

第2回

乳幼児の親子の メディア活用調査

速報版

乳幼児の生活に
メディアがどのくらいかわっているのか
保護者は子どものメディアの利用環境を
どのように整えているか
4年前との比較から考える

2013
↔ 2017

- 2 本調査について・調査概要
- 3 調査結果ハイライト
- 4 **1** 乳幼児のメディア利用の実態
- 7 **2** 保護者のかかわり
- 13 **Focus** スマートフォン、乳幼児と母親はどう接している？
- 14 専門の立場から・調査をふりかえって
- 15 基本属性

ベネッセ教育総合研究所

<http://berd.benesse.jp/>

2017年10月

本調査について

ここ数年で新しいメディアが急速に増え、生活する上で欠かせないものになってきています。現在、乳幼児の生活には、どのようなメディアがどのくらい入っているのでしょうか。また、保護者は乳幼児のメディアのさせ方をどのように考え、生活に取り入れているのでしょうか。

ベネッセ教育総合研究所では、0歳6か月～6歳就学前の乳幼児を持つ保護者を対象に、メディア活用の実態と保護者の意識を捉えることを目的に、2回にわたるアンケート調査を実施しました。第1回(2013年)調査・第2回(2017年)調査を比較することにより、経年での変化を捉えることができます。乳幼児のメディア活用の実態や、保護者の意識・子どもへのかかわりの様子を調査により明らかにすることで、乳幼児の親子がメディアをよりよく活用するためのヒントや、健やかな子どもの生育環境、子育て支援のあり方を考えていく際の手がかりとなれば幸いです。



調査概要

- 《調査テーマ》 乳幼児親子のメディア利用の実態、子どものメディア利用に関する保護者の意識とかかわりの実態、保護者自身のメディアとの接し方
- 《調査方法》 第1回調査 郵送法(自記式アンケートを郵送により配布・回収)
第2回調査 インターネット調査
- 《調査時期》 第1回調査 2013年3月
第2回調査 2017年3月
- 《調査対象》 第1回調査 首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉)の0歳6か月～6歳就学前の幼児をもつ母親 3,234名(配布数 10,010通、有効回収率 32.3%)。第一子のみ。
第2回調査 首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉)の0歳6か月～6歳就学前の幼児をもつ母親 3,400名。第一子のみ。
- 《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、1日のメディア使用の時間・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、子育て意識 など。

<サンプル数>

(人)

	0歳後半	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
第1回調査(2013)	569	521	436	448	438	421	401	3,234
第2回調査(2017)	388	515	515	515	515	515	437	3,400

※速報版を読む際の注意点

- ・本速報版の百分率(%)は有効回答数のうち、設問に該当する回答者を母数として算出し、小数第2位を四捨五入して表示した。その結果、各々の項目の数値の和と合計を示す数値とが一致しない場合がある。
- ・第1回と第2回で調査方法が異なるため、経年比較では2013年の無答不明を除いて表示している(基本属性以外)。

調査結果ハイライト

調査結果のポイントを、第1回調査(2013年)との比較や、今回新たに追加した質問項目を中心にまとめました。



2013 ↔ 2017

POINT 1

4年前と比較して子どもがスマートフォンに接する機会が増加した

2013年の
主なできごと

●情報通信●

国内の
スマートフォン
世帯普及率
54.7%⁴

インターネットの
人口普及率
82.8%⁵

インターネットを
利用した支出額
(世帯当たり平均月額)
5,801円⁶

LINEの
登録ユーザー数が
世界で1億人を
超える

●子育て・教育●

21世紀生まれの
中学生が登場

佐賀県武雄市、
全小中学生への
タブレット型端末
配布決定
(2014年度～)

大学の
オンライン講座の
無料化を目指す
「JMOOC」発足

2017年の
主なできごと

●情報通信●

国内の
スマートフォン
世帯普及率
69.7%⁴

インターネットの
人口普及率
83.5%⁵

インターネットを
利用した支出額
(世帯当たり平均月額)
9,838円⁶

各種
ソーシャルメディアが
動画のライブ配信
サービスを投入

●子育て・教育●

改正育児・介護
休業法施行

待機児童ゼロ
目標を先送りし
2020年度末に

0歳後半～6歳児の母親のスマートフォン所有率

60.5% ↔ 92.4% → P.4

0歳後半～6歳児がスマートフォンに「ほとんど毎日」接している割合^{*1}

11.6% ↔ 21.2% → P.5

子どもにスマートフォンを使わせる割合

親が家事などで手がはなせないとき 7.7% ↔ 15.2%
子どもがさわぐとき 17.0% ↔ 23.5% → P.9

携帯電話やスマートフォンなどでさせること^{*2}(2017年)

「写真を見せる」84.4% 「母親や子どもが撮った動画を見せる」76.2% → P.7

POINT 2

母親は、子どもの過度なメディア利用については懸念を示しており、一定の配慮や工夫をしながら使わせている

スマートフォンを子どもに見せる(使わせる)ことに「抵抗感がある」母親^{*3}

73.6% ↔ 76.4% → P.10

テレビ番組やインターネット動画・画像、アプリ・ソフトを見せることについての意見(2017年)

メリット 1位 歌や踊りを楽しめる 2位 知識が豊かになる
デメリット 1位 目や健康に悪い 2位 夢中になり過ぎる → P.10

母親が子どもにスマートフォンを使わせる際の主な工夫(自由記述より上位4項目、2017年)

「長時間見せない」「使用させない環境をつくる」
「親と一緒に使う」「使う機能を制限する」 → P.11

メディアの内容について、子どもと会話する母親の割合(2017年)

テレビ番組: 74.3% DVD・ブルーレイ: 68.5%
スマートフォン・タブレット端末: 49.2% → P.9

3

乳幼児の親子のメディア活用調査
2013 ↔ 2017

*1 家族がスマートフォンを所有する人のみ回答。2013年は無答不明を除く
*2 「よくある」「ときどきある」の合計
*3 「とても」「まあ」の合計
*4 総務省「消費動向調査」2014年3月、2017年3月
*5 総務省「通信利用動向調査」2014年1～3月実施、2016年11～12月実施
*6 総務省「家計消費状況調査」二人以上の世帯 2013年平均、2017年4～6月期平均

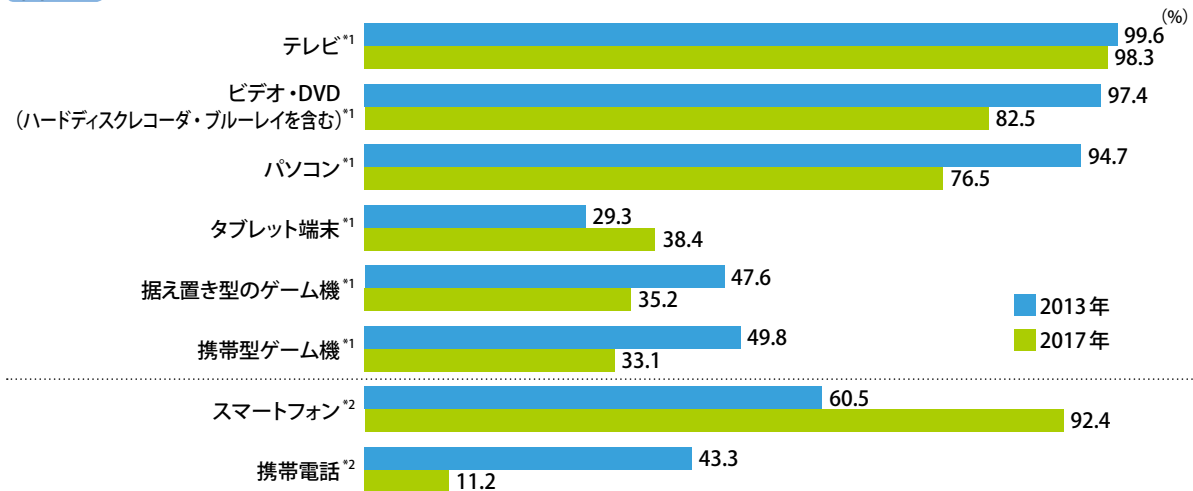
乳幼児のメディア利用の実態

家庭でのメディア所有率

母親のスマートフォンの所有率は、
4年前から約30ポイント増加し9割を超える。

Q. ご家庭で、次のものをお持ちですか。 経年比較

図 1-1



※ 複数回答

*1 家族がそのメディアを所有する割合

*2 母親が使用している割合

母親の年齢別 2017年

表 1-1

	(%)			
	29歳以下	30～34歳	35～39歳	40歳以上
テレビ ^{*1}	98.1	98.7	98.3	97.4
ビデオ・DVD (ハードディスクレコーダ・ブルーレイを含む) ^{*1}	78.4	83.0	83.1	85.5
パソコン ^{*1}	61.8	75.9	82.8	86.1
タブレット端末 ^{*1}	34.2	37.2	40.5	43.4
据え置き型のゲーム機 ^{*1}	36.1	37.2	35.6	28.1
携帯型ゲーム機 ^{*1}	34.8	33.4	33.9	28.3
スマートフォン ^{*2}	95.6	93.5	90.9	88.3
携帯電話 ^{*2}	6.6	9.2	14.3	16.8

※ 複数回答

*1 家族がそのメディアを所有する割合

*2 母親が使用している割合

乳幼児のいる家庭にあるデジタルメディアをみると、「テレビ」「ビデオ・DVD」「パソコン」「スマートフォン」は多くの家庭にある(図 1-1)。特に「スマートフォン」は、4年前の60.5%から92.4%と増加し、多くの家庭に普及した。一方、「スマートフォン」「タブレット端末」以外のメディアの所有率は減少した。

「スマートフォン」「ゲーム機(据え置き型・携帯型)」の所有率は若い年齢層の母親ほど高く、「ビデオ・DVD」「パソコン」「タブレット端末」は高い年齢層の母親ほど高い(表 1-1)。

乳幼児のメディア利用の実態

子どもの1週間あたりの使用頻度

スマートフォンに接する頻度が4年前から大きく増加、
2割以上が「ほとんど毎日」接している。

Q. お子さまは、次のものを、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。

経年比較

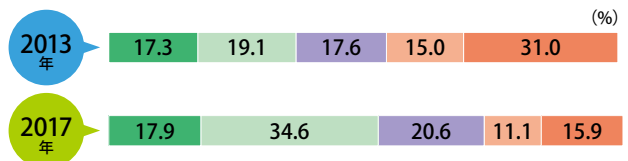
図 1-2

■ まったく見ない(使わない) ■ ごくたまに ■ 週に1～2日 ■ 週に3～4日 ■ ほとんど毎日

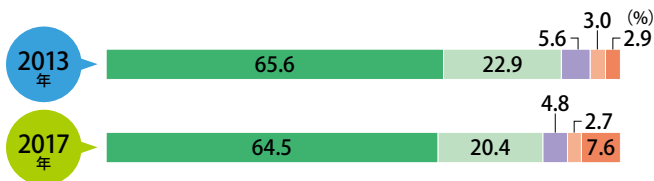
テレビ番組(録画を除く)



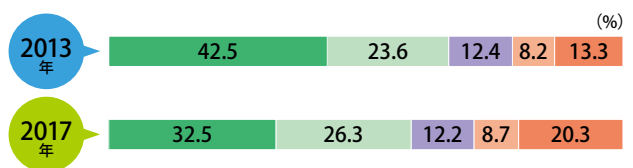
ビデオ・DVD



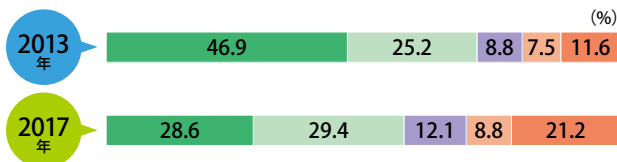
パソコン



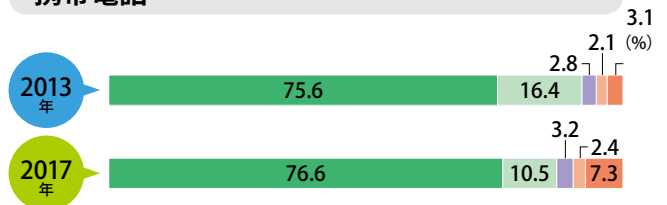
タブレット端末



スマートフォン



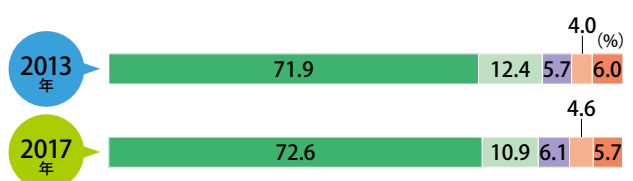
携帯電話



据え置き型ゲーム機



携帯型ゲーム機



※ 家族がそのメディアを所有する人のみ回答

※ 2013年は無答不明を除く

「テレビ番組(録画を除く)」の頻度が最も高く、80.1%が「ほとんど毎日」見ている。「ビデオ・DVD」も頻度が高い(「ほとんど毎日」の割合:15.9%)が、4年前と比較すると減少している。一方、「タブレット端末」「スマートフォン」の頻度は増加。特にスマートフォンは家庭での所有率も増加しており(図 1-1)、この4年間で急速に子どもの生活に身近な存在となっている様子がうかがえる。

乳幼児のメディア利用の実態

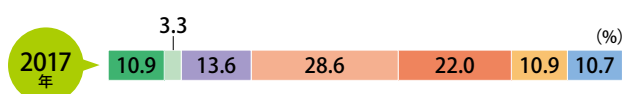
子どもの1日あたりの使用時間

この4年間で「ビデオ・DVD」の使用時間が減少し、
「タブレット端末」「スマートフォン」は増加。

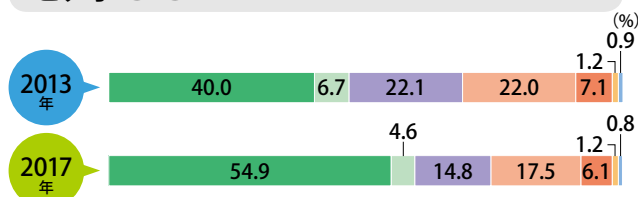
Q. お子さまは、次のものを、ご家庭で平日1日あたりどれくらいの時間、見たり使ったりしていますか。 **経年比較**

図 1-3 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

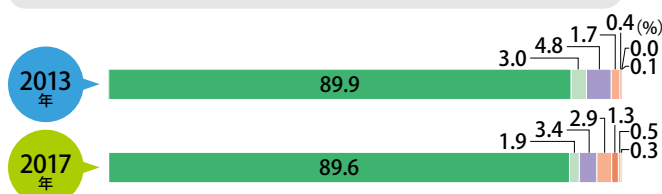
テレビ番組(録画を除く)



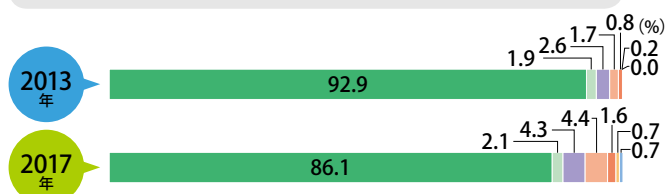
ビデオ・DVD



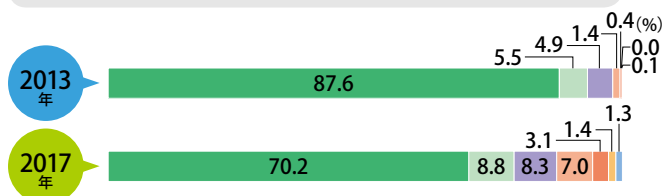
パソコン



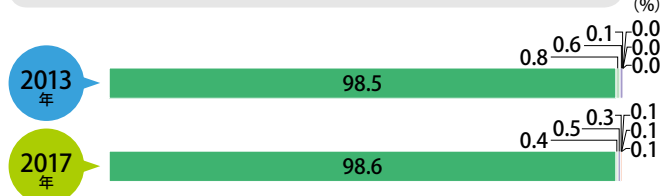
タブレット端末



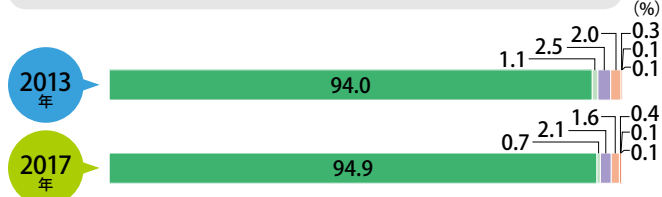
スマートフォン



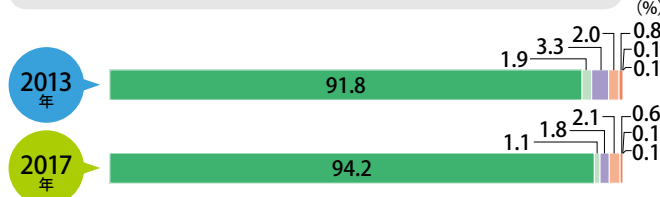
携帯電話



据え置き型ゲーム機



携帯型ゲーム機



※「15分未満」には、その機器は「家庭にない」「使わない」場合も含む

※ 2013年は無答不明を除く

「テレビ番組(録画を除く)」の視聴時間は「30分くらい」以下を選んだのが27.8%、「1時間くらい」が28.6%、「2時間くらい」以上を選んだのは43.6%。1週間あたりの頻度(図1-2)と1日あたりの時間の両方において、調査対象としたメディアの中で、接する時間が最も長い。4年前と同様に、テレビは子どもにとって最も身近なメディアといえる。

他のメディアの経年変化をみると、「ビデオ・DVD」は減少し、「タブレット端末」「スマートフォン」は増加、「パソコン」は大きな変化はみられない。これらは1週間あたりの使用頻度(図1-2)と同様の傾向といえる。

保護者のかかわり

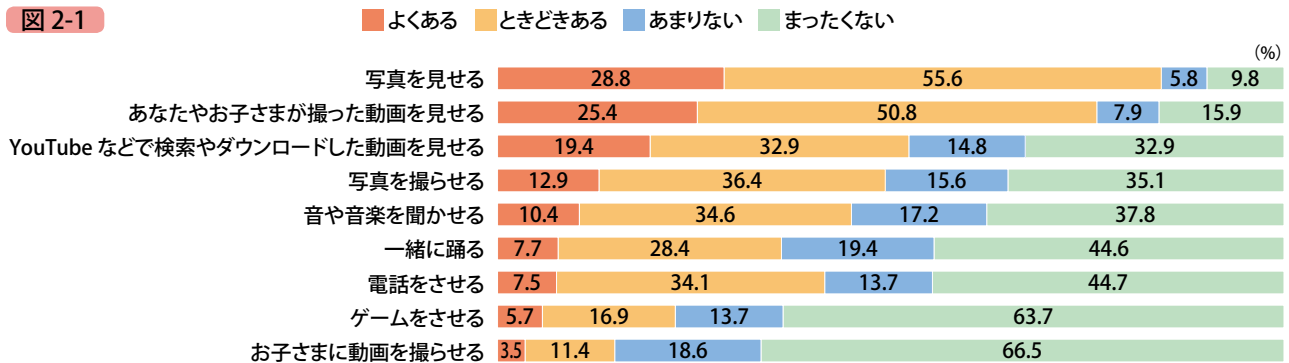
携帯電話、スマートフォン、タブレット端末、パソコンでさせること

84.4%*の母親が「写真を見せる」など、
写真や動画を見せる割合が高い。

*「よくある」「ときどきある」の合計

Q. お子さまに、携帯電話・スマートフォン、タブレット端末、パソコンで、以下のことをさせることはありますか。 2017年

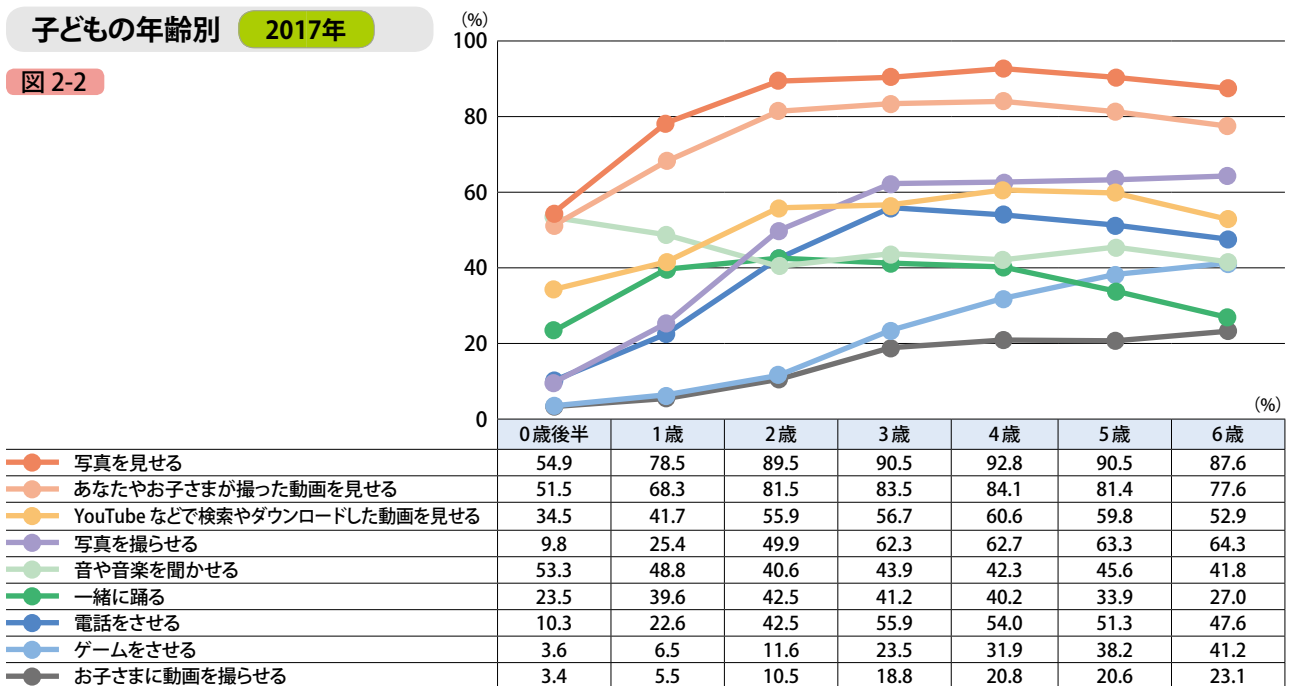
図 2-1



※ その機器は「家庭にない」「使わない」場合も回答(全員回答)

子どもの年齢別 2017年

図 2-2



※ その機器は「家庭にない」「使わない」場合も回答(全員回答)

※ 「よくある」「ときどきある」の合計

携帯電話・スマートフォン、タブレット端末、パソコンで子どもにどのようなことをさせているのだろうか。多い順に「写真を見せる」(「よくある」「ときどきある」の合計で84.4%)、「あなたやお子さまが撮った動画を見せる」(同76.2%)、「YouTubeなどで検索やダウンロードした動画を見せる」(同52.3%)である。子どもの年齢があがるにつれて増加するのは、「写真を撮らせる」(1歳児25.4%、6歳児64.3%)、「ゲームをさせる」(1歳児6.5%、6歳児41.2%)などであり、年齢があがるにつれて、子どもが使う比率が増加している。

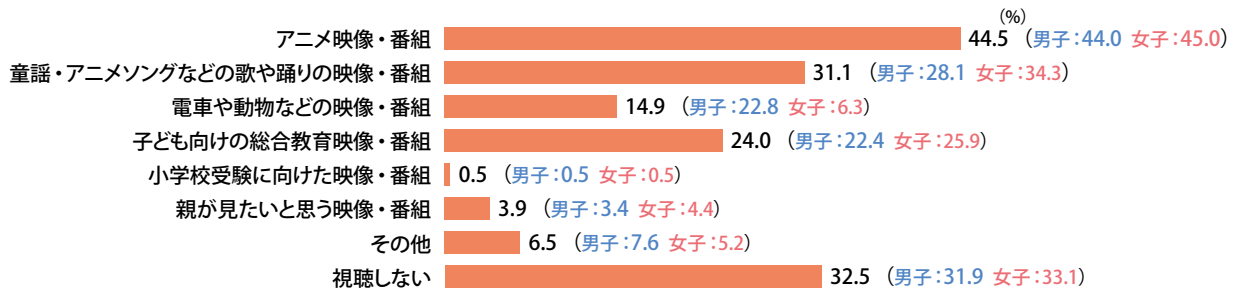
保護者のかかわり

動画アプリ・ソフトで視聴するコンテンツ

「アニメ映像・番組」は性別や年齢の違いを問わず見られている。
動画アプリ・ソフトを「視聴しない」割合は約3割で、
0歳が最も高く51.0%、4歳児が最も低く23.9%。

Q. お子さまが動画アプリ・ソフトで視聴するのはどのようなコンテンツですか。 2017年

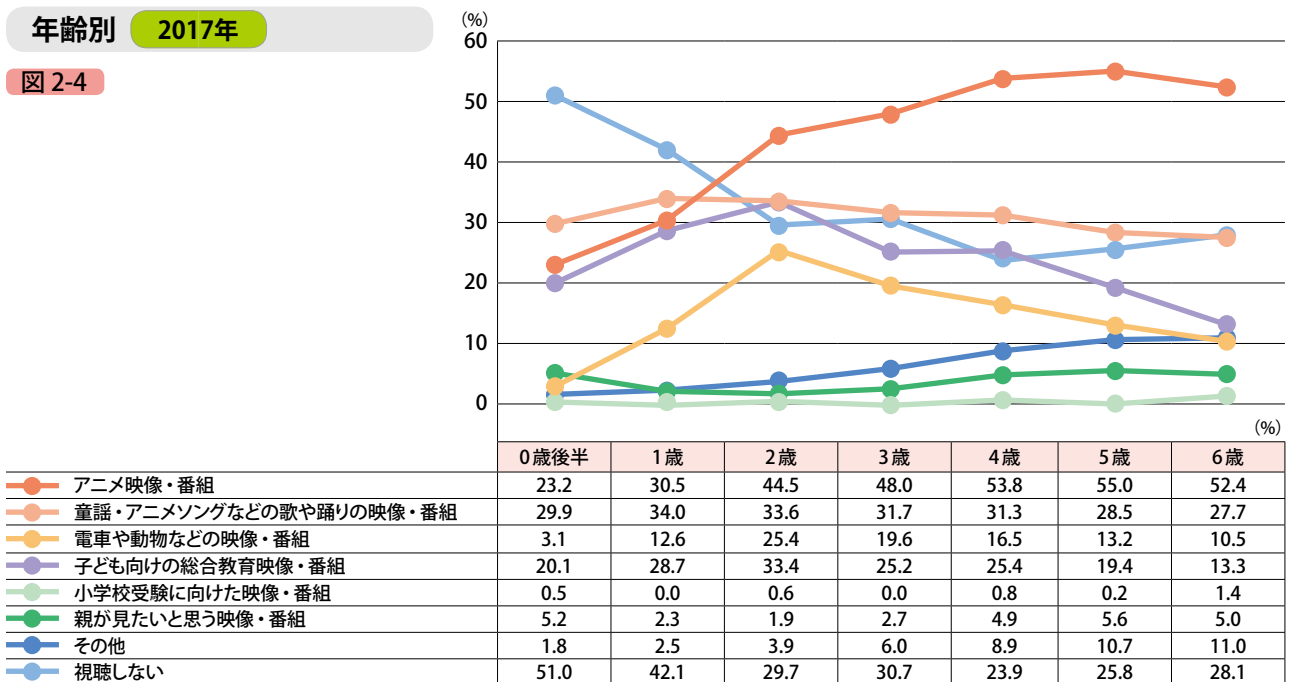
図 2-3



※ その機器は「家庭にない」「使わない」場合も回答(全員回答)
※ 複数回答

年齢別 2017年

図 2-4



※ その機器は「家庭にない」「使わない」場合も回答(全員回答)
※ 複数回答

動画アプリ・ソフトで最もよく見られているのは、「アニメ映像・番組」で44.5%。次いで「童謡・アニメソングなどの歌や踊りの映像・番組」31.1%、「子ども向けの総合教育映像・番組」24.0%と続く。性別では、女子が高いのは「童謡・アニメソングなどの歌や踊りの映像・番組」(男子28.1%、女子34.3%)、男子が高いのは「電車や動物などの映像・番組」(男子22.8%、女子6.3%)である。年齢別では、0歳、1歳では「視聴しない」(0歳51.0%、1歳42.1%)が最も多く、2歳から6歳では「アニメ映像・番組」が4~5割を占めている。

保護者のかかわり

メディアを活用する場面

メディアの活用場面で最も多いのは、「親が家事などで手をはなせないとき」の「テレビ番組」で64.0%。

Q. 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。 **経年比較**

表 2-1

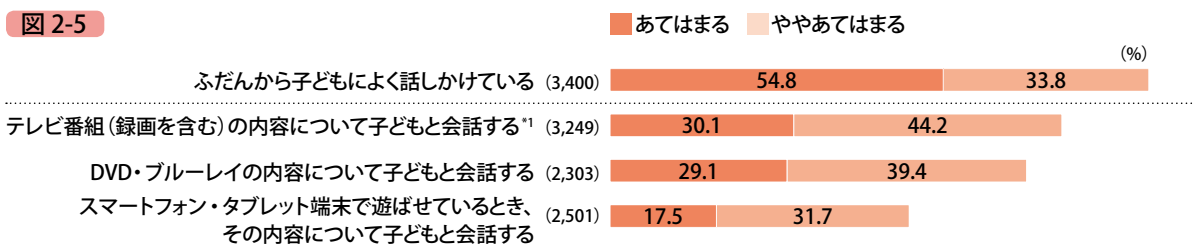
2013年→2017年で5ポイント以上差がついたもの		2013年	2017年
		(%)	
親が家事などで手をはなせないとき	テレビ番組 (録画を含む)	72.2	64.0
	ビデオ・DVD	46.1	35.8
	スマートフォン	7.7	15.2
	タブレット端末	16.8	23.9
子どもがさわぐとき	テレビ番組 (録画を含む)	26.9	27.5
	ビデオ・DVD	21.8	17.5
	スマートフォン	17.0	23.5
	タブレット端末	15.1	16.7
子どもが使いたがるとき	テレビ番組 (録画を含む)	32.3	26.1
	ビデオ・DVD	30.8	19.6
	スマートフォン	28.3	29.7
	タブレット端末	28.5	28.3
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)	7.3	5.5
	ビデオ・DVD	17.3	13.5
	スマートフォン	21.2	21.6
	タブレット端末	10.9	10.0
外出先での待ち時間	テレビ番組 (録画を含む)	1.0	0.9
	ビデオ・DVD	1.8	1.1
	スマートフォン	30.5	33.7
	タブレット端末	13.4	10.1

※ 複数回答

※ その機器が家庭にある場合のみ回答

Q. あなたはお子さまの子育てについて、どのように行動していますか。 **2017年**

図 2-5



※ メディアに関する項目の回答母数は、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち「ほとんど毎日」「週に3~4日」「週に1~2日」「ごくたまに」使っている場合
*1 「録画を除くテレビ番組」「録画したテレビ番組」のどちらかを1週間のうち「ほとんど毎日」「週に3~4日」「週に1~2日」「ごくたまに」使っている場合を回答母数とした

メディアの活用場面で、テレビ番組 (録画を含む) の視聴が高いのは、「親が家事などで手をはなせないとき」、「子どもがさわぐとき」である。スマートフォンが最も高いのは「子どもが使いたがるとき」、「自動車、電車などで移動しているとき」、「外出先での待ち時間」である。テレビ番組 (録画を含む)、DVD・ブルーレイ、スマートフォン・タブレット端末の3種類のメディアを使用する親子が、それぞれの内容について会話をする割合はテレビ番組が74.3%、DVD・ブルーレイが68.5%、スマートフォン・タブレット端末は49.2%だった。

保護者のかかわり

メディア使用の意識や抵抗感

保護者がテレビ番組(録画を含む)、インターネット動画・画像、アプリ・ソフトで感じるメリットは、「歌や踊りを楽しめる」「知識が豊かになる」の選択率が高い。デメリットでは、「目や健康に悪い」「夢中になり過ぎる」の選択率が高い。

Q. お子さまにテレビ番組(録画を含む)、インターネット動画・画像(YouTubeなど)、アプリ・ソフトを見せる(使わせる)ことについて、あなたはどのように思いますか。

2017年

表 2-2

		テレビ番組(録画を含む)			インターネット動画・画像			アプリ・ソフト ^{*1}		
メリット	1位	93.1	歌や踊りを楽しめる	78.1	歌や踊りを楽しめる	66.0	歌や踊りを楽しめる			
	2位	79.3	知識が豊かになる	44.4	知識が豊かになる	58.3	知識が豊かになる			
	3位	63.2	社会のマナーやルールを学べる	38.4	作る、描くなど表現力を育む	56.0	作る、描くなど表現力を育む			
	4位	59.1	作る、描くなど表現力を育む	29.9	親子でのコミュニケーションが増す	37.6	小学校以上の学習で役に立つ			
	5位	56.9	やさしさ、思いやりなどを育む	24.9	小学校以上の学習で役に立つ	37.5	集中力がつく			
	6位	52.7	親子でのコミュニケーションが増す	24.6	集中力がつく	36.5	親子でのコミュニケーションが増す			
デメリット	1位	84.3	目や健康に悪い	84.8	目や健康に悪い	84.5	目や健康に悪い			
	2位	75.7	夢中になり過ぎる	80.7	夢中になり過ぎる	77.0	夢中になり過ぎる			
	3位	72.0	長時間の視聴や使用が続く	75.2	長時間の視聴や使用が続く	73.8	長時間の視聴や使用が続く			
	4位	57.9	次のことに切り替えしづらい	71.3	インターネットでの有料サイトや危険なサイトにアクセスする可能性がある	68.1	インターネットでの有料サイトや危険なサイトにアクセスする可能性がある			
	5位	54.2	大きくなったとき、依存しないか心配	68.3	大きくなったとき、依存しないか心配	64.9	次のことに切り替えしづらい			
	6位	52.1	受動的になる	67.3	次のことに切り替えしづらい	64.7	大きくなったとき、依存しないか心配			

※ 数値は「とてもそう思う」「まあそう思う」の合計

※ サンプル数は3,400人

※ それぞれ10項目中6項目までを表示(インターネット動画・画像とアプリ・ソフトは11項目中、上位6項目までを表示)

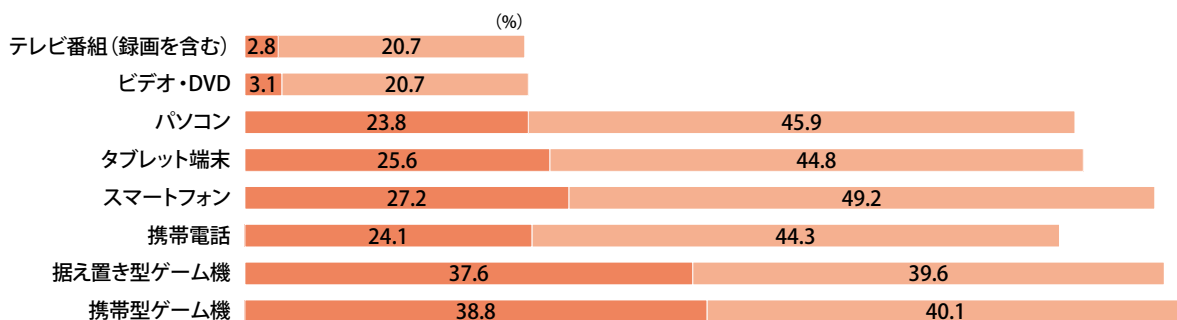
※1 スマートフォン・タブレット端末・パソコンのアプリ・ソフト(絵本・英語・お絵かき・ゲームなど)

Q. あなたは、お子さまに見せる(使わせる)ことについて、どのくらい抵抗感がありますか。

2017年

図 2-6

■ とても抵抗感がある ■ まあ抵抗感がある



※ 使っていない場合も回答(全員回答)

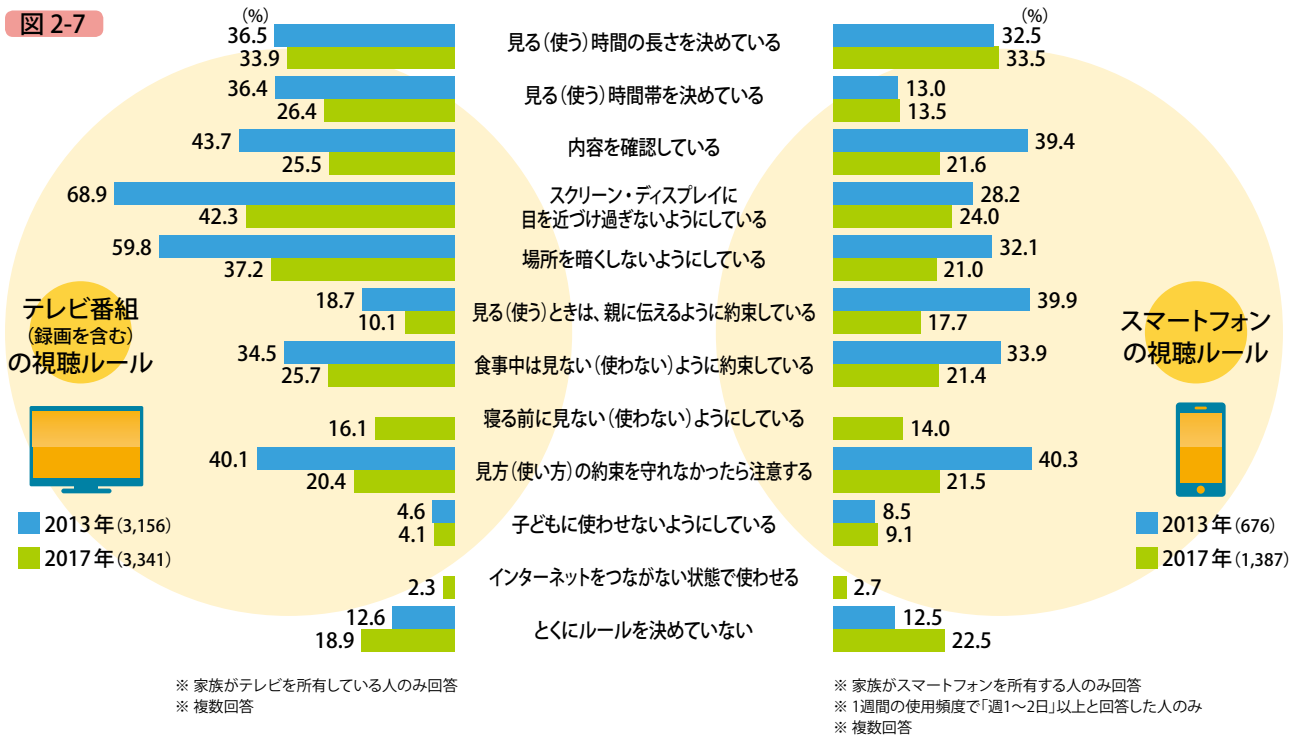
テレビ番組(録画を含む)、インターネット動画・画像、アプリ・ソフトに対する意識を見ると、共通で1位「歌や踊りを楽しめる」、2位「知識が豊かになる」が選択されている。テレビ番組では「社会のマナーやルールを学べる」が3位である。インターネット動画・画像、アプリ・ソフトでは「作る、描くなど表現力を育む」が3位であった。一方、デメリットはいずれも多い順に1位「目や健康に悪い」、2位「夢中になり過ぎる」、3位「長時間の視聴や使用が続く」だった。保護者は可能性と気がかりの両方を感じている。

保護者のかかわり

親子のメディアのルール

メディアの使用ルールについて
「とくに決めていない」が増加。

Q. あなたは、お子さまがデジタルメディアを見たり使ったりするときに、ルールを決めていますか。 経年比較



Q. お子さまがスマートフォンを使われる場合に、工夫されていることがありましたらご自由にお書きください。 2017年

表 2-3

	(件)
長時間見せない	526
使用させない環境をつくる	431
親と一緒に使う	301
使う機能を制限する	154
音や明るさなどの視聴環境に配慮する	124
使う場面を制限する	62
ルールを決める、モラルを意識させる	34
親の使用に問題が生じないように工夫する	17
その他	27

※ 回答数 1,676

使用中はずっと一緒に見えています。

ロックをかけて使えないようにしています。

時計のハリがここまできたら終わりね、と時間を決めてやらせています。

テレビ番組(録画を含む)、スマートフォンの視聴(使用)ルールでは、ほとんどの項目で4年前より割合が減少している。スマートフォンでは「とくにルールを決めていない」が10ポイント増加した。スマートフォンを使っている場合に工夫すること(自由記述)では、多い順に「長時間見せない」(526件)、「使用させない環境をつくる」(431件)、「親と一緒に使う」(301件)である。使用させない環境づくりでは、ロックをかける、機内モードにするといった声が多い。グラフには示していないが、メディアのフィルタリングをしている割合は3~7%と非常に少ない。フィルタリングをかけるよりも各機器の機能を使っている傾向がうかがえる。

保護者のかかわり

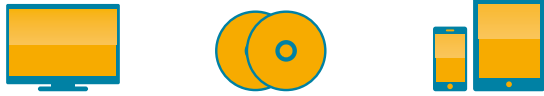
メディアの内容に関する親子の会話

メディアの内容について子どもと会話をする保護者は、
メディアを介さないかかわりも多く、子育てに対する肯定感が高い。

子どもとのかかわり、子育て肯定感（メディアの内容について、子どもとの会話の多い／少ない群別）

2017年

表 2-4



＜ 会話が多い群と少ない群との差が5ポイント以上ある項目		テレビ番組 (録画を含む)		DVD・ブルーレイ		スマートフォン・ タブレット端末	
		会話が 少ない群	会話が 多い群	会話が 少ない群	会話が 多い群	会話が 少ない群	会話が 多い群
子どもとのかかわり	子どもと言葉あそびをしている (しりとり、だじゃれなど)	42.2	68.7	55.8	71.6	57.6	71.6
	子どもとブロックや積み木などをしている	59.9	80.8	64.8	82.9	68.2	83.3
	子どもと一緒に絵をかいたり、 ねんどや折り紙で遊んだりしている	40.3	75.9	57.9	79.8	60.9	79.5
	子どもに本の読み聞かせをしている	65.5	78.5	67.6	79.7	70.0	79.5
子育て肯定感	子育てによって自分も成長していると 感じる	63.5	74.6	67.6	75.6	66.8	76.5
	子どもを育てるのは楽しくて 幸せなことだと思う	75.6	85.4	77.1	85.8	78.7	87.1
	子どもと遊ぶのはとてもおもしろいと 思う	72.1	82.6	69.2	84.0	74.4	84.8
	子どもがかわいくてたまらないと思う	89.3	93.5	90.9	94.1	90.2	94.3
メディアを使う時のルール	子どもがスマートフォンを見る(使う)とき、 時間の長さを決めている	11.6	26.6	21.1	27.5	22.4	34.1
	子どもがスマートフォンを見る(使う)とき、 内容を確認している	9.0	16.4	14.6	17.7	13.1	23.3
	子どもがスマートフォンを見る(使う)とき、 ディスプレイに目を近づけ過ぎないようにしている	10.9	17.7	14.3	20.8	14.0	25.9

※「子どもとのかかわり」「子育て肯定感」の値は「よくある」「ときどきある」の合計、「メディアを使う時のルール」の値は決めていると回答した人の割合
 ※「テレビ番組(録画を含む)の内容について子どもと会話する」「DVD・ブルーレイの内容について子どもと会話する」「スマートフォン・タブレット端末で遊ばせているとき、その内容について子どもと会話する」について、メディアを1週間のうち「ごくたまに」以上の頻度で使い、それぞれ「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した場合を「会話が多い群」、「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」に回答した場合を「会話が少ない群」とした

テレビ番組(録画を含む)、DVD・ブルーレイ、スマートフォン・タブレット端末を子どもが見たり使ったりする時に、その内容について子どもと会話する保護者の特徴をまとめた結果が上表である。メディアの内容について子どもとの会話が多い群は、メディアを介さない遊びの場面でも子どもとのかかわりが多く、子育てに関する肯定感の高さにも関連している。さらに、メディアを使う時のルールを決めている割合も高い傾向もみられる。こうした保護者は、従来の子どもとのかかわりの代替手段としてメディアを使うというよりも、新たなツールの一つとしてメディアを活用し、子どもとのコミュニケーションを図っている様子が見える。

Focus

スマートフォン、乳幼児と母親はどう接している？



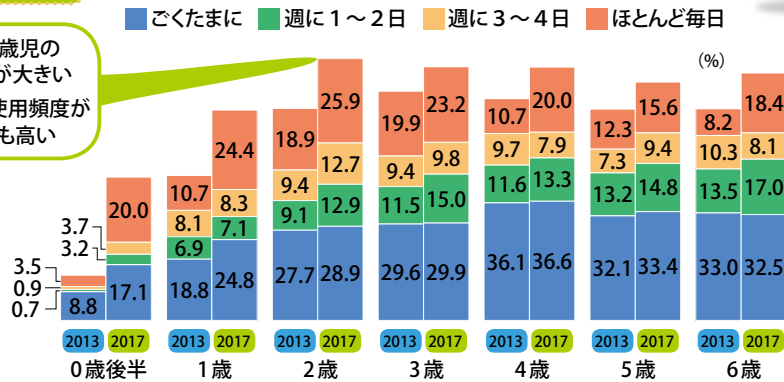
今回調査のポイントである、スマートフォンと乳幼児・母親のかかわりについて、主な結果をまとめました。

1週間でどのくらい使っているの？

使用頻度

(1週間あたり、経年比較)

0～2歳児の増加幅が大きい
2歳児の使用頻度がもっとも高い



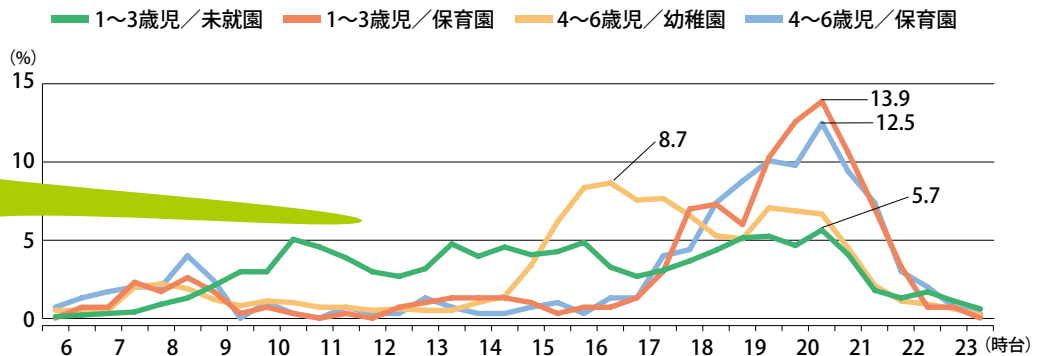
※ 家族がスマートフォンを所有する人のみ回答
※ 2013年は無回答不明を除く

何時ごろ使うことが多いの？

使用時間帯

(平日1日あたり、2017年)

昼間は未就園児、夕食前は幼稚園児、夕食後は保育園児が比較的多く接触している



※ 全員回答

どんな時に見せているの？

利用場面

(2017年)



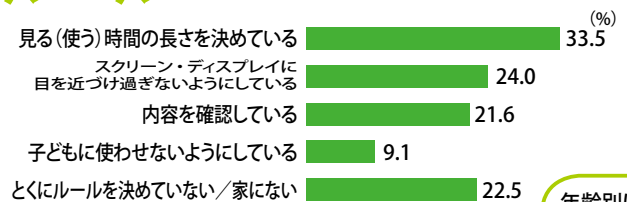
家の中/外を問わずさまざまな場面で使われている

※ 家族がスマートフォンを所有する人のみ回答
※ 複数回答

母親が気を付けていることは？

ルール

(2017年)



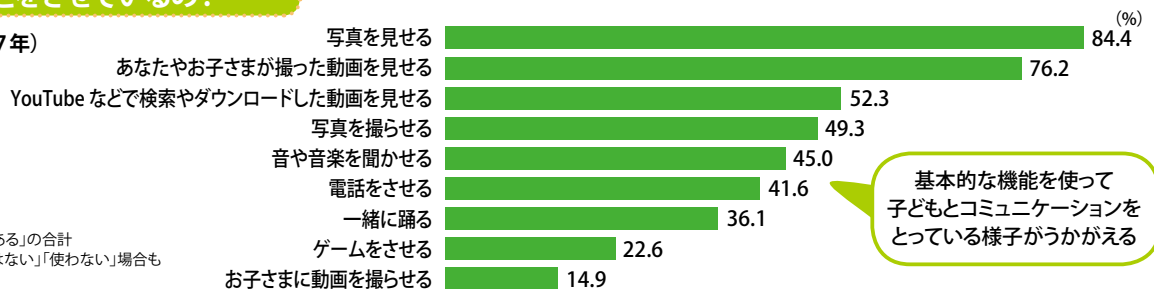
年齢別にみると
1歳未満:46.1%
1～3歳:24.1%
4～6歳:16.4%

※ 家族がスマートフォンを所有する人のみ回答
※ 1週間の利用頻度で「週1～2日」以上と回答した人のみ
※ 複数回答

どんなことをさせているの？

用途

(2017年)



基本的な機能を使って子どもとコミュニケーションをとっている様子が見える

※ 「よくある」「ときどきある」の合計
※ その機器は「家庭にはない」「使わない」場合も回答(全員回答)

新しいメディアを使って 親子の会話を楽しむ時間に

汐見 稔幸 先生

(白梅学園大学学長、東京大学名誉教授)
専門：教育学、教育人間学、育児学

今回の調査結果から、乳幼児のいる家庭に予想以上に短期間でスマートフォンが普及したことがわかりました。スマホが乳幼児の生活に、世間で懸念されているように深く入り込み、依存症状などを生み出しているのではないかと慎重に調べましたが、結果はそうではなく、乳幼児が長時間利用している家庭はごくわずかであり、外遊びや絵本を読むなどの時間が減少しているわけでもなく、1日の生活の中にバランスよくメディアを取り入れようと保護者が配慮している様子がうかがえるものでした。視聴する内容やルールについても気にかけている家庭がほとんどで、乳幼児のメディア利用に対して社会の方が過度な心配をしなければならないという結果ではありませんでした。

今回の調査では、乳幼児は主に映像や音楽などを利用している様子が浮かびましたが、今後、新しいメディアの可能性や課題をいかに吟味しながら、活用の仕方を各家庭で模索することによって、より豊かな親子関係と親子の会話を楽しむ時間が増えることを期待します。あわせて強調すべきことは、メディアから間接的に情報を得るだけでなく、実体験も当然ながら大切になるということです。メディアで得た知識を真の理解へと深めるには、実際に五感を使って感じる事が絶対条件だからです。動画や絵本等の間接情報と豊かな実体験が脳でつながることで、知識が身体に刻み込まれ、智恵とつながる知性が身につくのです。

養育行動の一つとしての メディアの活用

菅原 ますみ 先生

(お茶の水女子大学基幹研究院人間科学系教授、同大学人間発達教育科学研究所所長)
専門：発達心理学、発達精神病理学

デジタルメディアコンテンツは、絵本などと同様に、大人と一緒に視聴しながら内容について「〇〇はどうしてうれしいのかな?」「どこにあったのかな?」など質問形式で対話すると、よりたくさん言葉の覚えたりお話の理解が進んだりすることが先行研究から明らかになっています。今回の調査結果から、普段から子どもによく関わり、話しかけている母親は、メディアの内容に関する子どもとの会話も多いことがわかりました。乳幼児の生活からスマートフォンを完全に切り離すことはもはや現実的とは言えません。今後は、デジタルメディアを含む様々なメディアを、子どもの遊びや学び、親子のコミュニケーションのツールとして上手に活用するリテラシーが重要になってきます。

乳幼児のデジタルメディアの利用用途が、おもに家族や子ども自身が撮影した写真や動画の視聴であるという結果も興味深い結果です。写真を自分で撮っている子どもも少なくありませんでした。一般的に懸念されている受動的な視聴とは異なる実態が明らかになったといえるでしょう。子どもが撮影したものを通じて、興味を惹かれた世界を子どもの目線から知ることができるようになり、それを家族で共有していくことは親子のコミュニケーションの深化につながっていくのではないのでしょうか。デジタルメディアを使った子どもの表現活動が発達にどう関わるのかは、今後の研究課題としても重要だと感じます。

テレビから「スマホ」へ

榎原 洋一 先生

(お茶の水女子大学名誉教授、チャイルド・リサーチ・ネット所長)
専門：小児科学、小児神経学、発達神経学

前回の第1回調査(2013年)から、たった4年の間に、子育て家庭におけるメディアの使用状況に大きな変化が起こっている、というのが今回の調査結果を見た時の最初の感想です。家庭でのスマートフォンの所有率が、4年前の約60%から、1.5倍増の約93%になっています。これはテレビ所有率の98.3%に迫る数字です。子どもがスマートフォンに接する機会も50%から70%へと急増しています。

子育て環境でのスマートフォン使用を心配している方々にとっては、こうした変化は大きな脅威に映るかもしれません。しかし、スマートフォンの使い方を見ると、それは杞憂だと思います。用途を見ると、スマートフォンやタブレットは、主に「写真を見せる」「動画を見せる」「写真を撮らせる」「一緒に踊る」といった、親子一緒にの場面で使用されています。「ゲームをさせる」といった一人で使用する回答者は少数なのです。

アメリカ小児科学会も、デジタルメディアを他人とのコミュニケーションの手段として使うことのメリットを認めています。日本の家庭ではスマートフォンは、親子のコミュニケーションの手段として使われているのです。

今回の結果で唯一気がかりであったのは、スマートフォンに比べて、タブレットの所有と使用が比較的小さいことです。なぜなら、画面の大きさや操作性の上で、例えばデジタル絵本を見たりするには、スマートフォンよりタブレットのほうが有望だからです。

メディア特性を踏まえた活用を

佐藤 朝美 先生

(愛知淑徳大学准教授)
専門：教育工学、学習環境デザイン

本調査から、スマートフォンの普及はめざましく、親の利用拡大に伴い、子どもの使用の低年齢化、頻度・時間の増大が見られます。一方で、子どもの生活時間を見ると実体験の活動とのバランスを取っている様子が見られ、写真や動画を撮影させたり見せたりする等、家族での対話が想定されるケースもうかがえました。

スマートフォンというメディアの特徴を改めて挙げると、映像視聴、アプリ使用、写真撮影、テレビ電話ができるなど多機能で、いつでもどこでも利用可能な点があります。また、画面が小さく、子ども一人で専有し易いのも特徴です。今後は、スマートフォン全体の善悪を問うのではなく、どの部分にリスクがあり、どのような使用方法があるか、詳細に見ていく必要があると思います。

また本調査では、スマートフォンの視聴(使用)ルールを定める割合が減少していました。親の所有物であることから管理が行き届いていることや、アプリ会社が提供するアラーム機能があることが要因かもしれません。しかし、この時期から使用制限を設け、戦略的に親が主導を握ることが、将来子どもが主体で利用する際に有効となるでしょう。

本調査の年代の子ども達は、大好きな親を常に観察し、そこから学ぶことが大きいのも特徴です。親のスマートフォンの使い方が子どもへ与える影響が大きいと考えられます。他メディアを含め、その特徴をいかに、メリットを最大に享受できるよう活用して欲しいです。

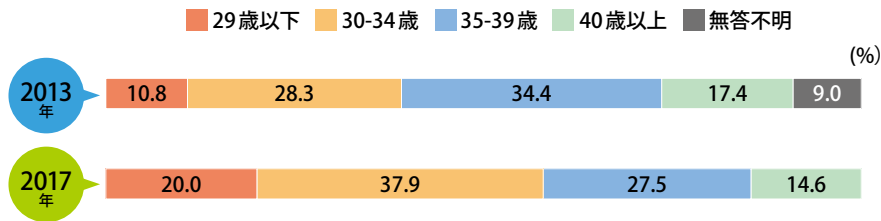
調査をふりかえって

今回の調査の結果から、0歳6か月～6歳の親子の子育てにおいて、スマートフォンがさまざまな場面で利用されていることがわかりました。この傾向は2013年の第1回調査と比較して強まっており、テレビに加えてスマートフォンが親子の時間をつなぐ身近な存在となっている様子がうかがえます。子どもが各種メディアに接する際には、保護者が使用時間や環境などに配慮している傾向も見られます。

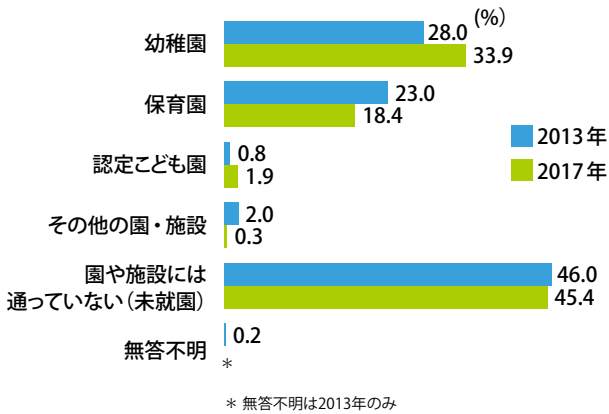
今後は、一定のルールやマナーを踏まえつつ、親子のコミュニケーションを深めるツールとしてどのようにメディアを取り入れればよいかを考えていくことが大切と思われます。

基本属性

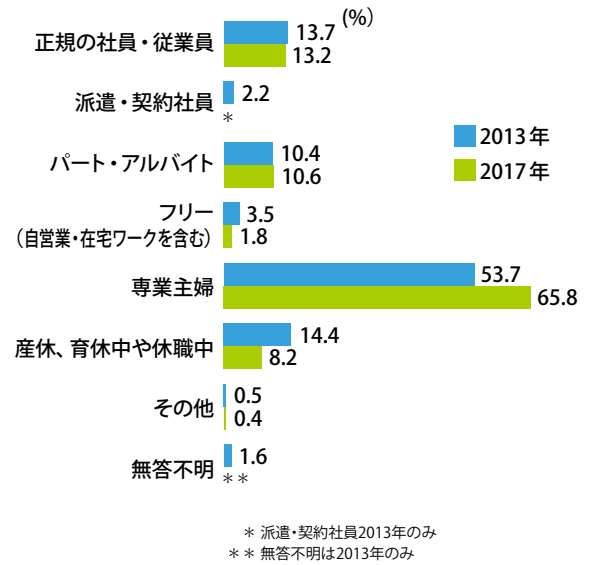
母親の年齢



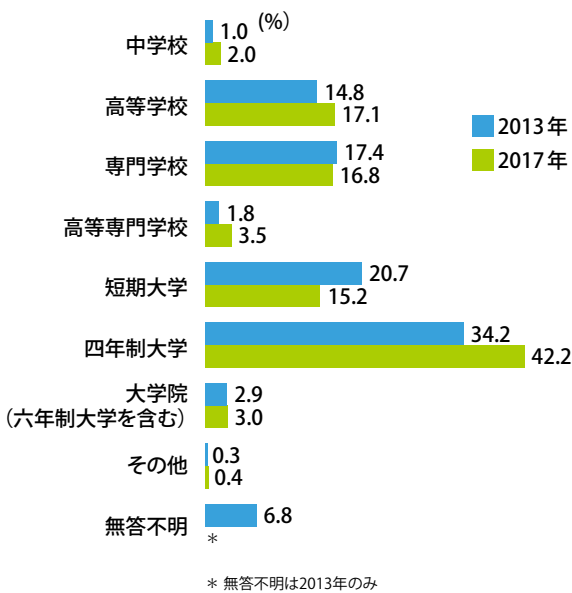
就園状況



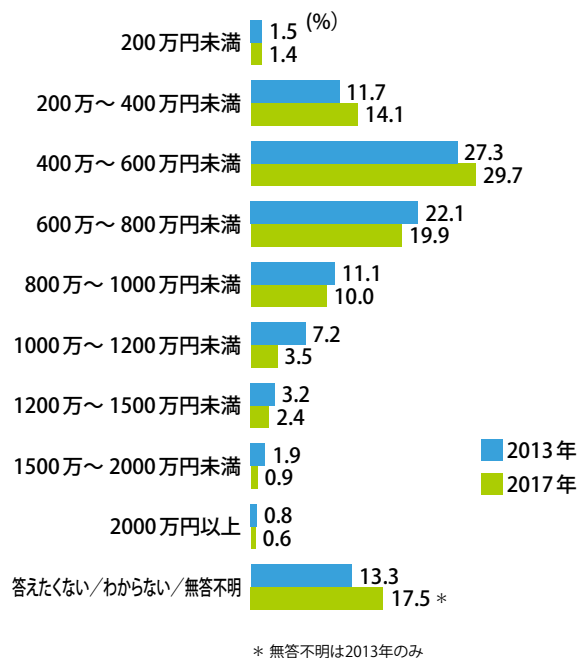
母親の就業状況



母親の最終学歴



世帯年収



第2回 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

※ 所属・肩書きは、調査企画・分析時のものです。

- 汐見 稔幸 (白梅学園大学学長、東京大学名誉教授)
榊原 洋一 (お茶の水女子大学名誉教授、チャイルド・リサーチ・ネット所長)
菅原 ますみ (お茶の水女子大学基幹研究院人間科学系教授、同大学人間発達教育科学研究所所長)
佐藤 朝美 (愛知淑徳大学准教授)
高岡 純子 (ベネッセ教育総合研究所 次世代育成研究室 室長／主任研究員)
久保木 有希子 (ベネッセ教育総合研究所 次世代育成研究室 研究員)
田村 徳子 (ベネッセ教育総合研究所 特任研究員)

「ベネッセ教育総合研究所」のWEBサイトのご紹介



ベネッセ教育総合研究所では、各研究室の調査研究レポートと、幼稚園、保育園、小学校、中学校、高校、大学の教職員を対象とした情報誌をWEBサイトにすべて掲載しています。

また、ベネッセ教育総合研究所の研究員による、最新の研究知見や園・学校現場の声をふまえたオピニオンも公開しています。

本調査を含む当研究所が行なった過去の調査結果をダウンロードできます。

ベネッセ教育総合研究所

検索

<http://berd.benesse.jp/>

WEB サイト「小さな子どもとメディア」

WEB サイト「小さな子どもとメディア」では、小さな子どもとメディア視聴について、一般の保護者の方から各分野の専門家まで、多くの人々が知恵や体験を持ち寄って考える場です。

インターネットで検索してください。

小さな子どもとメディア

検索



「第2回 乳幼児の親子のメディア活用調査」

発行日：2017年10月31日

発行人：谷山 和成

編集人：木村 治生

調査企画・分析：高岡 純子 久保木 有希子 田村 徳子

発行所：(株)ベネッセホールディングス ベネッセ教育総合研究所 次世代育成研究室
〒206-0033 東京都多摩市落合 1-34

デザイン：中村 ヒロユキ (Charlie's HOUSE)