
	1時間以上	0.2	0.0	0.4	0.0
	無答不明	2.9	7.1	3.8	5.0
英語	0分	79.0	79.9	81.1	78.2
	15分未満	11.5	8.0	8.4	10.0
	15～30分くらい	5.4	4.5	6.4	6.8
	1時間以上	1.3	0.4	0.7	0.9
	無答不明	2.9	7.1	3.5	4.1
かな	0分	85.2	86.2	75.6	77.7
	15分未満	8.5	4.5	14.9	11.8
	15～30分くらい	3.3	2.2	5.8	5.9
	1時間以上	0.2	0.0	0.4	0.0
	無答不明	2.7	7.1	3.3	4.5
数	0分	86.7	86.2	81.3	83.6
	15分未満	6.7	4.0	10.9	7.3
	15～30分くらい	3.1	2.2	4.0	4.5
	1時間以上	0.4	0.0	0.4	0.0
	無答不明	3.1	7.6	3.5	4.5

注1) アプリ・ソフトの選択基準の質問について、すべての項目で「お子さまは使っていない」と回答した人を除く。

注2) 網かけは、「15分未満」「15～30分くらい」「1時間以上」の項目で10%を超えるもの。

注3) ()内はサンプル数。

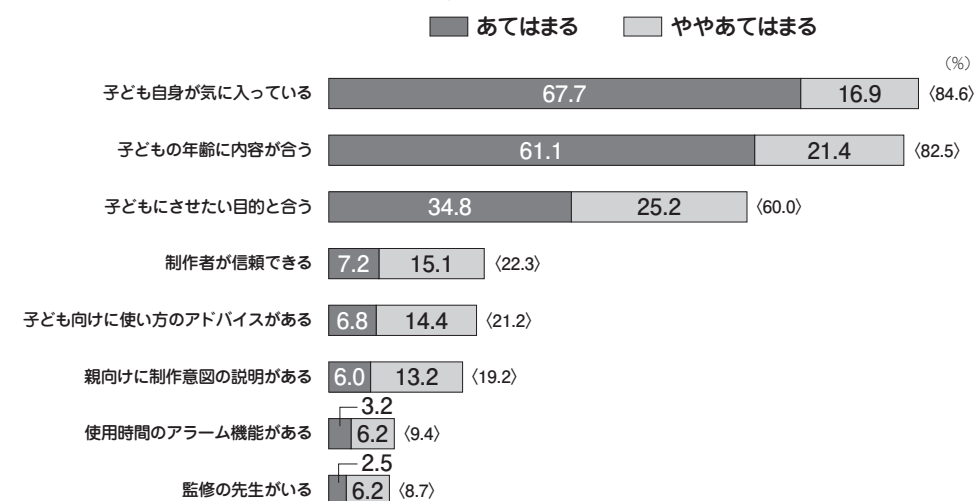
●アプリ・ソフトの選択基準は「子ども自身が気に入っている」「子どもの年齢に内容が合う」「子どもにさせたい目的と合う」

保護者は、子どもがよくみたり使ったりするアプリ・ソフトを選ぶとき、どのようなことを基準に選んでいるのだろうか。結果（図1-6-2）をみると、「あてはまる」と「ややあてはまる」を合わせて多い順に、「子ども自身が気に入っている」84.6%、「子どもの年齢に内容が合う」82.5%、「子どもにさせたい目的と合う」60.0%だった。この3項目以外の比率は低めであり、「制作者が信頼できる」22.3%、「子ども向けに使い方のアドバイスがある」21.2%、「親向けに制作意図の説明がある」19.2%と2割前後であり、これらの項目では「あてはまる」としたのは1割に満たなかった。保護者は子どもにアプリ・ソフトをみせたり使わせたりするとき、「子ども自身が気に入っている」か、「子どもの年齢に内容が合う」かなど、まず子どもの様子をみて選び、さらに「子どもにさせたい目的と合う」かどうかをチェックしていると思われる。一方、制作者が信頼できるかどうかや子ども向けや親向けの説明についての関心は低めであり、子どもに与えるのに適しているかをチェックしている人はまだ少ないといえよう。

●子どもがいずれの年齢でも「子ども自身が気に入っている」「子どもの年齢に内容が合う」が高い

アプリ・ソフトの選択基準であてはまると回答した比率を子どもの年齢別にみたのが、図1-6-3である。「子どもの年齢に内容が合う」「子ども自身が気に入っている」は、子どもがいずれの年齢でも高い比率だった。「子どもにさせたい目的と合う」は、2～5歳にかけて6割以上だった。子どもがいずれの年齢でも、保護者は子どもの様子をみて選び、子どもが2歳以降になると保護者が子どもにさせたい内容かどうか加わるようだ。「使用時間のアラーム機能がある」は5～6歳にかけて比率が増えた。子どもの年齢が高くなると集中できる時間も長くなっていく。5～6歳の場合、とくに「ゲーム」アプリ・ソフトを使う時間が長くなっており（表1-6-1）、保護者は使用時間のアラーム機能を求めるものと思われる。

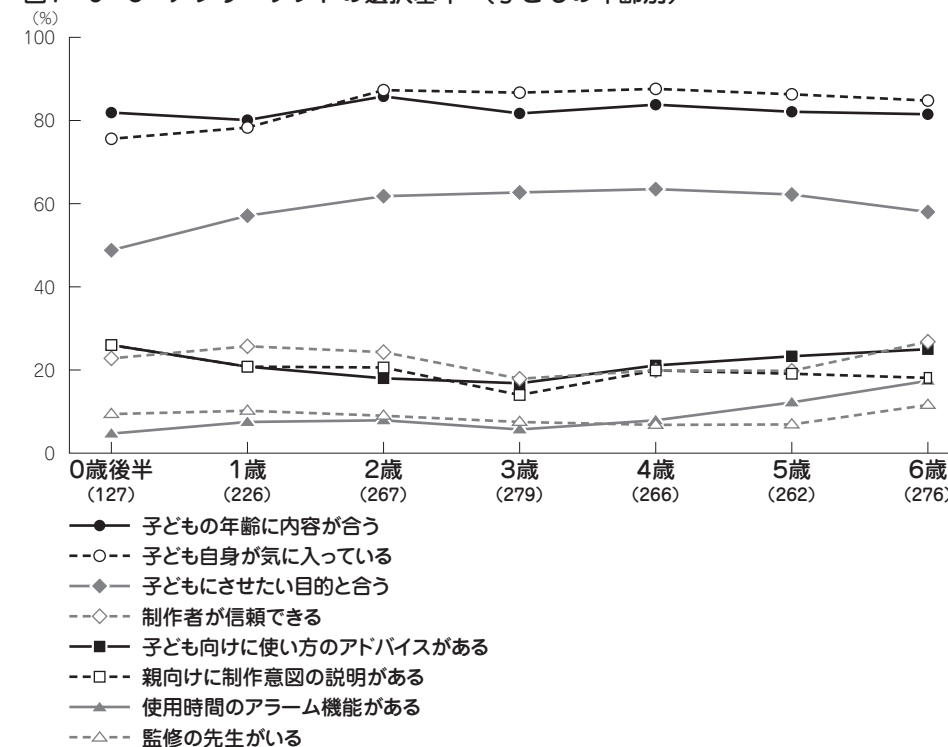
図1-6-2 アプリ・ソフトの選択基準



注1) すべての項目で「お子さまは使っていない」と回答した人を除く1703人の数値。

注2) く は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

図1-6-3 アプリ・ソフトの選択基準（子どもの年齢別）



注1) すべての項目で「お子さまは使っていない」と回答した人を除く1703人の数値。

注2) 「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。 注3) く 内はサンプル数。

第7節

友だちとのかかわり

友だちと一緒にするのは、おもちゃ遊び、外遊び、絵本読みが多く、ついでテレビ番組やビデオ・DVDの視聴だった。これらは就園している場合、一緒に行く頻度が高かった。一方、アプリ・ソフトは、就園状況にかかわらず友だちと使う割合は低く、乳幼児のいる家庭においては使われ始めている段階と思われる。

●友だちと一緒にするのは、おもちゃ遊び、外遊び、絵本読みが多い

乳幼児が友だちと遊ぶなかでメディアはどのくらい活動に入っているだろうか。園での活動を含め、1週間にどのくらいの頻度で友だちと一緒に、どのような活動をしているかをたずねた。結果をみると（図1-7-1）、「ほとんど毎日」一緒に活動する比率の高い順に、「おもちゃで遊ぶ」54.5%、「外で遊んだり、お散歩をしたりする」48.9%「絵本や本、図鑑を読む」42.9%、「テレビ番組をみる」35.7%、「お絵かきをする」32.7%だった。一方、「動画アプリをみる」「かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う」「ゲームアプリ・ソフトをする」は「ほとんどない」が7割以上であり、友だちと一緒にに行く比率は低かった。この傾向は、第3節の子どもの一日あたりの活動時間の傾向と同じである。

●テレビは4歳以降で6割弱が一緒にみるが、ビデオ・DVDは4歳の4割がピーク。アプリ・ソフトは友だちと一緒にに行く比率が低い

子どもの年齢別に友だちと一緒に「ほとんど毎日」+「週に3～4日」行う比率をみると、図1-7-2のようになった。「おもちゃで遊ぶ」「外で遊んだり、お散歩をしたりする」「絵本や本、図鑑を読む」は、0歳後半を除くいずれの年齢でもトップ3であり、就園が9割を超える4歳以降ではほぼ8割以上が行っていた。「お絵かきをする」も、4歳以降ではこれらについて同じように高い比率で友だちと行っていた。「テレビ番組をみる」は0歳後半で11.4%、1歳で25.0%で、4歳以降では6割弱が友だちと一緒に視聴しており、低年齢から友だちと一緒にみるが、伸びはゆるやかだった。「ビデオ・DVDをみる」は4歳の42.7%がピークだった。一方、「動画アプリをみる」「かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う」「ゲームアプリ・ソフトをする」はいずれの年齢でも15%以下であり、友だちと一緒にに行く比率は低かった。

図1-7-1 1週間に友だちと一緒に活動する頻度

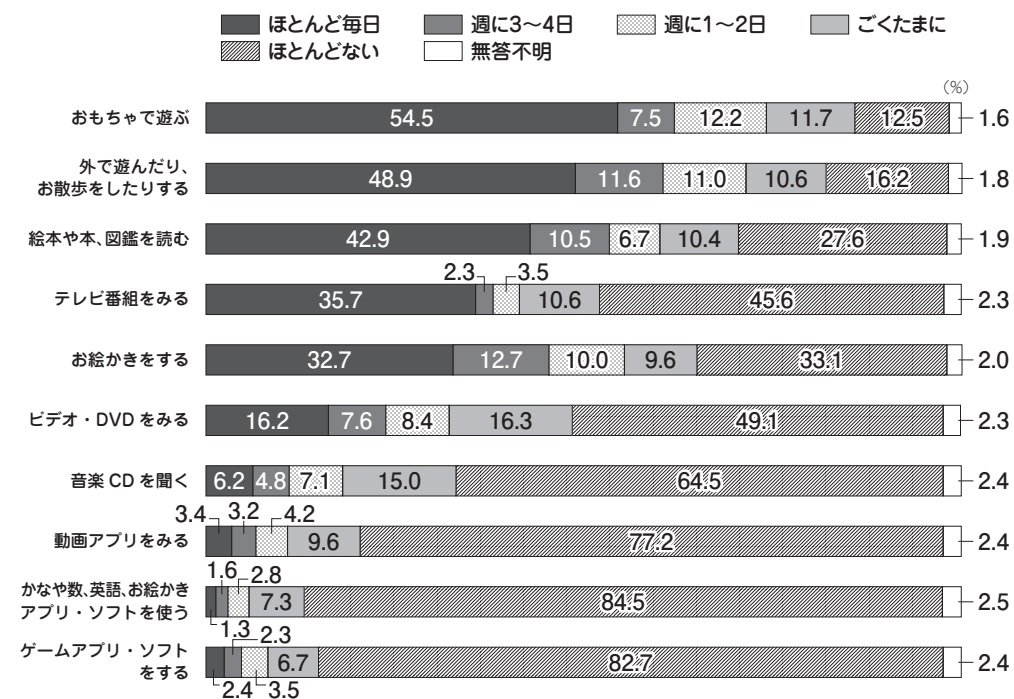
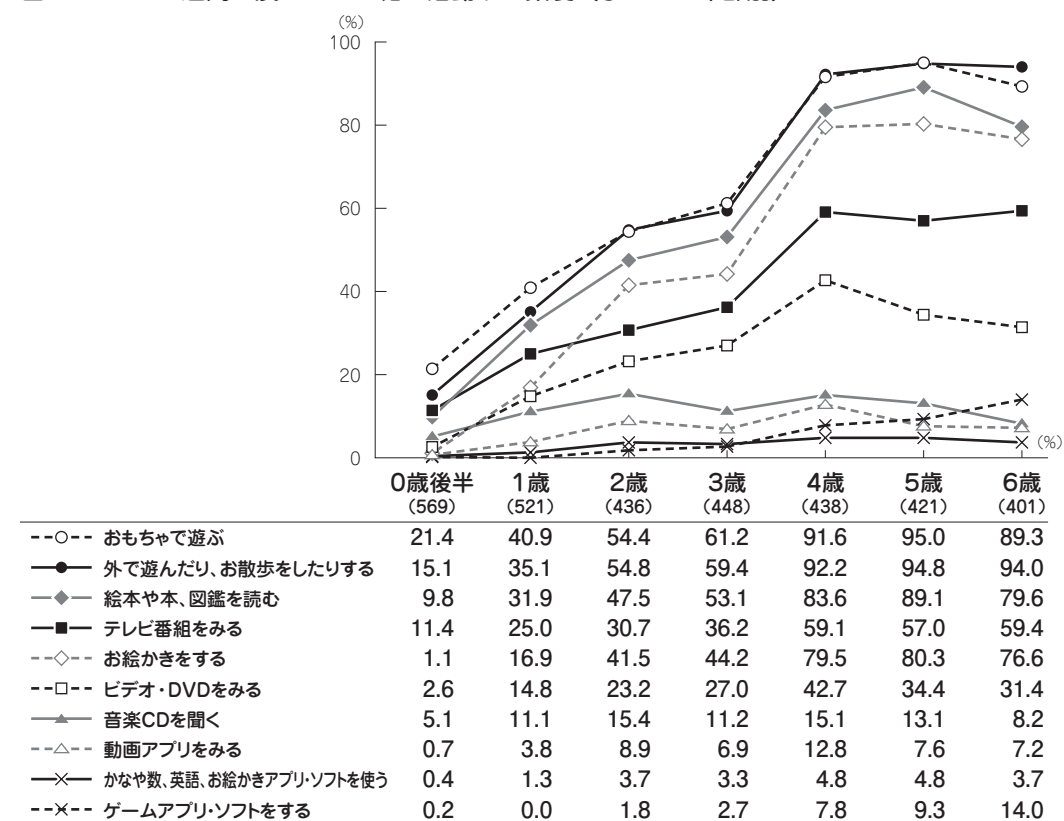


図1-7-2 1週間に友だちと一緒に活動する頻度（子どもの年齢別）



注1)「ほとんど毎日」+「週に3～4日」の割合。

注2) ()内はサンプル数。

●おもちゃ遊び、外遊び、絵本読みは、就園している場合に友だちと行う頻度が高い。アプリ・ソフトを使う頻度は、就園状況にかかわらない

1週間に友だちと一緒に活動する頻度を子どもの年齢区分別・就園状況別にみてる(表1-7-1)。「ほとんど毎日」+「週に3〜4日」でみると、「おもちゃで遊ぶ」「外で遊んだり、お散歩をしたりする」「絵本や本、図鑑を読む」の比率は、1〜3歳の保育園と、4〜6歳の幼稚園、保育園で8〜9割以上だった。また、「お絵かきをする」の比率は1〜3歳の保育園と、4〜6歳の幼稚園、保育園で7割以上だった。これらの活動は、園で友だちと一緒にに行っているといえよう。「テレビ番組をみる」の比率は1〜3歳の保育園と、4〜6歳の幼稚園、保育園で5〜6割、「ビデオ・DVDをみる」の比率は1〜3歳の保育園と、4〜6歳の幼稚園、保育園で3割台だった。これらの活動も一部の園で友だちと一緒にに行っている可能性がある。

一方、「動画アプリをみる」「かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う」「ゲームアプリ・ソフトをする」については、就園状況による差がほとんどみられなかった。これから、アプリ・ソフトは乳幼児の家庭内において使われ始め、園ではまだ使われておらず、園で友だちと使う段階にはまだなっていないと思われる。

●2〜6歳で動画アプリ、4〜6歳でゲームアプリ・ソフトを友だちと使うことがある

「動画アプリをみる」「ゲームアプリ・ソフトをする」「かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う」について、子どもの年齢別に頻度をくわしくみたのが表1-7-2である。「ほとんど毎日〜週に1〜2日」でみると、「動画アプリをみる」は2歳以降で10%以上であり、4歳の20.5%が最も多かった。「ゲームアプリ・ソフトをする」は4歳以降で10%以上であり、年齢があがるにつれて増え、6歳では23.1%だった。一方、「かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う」は全体的に頻度が低く、4歳の10.1%が最も多かった。乳幼児の場合、2〜6歳で動画アプリを、4〜6歳でゲームアプリ・ソフトを1週間に1〜2日以上頻度で友だちと一緒ににみたり使ったりすることがあるが、多くても約2割にとどまった。この傾向は、第6節のアプリ・ソフトの使用時間の傾向とも同じだった。

表1-7-1 1週間に友だちと一緒に活動する頻度（子どもの年齢区分別・就園状況別）

		1-3歳		4-6歳	
		未就園 (932)	保育園 (370)	幼稚園 (866)	保育園 (342)
外で遊んだり、お散歩 をしたりする	ほとんど毎日+週に3〜4日	30.6	93.2	94.8	95.9
	週に1〜2日+ごくたまに	48.5	4.3	3.5	2.6
	ほとんどない	18.8	1.1	0.5	0.3
	無答不明	2.1	1.4	1.3	1.2
おもちゃで遊ぶ	ほとんど毎日+週に3〜4日	32.1	95.9	91.8	97.1
	週に1〜2日+ごくたまに	52.0	2.2	5.9	1.2
	ほとんどない	14.3	0.3	1.0	0.6
	無答不明	1.6	1.6	1.3	1.2
絵本や本、図鑑を読む	ほとんど毎日+週に3〜4日	21.6	93.8	82.1	94.4
	週に1〜2日+ごくたまに	32.7	2.2	13.0	3.5
	ほとんどない	43.9	2.4	3.5	0.9
	無答不明	1.8	1.6	1.4	1.2
お絵かきをする	ほとんど毎日+週に3〜4日	14.6	76.5	77.5	87.7
	週に1〜2日+ごくたまに	34.3	15.1	18.0	10.2
	ほとんどない	49.1	6.2	3.2	0.9
	無答不明	1.9	2.2	1.3	1.2
テレビ番組をみる	ほとんど毎日+週に3〜4日	21.7	47.8	59.6	57.9
	週に1〜2日+ごくたまに	22.1	10.8	11.9	9.1
	ほとんどない	54.2	38.4	26.8	31.3
	無答不明	2.0	3.0	1.7	1.8
ビデオ・DVDをみる	ほとんど毎日+週に3〜4日	15.3	31.6	37.1	35.1
	週に1〜2日+ごくたまに	23.6	21.6	35.6	33.6
	ほとんどない	58.9	44.1	25.8	29.8
	無答不明	2.1	2.7	1.6	1.5
音楽CDを聞く	ほとんど毎日+週に3〜4日	7.0	25.4	10.9	16.7
	週に1〜2日+ごくたまに	18.5	22.4	31.5	25.4
	ほとんどない	72.5	48.9	56.0	55.8
	無答不明	2.0	3.2	1.6	2.0
動画アプリをみる	ほとんど毎日+週に3〜4日	5.3	8.1	8.8	9.1
	週に1〜2日+ごくたまに	9.5	13.8	21.1	23.1
	ほとんどない	83.0	75.4	68.1	66.4
	無答不明	2.1	2.7	2.0	1.5
かなや数、英語、お絵かき アプリ・ソフトを使う	ほとんど毎日+週に3〜4日	2.6	2.7	4.2	5.0
	週に1〜2日+ごくたまに	5.0	9.5	17.3	17.3
	ほとんどない	90.3	84.1	76.7	76.3
	無答不明	2.0	3.8	1.8	1.5
ゲームアプリ・ソフト をする	ほとんど毎日+週に3〜4日	1.3	1.6	11.4	7.0
	週に1〜2日+ごくたまに	5.3	8.4	18.6	18.4
	ほとんどない	91.4	86.2	68.4	72.5
	無答不明	2.0	3.8	1.6	2.0

注) ()内はサンプル数。

表1-7-2 1週間に友だちと一緒にアプリ・ソフトを使う頻度（子どもの年齢別）

		0歳後半 (569)	1歳 (521)	2歳 (436)	3歳 (448)	4歳 (438)	5歳 (421)	6歳 (401)
動画アプリを みる	ほとんど毎日	0.5	1.5	4.8	4.2	5.9	4.0	3.7
	週に3〜4日	0.2	2.3	4.1	2.7	6.8	3.6	3.5
	週に1〜2日	0.5	2.1	3.7	4.2	7.8	7.6	5.2
	ほとんど毎日〜週に1〜2日	1.2	5.9	12.6	11.1	20.5	15.2	12.4
	ごくたまに	2.8	4.0	10.1	10.9	11.4	13.5	18.7
	ほとんどない	92.6	87.7	75.2	74.8	66.4	69.6	66.3
ゲームアプリ・ ソフトをする	ほとんど毎日	0.2	0.0	1.1	1.1	3.7	5.2	6.7
	週に3〜4日	0.0	0.0	0.7	1.6	4.1	4.0	7.2
	週に1〜2日	0.0	0.6	1.8	3.3	4.8	7.1	9.2
	ほとんど毎日〜週に1〜2日	0.2	0.6	3.6	6.0	12.6	16.3	23.1
	ごくたまに	0.2	2.1	5.3	8.0	9.4	11.6	13.7
	ほとんどない	96.3	94.6	89.0	82.8	76.5	69.8	61.3
かなや数、英語、 お絵かきアプリ・ ソフトを使う	ほとんど毎日	0.4	0.4	1.1	1.8	1.6	2.4	2.2
	週に3〜4日	0.0	1.0	2.5	1.6	3.2	2.4	1.5
	週に1〜2日	0.2	0.4	1.8	4.7	5.3	4.5	4.0
	ほとんど毎日〜週に1〜2日	0.6	1.8	5.4	8.1	10.1	9.3	7.7
	ごくたまに	1.2	2.9	6.0	6.0	13.2	10.2	14.7
	ほとんどない	94.9	92.7	86.5	82.6	74.9	78.9	75.6

注1) 網かけは、「ほとんど毎日」+「週に3〜4日」+「週に1〜2日」で10%を超えるもの。注2) ()内はサンプル数。

第8節

メディアを使い始めた時期

乳幼児は、テレビ番組を1歳ごろまでに、ビデオ・DVDを2歳ごろまでにみ始める。また、タブレット端末やスマートフォンはいずれの年齢でもこの1～2年で使われ始め、ゲーム機は3歳から5、6歳にかけて使い始める傾向がみられた。

●テレビ番組は1歳ごろまでに、ビデオ・DVDは2歳ごろまでにみ始めている

乳幼児は、いつからメディアに接し始めているだろうか。メディアを所有する家庭と所有しない家庭があるが、まずは年齢全体での比率をみたい。メディアごとにみたり使ったりし始めた年齢をたずねた。それをまとめたのが表1-8-1である。

「テレビ番組（録画を含む）」の場合、0歳で7割以上、1歳以降のいずれの年齢の子どもも「1歳ごろ」までに8割以上がみ始めていた（「1歳ごろ」までにみ始めた比率：1歳96.4%、2歳93.8%、3歳87.5%、4歳87.2%、5歳82.2%、6歳80.3%）。また、「ビデオ・DVD」の場合、0歳で3割以上、1歳で約8割であり、2歳以降のいずれの年齢の子どもも「2歳ごろ」までに8割以上がみ始めていた（「2歳ごろ」までにみ始めた比率：2歳92.0%、3歳92.5%、4歳89.7%、5歳85.5%、6歳81.6%）。テレビ番組やビデオ・DVDは、比較的早いうちから親しんでいる。

一方、「スマートフォン」では、1歳で「0歳ごろ」22.1%、「1歳ごろ」18.8%、2歳で「1歳ごろ」23.6%、「2歳ごろ」20.4%、6歳児では「5歳ごろ」23.9%、「6歳ごろ」16.5%と、どの年齢でもこの1～2年の間で使い始めていた。

●タブレット端末やスマートフォンはいずれの年齢でもこの1～2年で使い始め、ゲーム機は3歳から5、6歳にかけて使い始める

次に、メディアを所有する家庭に限定して、「タブレット端末」「スマートフォン」「据え置き型ゲーム機」「携帯型ゲーム機」について、みてみよう。「タブレット端末」の場合（表1-8-2）、1歳で「0歳ごろ」26.6%、「1歳ごろ」19.6%、2歳で「1歳ごろ」24.6%、「2歳ごろ」20.4%、6歳で「5歳ごろ」38.7%、「6歳ごろ」15.3%と、どの年齢でもこの1～2年の間で使い始めていた。「スマートフォン」の場合も（表1-8-3）、1歳で「0歳ごろ」30.3%、「1歳ごろ」24.6%、2歳で「1歳ごろ」34.9%、「2歳ごろ」29.8%、6歳で「5歳ごろ」37.3%、「6歳ごろ」23.9%と、どの年齢でもここ1～2年の間で使い始めていた。新しいメディアは登場や普及状況を考えると、親子で同時期に使い始めているといえよう。

ゲーム機の場合、「据え置き型ゲーム機」では、「使ったことがない」をみると3歳76.8%、4歳53.6%、5歳33.5%と、3歳と4歳では23.2ポイント差、4歳と5歳では20.1ポイント差があり、約20ポイントずつ減少していた（表1-8-4）。使い始めた年齢についても、3歳から5歳にかけて急速に使い始めていた。「携帯型ゲーム機」も同様の傾向があり、「使ったことがない」では3歳73.2%、4歳51.7%、5歳32.5%と、3歳と4歳では21.5ポイント差、4歳と5

表1-8-1 メディアを使い始めた年齢（子どもの年齢別）

		使い始めた年齢							（%）	
		0歳ごろ	1歳ごろ	2歳ごろ	3歳ごろ	4歳ごろ	5歳ごろ	6歳ごろ	使ったことがない	無答不明
現在の年齢	0歳後半（569）	77.0							22.5	0.5
	1歳（521）	79.1	17.3						2.3	1.3
	2歳（436）	55.3	38.5	3.7					0.7	1.8
	3歳（448）	49.6	37.9	8.9	1.3				0.4	1.8
	4歳（438）	47.5	39.7	9.4	2.3	0.2			0.0	0.9
	5歳（421）	46.6	35.6	13.8	2.4	0.2			0.2	1.2
	6歳（401）	37.7	42.6	11.2	4.5	1.7	0.5	0.0	0.0	1.7
現在の年齢	0歳後半（569）	31.1							67.7	1.2
	1歳（521）	53.7	24.8						19.2	2.3
	2歳（436）	34.9	47.7	9.4					5.7	2.3
	3歳（448）	30.8	42.9	18.8	2.5				2.5	2.7
	4歳（438）	29.9	40.9	18.9	7.1	0.5			1.1	1.6
	5歳（421）	29.7	38.5	17.3	7.6	2.4	0.7		2.1	1.7
	6歳（401）	26.2	37.9	17.5	11.5	3.5	1.0	0.0	0.5	2.0
現在の年齢	0歳後半（569）	5.6							93.1	1.2
	1歳（521）	7.9	5.8						83.7	2.7
	2歳（436）	2.8	8.3	8.3					76.4	4.4
	3歳（448）	0.9	3.6	9.6	7.8				72.5	5.6
	4歳（438）	0.9	1.1	4.1	10.3	5.0			75.3	3.2
	5歳（421）	0.2	0.5	2.1	5.2	7.6	8.1		73.9	2.4
	6歳（401）	0.5	0.0	0.2	1.5	4.2	12.2	5.7	72.1	3.5
現在の年齢	0歳後半（569）	14.9							84.0	1.1
	1歳（521）	22.1	18.8						56.2	2.9
	2歳（436）	5.7	23.6	20.4					46.1	4.1
	3歳（448）	2.5	9.4	22.8	21.4				40.0	4.0
	4歳（438）	0.9	2.1	6.8	27.9	16.7			44.1	1.6
	5歳（421）	0.2	0.7	3.6	9.0	20.9	18.1		45.8	1.7
	6歳（401）	0.5	0.0	0.5	3.0	8.0	23.9	16.5	43.6	4.0
現在の年齢	0歳後半（569）	0.2							98.4	1.4
	1歳（521）	0.4	0.6						96.5	2.5
	2歳（436）	0.2	2.1	2.3					91.3	4.1
	3歳（448）	0.0	0.7	4.9	5.6				83.7	5.1
	4歳（438）	0.5	0.7	3.2	9.1	5.9			76.9	3.7
	5歳（421）	0.2	0.5	2.4	9.0	11.6	7.8		66.5	1.9
	6歳（401）	0.2	0.0	0.7	4.7	10.7	18.7	5.5	55.9	3.5
現在の年齢	0歳後半（569）	0.4							98.2	1.4
	1歳（521）	1.3	1.3						94.8	2.5
	2歳（436）	0.2	3.2	4.6					87.6	4.4
	3歳（448）	0.2	1.1	5.4	4.5				83.3	5.6
	4歳（438）	0.5	1.1	3.2	12.6	6.2			72.6	3.9
	5歳（421）	0.2	0.2	3.3	9.3	12.4	7.6		65.1	1.9
	6歳（401）	0.5	0.0	0.7	6.7	10.2	18.0	9.0	51.4	3.5

注1）網かけは、15%以上のもの（「使ったことがない」を除く）。

注2）（ ）内はサンプル数。

表1-8-2 家族がタブレット端末所有の場合、タブレット端末を使い始めた年齢（子どもの年齢別）

		使い始めた年齢							（%）	
		0歳ごろ	1歳ごろ	2歳ごろ	3歳ごろ	4歳ごろ	5歳ごろ	6歳ごろ	使ったことがない	無答不明
現在の年齢	0歳後半（164）	17.7							79.9	2.4
	1歳（143）	26.6	19.6						50.3	3.5
	2歳（130）	8.5	24.6	24.6					35.4	6.9
	3歳（145）	2.8	11.0	26.2	21.4				33.1	5.5
	4歳（130）	2.3	3.8	12.3	30.8	16.2			32.3	2.3
	5歳（123）	0.0	1.6	6.5	16.3	21.1	24.4		29.3	0.8
	6歳（111）	1.8	0.0	0.9	4.5	12.6	38.7	15.3	23.4	2.7

注1）家族がタブレット端末を所有している人の数値。

注2）網かけは、15%以上のもの（「使ったことがない」を除く）。

注3）（ ）内はサンプル数。

歳では19.2ポイント差があり、約20ポイントずつ減少しており、使い始めた年齢でも、3歳から6歳にかけて急速に使い始めていた(表1-8-5)。

●タブレット端末やスマートフォンは、子どもの生活にどのように定着するのか

今回の調査から、テレビ番組やビデオ・DVDは子どもが小さいうちから家庭にあり、比較的早いうちから親しんでいる傾向がみられた。また、タブレット端末やスマートフォンなどの新しいメディアは親子で同時期に使

い始めている様子うかがえた。一方、ゲーム機は子どもが小さいほど家庭で所有している割合が高いものの、子どもが実際に使い始めるのは3歳以降であり、急激に増える傾向であることがわかった。今後、タブレット端末やスマートフォンは、テレビ番組やビデオ・DVDのように比較的早いうちから乳幼児の生活に取り入れられるのだろうか。それともゲーム機のように子どもの年齢によって保護者がコントロールするのだろうか。タブレット端末やスマートフォンで活用されるアプリ・ソフトが教育的要素をどれくらいもつかにも関係してくると思われる。

表1-8-3 母親がスマートフォンを使っている場合、スマートフォンを使い始めた年齢(子どもの年齢別)

		使い始めた年齢							(%)
		0歳ごろ	1歳ごろ	2歳ごろ	3歳ごろ	4歳ごろ	5歳ごろ	6歳ごろ	使ったことがない
現在の年齢	0歳後半(398)	18.8							80.2
	1歳(333)	30.3	24.6						43.2
	2歳(258)	8.5	34.9	29.8					22.5
	3歳(259)	2.7	14.7	31.3	30.9				16.6
	4歳(257)	1.6	2.7	8.6	38.9	24.1			23.0
	5歳(241)	0.4	1.2	4.1	13.7	30.3	25.3		24.1
	6歳(209)	1.0	0.0	1.0	5.7	12.4	37.3	23.9	15.8
									無答不明

注1) 母親がスマートフォンを所有している人の数値。

注2) 網かけは、15%以上のもの(「使ったことがない」を除く)。

注3) ()内はサンプル数。

表1-8-4 家族が据え置き型ゲーム機所有の場合、据え置き型ゲーム機を使い始めた年齢(子どもの年齢別)

		使い始めた年齢							(%)
		0歳ごろ	1歳ごろ	2歳ごろ	3歳ごろ	4歳ごろ	5歳ごろ	6歳ごろ	使ったことがない
現在の年齢	0歳後半(334)	0.3							98.8
	1歳(267)	0.7	0.7						96.6
	2歳(206)	0.5	3.9	4.9					85.4
	3歳(207)	0.0	1.0	8.7	9.7				76.8
	4歳(179)	1.1	1.7	7.3	20.1	12.8			53.6
	5歳(182)	0.5	1.1	4.9	17.6	26.4	14.8		33.5
	6歳(166)	0.6	0.0	1.2	10.8	22.9	35.5	9.6	15.7
									無答不明

注1) 家族が据え置き型ゲーム機を所有している人の数値。

注2) 網かけは、15%以上のもの(「使ったことがない」を除く)。

注3) ()内はサンプル数。

表1-8-5 家族が携帯型ゲーム機所有の場合、携帯型ゲーム機を使い始めた年齢(子どもの年齢別)

		使い始めた年齢							(%)
		0歳ごろ	1歳ごろ	2歳ごろ	3歳ごろ	4歳ごろ	5歳ごろ	6歳ごろ	使ったことがない
現在の年齢	0歳後半(323)	0.6							98.1
	1歳(276)	1.8	2.5						94.2
	2歳(218)	0.5	6.0	8.7					80.3
	3歳(205)	0.5	2.4	11.2	9.3				73.2
	4歳(205)	0.5	2.4	6.8	23.4	12.2			51.7
	5歳(194)	0.0	0.5	7.2	18.0	24.7	14.4		32.5
	6歳(190)	0.5	0.0	1.6	11.6	17.4	34.2	18.4	13.7
									無答不明

注1) 家族が携帯型ゲーム機を所有している人の数値。

注2) 網かけは、15%以上のもの(「使ったことがない」を除く)。

注3) ()内はサンプル数。

第 2 章

保護者のかかわり



佐藤 朝美 (1～4節)



第1節

親子でのメディアのルール、フィルタリング

保護者のかかりとして、メディアの使用時におけるルールをどのように決めているかについて、メディアの種類ごとに比較を行った。テレビ番組やビデオ・DVDにおいては、時間の長さ、時間帯、スクリーンからの距離や環境に関するルールを決めているケースが多くみられた。一方、スマートフォンやタブレット端末などの新しいメディアについては、ルールをとくに決めていないケースが多くみられた。フィルタリングによる対策もハードルが高いようであり、ほとんどの親がフィルタリングをしていない状況であった。

●親子でのテレビ番組やビデオ・DVDの視聴ルールを定めている率に比べて、スマートフォンでは時間帯や目への配慮がやや低い傾向

子どもがみたり使ったりしているメディアについて、親子でどれぐらいルールを決めているだろうか。各メディア機を家庭で持っていると回答した人を対象に、メディアごとにルールを決めているかをたずねた。結果をみると（表2-1-1）、ゲーム機以外のどのメディアも、年齢とともにルールを決める割合が上昇する傾向がみられた。ただし、ゲーム機に関しては、そもそも低年齢児では該当人数が少数であったことに加え、使わせないようにしているケースが多くみられた。

まず、「時間の長さを決めている」かについては、「テレビ番組（録画を含む、以下略）」と「ビデオ・DVD」は1歳から、「パソコン」「タブレット端末」「スマートフォン」は3歳から3割以上がルールを決めていた。「ビデオ・DVD」「パソコン」「タブレット端末」は、6歳児では5割以上が時間の長さを決めていると答えている。一方、「携帯型ゲーム機」は、低年齢児はサンプル数が少ないが、5歳以降は5割を超えており、ゲーム機の使用時間に関して慎重になっているといえる。いずれも、子どもが使用する時間の長さを決めている親

が多いことがわかる。

「時間帯を決めている」かについては、「テレビ番組」は1歳から、「ビデオ・DVD」は4歳から、「携帯型ゲーム機」は5歳からが3割以上であった。そのほかのメディアではどの時間帯に使用するかについてのルール設定率は低めである。「スマートフォン」では外出先での待ち時間にみせている結果が多くみられることから、日常生活のなかで、習慣的に視聴するまでには至っていないのかもしれない。

「内容を確認している」かについては、「テレビ番組」と「ビデオ・DVD」は1歳から、「パソコン」と「タブレット端末」は3歳から、「スマートフォン」は2歳から、「携帯型ゲーム機」は5歳から3割以上が確認しているという結果となっている。とくに6歳では、「テレビ番組」「ビデオ・DVD」「パソコン」「タブレット端末」において、5割を超す結果となっている。どのメディアにおいても、子どもにみせる内容は重要であると親が考えている様子うかがわれる。

「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」や「場所を暗くしないようにしている」という2項目については、「テレビ番組」と「ビデオ・DVD」は0歳後半から3割以上と早くなっている。とくに、「テレビ番組」と「ビデオ・DVD」では1歳から、「パ

ソコン」では4歳から、「携帯型ゲーム機」では5歳から、「タブレット端末」では6歳で、2項目において、ほぼ5割を超えている。これらは視力に影響する項目であり、視力低下を深刻にとらえていることがわかる。ただし、「スマートフォン」に関しては、どの年齢も2～3割程度であり、画面が小さいことや移動中に使用する頻度が多いことから、視力への配慮が難しいことが想定される。

食事時の視聴については、「テレビ番組」は1歳から、「ビデオ・DVD」と「スマートフォン」は2歳から、「パソコン」と「タブレット端末」は3歳から、「携帯型ゲーム機」は5歳から3割以上が禁止している。食事の時間のメディア視聴はメディアの種類に関係なく禁止しており、食事の時間を大切にしている様子うかがえる。

「見方の約束が守れなかったら注意する」については、「テレビ番組」「ビデオ・DVD」「スマートフォン」のいずれも2歳から、「パソコン」と「タブレット端末」は3歳から3割を超えている。5歳以上についてはどのメディアも5割を超えており、年齢があがるにつれ、子どもが自らルールを守ることの意識を育てようとしていることが推察される。

●どのメディアについてもフィルタリングをかけている割合は低い

親は、子どもが使用するメディアについてフィルタリングをかけているのだろうか。子どもが使うことのあるデジタルメディアにフィルタリングをかけているかどうかたずねた。結果をみると（表2-1-2）、「パソコン」「タブレット端末」「スマートフォン・携帯電話」「据え置き型ゲーム機」「携帯型ゲーム機」ともにフィルタリングをかけているという回答は1割以下であった。

子どもの誤使用をフィルタリングにより対策することは、ハードルが高いようである。一方、この年代の子どもは、使用している状況を常に親が観察でき、内容も親が確認することができるため、いわゆる小学生以上の子どもで懸念されるいじめや出会い系サイトなどのインターネットのトラブルが起こらないととらえているとも考えられる。しかし、子どもが操作方法をわからないがゆえにランダムにクリックすることで、ウィルスに感染したり、電話やメッセージ等の誤発信によって課金されたりするという問題は懸念される。スマートフォンやタブレット端末で機能制限ができることに加え、最近ではスマートフォンやタブレット端末用のアプリで、子どもの使用制限が容易にできるものが登場している。使用できるアプリの種類を制限するだけでなく、インターネットに接続するかどうか、さらには使用時間も設定できるものがある。今後はそのような制限付きアプリの使用が増加することも想定される。

表2－1－1 メディアごとの使用のルール

		(%)						
		0歳後半 (350)	1歳 (489)	2歳 (420)	3歳 (429)	4歳 (416)	5歳 (411)	6歳 (393)
テレビ番組 (録画を含む)	時間の長さを決めている	27.7	32.9	33.1	38.9	39.4	44.5	48.1
	時間帯を決めている	25.4	38.2	34.8	36.6	43.3	42.8	46.8
	内容を確認している	26.3	35.2	46.9	50.6	52.4	53.5	56.7
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている	43.1	56.2	75.0	83.0	80.3	85.6	83.7
	場所を暗くしないようにしている	36.3	55.8	66.4	67.6	68.3	73.2	71.5
	見るときは、親に伝えるように約束している	0.6	1.6	10.2	25.9	28.8	36.0	37.9
	食事中は見ないように約束している	20.3	33.1	33.1	42.2	40.1	42.8	40.5
	見方の約束が守れなかったら注意する	1.7	17.8	40.2	56.4	58.9	60.8	63.9
	子どもに使わせないようにしている	4.6	4.5	3.1	3.3	1.9	1.2	1.5
	とくにルールを決めていない	30.9	15.5	9.8	5.6	6.5	5.1	5.3
		(73)	(277)	(330)	(365)	(344)	(299)	(273)
ビデオ・ DVD	時間の長さを決めている	27.4	38.3	35.5	42.2	40.4	49.8	53.1
	時間帯を決めている	19.2	24.5	27.9	26.3	36.0	33.4	34.4
	内容を確認している	26.0	34.3	43.6	46.8	48.0	49.2	53.1
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている	41.1	55.6	68.5	77.0	77.3	80.6	75.1
	場所を暗くしないようにしている	37.0	55.6	64.8	61.6	64.2	68.9	67.4
	見るときは、親に伝えるように約束している	1.4	2.5	14.5	30.1	33.7	47.5	50.9
	食事中は見ないように約束している	15.1	28.9	34.5	44.1	37.5	44.1	45.1
	見方の約束が守れなかったら注意する	2.7	19.5	37.9	53.7	57.0	59.2	61.2
	子どもに使わせないようにしている	8.2	5.1	4.5	3.8	2.9	2.0	2.6
	とくにルールを決めていない	26.0	16.6	10.6	6.8	5.5	5.7	5.9
					(66)	(53)	(52)	(78)
パソコン	時間の長さを決めている				40.9	35.8	55.8	51.3
	時間帯を決めている				12.1	22.6	30.8	25.6
	内容を確認している				45.5	47.2	63.5	59.0
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている				45.5	52.8	51.9	59.0
	場所を暗くしないようにしている				53.0	58.5	46.2	59.0
	見るときは、親に伝えるように約束している				31.8	47.2	55.8	61.5
	食事中は見ないように約束している				37.9	41.5	42.3	41.0
	見方の約束が守れなかったら注意する				43.9	50.9	55.8	52.6
	子どもに使わせないようにしている				10.6	5.7	1.9	7.7
	とくにルールを決めていない				4.5	5.7	5.8	2.6
					(59)	(51)	(54)	(51)
タブレット 端末	時間の長さを決めている				44.1	39.2	46.3	54.9
	時間帯を決めている				16.9	11.8	20.4	37.3
	内容を確認している				52.5	43.1	53.7	58.8
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている				49.2	43.1	42.6	51.0
	場所を暗くしないようにしている				47.5	43.1	50.0	52.9
	見るときは、親に伝えるように約束している				50.8	39.2	53.7	66.7
	食事中は見ないように約束している				52.5	45.1	57.4	51.0
	見方の約束が守れなかったら注意する				54.2	49.0	51.9	62.7
	子どもに使わせないようにしている				6.8	5.9	3.7	7.8
	とくにルールを決めていない				1.7	7.8	5.6	2.0

		(%)						
		0歳後半 (108)	1歳 (108)	2歳 (118)	3歳 (133)	4歳 (102)	5歳 (97)	6歳 (90)
スマート フォン	時間の長さを決めている	17.6	25.4	41.4	41.2	37.1	35.6	
	時間帯を決めている	4.6	15.3	12.0	17.6	13.4	18.9	
	内容を確認している	29.6	39.8	42.9	39.2	43.3	45.6	
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている	16.7	23.7	33.8	31.4	34.0	31.1	
	場所を暗くしないようにしている	20.4	26.3	33.8	44.1	38.1	34.4	
	見るときは、親に伝えるように約束している	5.6	25.4	50.4	59.8	59.8	50.0	
	食事中は見ないように約束している	18.5	33.9	35.3	35.3	43.3	43.3	
	見方の約束が守れなかったら注意する	13.9	34.7	46.6	50.0	51.5	56.7	
	子どもに使わせないようにしている	13.9	5.9	6.0	7.8	6.2	8.9	
	とくにルールを決めていない	28.7	14.4	13.5	4.9	6.2	0.0	
						(69)	(110)	
携帯型 ゲーム機	時間の長さを決めている						53.6	55.5
	時間帯を決めている						34.8	34.5
	内容を確認している						36.2	28.2
	スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている						50.7	50.9
	場所を暗くしないようにしている						52.2	62.7
	見るときは、親に伝えるように約束している						49.3	53.6
	食事中は見ないように約束している						60.9	56.4
	見方の約束が守れなかったら注意する						69.6	66.4
	子どもに使わせないようにしている						1.4	0.0
	とくにルールを決めていない						1.4	5.5

注1) 子どもが1週間のうち、「週に1～2日」以上使ったことがある人のみ。

注2) 複数回答。

注3) 網かけは、30%を超えるもの。

注4) ()内はサンプル数。各メディア機の所有について「家がない」と回答した人を除く。

注5) 空欄は、サンプル数が少ないため表示していない。

注6) スマートフォンは、母親か父親が子どもが持っている家庭の場合。

表2－1－2 フィルタリングをかけているか

	(%)
パソコン	6.1
タブレット端末	6.6
スマートフォン・携帯電話	5.6
据え置き型ゲーム機	2.5
携帯型ゲーム機	4.7

注) 「家がない」と答えた人を除いて算出。

第2節

ルールの参考、ママ友との話題

メディアの使用ルールについて、母親がどのように決めているのかについては、配偶者の意見、自分の経験、ママ友・先輩ママの意見という順で参考にしていった。ママ友とデジタルメディアについて対話する際の話題については、「テレビ番組」がとても多かった。

●親子のメディア使用のルールを決めるときには、配偶者やママ友・先輩ママの意見を参考にし、自分の経験から判断することが多い

母親は、子どもがデジタルメディアを使用するときのルールを決めるのに何を参考にしているのだろうか。参考にしているものすべてについてたずねた。結果をみると（図2-2-1）、多い順に「配偶者の意見」が57.9%、「自分の経験から判断」が39.9%、「ママ友・先輩ママの意見」が37.2%であった。人からの情報では、そのほかに「自分の親の意見」19.4%、「幼稚園の先生や保育士の意見」12.7%も少数ではあるが参考にしている。人の話からの情報が多いととらえることができる。

紙媒体の情報では、「育児雑誌」が29.5%と多く、「新聞・雑誌」14.0%、書籍11.6%とつづいている。

インターネットでは「インターネット上の子育て情報サイト」が18.6%と多かった。「インターネット上の個人のブログ」「インターネット上のコミュニティサイト、SNS」「ツイッター」については、ほとんど参考にされていない。

図には掲載されていないが、母親の年代ごとの差が大きいものとして、「自分の経験から判断」があげられる。29歳以下では30.1%なのに対し、40歳以上では44.1%と

上昇している。逆に、「育児雑誌」は、29歳以下では34.7%なのに対し、40歳以上では26.6%と減少している。母親の年齢があがるにつれ、外部からの情報よりも、自分自身の経験を参考にする割合が増えているととらえることができる。

また、1～3歳の子どもで、保育園に通っているかどうかで差がある項目があった。「ママ友・先輩ママの意見」は、未就園が40.1%と多く、就園31.9%と差があった。逆に「幼稚園の先生や保育士の意見」については未就園が8.2%と少なく、就園が22.2%と多かった。1～3歳の頃は、子どもが保育園に通っている場合、保育士の意見を参考にし、通っていない場合は「ママ友・先輩ママの意見」を参考にしているということがわかる。4～6歳で幼稚園か保育園かにより差があったものは、「ママ友・先輩ママの意見」で、幼稚園が41.2%と多く、保育園では27.2%と若干少なかった。子どもが置かれている状況により、参考にする情報も異なることがわかる。

一方、スマートフォンやタブレット端末などの新しいメディアの場合、親自身の経験だけでなく、子どもの使用にまつわる情報も蓄積されておらず、参考になるものが少ないのも現状である。新たなデバイスやツールが登場するたびに、配偶者やママ友、園の先生とも相談しながらルールを考えていく必要があるのかもしれない。

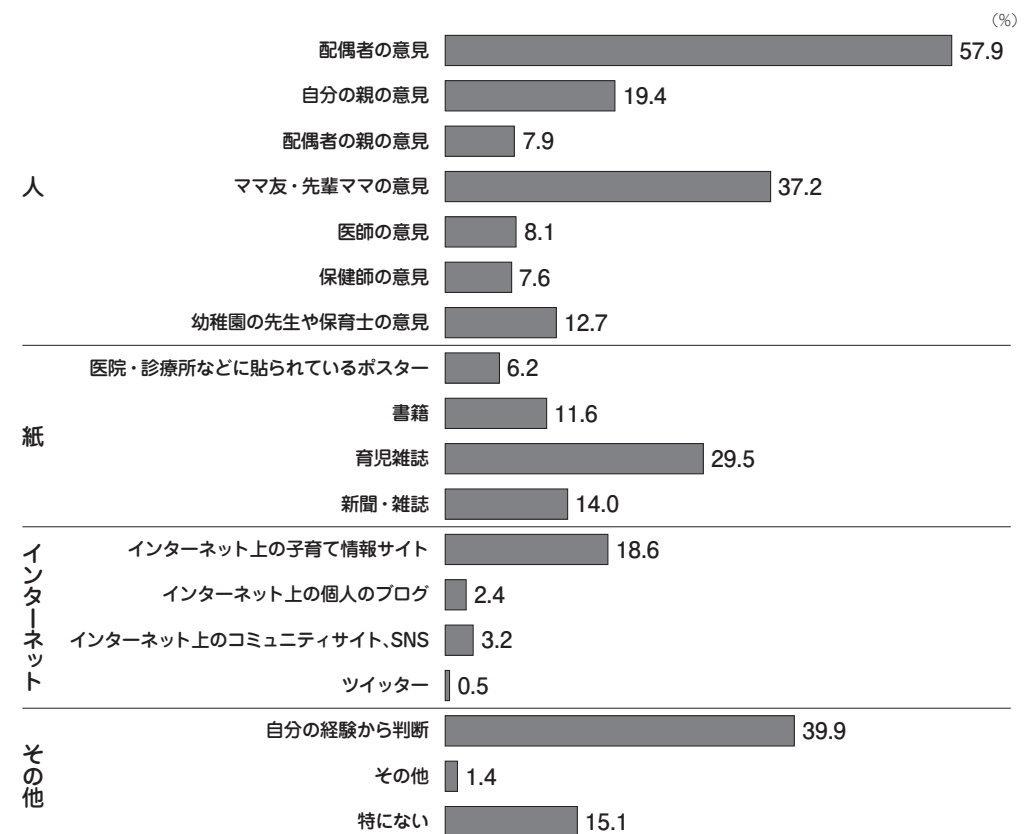
●ママ友との話題についてはテレビ番組に関することが多い

ママ友やママたちの集まる場で、子ども向けのデジタルメディアについて、どれくらい話題が出るのだろうか。メディアごとに話題がどれくらい出のかたずねた。結果をみると（図2-2-2）、「テレビ番組」は「とてもよく出る」「まあ出る」を合わせて0歳後半から3割を超え、全体では51.8%であった。

「ビデオ・DVD」は2歳から5歳について3割以上で、全体として28.6%である。「動画アプリ・ソフト」「学習アプリ・ソフト」「ゲームアプリ・ソフト」については、「あまり出ない」「まったく出ない」がいずれの年齢においても8割以上であった。

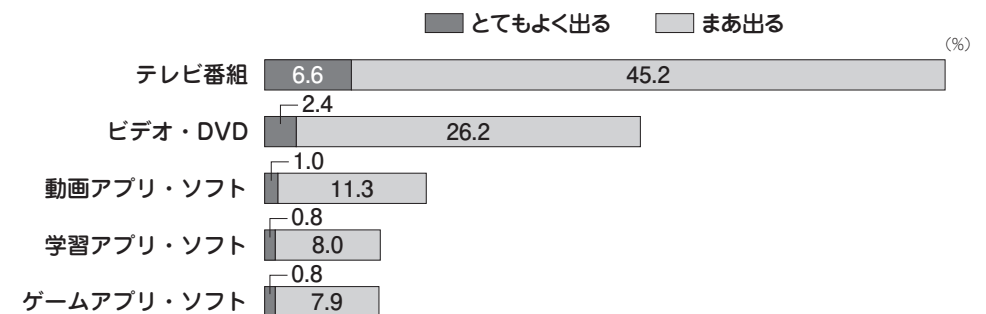
ママ友の共通の話題としては「テレビ番組」が多く、そのほかのアプリ・ソフトに関してはほとんど話題にのぼらないのが現状である。

図2-2-1 子どもがデジタルメディアをみたり使ったりするときのルールの参考



注）複数回答。

図2-2-2 ママ友とのデジタルメディアの話題の頻度



第3節

メディアへの抵抗感、気がかり

子どもにデジタルメディアを使わせることへの抵抗感は、テレビ番組やビデオ・DVDは比較的小さく、ゲーム機は大きい傾向がある。新しいメディアはその中間にある。具体的な気がかりの内容は、多い順に「長時間の視聴や使用」「視力の低下」「夢中になり過ぎる」であった。保護者は馴染みのあるメディアへの抵抗感は小さく、若い世代ほど新しいメディアに対する抵抗感が小さい傾向にある。

●デジタルメディアへの抵抗感は、ゲーム機について大きく、テレビ番組やビデオ・DVDについては小さい

子どもにメディアをみせる（使わせる）ことについてどれぐらい抵抗感があるのだろうか。使っていないメディアも含め、メディアごとの抵抗感についてたずねた。結果をみると（図2-3-1）、「とても抵抗感がある」の回答は、「テレビ番組」が1.8%、「ビデオ・DVD」が1.6%と低かった。「まあ抵抗感がある」を合わせても3割以下で、子どもが使用することに対する抵抗感が小さい様子が見える。

一方、ゲーム機に関する抵抗感は大きく、「とても抵抗感がある」は「据え置き型ゲーム機」は42.1%、「携帯型ゲーム機」は45.5%で、「まあ抵抗感がある」を合わせると7割を超えている。

そのほかのメディアについては、「とても抵抗感がある」のは、「パソコン」が21.0%、「タブレット端末」が25.6%、「スマートフォン」は27.5%、「携帯電話」は26.1%と上記2種類の中間にある。しかし、「まあ抵抗感がある」を合わせると、いずれも6割を超えており、抵抗感を感じている傾向にあるととらえることができる。

図には掲載していないが、「とても抵抗感がある」と回答した母親を年代別にみると、年齢があがるにつれ、差がみられるメ

ディアが3つあった。まず、「スマートフォン」では29歳以下は20.3%、40歳以上は32.1%、「据え置き型ゲーム機」では29歳以下は33.0%、40歳以上は47.5%、「携帯型ゲーム機」では29歳以下は36.7%、40歳以上は50.2%と、いずれも年齢が高いほうの抵抗感の割合が10ポイント以上も高くなっている。新しいメディアに対しては、年齢が若いほうが、抵抗感が小さい状況である。この状況は、母親の年齢があがるにつれ抵抗感が大きくなるというよりは、テレビやビデオ・DVDのように、馴染みのあるメディアに対する抵抗感が小さいように、若い世代ほど新しいメディアに頻繁に接することによって起因するととらえることができる。今後はスマートフォンやタブレット端末などの新たなメディアも抵抗感が小さくなる可能性があると考えられる。

●具体的に気がかりになっていることは、視力の低下や、インターネットの不適切なサイトへのアクセス、デジタルメディアへの依存があげられる

デジタルメディアに対して気がかりに考える点はどのような項目なのだろうか。デジタルメディアをみせる（使わせる）ことでどれぐらい気になるかについてたずねた。結果については（図2-3-2）、「とても気になる」を多い順にみると、「長時間の視聴や使用」が63.7%と一番多く、次に「視力の低下」

が62.9%、「夢中になり過ぎる」が51.3%であった。「大きくなったときのデジタルメディアへの依存」の46.4%も含め、デジタルメディアが子どもを惹きつけ、長時間視聴や使用することにより、視力が低下したり、夢中になって依存が大きくなったりすることを懸念している様子が見える。このことは、「生活リズムの乱れ」33.9%、「体を動かす遊びとのバランス」33.7%、「次のことに切り替えしづらい」28.6%に関連するものと考えられる。使用する時間がのびることで、次のこ

とに切り替えることができなったり、外遊びなどのほかの時間が減ってしまったりすることにつながると考えられる。

デジタルメディア使用の内容に関する気がかりとしては、「インターネットでの有料サイトや危ないサイトへのアクセス」が48.5%であった。また、「行動や言葉づかいの乱れ」も25.5%あり、子ども向けに適したコンテンツ以外の内容に接する可能性のあるデジタルメディアについて不安を感じている様子が見える。

図2-3-1 メディアへの抵抗感

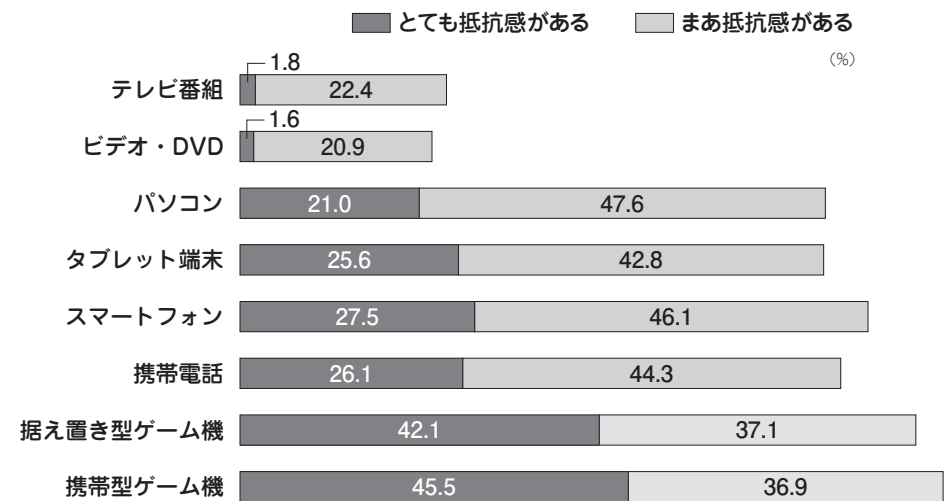
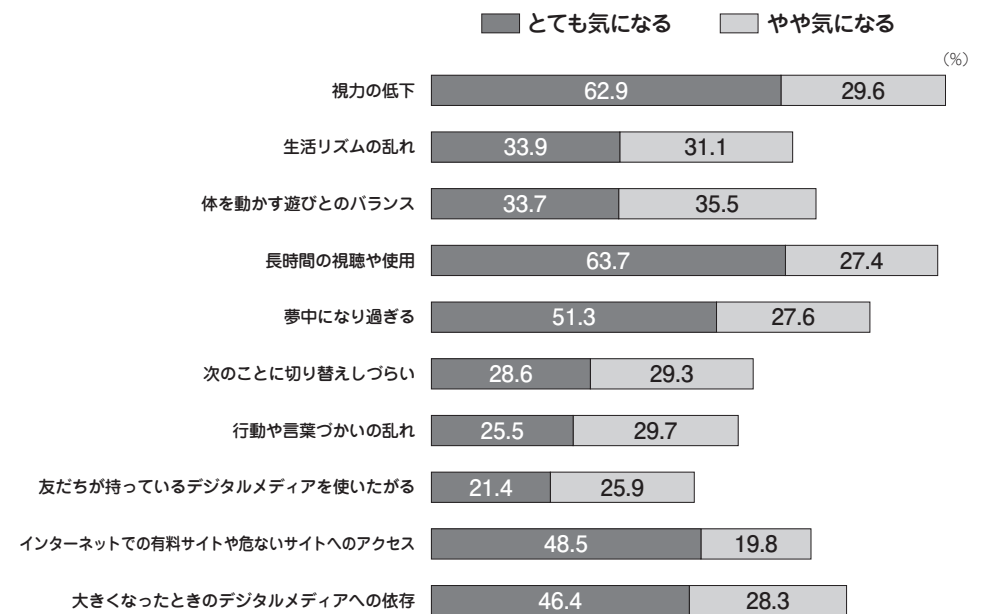


図2-3-2 デジタルメディア使用による気がかり



第4節 アプリ・ソフトへの意識

アプリ・ソフトへの意識は、学習アプリ・ソフトに対しては、多い順に「知識が豊かになる」「歌や踊りを楽しめる」「作る、描くなど表現力を育む」と可能性を感じている。一方、気がかりが多い順に「目や健康に悪い」「夢中になり過ぎる」「大きくなったとき、依存しないか心配」で、ゲームアプリ・ソフトに対しても同様だった。保護者は子どもがアプリ・ソフトを使うことに可能性と気がかりの両方を感じている状態である。

●子どもがアプリ・ソフトを使用することに関しては、学習アプリ・ソフトについては「知識が豊かになる」、ゲームアプリ・ソフトについては「歌や踊りを楽しめる」をメリットに感じている

親は、子どもがアプリ・ソフトを使うことについてどのように考えているのだろうか。かなや絵本、数、英語、お絵かきなどの学習アプリ・ソフトと、ゲームアプリ・ソフトについて、使っていない人も含めてたずねた。結果をみると（表2-4-1）、学習系とゲーム系について若干異なっていた。学習系は「とてもそう思う」+「まあそう思う」を合わせた数値が多い順に「知識が豊かになる」が81.5%、「歌や踊りを楽しめる」が77.1%、「作る、描くなど表現力を育む」が68.7%であった。学習系ではさらに、「小学校以上の授業に役に立つ」「集中力がつく」「社会のマナーやルールを学べる」が3割を超えていた。これらの結果は、学習系アプリ・ソフトに対してメリットを大きく感じているととらえることができる。

ゲーム系は「とてもそう思う」+「まあそう思う」を合わせた数値が多い順に「歌や踊りを楽しめる」が55.3%、「友だちと遊べる」が39.7%、「作る、描くなど表現力を育む」が38.0%であった。学習系と異なり、「友だちと遊べる」が3割を超える結果となっている。知識や就学以降の役に立つというより、

歌や踊りを楽しんだり、友だちと遊んだりできるツールとしてとらえていると考えられる。

表には掲載していないが、「とてもそう思う」と回答した母親を年代別にみると、回答の割合について差がみられる項目があった。学習系では「歌や踊りを楽しめる」では29歳以下は33.5%、40歳以上は17.6%、「作る、描くなど表現力を育む」では29歳以下は26.9%、40歳以上は14.7%と、いずれも若い世代でメリットを感じている割合が10ポイント以上も高くなっている。新しいデジタルメディアの可能性について、一部の項目では、若い世代が肯定的に受け止めている様子が見えてくる。

●子どもがアプリ・ソフトを使用することについては、学習アプリ・ソフト、ゲームアプリ・ソフトともに、多くの項目をデメリットに感じている

デメリットについてはどのように考えているのだろうか。結果をみると（表2-4-1）、学習系は「とてもそう思う」+「まあそう思う」を合わせた数値が多い順に「目や健康に悪い」が86.0%、「夢中になり過ぎる」が74.6%、「大きくなったとき、依存しないか心配」が67.7%であった。ゲームアプリ・ソフトについては若干割合が高いが順は同じで、「目や健康に悪い」が90.9%、「夢中になり過ぎる」が84.6%、「大きくなったとき、依存しない

か心配」が77.4%であった。これらはいずれも第3節で「デジタルメディア使用による気がかり」としてあげられていた項目と同じで、デジタルメディアが子どもを惹きつけ、長時間視聴や使用することにより、視力が低下したり、夢中になって依存が大きくなったりを懸念していると考えられる。

また、長時間の使用がもたらすものとして、「体を動かす遊びとのバランスが崩れる」については、学習系では59.1%、ゲーム系では71.0%であり、「生活リズムが乱れる」も学習系では50.6%、ゲーム系では68.9%といずれも5割を超えていた。これらのメディアに接することで、「親子でのコミュニケーションが減る」についても学習系で54.3%、ゲーム系で65.9%といずれも5割を超す親がデメリットを感じている。

内容については、「受動的になる」に対して、学習系で55.8%、ゲーム系で61.1%と5割を超していた。「行動や言葉づかいが乱れる」についても学習系で33.3%、ゲーム系で51.5%と3割を超しており、コンテンツの影響からのデメリットを感じている様子がみられた。

学習系、ゲーム系のどちらのアプリ・ソフトに対してもデメリットを多く感じている親が多い。からだを動かさず、室内でデジタル映像を視聴する使用方法が想定されるデジタルメディアに対し、からだへの影響を懸念する保護者が多いことがわかった。一方、メリットに感じている項目も複数あることから、各家庭でうまくメリットを多く享受できる使用をしていくことが課題としてあげられる。

表2-4-1 アプリ・ソフトのメリット・デメリット

(%)			
	学習系	ゲーム系	
メリット	知識が豊かになる	81.5	26.4
	歌や踊りを楽しめる	77.1	55.3
	作る、描くなど表現力を育む	68.7	38.0
	小学校以上の授業に役に立つ	43.7	17.5
	集中力がつく	39.6	25.9
	社会のマナーやルールを学べる	31.3	10.8
	友だちと遊べる	27.3	39.7
	親子でのコミュニケーションが増す	26.9	14.6
	やさしさ、思いやりなどを育む	20.5	5.0
	生活リズムを整えるのに役立つ	13.2	3.7
デメリット	目や健康に悪い	86.0	90.9
	夢中になり過ぎる	74.6	84.6
	大きくなったとき、依存しないか心配	67.7	77.4
	体を動かす遊びとのバランスが崩れる	59.1	71.0
	受動的になる	55.8	61.1
	親子でのコミュニケーションが減る	54.3	65.9
	生活リズムが乱れる	50.6	68.9
	行動や言葉づかいが乱れる	33.3	51.5

注1) 「とてもそう思う」+「まあそう思う」を合わせた数値。

注2) 網かけは、30%を超えるもの。

注3) かなや絵本、数、英語、お絵かきアプリ・ソフトなどの「学習系」と「ゲーム系」のそれぞれについて聞いている。

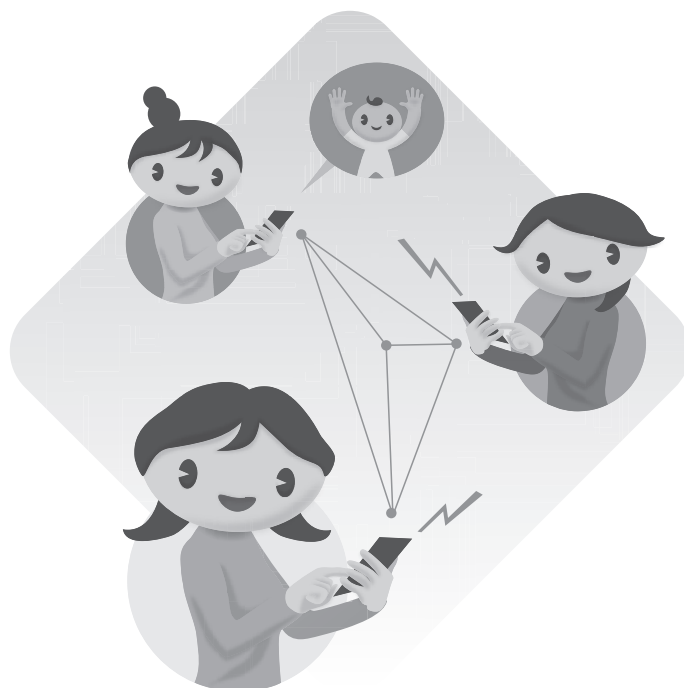
注4) アプリ・ソフトを使っていない人も含めて全員に聞いた結果。

第 3 章

保護者自身の メディアとの接し方



駒谷 真美 (1～5節)



第1節

母親のメディア行動

(1) メディア使用時間と利用率

母親のメディア行動について分析した結果、メディア使用時間はメディアにより差異が生じており、メディア利用は多様化が認められた。さらに世代別に分析した結果、20代以下（携帯電話普及世代）・30代（パソコン普及世代）・40代以上（テレビ番組全盛世代）では、使用時間と利用率にコホート（同時期に同様な体験をする人々の集団）的特徴が表出した。

第1節では、母親のメディアにかかわる行動について、6種のメディア（テレビ番組、ビデオ・DVD、ゲーム機（据え置き型・携帯型）、パソコン、スマートフォン・携帯電話、タブレット端末）の使用時間と利用率から述べる。

●母親の使用時間はメディアにより差異

図3-1-1は、平日の家庭でメディアを使用する時間について母親にたずねた結果を、未使用群（0分、「家がない」を含む）・低群（1時間未満）・中群（1時間～4時間未満）・高群（4時間以上）に分類したものである。

「テレビ番組」は、大多数の母親が視聴している。中群（57.2%）がもっとも多く、低群（22.5%）とつづく。加えて「4時間以上視聴している」高群（17.8%）が、ほかのメディアより多い。「ビデオ・DVD」では、おもにまったくみない未使用群（45.0%）と少しみる低群（39.0%）の母親に分かれる。「ゲーム機（据え置き型・携帯型）」では、圧倒的にまったくしない未使用群（87.2%）の母親が多い。低群は9.7%にとどまっている。

「パソコン」では、短時間使用する低群（53.5%）の母親が過半数を占めており、つづいて未使用群（30.4%）と中群（13.3%）に分かれる。「スマートフォン・携帯電話」は、大多数の母親が使っている。低群（65.6%）が多く、中群（20.3%）がつづく。未使用群（9.7%）は少ない。「タブレット端末」では、

まったく使っていない未使用群（83.3%）と少し使っている低群（11.8%）に大別される。

●母親のメディア利用は多種多様

表3-1-1は、図3-1-1で示した6種のメディア使用時間の低・中・高群の合計を算出し、利用率としてまとめたものである。

全体的な利用率では、生活メディアの「テレビ番組」から、「ビデオ・DVD」「ゲーム機（据え置き型・携帯型）」「パソコン」「スマートフォン・携帯電話」、最新デジタルメディアの「タブレット端末」まで母親が幅広くメディアを利用していることがわかる。

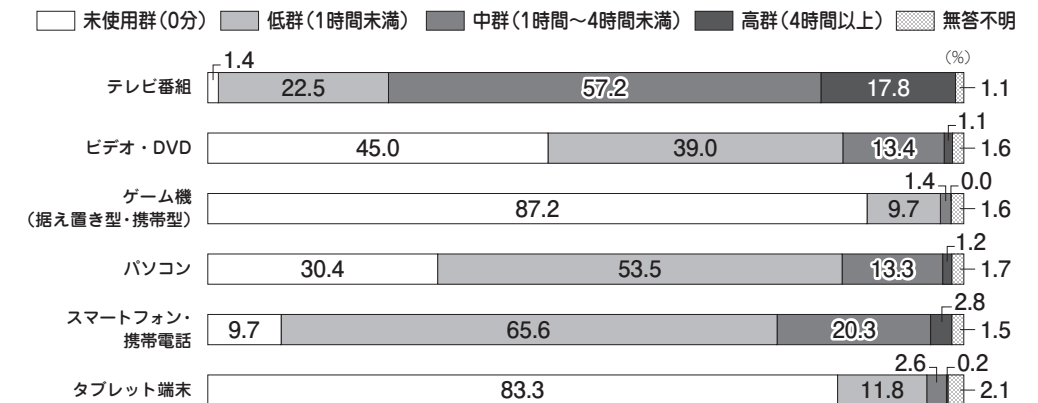
個々の利用率について、「平成24年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」（総務省 情報通信政策研究所、2013、13歳から69歳までの男女1500人を対象に実施）と比較する。総務省の調査では、メディア機器利用率は、「テレビ受像機」94.1%、「スマートフォン＋フィーチャーフォン（携帯電話）」94.1%、「DVD・ブルーレイなどの録画機」72.4%、「パソコン」71.3%、ゲーム機57.9%（「携帯型ゲーム機」28.0%、「テレビゲーム機」29.9%）、「タブレット端末」8.1%であった。

本調査においても、「テレビ番組」97.5%、「スマートフォン・携帯電話」88.7%と高い利用率が認められ、誕生60年のテレビ番組とともに、「スマートフォン・携帯電話」が、母親の生活メディアとして定着している。総

務省調査と同傾向である「パソコン」68.0%は、母親の日常に普及している。一方、「ビデオ・DVD」53.5%、「ゲーム機（据え置き型・携帯型）」11.1%は総務省調査よりかなり低

い。本調査の母親は、比較的抵抗なく最新デジタルメディアを利用していると考えられる。

図3-1-1 母親のメディア使用時間による比較



注）「家がない」と回答した人は、「未使用群（0分）」に含む。

表3-1-1 母親のメディア利用率

メディア	利用率 (メディア利用時間 低・中・高群の合計)
テレビ番組	97.5
ビデオ・DVD	53.5
ゲーム機(据え置き型・携帯型)	11.1
パソコン	68.0
スマートフォン・携帯電話	88.7
タブレット端末	14.6

●メディア行動と意識に世代の特徴

本調査の母親の年齢は、10代後半から50代まで広範囲にわたっているため、さらに世代別に分析する必要がある。なぜならメディアにかかわる意識や行動には、世代ごとに顕著な特徴があると指摘されているためである。そこで、まず本調査の年齢層に該当する世代の特徴を「メディアイノベーション・ラボ インサイトメモ」（電通、2012）を参考に明らかにしてから、世代別の使用時間と利用率を分析する。

66世代（1966年生まれ47歳前後）は、後期新人類と呼ばれる。娯楽メディアとしてのテレビ番組を享受した世代である。20歳頃にパソコン黎明期を過ごした「デジタルイミгранト（移民）」である。

76世代（1976年生まれ37歳前後）は、団塊ジュニアと称され、パソコンの普及とともに育った世代である。20歳頃にパソコン用OSのWindows95が誕生し、インターネット黎明期を過ごす。テレビ番組よりパソコンから最先端情報を入手する。パソコンでインターネットを駆使する「デジタルネイティブ」である。

86世代（1986年生まれ27歳前後）は、新人類ジュニアといわれ、インターネット・携帯電話の普及とともに育った世代である。高校生の頃、NTTドコモの「iモード」が誕生し、携帯電話からインターネットの世界を知る。パソコンより携帯電話で情報収集をする。モバイルメディア・ソーシャルメディア黎明期を過ごす。モバイル機器でインターネットを駆使する「初期のネオ・デジタルネイティブ」である。

96世代（1996年生まれ17歳前後）は、マルチデバイスを駆使し、ソーシャルメディア発展期を過ごしている。動画情報も自在に操る「ネオ・デジタルネイティブ」である。

●母親の使用時間と利用率にコホート差

前述の世代区分を踏まえて、母親の使用時間と利用率について述べる。図3-1-2と表3-1-2は、20代以下・30代・40代以上の年齢層に細分化したものである。

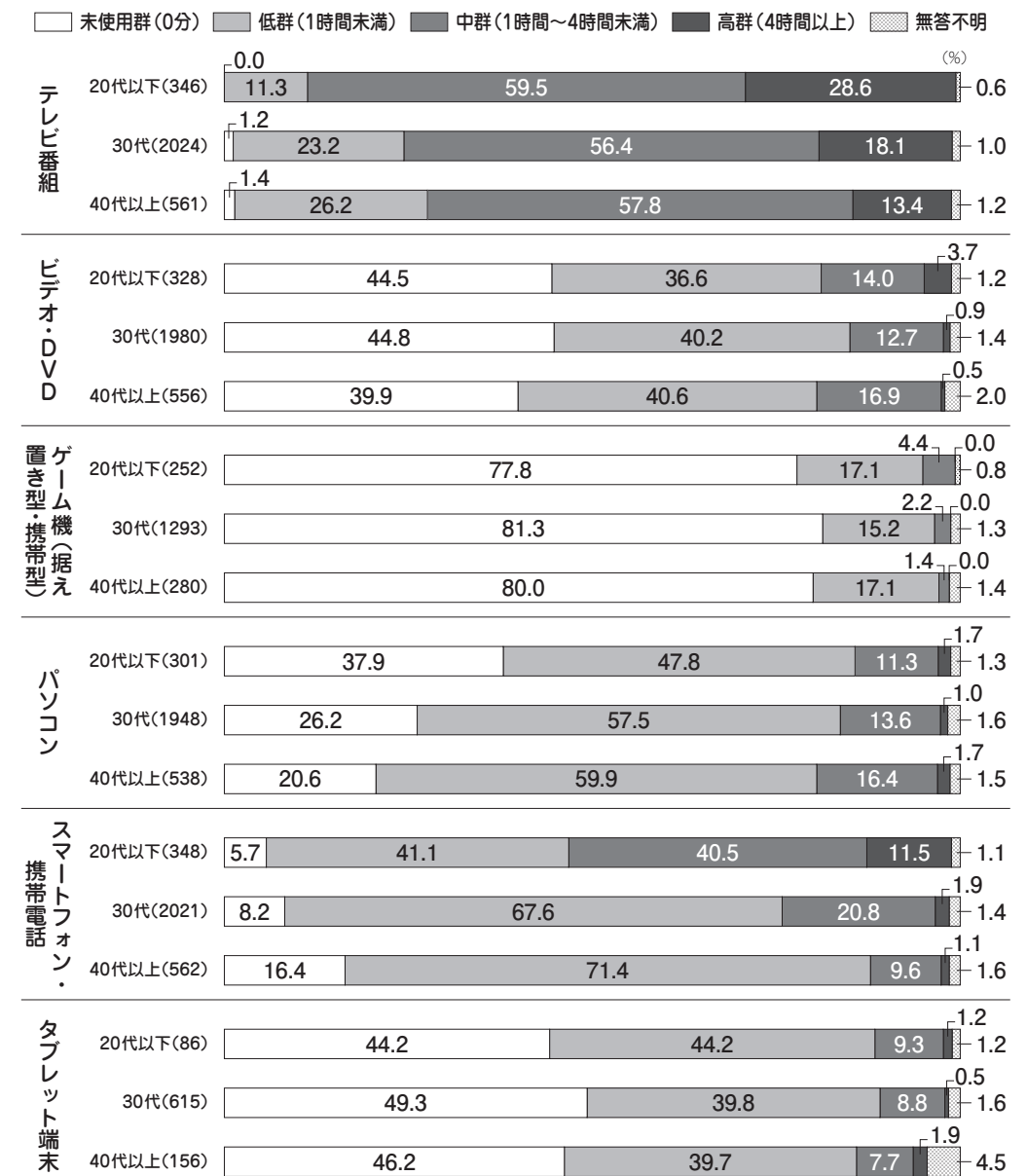
「テレビ番組」は、どの世代も利用率が高く（低群＋中群＋高群、20代以下99.4％・30代97.7％・40代以上97.4％）、使用時間も中群が半数を超えている（20代以下59.5％・30代56.4％・40代以上57.8％）。一方、世代差があるのは、20代以下の4時間以上視聴している高群28.6％であり、40代以上13.4％の2倍以上になっている。「ビデオ・DVD」と「ゲーム機（据え置き型・携帯型）」は、使用時間と利用率に明確な世代差はみられない。

「パソコン」では、66世代から76世代への過渡期の40代と86世代の20代で、使用時間と利用率に世代差が表れている。40代以上の利用率は78.0％であるが、20代以下では60.8％になっている。パソコンを使わない未使用群は20代以下37.9％のほうが40代以上20.6％より多い。

「スマートフォン・携帯電話」では、「パソコン」と逆の傾向を示している。20代以下の利用率は93.1％に達しているが、40代以上では82.1％である。使用時間は、20代以下では中群40.5％・高群11.5％であるが、40代以上では中群9.6％・高群1.1％にとどまっている。

前出の総務省調査では、スマートフォン利用率20代68.4％＞30代49.0％＞40代28.8％＞50代13.7％、フィーチャーフォン（携帯電話）利用率20代44.4％＜30代64.5％＜40代75.2％＜50代85.1％と世代差が結果に出ている。本調査では、スマートフォンと携帯電話をまとめて1項目にしてたずねていたが、それぞれ別の項目にしてたずねていたら、66世代・76世代・86世代の差が顕著になっただろうと推察する。「タブレット端末」では、現段階では世代差がみられないが、今後の普及いかんにより世代の特徴が明らかになる可能性があるだろう。

図3-1-2 母親のメディア使用時間（世代別比較）



注）（ ）内はサンプル数。それぞれのメディア機器の所有について「家がない」と回答した人を除く。

表3-1-2 母親のメディア利用率（世代別比較）(%)

メディア	世 代	利用率 (メディア利用時間 低・中・高群の合計)
テレビ番組	20代以下 (346)	99.4
	30代 (2024)	97.7
	40代以上 (561)	97.4
ビデオ・DVD	20代以下 (328)	54.3
	30代 (1980)	53.8
	40代以上 (556)	58.0
ゲーム機 (据え置き型・携帯型)	20代以下 (252)	21.5
	30代 (1293)	17.4
	40代以上 (280)	18.5
パソコン	20代以下 (301)	60.8
	30代 (1948)	72.1
	40代以上 (538)	78.0
スマートフォン・ 携帯電話	20代以下 (348)	93.1
	30代 (2021)	90.3
	40代以上 (562)	82.1
タブレット端末	20代以下 (86)	54.7
	30代 (615)	49.1
	40代以上 (156)	49.3

注) ()内はサンプル数。それぞれのメディア機器の所有について「家にない」と回答した人を除く。

第2節

母親のメディア行動 (2) ママ友との連絡手段

母親のメディア行動について、ママ友との連絡手段を分析した結果、携帯電話・スマートフォンをもっとも使用し、通話とメールを頻繁に行っていることがわかった。SNS を連絡手段として利用する場合にはコホート差があり、世代が若いほど利用率が高い。

第2節では、母親のメディア行動について、ママ友と連絡を取る6種の手段（固定電話、携帯電話・スマートフォン、パソコンのメール、携帯電話・スマートフォンのメール、インターネット上のコミュニティサイト、インスタントメッセージ（LINE など））から述べる。

●ママ友連絡は携帯電話・スマートフォンが主流

図3-2-1は、ママ友と連絡を取るために使用する手段別に、頻度（よくある・ときどきある・あまりない・ぜんぜんない）を4段階評定尺度でたずねた結果を、20代以下・30代・40代以上の3世代別に表したものである。加えて、ママ友との6種の連絡手段を「通話」（固定電話・携帯電話・スマートフォン）、「メール」（パソコン・携帯電話・スマートフォン）、「SNS」（インターネット上のコミュニティサイト・インスタントメッセージ（LINE など））の3項目に総括している。

表3-2-1は、図3-2-1をもとに連絡する頻度を「よくある」+「ときどきある」、「あまりない」+「ぜんぜんない」の2項目にまとめたものである。

「通話」では、「固定電話」より「携帯電話・スマートフォン」で連絡する母親が多い。「固定電話」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も低く（20代以下1.7%<30代6.4%<40代

以上9.4%）、とくに20代以下の95.7%はあまり使っていない。一方、「携帯電話・スマートフォン」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も高かった（20代以下76.2%<30代76.5%>40代以上70.2%）。なかでも「よくある」母親の割合は、20代以下49.6%・30代46.2%・40代以上39.9%を占めていた。

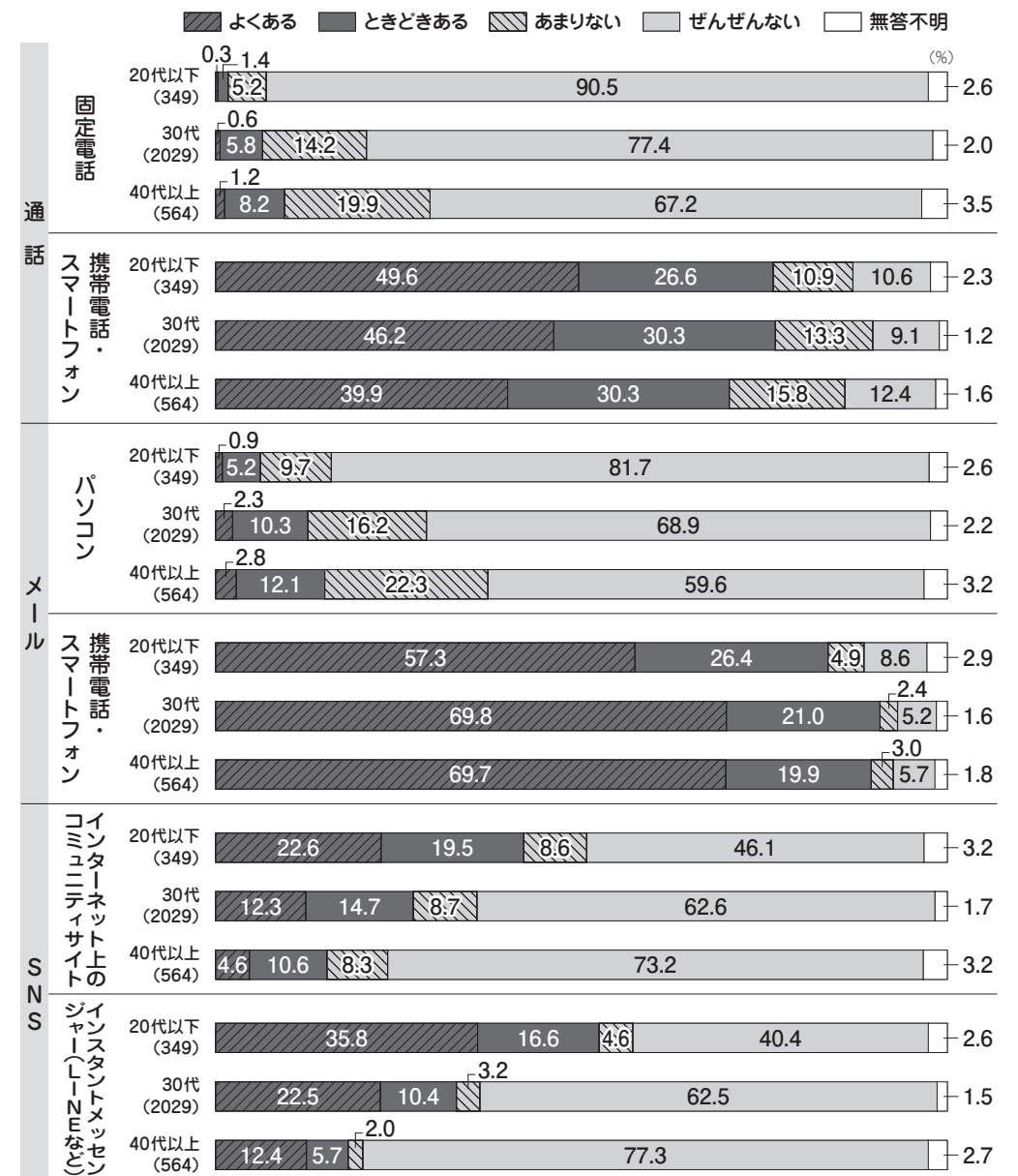
「メール」では、大多数の母親が「パソコン」より「携帯電話・スマートフォン」で連絡している。「パソコンのメール」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も低く（20代以下6.1%<30代12.6%<40代以上14.9%）、とくに20代以下は30代と40代以上の半数以下であった。ところが、「携帯電話・スマートフォンのメール」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親の割合は、どの年代も高かった（20代以下83.7%<30代90.8%>40代以上89.6%）。また、使うことが「よくある」母親は、20代以下57.3%・30代69.8%・40代以上69.7%と半数を超えていた。

全体的に、母親の7割以上が通話、8割以上がメールを携帯電話・スマートフォンで行っており、母親の連絡手段として携帯電話・スマートフォンが主流になっていることがわかる。

●ママ友連絡、SNSにコホート差

「SNS」では、「インターネット上のコミュニティサイト」「インスタントメッセージ

図3-2-1 ママ友との連絡手段



注) ()内はサンプル数。

(LINE など)」ともに年代差がみられる。「インターネット上のコミュニティサイト」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親は、20 代以下 42.1 % > 30 代 27.0 % > 40 代以上 15.2 % であり、「インスタントメッセージ (LINE など)」を使うことが「よくある」+「ときどきある」母親は、20 代以下 52.4 % > 30 代 32.9 % > 40 代以上 18.1 % である。「SNS」では、いずれも 20 代以下の母親の半数近くが連絡手段に使っており、とりわけ「インターネット上のコミュニティサイト」では 22.6 %、「インスタントメッセージ (LINE など)」35.8 % と「よくある」頻度が高い。

20 代以下 > 30 代 > 40 代以上と、若年層になるほどソーシャルメディアの利用率が高い傾向である。

●母親は通話系コミュニケーションよりテキスト系コミュニケーションで連絡

本調査結果と「平成 24 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(総務省 情報通信政策研究所、2013) を比較する。

総務省調査では、通話系コミュニケーション(「携帯通話」「固定通話」「ネット通話」)とテキスト系コミュニケーション(「ソーシャルメディア」「メッセージ・チャット」「メール・SMS」)の利用時間と行為者を分

析している。

まず、総務省調査では、通話系コミュニケーションは「携帯通話」>「インターネット通話 (Skype/LINE など)」>「固定通話」の順で利用時間が長かった。これは、本調査の母親の連絡手段が「携帯電話・スマートフォン」>「固定電話」という結果と合致する。無料サービスが多い「インターネット通話」について、本調査ではたずねていないが、今後は母親の連絡手段の選択肢として増加が見込まれる。

次に、総務省調査でのテキスト系コミュニケーションの利用時間については、「メール・SMS」>「ソーシャルメディア (Twitter/mixi/Facebook)」>「メッセージ・チャット」の順になっている。大様のではあるが、本調査では「メール」>「インスタントメッセージ (LINE など)」に該当すると思われる。

全体的な傾向として、総務省調査では、通話系コミュニケーションよりもテキスト系コミュニケーション、とくに「メール・SMS」の行為者率が高かった。本調査の母親も 8 割以上がメールで連絡しており、テキスト系コミュニケーションが通話系コミュニケーションより手段としてとられる傾向にある。これは、76 世代である 30 代以降が、直接対話よりテキストベースのコミュニケーションのほうが自然に感じる傾向と関連していると思われる。

表3-2-1 ママ友との連絡手段の頻度

(%)					
	手 段	年 代	よくある+ ときどきある	あまりない+ ぜんぜんない	無答不明
通 話	固定電話	20代以下 (349)	1.7	95.7	2.6
		30代 (2029)	6.4	91.6	2.0
		40代以上 (564)	9.4	87.1	3.5
	携帯電話・ スマートフォン	20代以下 (349)	76.2	21.5	2.3
		30代 (2029)	76.5	22.4	1.2
		40代以上 (564)	70.2	28.2	1.6
メ ー ル	パソコン	20代以下 (349)	6.1	91.4	2.6
		30代 (2029)	12.6	85.1	2.2
		40代以上 (564)	14.9	81.9	3.2
	携帯電話・ スマートフォン	20代以下 (349)	83.7	13.5	2.9
		30代 (2029)	90.8	7.6	1.6
		40代以上 (564)	89.6	8.7	1.8
S N S	インターネット上の コミュニティサイト	20代以下 (349)	42.1	54.7	3.2
		30代 (2029)	27.0	71.3	1.7
		40代以上 (564)	15.2	81.5	3.2
	インスタント メッセージ (LINE など)	20代以下 (349)	52.4	45.0	2.6
		30代 (2029)	32.9	65.7	1.5
		40代以上 (564)	18.1	79.3	2.7

注) ()内はサンプル数。

第3節

母親のメディア行動 (3) WEBサイト・SNSの子育て利用

母親のメディア行動のなかで、WEB サイト・SNS の子育て利用について分析した。情報の収集・交換・発信行動では、利用する WEB サイト・SNS に世代差がみられる。地域以外の仲間作りには消極的な傾向である。実際に子育てで利用する WEB サイト、SNS、アプリ・ソフトは、目的に応じ使い分けている。

第3節では、母親のメディア行動のなかでも、WEB サイト・SNS（企業や団体などの情報サイト、個人のサイトやブログ、掲示板、mixi や Facebook などのコミュニティサイト、ツイッター、インスタントメッセージ（LINE など））をどのように子育てに利用しているか、6つの行動パターン（情報収集、情報交換、情報発信、定期閲覧、グッズ購入、地域以外の仲間作り）から分析する。加えて、実際に子育てで利用している WEB サイト、SNS、アプリ・ソフトの具体例から傾向を検証する。

●情報収集は積極的に情報サイトを活用、情報交換と発信は消極的、ただし 20 代以下の半数はコミュニティサイトと LINE を利用

図3-3-1（情報収集）は、子育てのために WEB サイトや SNS を通して「知りたいことについて、検索するなど、情報収集をしている」場合、どの WEB サイトや SNS を利用するかをたずねた結果を、20 代以下・30 代・40 代以上の3世代別に表したものである。全体的に、いずれの世代も7割以上が WEB サイト・SNS を情報収集に利用している（20 代以下 89.4 % > 30 代 88.5 % > 40 代以上 79.1 %）。WEB サイト・SNS のなかでもっとも活用されているのは、「情報サイト（企業や団体など）」である（30 代 79.1 % > 20 代以下 77.7 % > 40 代以上 72.3 %）。つづ

いて「個人のサイトやブログ」の利用が認められる（20 代以下 35.0 % > 30 代 29.9 % > 40 代以上 21.8 %）。利用度は高くないが、「コミュニティサイト」では、20 代以下 21.5 % > 30 代 13.6 % > 40 代以上 7.4 % とコホート差がみられる。

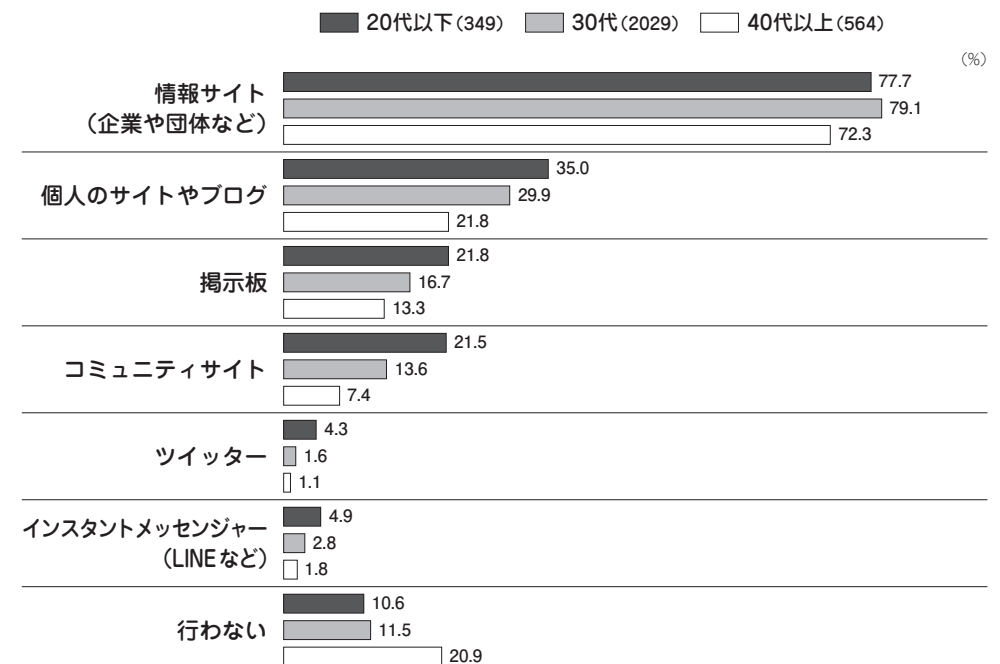
図3-3-2（情報交換）は、「子育て情報を交換している」場合、どの WEB サイトや SNS を利用するかをたずねたものである。20 代以下 53.9 % < 30 代 69.2 % < 40 代以上 80.5 % が、「情報交換」に WEB サイト・SNS を利用しておらず、利用率に世代差がある。利用している WEB サイト・SNS は、「コミュニティサイト」（20 代以下 31.5 % > 30 代 16.7 % > 40 代以上 9.4 %）と「インスタントメッセージ（LINE など）」（20 代以下 19.2 % > 30 代 10.0 % > 40 代以上 4.8 %）であり、いずれも 20 代以下がほかの世代より SNS や LINE などを通して情報交換をしている。

図3-3-3（情報発信）は、子育てのために「自分の活動を発信したり、コメントを書き込んだりしている」場合、どの WEB サイトや SNS を利用するかをたずねたものである。図3-3-2 と同様な結果になっている。20 代以下 50.4 % < 30 代 69.3 % < 40 代以上 82.1 % が「情報発信」に WEB サイト・SNS を利用していない。「情報発信」する場合は、「コミュニティサイト」>「インスタントメッセージ（LINE など）」>「個人のサイトやブログ」>「ツイッター」>「情報サイト（企

業や団体など）」>「掲示板」の順になる。情報発信に適したコミュニティサイトや LINE

などを 20 代以下は 30 代や 40 代以上よりも子育てに役立てている。

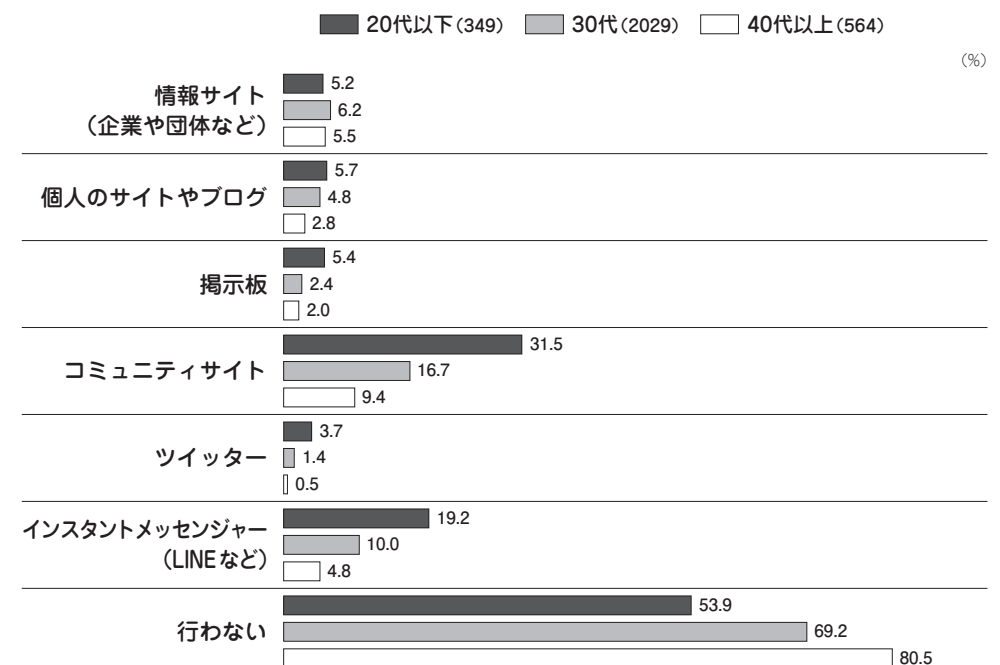
図3-3-1 WEBサイト・SNSの子育て利用（情報収集）



注1) ()内はサンプル数。

注2) 複数回答。

図3-3-2 WEBサイト・SNSの子育て利用（情報交換）



注1) ()内はサンプル数。

注2) 複数回答。

● WEB サイト・SNS 閲覧の習慣化、グッズ購入には情報サイトを利用、地域以外の仲間作りには消極的

図3-3-4（定期閲覧）は、子育てのために「情報を定期的に見ている」場合、どのWEBサイトやSNSを利用するかをたずねたものである。概していずれの世代においても定期的にWEBサイト・SNSを閲覧しているが、閲覧度はWEBサイト・SNSの種類に関係なく20代以下が高かった（20代以下76.5%＞30代68.8%＞40代以上54.1%）。定期的閲覧がもっとも多いのは、いずれの世代も「情報サイト（企業や団体など）」であった（20代以下43.0%・30代41.5%・40代以上36.7%）。「コミュニティサイト」（20代以下38.4%＞30代25.0%＞40代以上14.9%）と「個人のサイトやブログ」（20代以下28.1%＞30代26.4%＞40代以上16.5%）では、世代差がみられた。

図3-3-5（グッズ購入）は、「子育て関連のものを購入している」場合、どのWEBサイトやSNSを利用するかをたずねたものである。いずれの世代も過半数（20代以下54.4%・30代52.9%・40代以上57.4%）が、グッズ購入にWEBサイト・SNSを利用しないことがわかった。利用する場合は、圧倒的に「情報サイト（企業や団体など）」が多かった（20代以下41.0%・30代42.3%・40代以上37.9%）。

図3-3-6（地域以外の仲間作り）は、「地域でのつながりとは異なる子育て仲間を作っている」場合、どのWEBサイトやSNSを利用するかをたずねたものである。3世代ともに大多数が、地域以外の仲間作りにWEBサイト・SNSを利用していない（20代以下73.1%・30代82.7%・40代以上88.3%）。利用率は高くないが、20代以下の18.9%が「コミュニティサイト」、8.6%が「インスタントメッセージ（LINEなど）」を地域以外の仲間作りに利用している。

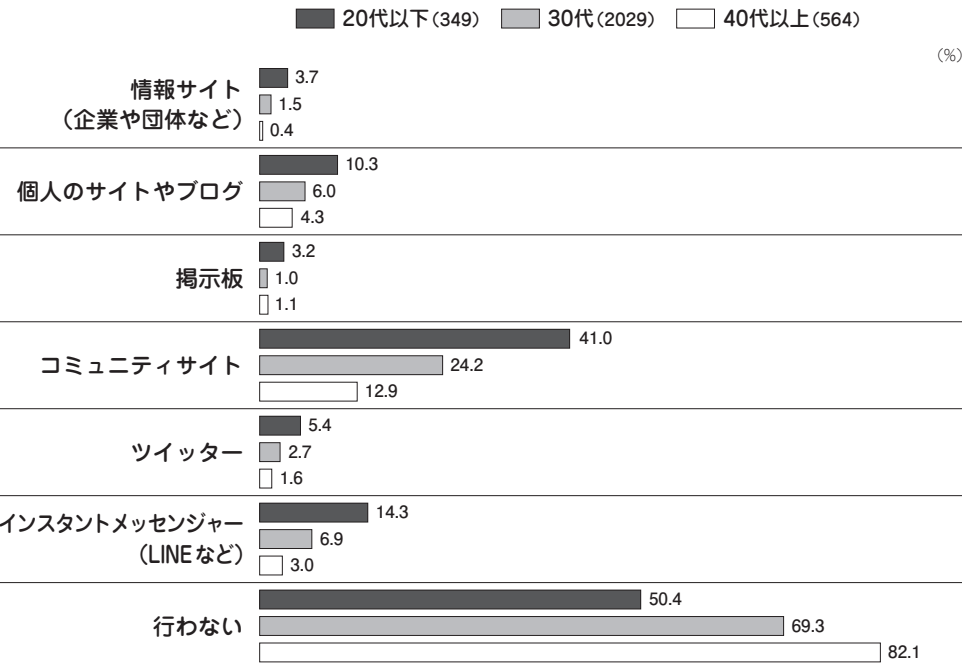
● 子育てで利用する WEB サイト・SNS、アプリ・ソフト使い分け

子育てで実際によく利用するWEBサイト、SNS、アプリ・ソフトについて具体的にたずねた。自由記述であげられた回答から、以下の傾向が認められた。

- ・相談系サイト「たまひよnet」「ウィメンズパーク」「Yahoo! 知恵袋」
- ・通販系サイト「アマゾン」「ベルメゾンネット」
- ・つながり系SNS「mixi」「Facebook」「LINE」
- ・子どもの生活系アプリ・ソフト「クックパッド（離乳食レシピ）」「予防接種スケジューラー」
- ・泣き止み系アプリ・ソフト「たまひよの泣きやませ【泣きピタ!】」「鬼から電話」「私の赤ちゃんオルゴール」
- ・キャラクター系アプリ・ソフト「しまじろうひろば」「それいけ!アンパンマン」
- ・知育系アプリ・ソフト「こどもゆびドリル」「タッチ!うごくうたえほん」、ぬり絵・お絵かき類

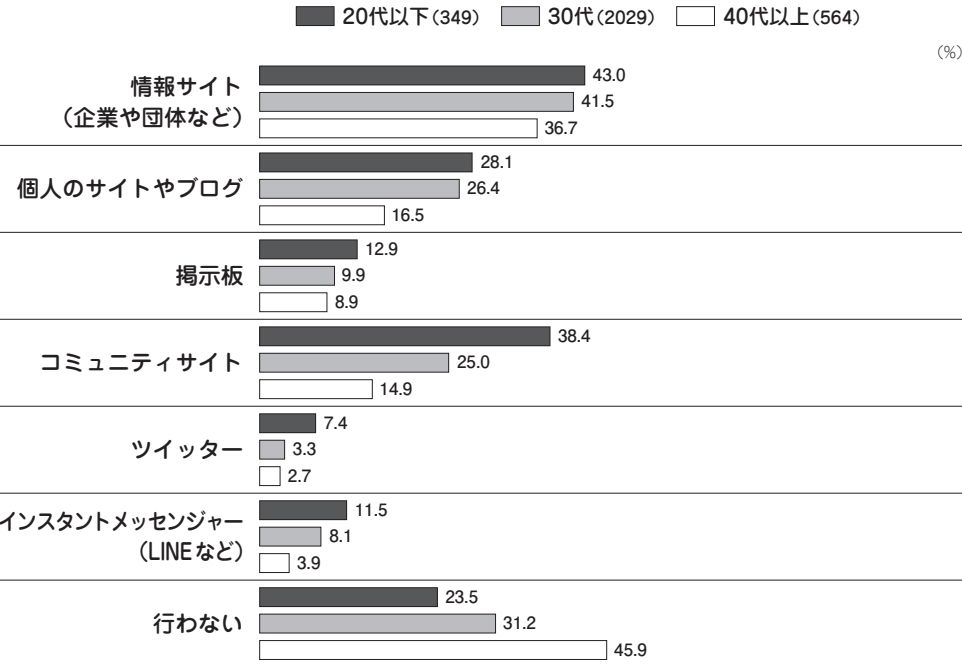
子育て中の母親は、目的によってWEBサイト、SNS、アプリ・ソフトを使い分けている。母親が主体であるものは、相談系・通販系・つながり系であり、子どものためには、子どもの生活系・泣き止み系・キャラクター系・知育系のアプリ・ソフトを役立てていると考えられる。

図3-3-3 WEBサイト・SNSの子育て利用（情報発信）



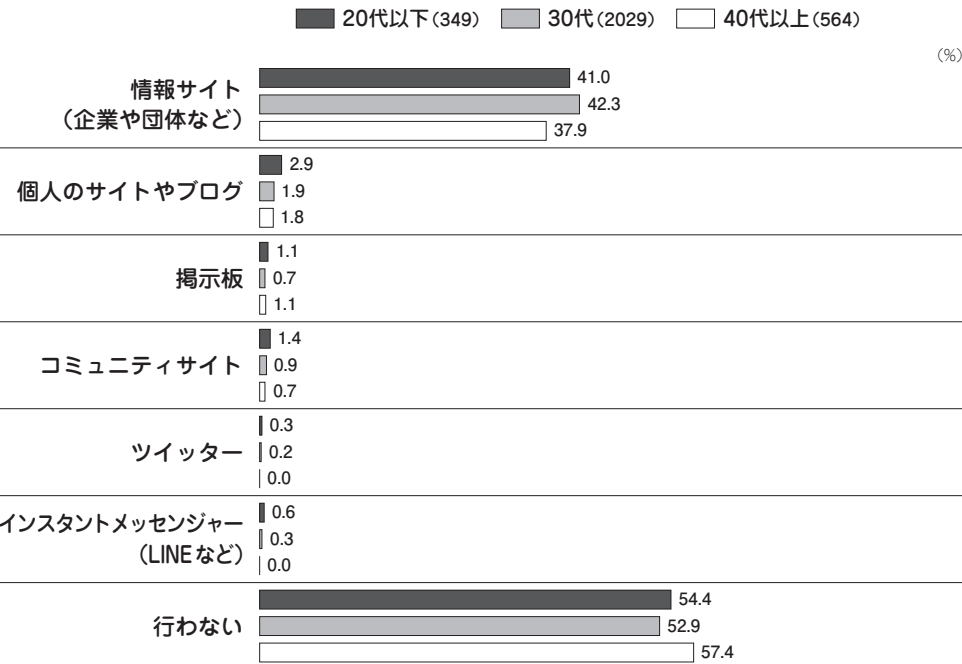
注1) ()内はサンプル数。
注2) 複数回答。

図3-3-4 WEBサイト・SNSの子育て利用（定期閲覧）



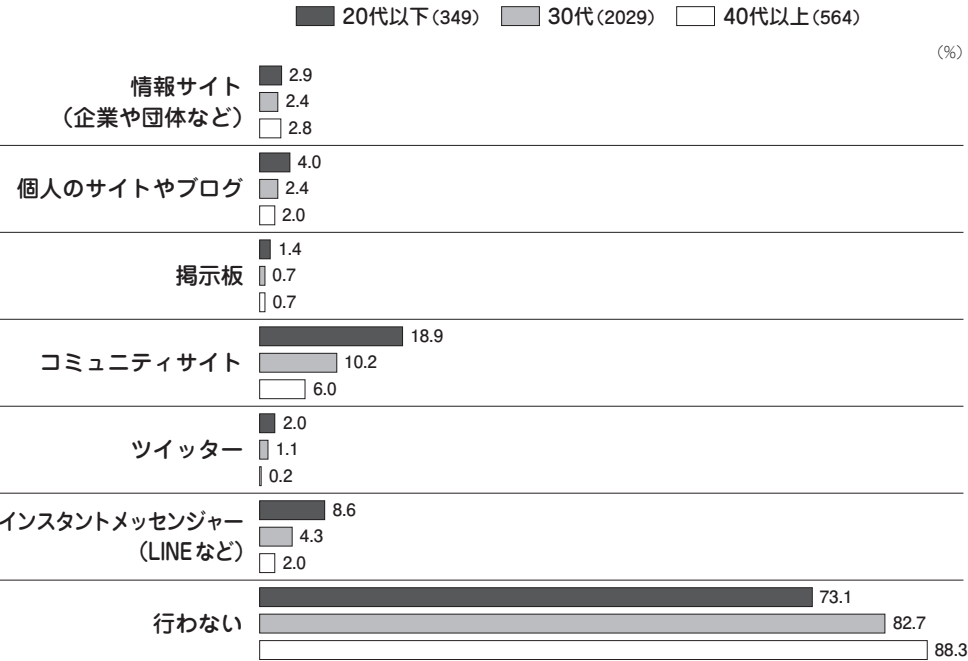
注1) ()内はサンプル数。
注2) 複数回答。

図3-3-5 WEBサイト・SNSの子育て利用（グッズ購入）



注1) ()内はサンプル数。
注2) 複数回答。

図3-3-6 WEBサイト・SNSの子育て利用（地域以外の仲間作り）



注1) ()内はサンプル数。
注2) 複数回答。

第4節

母親のメディア意識

(1) メディアに対する親和性と依存性

母親のメディア意識について分析した結果、全体的にテレビ番組とインターネットに対する親和性が高く、テレビ番組への依存性も認められた。世代別比較では、いずれのメディアに対しても20代以下＞30代＞40代以上の順に親和性が高かった。

第4節では、母親のメディアにかかわる意識について、4種のメディア（テレビ番組・インターネット・メール・ゲーム）とのかかわりを親和性と依存性の2つの観点から述べる。

●親和性はテレビ番組とインターネット、依存性はテレビ番組

図3-4-1は、母親にメディアとのかかわりについて、4段階評定尺度（「あてはまる」「ややあてはまる」「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」）でたずねた結果から、「あてはまる」と「ややあてはまる」の該当率をメディア別に分類したものである。

「テレビ番組」では、「テレビ番組を見るのが好きである」と回答した母親が「あてはまる」＋「ややあてはまる」で78.5%おり、テレビ番組に対する親和性が高い。「家にいるとき、テレビをつけたままにしている」という依存性がみられる母親は、過半数（52.0%）いる。これは、「子どものとき、テレビ番組を自由に見てもよかった」（43.4%）という親和性と依存性の双方にかかわる環境があったことも否めない。

「インターネット」では、「インターネットで情報を取り入れるのが好きである」と回答した母親が75.3%存在し、インターネットに対する親和性が高い。一方「インターネットに時間を忘れて没頭する」依存性は28.7%であった。

「メール」では、「メールをずっと確認している」母親は16.1%にとどまり、依存性が低いことがわかる。

「ゲーム」では、「ゲームアプリ・ソフトで遊ぶのが好きである」母親が24.7%、「ゲームアプリ・ソフトに時間を忘れて没頭する」母親が8.8%いる。親和性が依存性より高いが、いずれもテレビ番組やインターネットと比較すると低い傾向である。

●20代以下は新旧メディアに親和性と依存性

図3-4-2から図3-4-5は、図3-4-1で示した母親のメディアへの親和性と依存性について、メディア別に世代比較したものである。

図3-4-2は、テレビ番組への親和性と依存性についてまとめたものである。テレビ番組への親和性が高かったのは、20代以下82.0%である（30代79.7%・40代以上73.2%）。依存性も同様の結果である（20代以下58.5%＞30代53.7%＞40代以上46.4%）。20代以下は、インターネット・携帯電話で育ったいわゆる86世代の「初期のネオ・デジタルネイティブ」ではあるが、“ながら”視聴するメディアとしてのテレビが定着していると考えられる。背景には、テレビ番組を自由に見られる環境で育ったことも関係しているであろう（20代以下58.8%＞30代42.8%＞40代以上39.0%）。

一方、NHK「テレビ番組60年調査」をま

図3-4-1 母親のメディアへの親和性・依存性

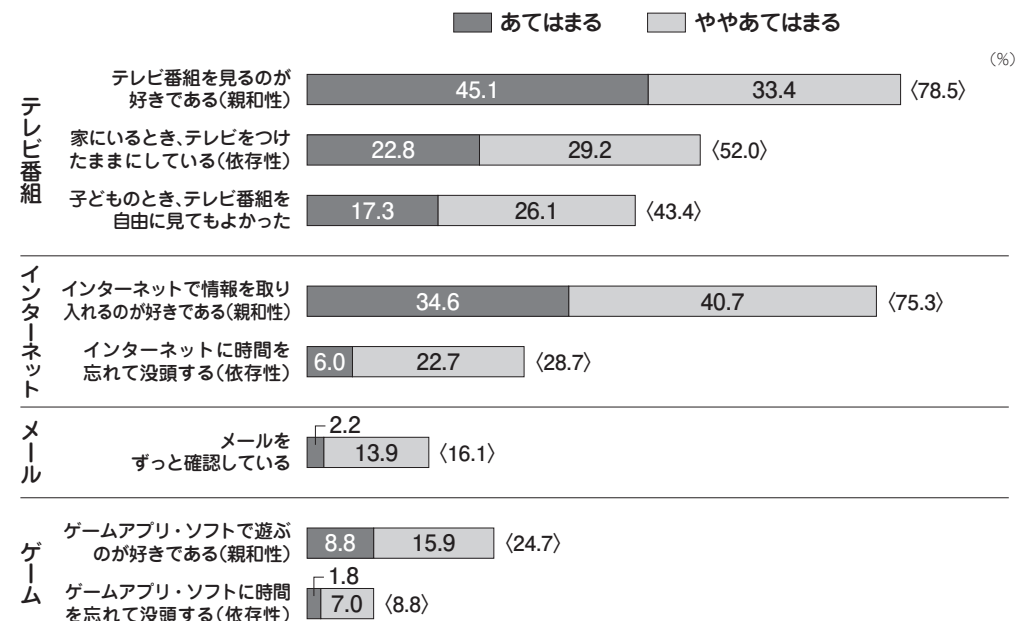
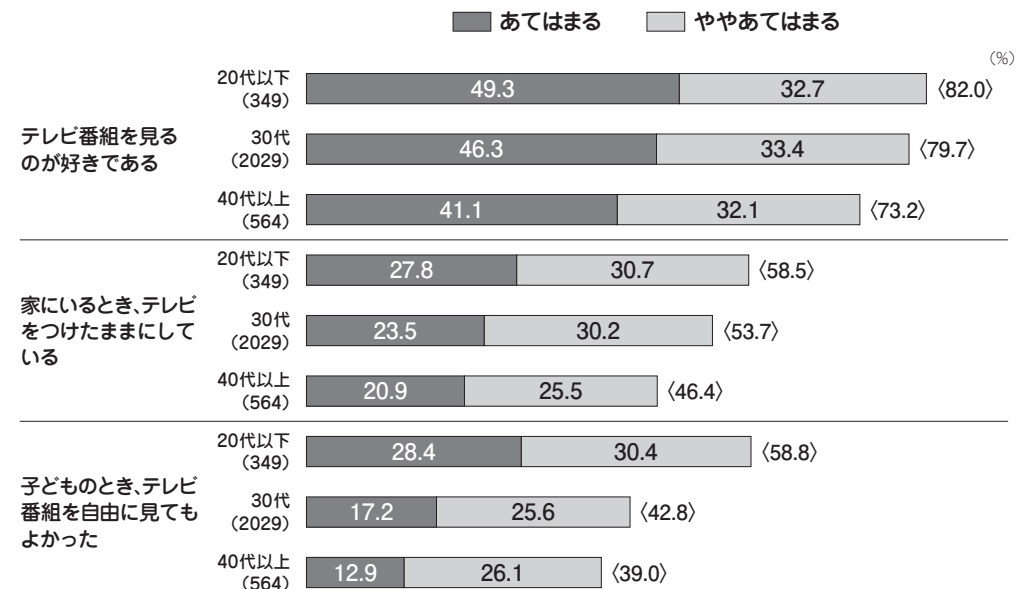


図3-4-2 母親のテレビ番組への親和性・依存性（世代別比較）



とめた「メディア観の変化と“カスタマイズ視聴”“つながり視聴”」（放送研究と調査7月号、2013）では、テレビ番組の効用について、20代の過半数が「報道」、30代と40代の過半数が「報道」「共通の話題」を認めている。本調査では、テレビ番組に対する親和性はいずれの世代も高かったが、親和性に深くかわる効用には世代差がある可能性が示唆される。

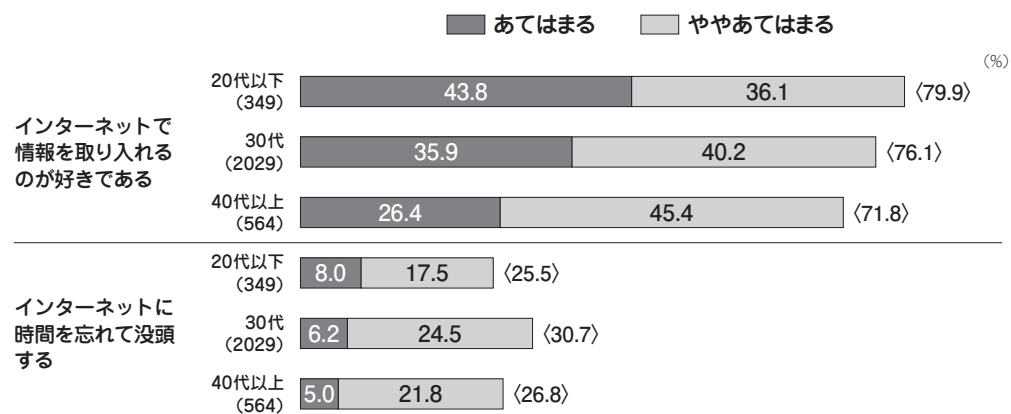
図3-4-3は、インターネットへの親和性と依存性についてまとめたものである。いずれの世代も親和性は高い（20代以下79.9%＞30代76.1%＞40代以上71.8%）。依存性は、全体的に高くはないが、パソコンで育った76世代に該当する30代がほかの世代より若干高い（30代30.7%＞40代以上26.8%＞20代以下25.5%）。前述のNHK「テレビ番組60年調査」では、20代の過半数はインターネットの効用を「生活趣味情報」「外とのつながり」、30代は「生活趣味情報」と位置付けている。また、本調査の第3節（図3-3-1）で示したように、いずれの世代も

情報サイトから情報収集することがわかっている。このことから、インターネットへの親和性には、生活にかかわる情報源としての認識がかかわっていると思われる。

図3-4-4は、メールへの依存性についてまとめたものである。全体的に依存性は低い（20代以下20.1%＞30代16.0%＞40代以上15.4%）。第3節の結果（図3-3-4）からWEBサイト・SNSの習慣的閲覧傾向が認められたため、メールのみならずソーシャルメディアへの親和性と依存性についても検証する必要があると考えられる。

図3-4-5は、ゲームへの親和性と依存性についてまとめたものである。親和性は、20代以下が36.9%と30代（25.8%）・40代以上（16.5%）より高い。依存性はどの世代も低い（20代以下12.6%＞30代9.3%＞40代以上6.3%）。20代は、誕生時からさまざまなゲームが存在した86世代であるので、ゲームへの親和性と依存性もある程度はもちあわせていると推察する。

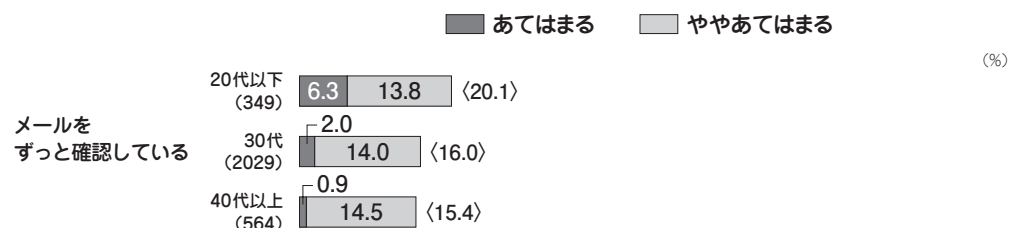
図3-4-3 母親のインターネットへの親和性・依存性（世代別比較）



注1) ()内はサンプル数。

注2) ()は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

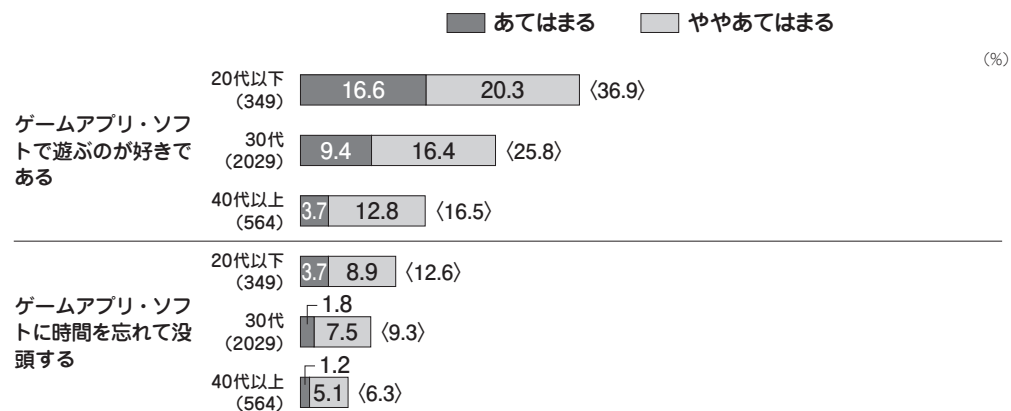
図3-4-4 母親のメールへの依存性（世代別比較）



注1) ()内はサンプル数。

注2) ()は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

図3-4-5 母親のゲームへの親和性・依存性（世代別比較）



注1) ()内はサンプル数。

注2) ()は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

第5節

母親のメディア意識 (2) 家庭のメディアルール

母親のメディア意識について、デジタルメディアを使用する際の家庭でのルールをたずねた。その結果、母親自身の情報モラル意識は高いが、父親に対しては情報モラル意識の保持を認識しつつも懸念もあることがわかった。また、年齢層が高いほどメディアルールに配慮する母親が多い傾向がみられた。

第5節では、母親のメディアにかかわる意識として、デジタルメディア（テレビ、ビデオ・DVD、アプリ・ソフト）を視聴・使用する際の家庭でのルールについて、母親・父親・祖父母の観点から述べる。

●母親の高い情報モラル意識

図3-5-1は、母親に家族のメディアルールについて、4段階評定尺度（「あてはまる」「ややあてはまる」「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」）でたずねた結果から、「あてはまる」と「ややあてはまる」の選択率をまとめたものである。

家族のメディアルールとして、もっとも徹底している項目は、「私は、子どもの前で、マナーに気をつけている（78.8%）」であり、母親として情報モラル意識が高いことがわかる。次に、「配偶者は、子どもの前で、マナーに気をつけている（57.9%）」と父親の情報モラル意識を認めつつも、「配偶者の、子どもへの見せ方・使わせ方が気になる」母親も41.0%存在する。それよりは少ないが、母親の30.9%が、「自分の親や配偶者の親の、子どもへの見せ方・使わせ方が気になる」と回答している。これは、核家族の家庭が多く、祖父母との接触が減少していることも背景にあると考えられる。

また、「家族で、子どもが見たり使ったりする内容が年齢に適切か、話し合っている」と回答したのは半数近く（48.3%）であり、

家庭で子どもを中心にルールを設定する様子が見えてくる。

●年齢層が高いほどルールは厳守化

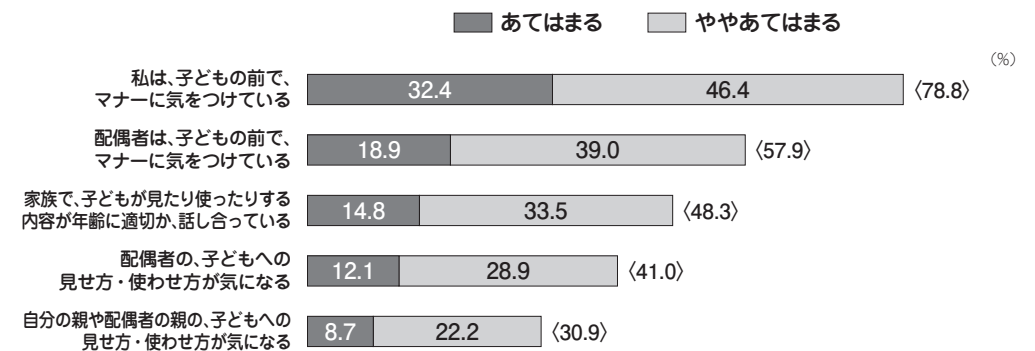
図3-5-2は、図3-5-1で示した家族のメディアルールについて、20代以下・30代・40代以上の3世代別に表したものである。

母親自身の情報モラル意識「私は、子どもの前で、マナーに気をつけている」は、20代以下68.5%＜30代78.9%＜40代以上82.5%となっており、40代以上の母親の8割以上がメディアルールを守っていることがわかる。

同様に、「配偶者は、子どもの前で、マナーに気をつけている」と回答したのは、20代以下43.8%＜30代59.3%＜40代以上59.6%であり、「家族で、子どもが見たり使ったりする内容が年齢に適切か、話し合っている」と回答したのは、20代以下36.4%＜30代48.3%＜40代以上53.2%であった。これは、20代以下より30代や40代以上のほうが家族の歴史が長い場合が多いため、相互理解が深まっている可能性が示唆される。「配偶者の、子どもへの見せ方・使わせ方が気になる」のが、20代以下36.7%＜30代40.8%＜40代以上44.9%となり、40代以上の母親が父親に厳しい背景も、家族としての時間の長さゆえと考えられる。

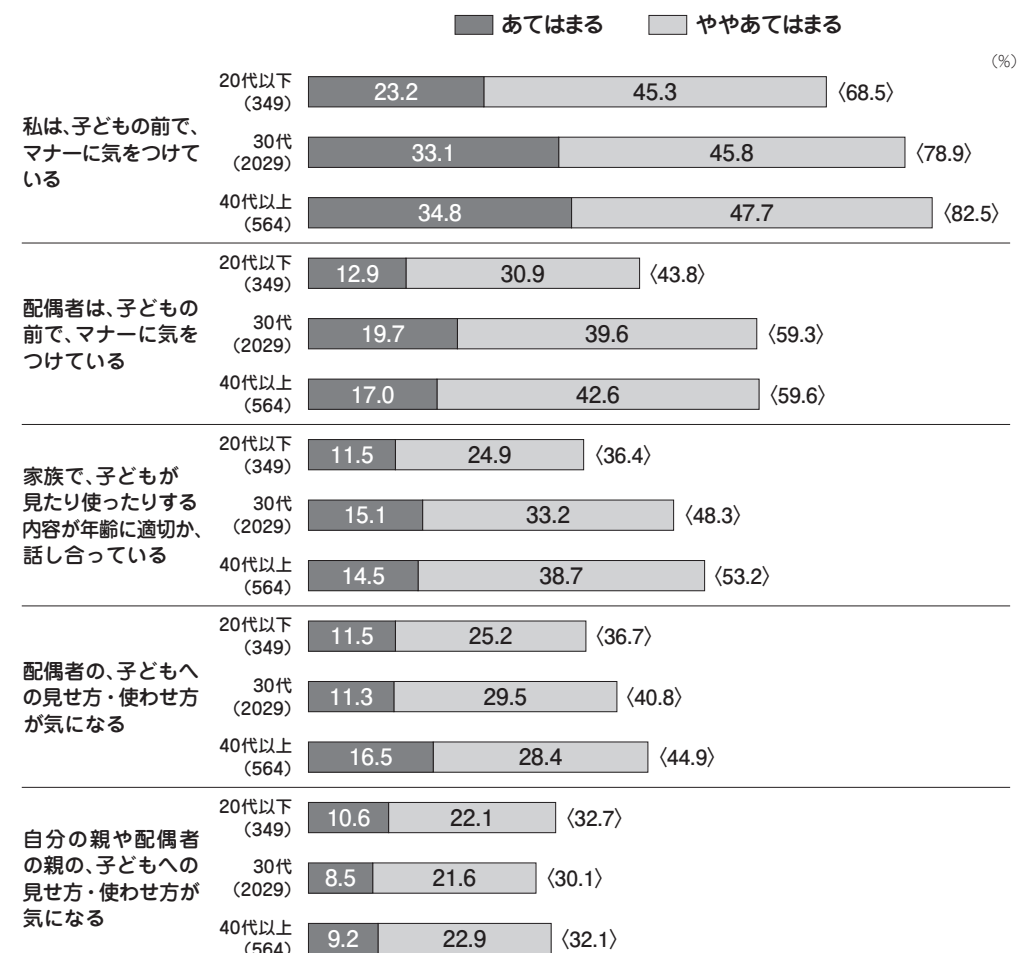
本調査では、別問（「最近、子育てについて次のようなことを感じる場合があります

図3-5-1 家族のメディアルール



注) 〈 〉は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

図3-5-2 家族のメディアルール（世代別比較）



注1) 〈 〉内はサンプル数。

注2) 〈 〉は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

か])で、「小学校入学前に、デジタルメディアの使い方を学ばせたい」について、4段階評定尺度（「よくある」「ときどきある」「あまりない」「ぜんぜんない」）でたずねていた。「よくある」「ときどきある」の選択率をまとめた結果、20代以下22.3%＞30代17.9%＞40代以上16.3%となった。全体的に選択

率は低い³が、デジタルメディアの機器操作については、若年層ほど関心が高いことがわかる。

世代が上の母親ほど、子どもに対してデジタルメディアの情報モラル意識は高い³が、機器操作の必要性は低いことがわかった。

調査票見本



お子さまがデジタルメディアを使う時間についてお聞きます。

8 お子さまは、以下のものを、ご家庭で1週間あたりどれくらい見たり使ったりしていますか。
(それぞれ1つに○。家にはない場合は、「まったく使わない」につけてください。)

	ほとんど 毎日	週に 3～4日	週に 1～2日	ごく たまに	まったく 使わない
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4	5
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5
3. パソコン	1	2	3	4	5
4. タブレット端末	1	2	3	4	5
5. スマートフォン	1	2	3	4	5
6. 携帯電話	1	2	3	4	5
7. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5
8. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5
9. 音楽CD	1	2	3	4	5

9 お子さまは、以下のものを、ご家庭で平日1日あたりどれくらいの時間、見たり使ったりしていますか。
(それぞれ1つに○、家にはない場合は、「0分」につけてください。)

	0分	15分 未満	15分 くらい	30分 くらい	1時間 くらい	2時間 くらい	3時間 くらい	4時間 以上
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4	5	6	7	8
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8
3. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8
4. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8
5. スマートフォン	1	2	3	4	5	6	7	8
6. 携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8
7. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8
8. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8
9. 音楽CD	1	2	3	4	5	6	7	8

10 お子さまは、ご家庭で平日、何時ごろに見たり使ったりしていますか。（あてはまるものすべてに○）

	1. 起床後～9時ごろ	2. 9～12時ごろ	3. 12～15時ごろ	4. 15時～18時ごろ	5. 18時ごろ～21時ごろ	6. 21時以降	7. お子さまは使っていない	8. 家にはない
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4	5	6	7	8
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8
3. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8
4. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8
5. スマートフォン	1	2	3	4	5	6	7	8
6. 携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8
7. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8
8. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8

11 お子さまは、ご家庭で平日1日あたり、どれくらいの時間、見たり使ったりしていますか。
(それぞれ1つに○。見る機材が家にはない場合は、「0分」につけてください。)

	0分	15分 未満	15分 くらい	30分 くらい	1時間 くらい	2時間 くらい	3時間 くらい	4時間 以上
1. 動画アプリ・ソフト (Youtube などの動画サイト含む)	1	2	3	4	5	6	7	8
2. 写真アプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8
3. かなアプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8
4. 絵本アプリ・ソフト (電子書籍含む)	1	2	3	4	5	6	7	8
5. 数アプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8
6. 英語アプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8
7. お絵かきアプリ・ソフト (ぬり絵アプリ・ソフト含む)	1	2	3	4	5	6	7	8
8. 音楽アプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8
9. ゲームアプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8

12 お子さまがよく見る（使う）アプリ・ソフト名を、具体的にお書きください。

13 お子さまがよく見る（使う）アプリ・ソフトを選ぶとき、どんなことを基準に選んでいますか。
（それぞれ1つに○）

	あてはまる	やや あてはまる	あまり あてはまらない	まったく あてはまらない	お子さまは 使っていない
1. 子どもの年齢に内容が合う	1	2	3	4	5
2. 使用時間のアラーム機能がある	1	2	3	4	5
3. 子ども自身が気に入っている	1	2	3	4	5
4. 子どもにさせたい目的と合う	1	2	3	4	5
5. 監修の先生がいる	1	2	3	4	5
6. 制作者が信頼できる	1	2	3	4	5
7. 子ども向けに使い方のアドバイスがある	1	2	3	4	5
8. 親向けに制作意図の説明がある	1	2	3	4	5
9. 新しい技術に触れられる	1	2	3	4	5
10. インターネット上での評判がよい	1	2	3	4	5

14 お子さまは、次のような場面でデジタルメディアを使っていますか。（あてはまるものすべてに○）

	1. テレビ番組 （録画を含む）	2. ビデオ・DVD	3. パソコン	4. タブレット端末	5. スマートフォン	6. 携帯電話	7. 据え置き型ゲーム機	8. 携帯型ゲーム機
1. 自動車、電車などで移動しているとき	1	2	3	4	5	6	7	8
2. 外出先での待ち時間	1	2	3	4	5	6	7	8
3. 家で食事をしている間	1	2	3	4	5	6	7	8
4. 布団やベッドに入ってから寝るまでの間	1	2	3	4	5	6	7	8
5. 親が家事などで手をはなせないとき	1	2	3	4	5	6	7	8
6. 子どもがさわぐとき	1	2	3	4	5	6	7	8
7. 子どもが使いたがるとき	1	2	3	4	5	6	7	8

15 お子さまは、1週間に何回くらい、お友だちと一緒に、次のことをしますか。（それぞれ1つに○）
（保育園や幼稚園・その他の園や施設に通っている場合は、園での活動を含めてお答えください。）

	ほとんど 毎日	週に 3～4日	週に 1～2日	ごく たまに	ほとんど ない
1. 外で遊んだり、お散歩したりする	1	2	3	4	5
2. おもちゃで遊ぶ	1	2	3	4	5
3. 絵本や本、図鑑を読む	1	2	3	4	5
4. お絵かきをする	1	2	3	4	5
5. テレビ番組をみる	1	2	3	4	5
6. ビデオ・DVDをみる	1	2	3	4	5
7. 動画アプリ（Youtube 含む）をみる	1	2	3	4	5
8. かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う	1	2	3	4	5
9. ゲームアプリ・ソフトをする	1	2	3	4	5
10. 音楽CDを聞く	1	2	3	4	5

16 お子さまは、以下のものを、何歳から見たり使ったりし始めましたか。

	お子さまは 使ったこと がない	0歳 ごろ	1歳 ごろ	2歳 ごろ	3歳 ごろ	4歳 ごろ	5歳 ごろ	6歳 ごろ
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4	5	6	7	8
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8
3. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8
4. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8
5. スマートフォン	1	2	3	4	5	6	7	8
6. 携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8
7. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8
8. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8
9. 音楽CD	1	2	3	4	5	6	7	8

	1. 見る（使う） 時間の長さを決めている	2. 見る（使う） 時間帯を決めている	3. 内容を確認している	4. スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている	5. 場所を暗くしないようにしている	6. 見る（使う）ときは、親に伝えるように約束している	7. 食事中は見ない（使わない）ように約束している	8. 見方（使い方）の約束を守れなかったら注意する	9. 子どもに使わせないようにしている	10. とくにルールを決めていない	11. 家がない
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
3. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
4. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5. スマートフォン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
6. 携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
8. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

	かけている	かけていた が解除した	かけていない	わからない	家にはない
1. パソコン	1	2	3	4	5
2. タブレット端末	1	2	3	4	5
3. スマートフォン・携帯電話	1	2	3	4	5
4. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5
5. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5

	とても 抵抗感がある	まあ 抵抗感がある	あまり 抵抗感がない	まったく 抵抗感がない
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4
3. パソコン	1	2	3	4
4. タブレット端末	1	2	3	4
5. スマートフォン	1	2	3	4
6. 携帯電話	1	2	3	4
7. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4
8. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4

	とても 気になる	やや 気になる	どちらとも いえない	あまり気にな らない	まったく気にな らない
1. 視力の低下	1	2	3	4	5
2. 生活リズムの乱れ	1	2	3	4	5
3. 体を動かす遊びとのバランス	1	2	3	4	5
4. 長時間の視聴や使用	1	2	3	4	5
5. 夢中になり過ぎる	1	2	3	4	5
6. 次のことに切り替えしづらい	1	2	3	4	5
7. 行動や言葉づかいの乱れ	1	2	3	4	5
8. 友だちが持っているデジタルメディアを使いたがる	1	2	3	4	5
9. インターネットでの有料サイトや危ないサイトへのアクセス	1	2	3	4	5
10. 大きくなったときのデジタルメディアへの依存	1	2	3	4	5

22 お子さまが、かなや絵本、数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使うことについて、あなたはどのように
 思いますか。（使っていない方も、お考えをお答えください。）

	とても そう思う	まあ そう思う	あまり そう思わない	まったく そう思わない
1. 知識が豊かになる	1	2	3	4
2. やさしさ、思いやりなどを育む	1	2	3	4
3. 生活リズムが整えるのに役立つ	1	2	3	4
4. 歌や踊りを楽しめる	1	2	3	4
5. 作る、描くなど表現力を育む	1	2	3	4
6. 社会のマナーやルールを学べる	1	2	3	4
7. 集中力がつく	1	2	3	4
8. 親子でのコミュニケーションが増す	1	2	3	4
9. 友だちと遊べる	1	2	3	4
10. 目や健康に悪い	1	2	3	4
11. 生活リズムが乱れる	1	2	3	4
12. 体を動かす遊びとのバランスが崩れる	1	2	3	4
13. 行動や言葉づかいが乱れる	1	2	3	4
14. 受動的になる	1	2	3	4
15. 夢中になり過ぎる	1	2	3	4
16. 親子のコミュニケーションが減る	1	2	3	4
17. 小学校以上の授業で役に立つ	1	2	3	4
18. 大きくなったとき、依存しないか心配	1	2	3	4

23 お子さまが、ゲームアプリ、ソフトを使うことについて、あなたはどのように思いますか。
 （使っていない方も、お考えをお答えください。）

	とても そう思う	まあ そう思う	あまり そう思わない	まったく そう思わない
1. 知識が豊かになる	1	2	3	4
2. やさしさ、思いやりなどを育む	1	2	3	4
3. 生活リズムが整えるのに役立つ	1	2	3	4
4. 歌や踊りを楽しめる	1	2	3	4
5. 作る、描くなど表現力を育む	1	2	3	4
6. 社会のマナーやルールを学べる	1	2	3	4
7. 集中力がつく	1	2	3	4
8. 親子でのコミュニケーションが増す	1	2	3	4
9. 友だちと遊べる	1	2	3	4
10. 目や健康に悪い	1	2	3	4
11. 生活リズムが乱れる	1	2	3	4
12. 体を動かす遊びとのバランスが崩れる	1	2	3	4
13. 行動や言葉づかいが乱れる	1	2	3	4
14. 受動的になる	1	2	3	4
15. 夢中になり過ぎる	1	2	3	4
16. 親子のコミュニケーションが減る	1	2	3	4
17. 小学校以上の授業で役に立つ	1	2	3	4
18. 大きくなったとき、依存しないか心配	1	2	3	4

あなたやご家族のメディアとのかかわりについて、お聞きます。

24 平日、ご家庭で、以下のものを合計してどれくらいの時間、見たり使ったりしていますか。
 （それぞれ1つに○。ご家庭で持っていない場合は、「0分」につけてください。）

	0分	30分	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	5時間 以上
		未満	未満	未満	未満	未満	未満	
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4	5	6	7	8
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8
3. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8
4. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8
5. スマートフォン・携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8
6. ゲーム機（据え置き型・携帯型）	1	2	3	4	5	6	7	8

	0分	30分	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間	5時間 以上
		未満	未満	未満	未満	未満	未満	
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4	5	6	7	8
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8
3. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8
4. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8
5. スマートフォン・携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8
6. ゲーム機（据え置き型・携帯型）	1	2	3	4	5	6	7	8

25 あなたは、現在、WEBサイトやSNSを通して、子育てのために、以下のことを行っていますか。
 （それぞれ、あてはまるものすべてに○）

	行わない	情報 サイト （企業や団 体など）	個人の サイトや ブログ	掲示板	コミュニテイサイ ト、SNS （mixi、 Facebook など）	ツイッター	インスタント メッセージ （LINE な ど）
1. 自分の活動を発信したり、コメント を書き込んだりしている	0	1	2	3	4	5	6
2. 情報を定期的に見ている	0	1	2	3	4	5	6
3. 子育て関連のものを購入している	0	1	2	3	4	5	6
4. 知りたいことについて、検索するな ど、情報収集をしている	0	1	2	3	4	5	6
5. 子育て情報を交換している	0	1	2	3	4	5	6
6. 地域でのつながりとは異なる子育て 仲間を作っている	0	1	2	3	4	5	6

26 あなたは、ママ友と連絡をとるために、以下のものをどれくらい使っていますか。（それぞれ、あてはまるものすべてに○）

	よくある	ときどきある	あまりない	ぜんぜんない
1. 固定電話	1	2	3	4
2. 携帯電話・スマートフォン	1	2	3	4
3. パソコンのメール	1	2	3	4
4. 携帯電話・スマートフォンのメール	1	2	3	4
5. インターネット上のコミュニティサイト、SNS（mixi、Facebook など）	1	2	3	4
6. インスタントメッセージャー（LINE など）	1	2	3	4

27 子育てで、よく利用するWEBサイトやSNS、アプリやソフト名を、具体的にお書きください。

①子育てで、よく利用するWEBサイト、SNS

②子育てで、よく利用するアプリ、ソフト

28 あなたご自身のメディアとのかかわりについて、あてはまるものはどれですか。（それぞれ1つに○）

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない
1. テレビ番組を見るのが好きである	1	2	3	4
2. インターネットで情報を取り入れるのが好きである	1	2	3	4
3. ゲームアプリ・ソフトで遊ぶのが好きである	1	2	3	4
4. 家にいるとき、テレビをつけたままにしている	1	2	3	4
5. インターネットに時間を忘れて没頭する	1	2	3	4
6. ゲームアプリ・ソフトに時間を忘れて没頭する	1	2	3	4
7. メールをずっと確認している	1	2	3	4
8. 子どものとき、テレビ番組を自由に見てもよかった	1	2	3	4

29 ご家族でデジタルメディア（テレビ、ビデオ・DVD、アプリ・ソフト）を見たり、使ったりするとき、以下のことはどれくらいあてはまりますか。（それぞれ1つに○）
お子さまと同居していらない場合、回答不要です。

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない
1. 家族で、子どもが見たり使ったりする内容が年齢に適切か、話し合っている	1	2	3	4
2. 私は、子どもの前で、マナーに気をつけている （長時間見ない・子どもに刺激적인内容避けるなど）	1	2	3	4
3. 配偶者は、子どもの前で、マナーに気をつけている （長時間見ない・子どもに刺激적인内容避けるなど）	1	2	3	4
4. 配偶者の、お子さまへの見せ方・使わせ方が気になる	1	2	3	4
5. 自分の親や配偶者の親の、お子さまへの見せ方・使わせ方が気になる	1	2	3	4

ふだんの子育てやご家庭のことについて、お聞きます。

30 ママ友やママたちの集まる場で、子ども向けのデジタルメディアについて、次のような話題はどれくらい出ますか。

	とてもよく出る	まあ出る	あまり出ない	まったく出ない
1. テレビ番組についての話題	1 — 2 — 3 — 4			
2. ビデオ・DVD についての話題	1 — 2 — 3 — 4			
3. 動画アプリ・ソフトについての話題	1 — 2 — 3 — 4			
4. かな・絵本・数・英語やお絵かきアプリ・ソフトについての話題	1 — 2 — 3 — 4			
5. ゲームアプリ・ソフトについての話題	1 — 2 — 3 — 4			

31 地域の中で、お子さまを通じたお付き合いの状況にもっとも近いのはどれですか。それぞれお答えください。

	1人もいない	1人はいる	2人くらいはいる	3人以上いる
1. ○○ちゃんのことを気にかけて、声をかけてくれる人	1 — 2 — 3 — 4			
2. 子育ての悩みを相談できる人	1 — 2 — 3 — 4			
3. 子ども同士を遊ばせながら、立ち話をする程度の人	1 — 2 — 3 — 4			
4. ○○ちゃんを預けられる人	1 — 2 — 3 — 4			

	よくある	ときどきある	あまりない	ぜんぜんない
1. あなたが、おもちゃや散らかっているものを片付け続けている	1	2	3	4
2. 子どもに文句や不平を言われたり、駄々をこねられたりする	1	2	3	4
3. 子どもを預かってくれる人を見つけるのが難しい	1	2	3	4
4. 子どもに遊んでとせがまれる	1	2	3	4
5. 大勢の人がいるような公共の場所で、子どもの扱いに困る (例：食料品店、ショッピングセンター、レストランなど)	1	2	3	4
6. 家の中に子どもが遊べるスペースがあまりなくて苦勞する	1	2	3	4
7. 自分のための時間を確保するのが難しい	1	2	3	4
8. 子どもが常に足元にまとわりついてきて、ほかの用事ができない	1	2	3	4
9. 子どもがおとな同士の会話やおとなたちがしていることを邪魔する	1	2	3	4
10. 子どもとの遊び方がわからない	1	2	3	4
11. おもちゃや絵本の選び方・与え方がわからない	1	2	3	4
12. 習い事や教材の選び方・与え方がわからない	1	2	3	4
13. 小学校入学前に、基本的なことばや文字・数を学ばせたい	1	2	3	4
14. 小学校入学前に、英語の基礎を学ばせたい	1	2	3	4
15. 小学校入学前に、デジタルメディアの使い方を学ばせたい	1	2	3	4

1. 父親 4. (父方の) 祖父 7. (母方の) 祖母
2. 母親 5. (父方の) 祖母 8. 親戚
3. きょうだい 6. (母方の) 祖父 9. その他

2. 派遣・契約社員
3. パート・アルバイト
4. フリー（自営業・在宅ワークを含む）
5. 専業主婦
6. 産休、育休中や休職中
7. その他（具体的に：

1 日 2 日 3 日 4 日 5 日 6 日 7 日

1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5 ————— 6 ————— 7

(自営業、在宅ワークなどで自宅で働いている方は、仕事を終了するだいたいの時間をお答えください。)

6～10 11～15 16 17 18 19 20 21 22～0 1～5
時台 時台 時台 時台 時台 時台 時台 時台 時台 時台
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

お子さまの絵本や図鑑を含みません。(あてはまる番号1つに○)

1. ほとんどない 2. 20冊くらい 3. 50冊くらい 4. 100冊くらい
5. 200冊くらい 6. 300冊くらい 7. 400冊以上

5) あなたのご家庭には、お子さま自身の絵本や本はどれくらいありますか。(1つに○)

1. 0冊 2. 1～10冊くらい 3. 11～20冊くらい 4. 21～30冊くらい
5. 31～50冊くらい 6. 51～99冊くらい 7. 100冊以上

6) 現在、ご家庭では対象のお子さまの1か月にかける教育費についてお聞きます。

(習い事・おけいこ事・通信教育・塾・絵本・玩具などの費用を含む。幼稚園や保育園の保育料は含まない)
家計からの支出はどれくらいですか。

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| 1. 2,500 円未満 | 7. 20,000 円～25,000 円未満 |
| 2. 2,500 円～ 5,000 円未満 | 8. 25,000 円～30,000 円未満 |
| 3. 5,000 円～7,500 円未満 | 9. 30,000 円～35,000 円未満 |
| 4. 7,500 円～10,000 円未満 | 10. 35,000 円～40,000 円未満 |
| 5. 10,000 円～15,000 円未満 | 11. 40,000 円以上 |
| 6. 15,000 円～20,000 円未満 | |

以下について、差し支えなければお答えください。

7) お子さまの父親の年齢 歳 お子さまの母親の年齢 歳

8) お子さまの父親が最後に卒業された学校を教えてください。

- | | | |
|---------|-----------|------------------|
| 1. 中学校 | 4. 高等専門学校 | 7. 大学院（六年制大学を含む） |
| 2. 高等学校 | 5. 短期大学 | 8. その他 |
| 3. 専門学校 | 6. 四年制大学 | |

9) お子さまの母親が最後に卒業された学校を教えてください。

- | | | |
|---------|-----------|------------------|
| 1. 中学校 | 4. 高等専門学校 | 7. 大学院（六年制大学を含む） |
| 2. 高等学校 | 5. 短期大学 | 8. その他 |
| 3. 専門学校 | 6. 四年制大学 | |

10) 収入についてお聞きます。

世帯全体の収入（共働きの場合は夫婦の合計）はどれくらいですか。

ボーナスなどを含め、昨年1年間の収入を税込みでお答えください。

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. 200 万円未満 | 6. 1,000 万～1,200 万円未満 |
| 2. 200 万～400 万円未満 | 7. 1,200 万～1,500 万円未満 |
| 3. 400 万～600 万円未満 | 8. 1,500 万～2,000 万円未満 |
| 4. 600 万～800 万円未満 | 9. 2,000 万円以上 |
| 5. 800 万～1,000 万円未満 | |

3 4 お子さまとデジタルメディアに関することで、困ったことや心配に感じるがありましたら、
ご自由にお書きください。

3 5 お子さまとデジタルメディアに関することで、期待しているサービスなどがありましたら、
ご自由にお書きください。

アンケートは以上で終わりです。長い時間、ご協力ありがとうございました。

乳幼児の親子のメディア活用調査

調査企画・分析メンバー・アドバイザー



調査企画

後藤 憲子	(ベネッセ教育総合研究所次世代育成研究室主任研究員)
高岡 純子	(ベネッセ教育総合研究所次世代育成研究室主任研究員)
田村 徳子	(ベネッセ教育総合研究所次世代育成研究室研究員)

分析

駒谷 真美	(昭和女子大学准教授)
佐藤 朝美	(東海学院大学専任講師)
高岡 純子	(ベネッセ教育総合研究所次世代育成研究室主任研究員)
田村 徳子	(ベネッセ教育総合研究所次世代育成研究室研究員)

アドバイザー

汐見 稔幸	(白梅学園大学学長)
榊原 洋一	(お茶の水女子大学大学院教授)
菅原ますみ	(お茶の水女子大学大学院教授)

※所属・肩書きは、2014年3月時点のものです。

研究報告書 VOL.2
第1回 乳幼児の親子のメディア活用調査報告書

発行：2014年（平成26年）3月31日
発行人：岡田晴奈
編集人：谷山和成
発行所：(株)ベネッセコーポレーション
印刷・製本：(株)牟禮印刷
企画・制作：ベネッセ教育総合研究所
後藤憲子・高岡純子・田村徳子
〒206－8686 東京都多摩市落合1－34
表紙デザイン：中村ヒロユキ
本文デザイン・編集協力：(株)ブランディット