

刊行のことば

近年、日本の社会では、少子高齢化、核家族のさらなる進行、女性の社会進出、経済のグローバル化、情報化の進展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。このような変化をとらえるため、学術的な調査・研究を行いその成果を事業・社会に還元することを目指して、ベネッセ教育総合研究所は活動しています。

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、2013年3月に行った第1回から4年を経て、2017年3月に実施しました。近年、新しいメディアが急速に増えているなかで、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としております。今回は3,400名の保護者の皆さまにアンケートのご回答をいただきました。家事や子育て、仕事にお忙しいなか、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。調査で浮かび上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・行政に携わる方々など幅広くご活用いただければ幸いです。

2018年3月

ベネッセ教育総合研究所

第2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

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

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	10
子どもを巡るメディア環境の劇的な変化の時代	榊原 洋一	12
子どもの発達と親子のかかわりの観点から ータッチスクリーン・メディアの登場についてー	菅原 ますみ	14

第1章 乳幼児のメディア利用の実態 17

第1節 家庭のメディア所有状況	久保木 有希子	18
第2節 子どもの1週間のメディア活用状況	久保木 有希子	22
第3節 1日あたりの活動時間	田村 徳子	26
第4節 平日に使う時間帯	田村 徳子	30
第5節 メディアを活用する場面	久保木 有希子	34
第6節 アプリ・ソフトの使用時間、内容、選択基準	高岡 純子	38
第7節 友だちとのかかわり	田村 徳子	46
第8節 メディアを使い始めた時期	高岡 純子	50

第2章 保護者のかかわりと意識 53

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	54
第2節 ルールの参考、ママ友との話題	佐藤 朝美	64
第3節 メディアへの抵抗感、気がかり	佐藤 朝美	68
第4節 アプリ・ソフトへの意識	佐藤 朝美	70

第3章 保護者自身のメディアとの接し方 73

第1節 保護者のメディア利用率・使用時間	駒谷 真美	74
第2節 ママ友や園との連絡手段	駒谷 真美	78
第3節 Webサイト・SNSの子育て利用	駒谷 真美	84
第4節 保護者のメディアに対する親和性と依存性	駒谷 真美	88
第5節 家庭のメディアルール	駒谷 真美	92

資料編	95
調査票見本	96
乳幼児の親子のメディア活用調査 分析メンバー 一覧	116

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。(URL: <http://berd.benesse.jp/jisedaikin/media/>)

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、タブレット端末やスマートフォン、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. 4年間の経年変化がわかる

本調査では、時系列での変化を把握することを目的として設計している。第1回調査と同一の項目を用いているため、4年間の変化をとらえることができる。

3. 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様々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。

4. 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、また保護者の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利用に関する実態と意識、保護者のかかわり、保護者自身のメディアとの接し方

2. 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

3. 調査時期 第1回 2013年3月
第2回 2017年3月

4. 調査対象 第1回 0歳6か月～6歳までの就学前の乳幼児をもつ母親3,234名
(配布数10,010通 有効回収率32.3%)
第2回 0歳6か月～6歳までの就学前の乳幼児をもつ母親3,400名

5. 調査地域 第1回・2回ともに東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県

6. サンプル数

	0歳児 後半	1歳児	2歳児	3歳児	4歳児	5歳児	6歳児	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

(人)

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・1日の使用時間・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。

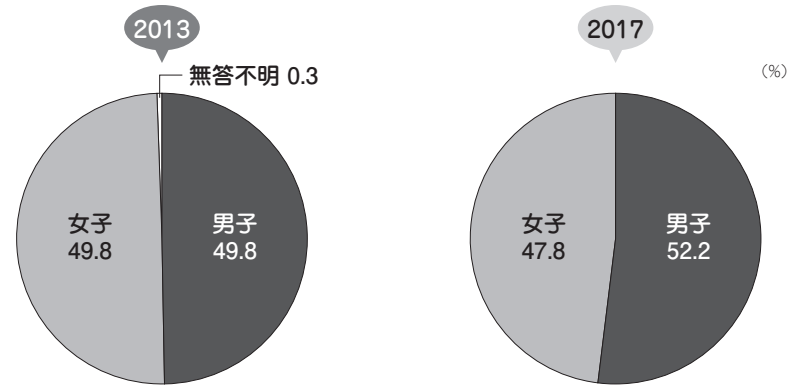
本報告書を読む際の注意点

- ・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、小数点第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。
- ・選択肢を合計した値は、集計方法が異なるため、基礎集計表の値とは異なる場合がある。
- ・経年比較の図表において、該当の項目を示していない年は、その項目はたずねていない。
- ・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)。

※報告書の中で掲載しているWebサイト・SNS・アプリの名称・情報は変わることがあります。

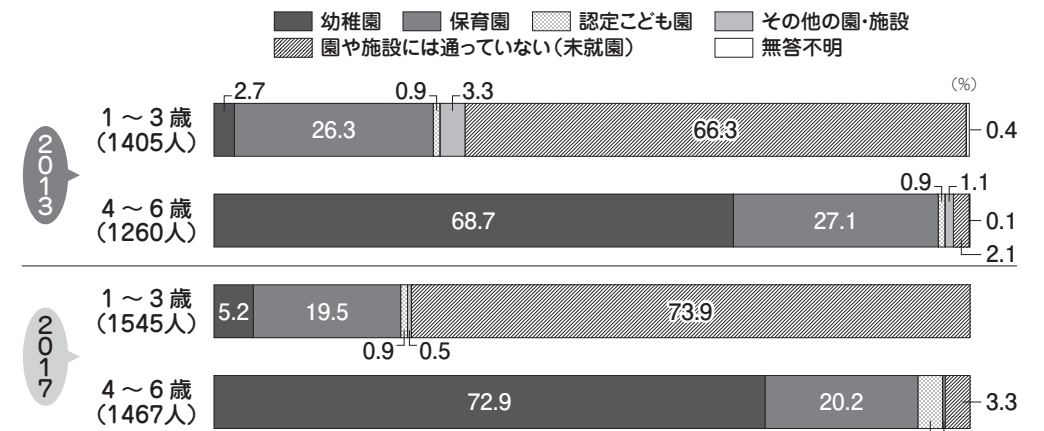
基本属性

1 性別



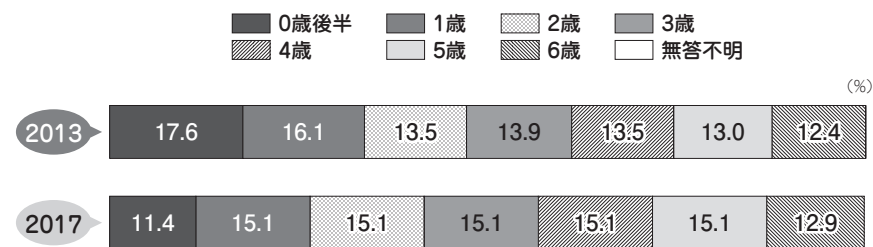
注) 2017年調査では「無答不明」はない。

4 就園状況



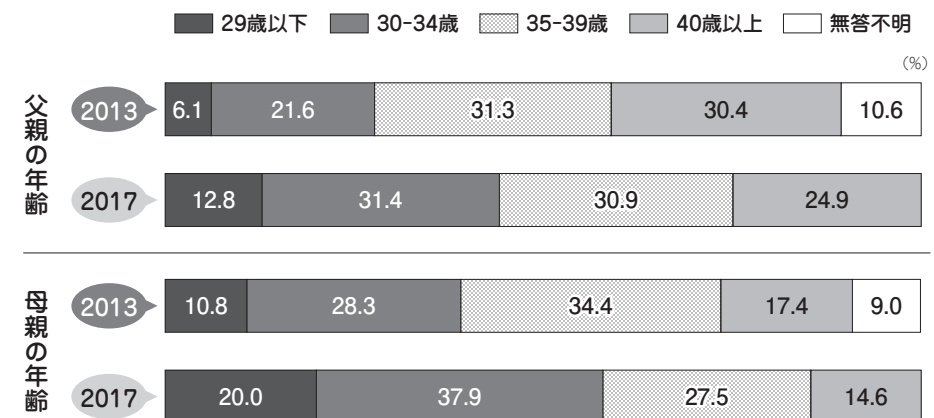
注) 2017年調査では「無答不明」はない。

2 子どもの年齢



注) 2017年調査では「無答不明」はない。

5 父親・母親の年齢



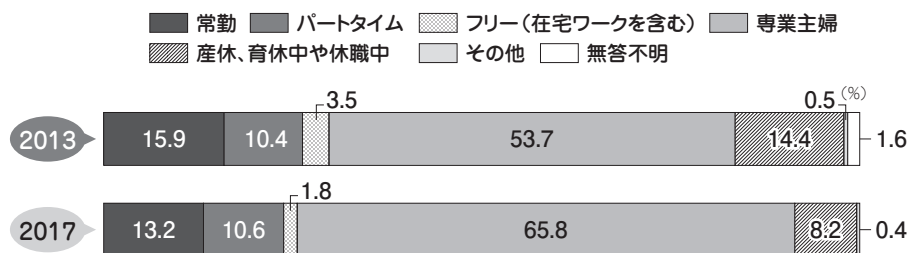
注) 2017年調査では「無答不明」はない。

3 きょうだい数



注) 2017年調査では「無答不明」はない。

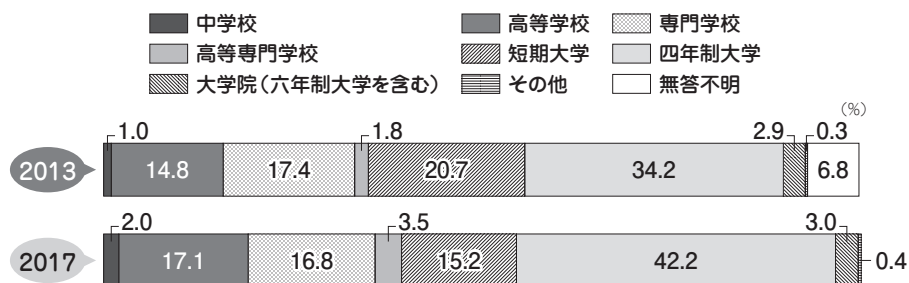
6 母親の就業状況



注1) 2013年調査で「正規の社員・従業員」「派遣・契約社員」→2017年調査「常勤」に変更（集計は経年比較するために合算）、同様に、「パートタイム・アルバイト」→「パートタイム」。

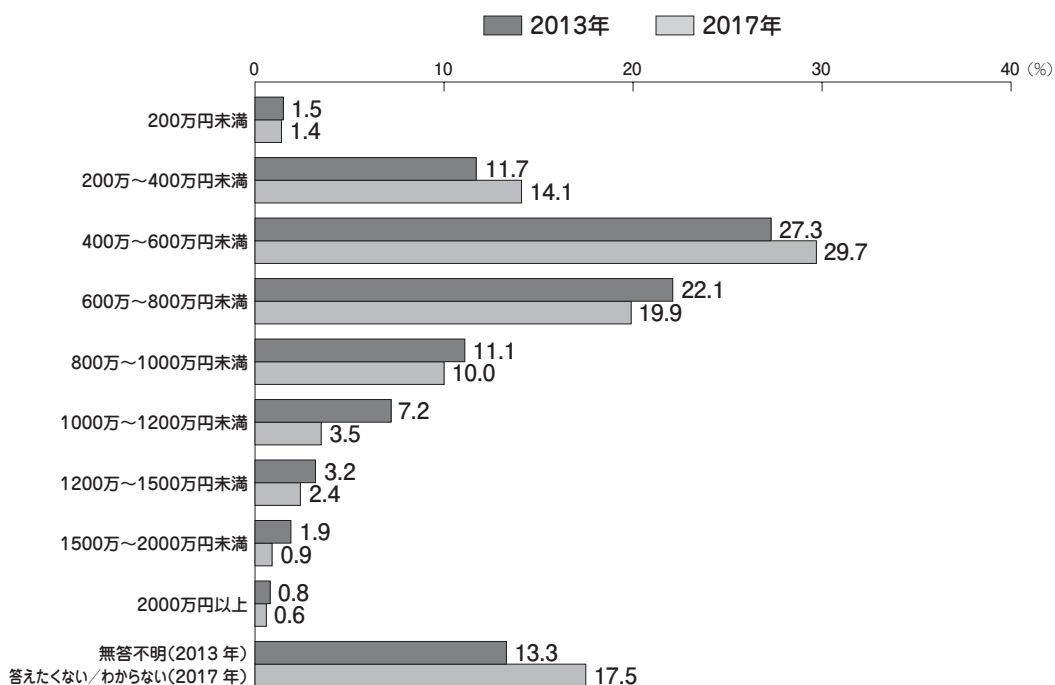
注2) 2017年調査では「無答不明」はない。

7 母親の最終学歴



注) 2017年調査では「無答不明」はない。

8 世帯年収



注) 2017年調査では、無答不明がない代わりに、項目に「答えたくない/わからない」を追加した。

序章

乳幼児の親子の メディア活用調査を ふりかえって



汐見 稔幸
榊原 洋一
菅原 ますみ

新しいメディアを使って親子の会話を 楽しむ時間に

白梅学園大学学長、東京大学名誉教授 汐見 稔幸

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(スマホ)が普及したことがわかりました。乳幼児のいる家庭だけでなく、日本人の生活の必需品となっている様子が表れているのだと思います。

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な等を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。

現在は、スマホが一般家庭の生活でどう位置付けていくのか、いわば模索が続いているのだと思います。自分の周囲の世界のことをもっと知りたい、レシピなどの必要な情報を楽に手に入れたい、できれば映像情報も手軽に得たい等々は、いわば人間の本能でしょう。その意味で、調べたいことがすぐに調べられ、しかも映像やゲームが楽しめる身近なメディアに、子どもが興味を持つのはごく自然のことと思われませんが、その可能性と限界についても自然と理解されていく可能性があることが示唆された結果だったように思います。

今後、電子絵本などが普及し、3D映画のように立体的な映像を手軽に楽しめるようなツールが出てくることも予想されます。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様子が見えましたが、今後、これらの新しいメディアが出てきたとき、その可能性や課題をていねいに吟味しながら、その活用の仕方を家庭が模索することによって、各家庭で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。

あわせて強調しなければならないことは、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ものが絶対条件だからです。学校でアクティブ・ラーニングの大切さが強調されるようになってきましたが、それは乳幼児も同じで、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、智慧とつながる知性が身につくのです。

子どもを巡るメディア環境の劇的な変化の時代

お茶の水女子大学名誉教授 神原 洋一

① 「コンピューターって何？」

有名な電子機器メーカーのタブレット端末のテレビコマーシャルに次のような場面があります。

小学生くらいの子どもが、学校からの帰宅途中に、友達と写真添付のSNSメールを交換したり、道ばたの草にいたカマキリの写真を撮ったりしています。帰宅して裏庭の芝生に寝転んでタブレット端末で何かしていると、隣の家のおばさんがその様子を見て「ねえ、コンピューターで何しているの？」と聞きます。その時の子どもの答えが表題の「コンピューターって何？」です。

今回の「第2回乳幼児の親子のメディア活用調査」報告を監修して第一に感じたことは、上記のコマーシャルで象徴的に示された家庭におけるメディア使用状況に大きな転機が訪れていることでした。上記のコマーシャルは、もはやコンピューターはどこにでもあり、コンピューターを操作しているという感覚がない時代（IoT）の到来を象徴しています。

本調査の対象となったメディア機器は、テレビ、ビデオ・DVD、携帯電話、ゲーム（機器）、パソコン、タブレット端末、スマートフォンなどでした。1960年代のテレビ普及に始まったこうしたメディアの変遷は、それを経験しながら生きてきた保護者やそれ以上の世代にとっては、一連の滑らかな変化として捉えられてきたのではないのでしょうか。しかし、実際には滑らかな変化ではなく、技術革新による複数回の不連続の大きな飛躍をとまう変化だったのです。テレビ、ビデオは画像装置、携帯電話は通信機器、ゲーム、パ

ソコンは機械と使用する人の機器であるのに対し、タブレット端末とスマートフォンは、常時インターネットに接続された通信機器であると同時に他者と相互方向的に関わることのできる新しいIoTなのです。スマートフォンはテレビが小さくなったものではなく、機能に共通部分はあるものの全く次元の異なったメディアと考えるべきなのです。

② 調査結果から読み取れること

前回（2013年）の調査からの4年間で、それ以外のメディア機器の保有頻度が減少したのに対し、スマートフォンとタブレット端末は著明に増加しました。とくにスマートフォンは60.5%から92.4%と大幅な増加を示し、ほぼ全家庭（98.3%）が保有しているテレビの98.3%に迫る保有率を示しました。

電話の機能以外はパソコンでも可能ですが、子どもにとってはパソコンとタブレット端末あるいはスマートフォンは、まったくことなるモノです。例えばキーボード入力をするためには、言語的能力と指先の巧緻的な協調運動が必要ですが、乳幼児期の子どもはその両方とも困難です。指先で触るだけ、また形の認識さえ可能であれば操作できるタブレット端末やスマートフォンには年齢制限がありません。実際、言葉の発達に障害がありながら、タブレット端末を容易に操作することができるお子さんが私の外来に多数来られています。

若い子育て中の保護者はこうした利便性のある機器を積極的に生活のなかに取り入れてきています。子どもと緊密な相互関係にある保護者のメディア使用状況が、子育てに反映

されるのはいわば自然の成り行きでしょう。例えば子どもの使用に大きな社会的懸念が表明されているゲーム機は、保護者が子どもに買い与えたのではなく、保護者が使用していたものを子どもに「おさがり」として与えていることが調査で明らかになりました。確かに、子どもがゲーム機で遊ぶことへの抵抗感70%の保護者が抱えています。それでも一部の子どもがゲーム機で遊ぶのは、保護者と子どもが生活を共有していることの証左とみることができるのではないのでしょうか。

同様に、一部の人たちが心配している子育て中の保護者のスマートフォン使用についても、調査結果をよくみると親子の共有場面で使用されている（動画をみせる、写真をみせる、一緒に歌などの画像をみる）ことが多いことがわかります。子どもが一人でスマートフォンやタブレット端末に向かっているという場面は少ないのです。

同じく子育て中の保護者とはいえ、パソコン1時間以上使用者は40代以上では34.2%、20代以下では23.2%であるのに対し、スマートフォン・携帯電話ではそれぞれ33.5%、71.6%と、メディア使用の様相が大きく異なっていることも明らかになっています。保護者同士の連絡手段も、2013年では通話75.8%、メール91.3%、インスタントメッセージ31.7%であったものが、2017年にはそれぞれ、37.6%、42.9%、72.1%と大きな変化がみられています。

③ これからの研究の課題

こうした家庭におけるメディアの劇的な使用方法の変化は、保護者と生活を共有している子どものメディア環境を大きく変化させています。

アメリカの小児科学会では子どもを取り巻くデジタルメディアの急速な変化が子どもに及ぼす影響には「良いこと、悪いこと、そしてまだわからないこと」があるとして、今後調査と研究を進めていくべきであるという姿

勢が強調されています。

急速なスピードで発展してゆくIoTに囲まれた子どもたちの生育環境が子どもの発達に及ぼす影響は、「まだわからないこと」が多いのです。テレビを主体としたこれまでのメディアが子どもの発達に及ぼす研究の結果は、そのままではこうした新しいメディアの影響については当てはめることができません。私たちは、子どもを取り巻くメディア環境の劇的な変化を受け止めて、何が良く、何が悪いのかを科学的にきちんと見極めて作業を続けてゆく必要があるのです。

序章 ◆ 乳幼児の親子のメディア活用調査をふりかえって ◆ ◆ ◆ ◆ ◆

子どもの発達と親子のかかわりの観点から — タッチスクリーン・メディアの登場について —

お茶の水女子大学基幹研究院人間科学系教授 菅原 ますみ

① 新しいメディアの登場を子どもの認知発達からみて

今回の調査でもっとも印象的だったのは、2013年から2017年への4年間で、乳幼児のいる家庭で保有するメディア機器の割合が大きく変動したことです。図1-1-1にみるように、テレビは99.6%から98.3%へとほとんど変動ありませんでしたが、ビデオ・DVDは97.4%から82.5%へ、据え置き型のゲーム機は47.6%から35.2%、携帯型のゲーム機も49.8%から33.1%に減少しています。パソコンも94.7%から76.5%へと減っています。一方で、大幅に増えたのがスマートフォンで、60.5%から92.4%とほぼ全世帯に普及しつつあり、タブレット端末も29.3%から38.4%へと増加しました。スマートフォン、タブレット端末などの直接指で触れて操作する新しいメディアを“タッチスクリーン(touchscreen)・メディア”と呼びますが、利用者の急激な拡大は世界的な潮流であり、乳幼児期や児童期の子どもたちの間でも、大人や若者とほぼ同時進行で利用者が増加してきていることもこの新しいメディアの特徴だといえるでしょう。今回の調査でも、スマートフォンを日常生活のなかでみたり使ったりしているのは、0歳で2013年には13.9%だったのに対して2017年では44.0%へと大きく増加し、1歳も44.5%から64.6%へ、2歳も65.1%から80.4%へと増加しています(図1-2-6)。

指や腕(乳児の場合は足だったりなめてしまったり、といった予想外のタッチをしていることもあるかもしれませんが)で直接的に画面を変化させることができることは、小さな

子どもにとって魅力的なことです。外界に働きかけた結果が随伴的にすぐにフィードバックされると、子どもは“自分の思い通りになる”という自己効力感を高め、“おもしろい!・楽しい!”という気持ちをふくらませます。子どものおもちゃはそうした工夫がなされているものが多いですが、双方向的なタッチスクリーン・メディアはその特徴をより有効に活かすことができる大きな可能性を持っています。小型で身体密着性が高いことも子どものおもちゃとしての適性を高めているといえるでしょう。人間とコンピュータをつなぐタッチスクリーン型の新しいタイプのインターフェースが人間の認知活動や行動にどのような影響を与えるのか、従来型のテレビやマウスを使ったパソコンなどのメディアの影響と違いがあるのか、大人を含めて最近研究が始まったところで¹⁾、まだわからないことがたくさんあります。子どもの認知発達への影響についても少しずつ結果が報告されるようになってきましたが²⁾、子どもの年齢にあった教育的なコンテンツであれば、学びをサポートする役割を期待することができるような研究結果も報告されています²⁾。0歳からの認知発達への影響性については今後さらに多くの研究が展開していくと予想されます。

② メディアデバイスやコンテンツの作り手に向けて

子どもの注意をひきつけ、スクリーンのなかで展開する事象を有効に学習することが期待されることから、スマートフォンやタブレット端末のようなタッチスクリーン型のメ

ディアについては、子ども向けのアプリケーションが多く開発されてきています。近年のタッチスクリーン型のメディアのめざましい技術的進歩によって、例えば対象の質感を触覚的に感じるができるデバイスなど、子どもにとってより魅力的なメディアデバイスや、教育的な効果をめざしたコンテンツが今後も多く開発されることが予想されます。保護者や保育者・教師の適切なかかわりのなかであれば、子どもの認知発達を促す教育的ツールとして活用することが従来のメディア機器以上に期待することができそうですが、具体的な効果に関する検証はまだごくわずかしかなされていないのが現状です²⁾。どのような基準でアプリ・ソフトを選択しているのかたずねた今回の結果から(図1-6-2)、「子どもの年齢に内容が合う(86.6%)」「子どもにさせたい目的と合う(63.8%)」といった保護者の選択基準以上に、「子ども自身が気に入っている(91.8%)」ことが基準として重視されており、子どもが好むアプリ・ソフトにはどのような特徴があるのか、それらが教育的にどのような効果を持っているのか、深めた検討が必要だと思われます。子どもの発達を損なうような問題点はないのか慎重に検証しながら、子どもにやさしい媒体や、認知発達や社会情動性の発達を伸ばすことのできる教育的で楽しいアプリケーションを作っていくっていただきたいと望みます。

③ 乳幼児の親子がメディアに接するときに

デジタルメディアコンテンツは、絵本など

(文献)

- 1) Brasel, S. A., & Gips, J. G. 2015 “Interface psychology: Touchscreens change attribute importance, decision criteria, and behavior in online choice.” *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18, 534-538.
- 2) Wang, F., Xie, H., Wang, Y., Hao, Y., & An, J. 2016 “Using touchscreen tablets to help young children learn to tell time.” *Frontiers in Psychology*, 7. doi: 10.3389/fpsyg.2016.01800.
- 3) Strouse, G. A., O’Doherty, K., & Troseth, G. L. (2013). Effective coviewing: Preschoolers’ learning from video after a dialogic questioning intervention. *Developmental Psychology*, 49, 2368-2382.

と同様に、大人と一緒に視聴しながら内容について「○○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、よりたくさんのお話を覚えていたりお話の理解が進んだりすることがビデオ視聴に関する研究で報告されてきています³⁾。今回の調査結果から、メディアの内容に関して子どもと会話する保護者は、テレビ番組74.3%、DVD・ブルーレイ68.5%と多数であり、スマートフォン・タブレット端末ではやや少ないものの49.2%と半数近くでした(図2-1-1)。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いえません。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くるといえるでしょう。

乳幼児のテレビ・ビデオ以外のデジタルメディア(携帯電話・スマートフォン・タブレット端末・パソコン)の利用用途のなかで、写真や、親や子ども自身が撮影した動画の視聴がとても多いという結果(図1-5-1、写真は84.4%・親や子ども自身が撮った動画は76.2%)も興味深い結果です。とくに動画についての結果は、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。

第 1 章

乳幼児の メディア利用の実態



久保木 有希子 (1～2節・5節)

田村 徳子 (3～4節・7節)

高岡 純子 (6節・8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、2013年の前回調査と比較してタブレット端末所有率と母親のスマートフォン所有率が増加し、それぞれ38.4%と92.4%だった。ビデオ・DVDやパソコン、ゲーム機、携帯電話の所有率は減少した。タブレット端末やスマートフォンといったモバイルメディアの子ども専用機の所有率はこの4年間で大きな変化はみられず、4歳以降で携帯型ゲーム機が増えた。

●乳幼児の母親のスマートフォン所有率は4年前の60.5%から92.4%に増加

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使用の有無をたずねており、母親の結果を示している。

結果をみると(図1-1-1)、2017年では、「テレビ」は98.3%、「ビデオ・DVD」は82.5%、「パソコン」は76.5%が所有していた。

ゲーム機についても聞いており、2017年では、「据え置き型のゲーム機」は35.2%、「携帯型ゲーム機」は33.1%と、ともに約3分の1の家庭で所有していた。

モバイルメディアは、2017年では「タブレット端末」は38.4%、「スマートフォン(母親)」は92.4%、「携帯電話(母親)」は11.2%が所有していた。

経年でみると、前回調査(2013年)から所有率が増加したのが「スマートフォン」(31.9ポイント増加)と「タブレット端末」(9.1ポイント増加)で、それ以外のメディアは所有率が前回から減少した。とくに「携帯電話」は前回から32.1ポイントの減少ともっとも大きく減少しており、そのぶん「スマートフォン」が増加したと考えられる。

家庭でのネットワーク環境はどうか(図1-1-2)。2017年では、約9割の家庭でネットワーク環境があり、複数回答で「有線LAN」は14.4%、「無線LAN」は74.4%

だった。経年でみると、前回調査(2013年)よりも「有線LAN」の割合が減少し、「無線LAN」の割合が増加した。この傾向は、無線での使用が基本となるタブレット端末やスマートフォンの所有率が増加していることと関連していると考えられる。

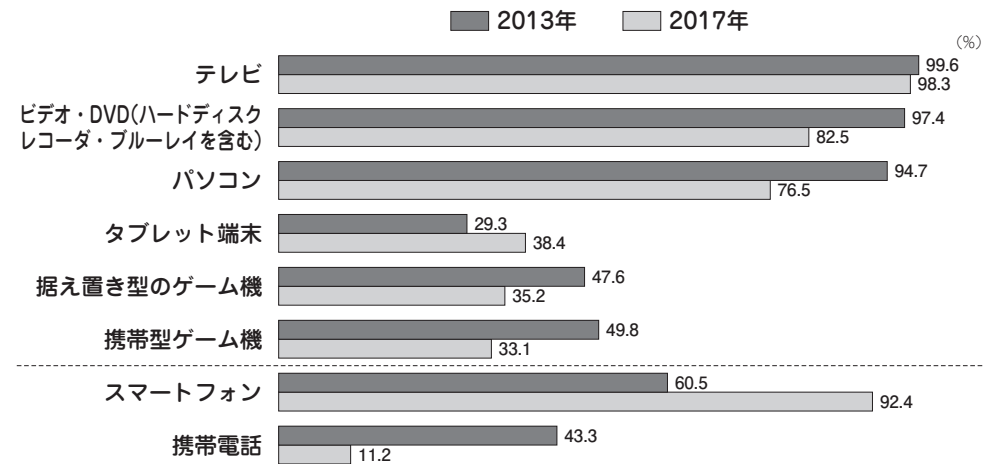
●「スマートフォン」は、今回、すべての年齢において所有率が9割近くまたはそれ以上と大きく増加

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1-1-3のようになった(2017年のみ)。「テレビ」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。2013年の前回調査では、「ビデオ・DVD」「パソコン」も全年齢で9割を超えていたが(詳細値は本報告書では割愛)、今回の調査では7~8割にとどまった。一方、前回の調査で5~6割だった「スマートフォン」は、今回、すべての年齢において所有率が9割近くまたはそれ以上と大きく増加した。

子どもの年齢が大きくなるほど持っているのが「ビデオ・DVD」「パソコン」「携帯電話」であり、子どもの年齢が小さくなるほど持っている傾向があるのが「スマートフォン」だった。

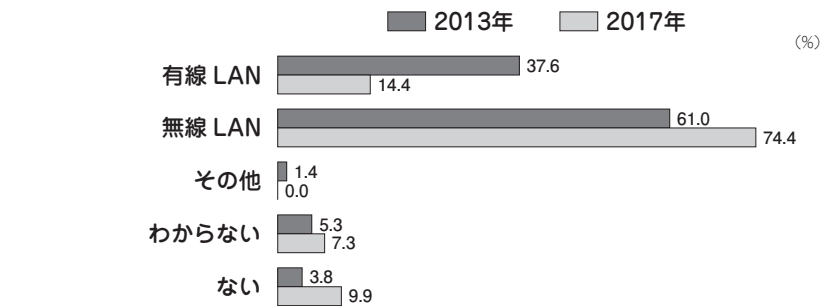
「タブレット端末」「据え置き型のゲーム機」「携帯型ゲーム機」は、子どもがいずれの年齢でも大きな差はみられず、現段階では所有していない家庭のほうが多数である。

図1-1-1 家庭でのメディア所有率(経年比較)



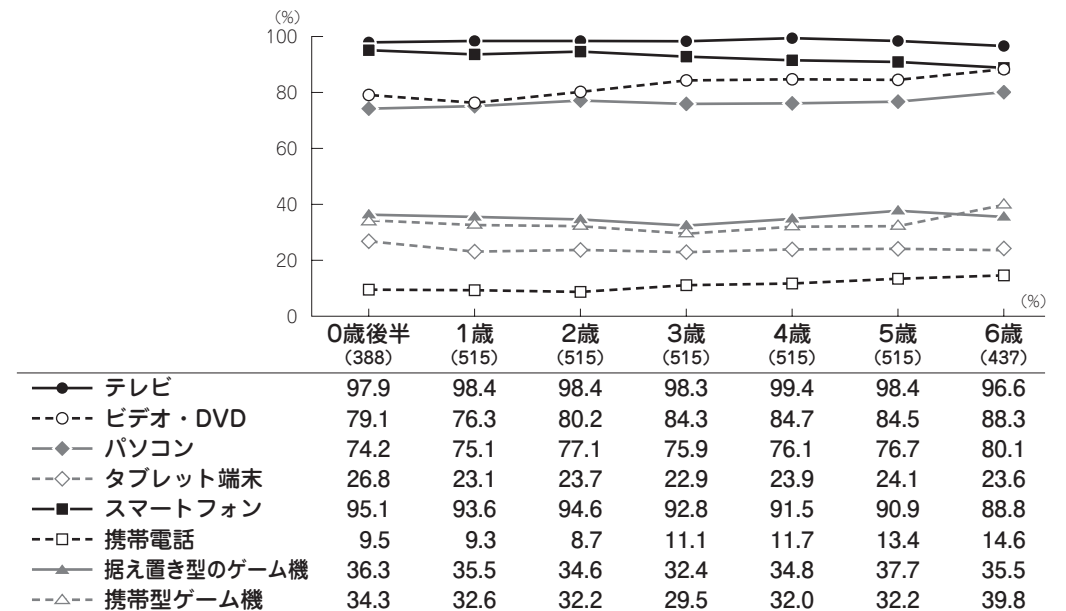
注1) 複数回答。
注2) 「スマートフォン」「携帯電話」は母親が使用している割合の数値。
注3) 2013年は無答不明を除く。

図1-1-2 家庭でのネットワーク環境(経年比較)



注1) 複数回答。
注2) 2013年は無答不明を除く。

図1-1-3 家庭でのメディア所有率(子どもの年齢別、2017年)



注1) 「スマートフォン」「携帯電話」は母親が使用している割合の数値。
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。年代別の所有率の差は縮小傾向

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1-1-1である(2017年のみ)。母親の年齢があがるほど持っているのが「ビデオ・DVD」「携帯電話」であり、母親の年齢が下がるほど持っているのが「スマートフォン」「据え置き型のゲーム機」だった。

表には示していないが、2013年の前回調査と比較すると、母親の年代による所有率の差が全体的に縮小している。例えば、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ったものは、前回調査では「パソコン」「スマートフォン」「据え置き型のゲーム機」「携帯型ゲーム機」だったのが、今回調査では「パソコン」と「携帯電話」のみとなっている。

●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、6歳で4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経年比較してみたのが表1-1-2である。2017年の数値をみると、「パソコン」「タブレット端末」

「スマートフォン」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。経年で見ると、2013年の前回調査と比較して5ポイント以上の差があったものはなく、子ども専用のモバイルメディア所有率には大きな変化はみられなかった。

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9.7%、5歳19.2%、6歳37.4%と4歳以降で子ども専用が増えてきている。そのうち、子どもの年齢が低いほど「親のおさがりを持っている」比率が高いが、「子ども用に購入した」が子どもの年齢とともに増加している(図1-1-4)。

●乳幼児のいる家庭では、新しいメディアが身近な存在に

「タブレット端末」や「スマートフォン」は、複数の機能をいつでもどこでも双方向的に、簡単な操作で楽しめるメディアである。今回の調査から、家庭においてこの数年間で新しいメディアが普及し、テレビを除く従来型のメディアが減少する傾向がみられた。

また、子ども専用のモバイルメディア所有率には大きな変化はみられず、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」をはじめとするメディア所有の低年齢化が進むかどうか注目する必要があるだろう。

表1-1-1 家庭でのメディア所有率(母親の年齢別、2017年)

	29歳以下 (681)	30-34歳 (1288)	35-39歳 (936)	40歳以上 (495)
テレビ	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)	78.4	83.0	83.1	85.5
パソコン	61.8	75.9	82.8	86.1
タブレット端末	34.2	37.2	40.5	43.4
据え置き型のゲーム機	36.1	37.2	35.6	28.1
携帯型ゲーム機	34.8	33.4	33.9	28.3
スマートフォン	95.6	93.5	90.9	88.3
携帯電話	6.6	9.2	14.3	16.8

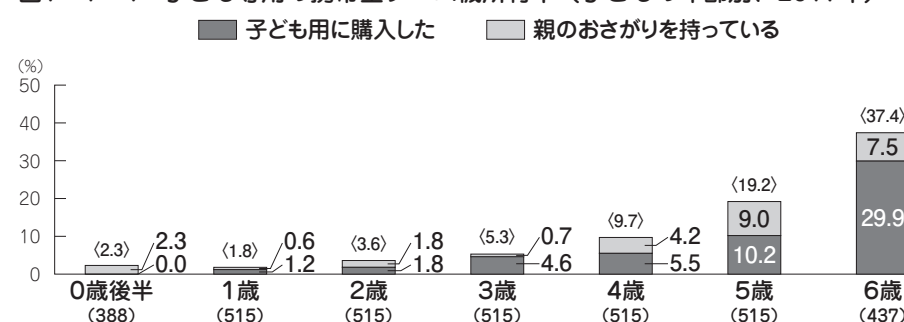
注1) 複数回答。
 注2) 「スマートフォン」「携帯電話」は母親が使用している割合の数値。
 注3) ()内はサンプル数。
 注4) 網かけは、母親の年代による最高値と最低値に10ポイント以上差があるもの。

表1-1-2 子ども専用のメディア所有率(経年比較)

	2013	2017	
パソコン	子ども用に購入	0.4	0.3
	親のおさがり	1.7	1.0
	その他	—	0.0
	子ども専用はない	97.8	98.7
タブレット端末	子ども用に購入	1.0	2.1
	親のおさがり	0.9	2.3
	その他	—	0.0
	子ども専用はない	98.2	95.6
スマートフォン	子ども用に購入	0.1	0.3
	親のおさがり	1.1	3.1
	その他	—	0.0
	子ども専用はない	98.8	96.6
携帯型ゲーム機	子ども用に購入	4.5	8.0
	親のおさがり	4.1	3.8
	その他	—	0.2
	子ども専用はない	91.4	88.0

注) 2013年は無答不明を除く。

図1-1-4 子ども専用の携帯型ゲーム機所有率(子どもの年齢別、2017年)



注1) ()内は「子ども用に購入した」+「親のおさがりを持っている」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、2017年はテレビ番組は1歳で83.0%、ビデオ・DVDは2歳で26.9%が「ほとんど毎日」接していた。スマートフォン、タブレット端末は全年齢での接触頻度が増加し、ゲーム機は4歳以上で接触頻度が2013年よりも減少した。

●テレビ番組は1歳で83.0%、ビデオ・DVDは2歳で26.9%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、メディアを所有する家庭において子どもの年齢別に経年比較したのが、図1-2-1～8である。なお、「テレビ番組」のみ、録画を含むか否かで前回と調査項目が異なるため、図を2つに分けて示している。

「テレビ番組（録画を除く、2017年）」（図1-2-1）は、「ほとんど毎日」が0歳で67.9%と3分の2を超え、1歳以降は8割前後だった。「録画を除く」としていることから、放送時間に限らず録画した番組の視聴や、テレビに限らず、パソコンやモバイルメディアを通じたテレビ番組全体の視聴頻度は、これ以上となっている可能性がある。テレビ番組が乳幼児の生活に広く親しまれていることがうかがえる。2013年は録画を含んだテレビ番組の視聴頻度をたずねており単純比較はできないが、参考までに図1-2-2に示す。

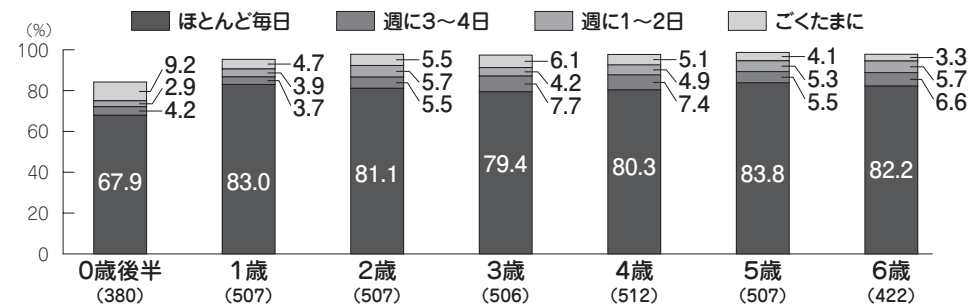
「ビデオ・DVD」（図1-2-3）は、前回調査と比較して0歳を除き「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせた頻度で視聴する比率が低下している。そのなかでもとくに「ほとんど毎日」の比率が低下し、「ごくたまに」の比率が増加した。例えば、前回調査で「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせた視聴頻度がもっとも高い4歳児では、2013年は98.4%、2017年は93.5%で、4.9

ポイントの減少である。また、「ほとんど毎日」の比率が33.5%から11.2%と22.3ポイント低下した。

0歳のみ、前回よりも全体の視聴頻度が28.7%から42.0%に増加した。ただし、「ほとんど毎日」「週に3～4日」「週に1～2日」の増加幅が0.7～2.4ポイントであるのに対して、「ごくたまに」の増加幅が9.2ポイントと大きい点に留意したい。

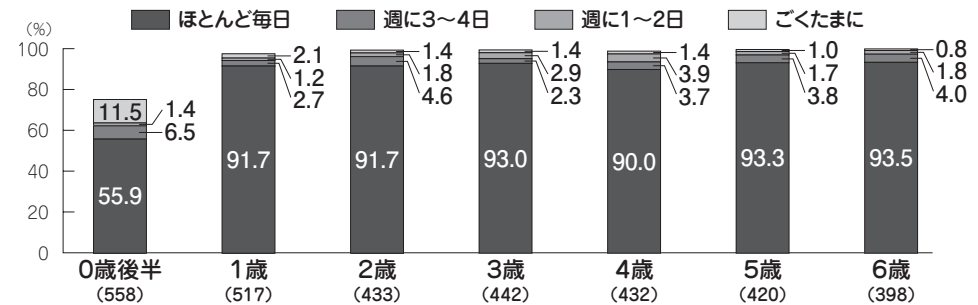
「パソコン」は、0歳、1歳、4歳で接触頻度が増加し、2歳、3歳、5歳、6歳で減少した（図1-2-4）。ただし、いずれの年齢においても「ほとんど毎日」の比率は増えており、パソコンに触れる乳幼児のなかでも利用頻度は二極化しつつあるのかもしれない。

図1-2-1 テレビ番組（録画を除く、2017年）



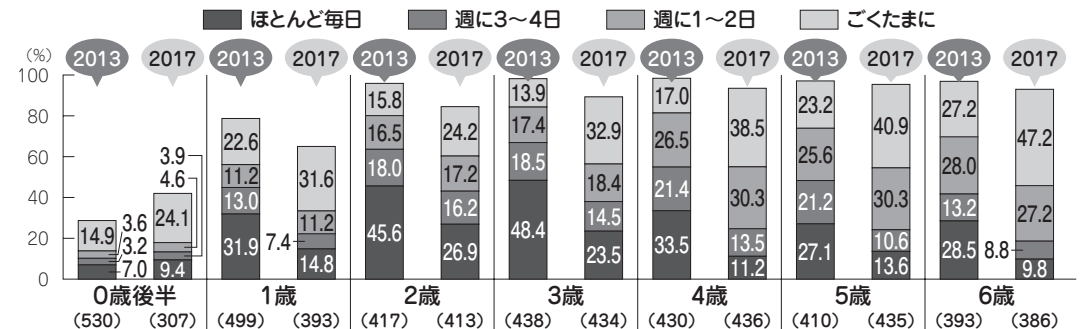
注1) ()内はサンプル数。 注2) そのメディアが家庭にある人のみ。

図1-2-2 テレビ番組（録画を含む、2013年）



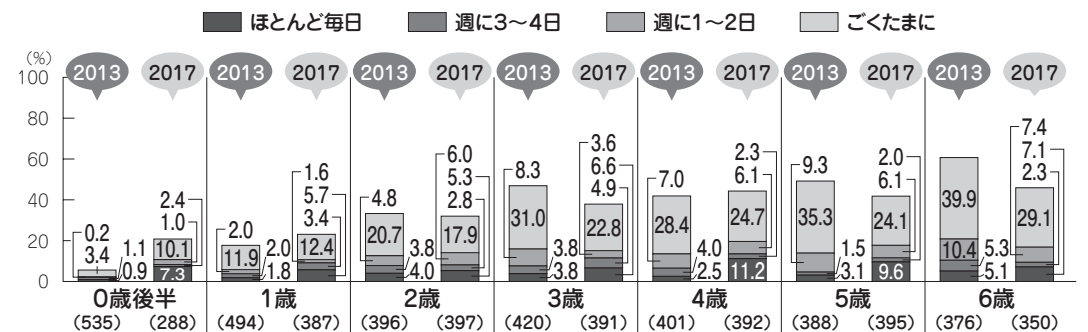
注1) ()内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

図1-2-3 ビデオ・DVD（経年比較）



注1) ()内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

図1-2-4 パソコン（経年比較）



注1) ()内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

●スマートフォン・タブレット端末は全年齢での接触頻度が増加。ゲーム機は4歳以上で接触頻度が減少

新しいメディアやゲーム機についてはどうだろうか。「タブレット端末」(図1-2-5)は、すべての年齢で「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせた比率が2017年で増加し、2歳以降で7~8割だった。そのうち「ほとんど毎日」がおおよそ2割以上を占める。タブレット端末自体の家庭所有率は38.4%と全体の4割弱だが、その操作性や持ち運びのしやすさから、所有していると乳幼児に触れる機会が増えやすい性質のメディアといえるだろう。

「スマートフォン」(図1-2-6)もすべての年齢で「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせた比率が2017年で増加した。0歳は13.9%→44.0%(30.1ポイント増加)、1歳44.5%→64.6%(20.1ポイント増加)、2歳65.1%→80.4%(15.3ポイント増加)、3歳70.4%→77.9%(7.5ポイント増加)、4歳68.1%→77.8%(9.7ポイント増加)、5歳64.9%→73.2%(8.3ポイント増加)、6歳65.0%→76.0%(11.0ポイント増加)と0歳~2歳の伸び幅が大きい。また、前回調査では2歳以降で6割以上が触れていたが今回は8割以上が触れていた。

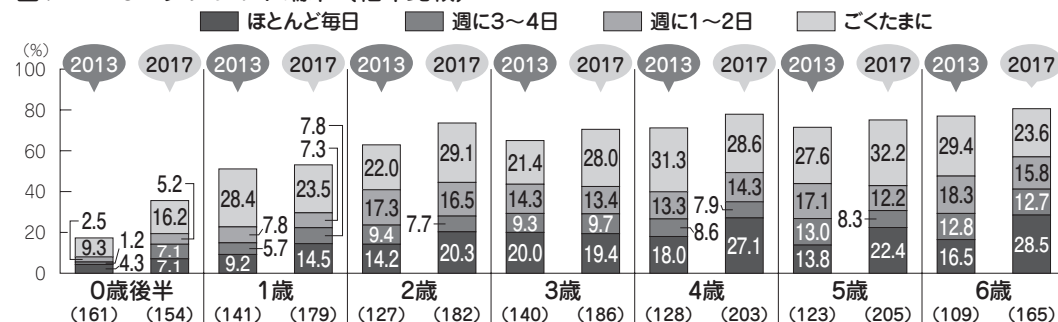
「ほとんど毎日」をみると2歳がもっとも多く、2017年で25.9%だった。背景として、2歳では親子が一緒にいる時間が長く、母親にとって身近な存在となったスマートフォンに幼児が接する頻度も高くなったことがあると思われる。

ゲーム機については、「据え置き型ゲーム機」(図1-2-7)も「携帯型ゲーム機」(図1-2-8)も、「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせた頻度は0歳と1歳で2013年から増加しているが、4歳以降で減少した。子どもの年齢があがるほど接触頻度が増加する傾向は前回調査と同様の傾向である。

●今後、「スマートフォン」がどのように乳幼児の生活に浸透していくのか

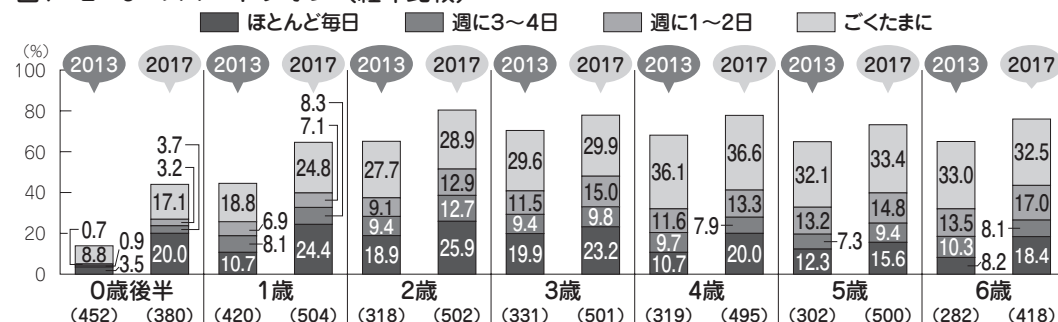
今回の調査では、前回調査と比較して所有率が上がった「スマートフォン」と「タブレット端末」について乳幼児の接触頻度が増加し、それ以外のメディアは減少していた。とくに「スマートフォン」は0歳から2歳の増加幅が大きく、次節で示す通り1日あたりの接触時間も増加傾向にある。今後、「スマートフォン」がどのように乳幼児の生活に浸透していくのか、質と量の両面からの慎重な考察が必要だろう。

図1-2-5 タブレット端末(経年比較)



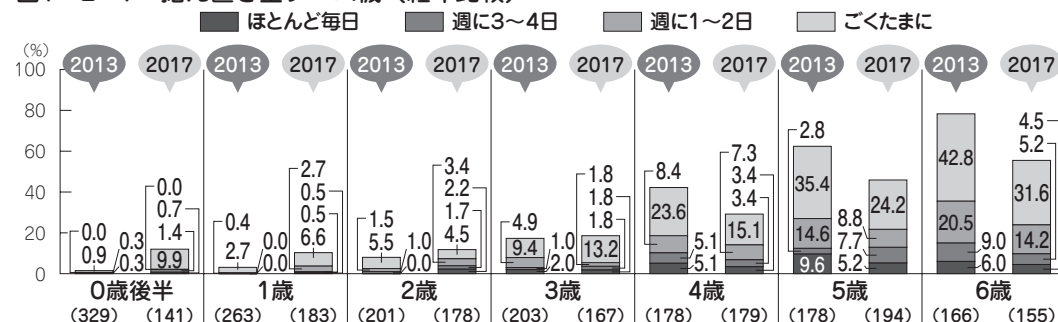
注1) ()内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

図1-2-6 スマートフォン(経年比較)



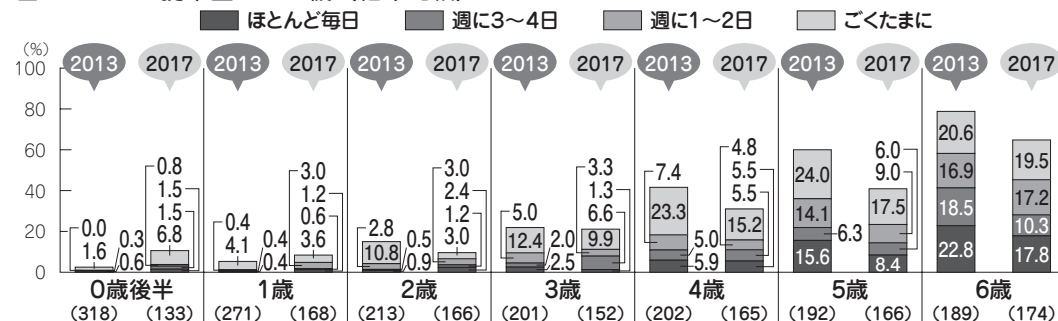
注1) ()内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

図1-2-7 据え置き型ゲーム機(経年比較)



注1) ()内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

図1-2-8 携帯型ゲーム機(経年比較)



注1) ()内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

第3節 1日あたりの活動時間

乳幼児は1日のなかでメディア以外の活動とメディアを視聴する活動をどちらも行っている。メディア以外の活動は年齢による差がみられるが、メディアを視聴（使用）する時間は、年齢による差がほぼみられない。

●乳幼児は1日のなかでメディア以外の活動とメディアを視聴する活動をどちらも行っている

乳幼児期に、子どもたちは自分の身の回りへの興味や関心を広げながら活動する。毎日を過ごすなかで、子どもたちが五感をバランスよく発達させていくことはとても重要といえよう。では、1日あたりにメディア以外の活動とメディアを視聴（使用）した活動の時間的なバランスはとれているだろうか。

図1-3-1は、乳幼児の平日の活動時間を、メディア以外の活動4項目とメディアを視聴（使用）した活動10項目でみたものである。メディアを視聴（使用）した活動は、家庭にそのメディアがあり、子どもが使用している場合に限定した。平日に1時間以上行っている活動を多い順にみてみよう。「おもちゃ（電子メディアを除く）で遊ぶ」83.6%、「テレビ番組（録画を除く）」76.7%、「外で遊んだり、お散歩をしたりする」69.8%、「録画したテレビ番組」60.7%の順となっており、メディア以外の活動とメディアを視聴（使用）した活動のどちらも行っていることがわかる。この傾向は2013年調査と変わらなかった。

「テレビ番組（録画を除く）」の視聴時間は、「30分くらい」以下が23.5%、「1時間くらい」が30.4%、「2時間くらい」が23.3%、3時間以上が23.0%と分布しており、家庭によって差がある。「録画したテレビ番組」の視聴時間も、「30分くらい」以下が39.3%、「1時間くらい」が36.1%、「2時間くらい」以

上が24.6%と分布しており、こちらも家庭によって差がある。一方、「パソコン」「スマートフォン」「携帯電話」「音楽CD」は「15分未満」が5割以上だった。

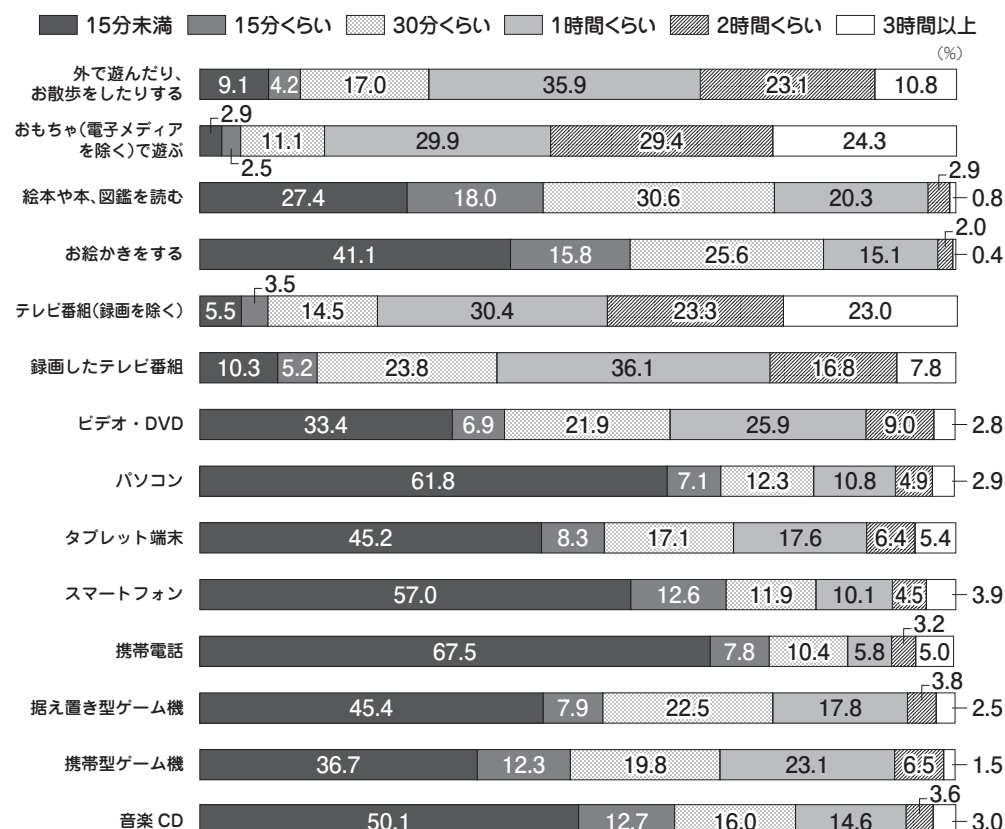
●年齢が上がると、外遊びやお絵かきは増えておもちゃ遊びは減るが、メディアを視聴する時間はほぼ変わらない

それぞれの活動時間は、乳幼児の年齢により異なるであろう。そこで、1日の活動の平均時間を算出し、子どもの年齢別にみたのが、表1-3-1である。

メディア以外の活動をみると、「外で遊んだり、お散歩をしたりする」と「お絵かきをする」は年齢があがるに従って時間が増えていた。一方、「おもちゃで遊ぶ」は2歳をピークに減っていた。「絵本や本、図鑑を読む」は変わらなかった。年齢区分別に就園状況でみた場合、この4項目の1日の活動時間に大きな差はみられなかった。

メディアを視聴（活用）した活動をみると、全体的に年齢による差は小さい。「テレビ番組（録画を除く）」は、0歳を除いて、年齢があがるに従って視聴時間が減少傾向だった。「録画したテレビ番組」と「ビデオ・DVD」は3歳がピークだった。この3項目について、年齢区分別に就園状況でみると差がみられた。1～3歳では未就園児が保育園児より視聴時間が長く、「テレビ番組（録画を除く）」は未就園児が125分に対して保育園児は70分だった。また、4～6歳では幼稚園児が保育園児よりやや視聴時間が長い傾向だった。一

図1-3-1 平日の活動時間（2017年）



注) 「外で遊んだり、お散歩をしたりする」「おもちゃ(電子メディアを除く)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(録画を除く)」「録画したテレビ番組」「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」「音楽CD」は家庭での活動を聞いている。「まったく見ない」と回答した人を除く。

表1-3-1 平日の活動時間（子どもの年齢別、年齢区分別・就園状況別、2017年）

〈メディア以外の活動〉									1～3歳		4～6歳	
	0歳後半	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	未就園	保育園	幼稚園	保育園	
外で遊んだり、お散歩をしたりする	44	59	76	75	90	92	95	71	64	95	88	
おもちゃ(電子メディアを除く)で遊ぶ	111	118	126	120	97	91	83	125	111	89	94	
絵本や本、図鑑を読む	14	33	33	33	32	32	34	30	44	31	40	
お絵かきをする	1	13	20	26	32	34	36	17	28	33	39	

〈メディアを視聴（使用）した活動〉									1～3歳		4～6歳	
	0歳後半	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	未就園	保育園	幼稚園	保育園	
テレビ番組（録画を除く）	100	119	113	107	101	103	102	125	70	106	81	
録画したテレビ番組	51	68	74	83	62	65	61	80	60	65	54	
ビデオ・DVD	42	36	47	57	39	41	38	50	42	40	36	
パソコン	—	—	21	30	36	27	24	25	26	29	29	
タブレット端末	—	—	39	44	44	44	40	42	30	43	36	
スマートフォン	45	31	31	33	28	25	29	32	31	27	28	
音楽CD	44	35	32	37	25	22	29	36	26	26	21	

注1) 年齢のサンプル数が100人未満の場合は、分析から除外。
 注2) 携帯電話、据え置き型ゲーム機はすべての年齢で、携帯型ゲーム機は5歳以下で、サンプル数が100人未満のため、表から除外。
 注3) 「15分未満」を7.5分、「15分くらい」を15分、「1時間以上」を540分として算出。平均時間を四捨五入した。
 注4) 「まったく見ない」と回答した人を除く。

方、「パソコン」「タブレット端末」「スマートフォン」は、年齢による大きな差はみられなかった。また、年齢区分別に就園状況でみた場合も大きな差はみられなかった。

これらから、1日のなかで、メディア以外の活動時間は年齢と関連するが、メディアの視聴（使用）時間は就園状況と関連すると思われる。

●保護者が子どもの学ぶ環境を整える頻度が高い場合、テレビ番組の視聴時間が短い

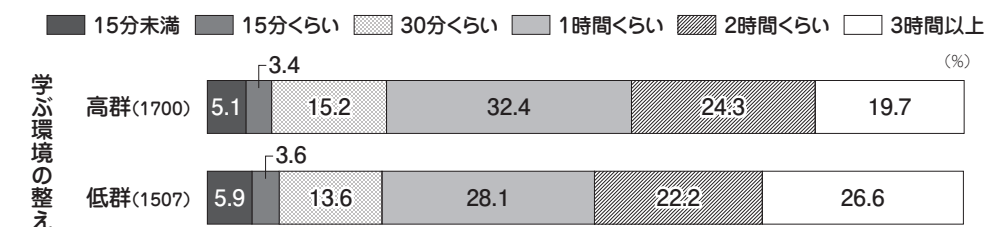
乳幼児が興味や関心を広げるとき、大人は子どものことをよく考え、気づかいながら、質のよい環境を提供する必要があるだろう。では、保護者の子育て意識や行動は、子どものメディア視聴（使用）時間と関連するだろうか。

日頃のかかわりとして、「子どもが文字や数に興味を示したとき、さらに学べるように環境を整えている」「子どもと知育玩具を使って何か学習するような遊びをしている」の2項目について、「よくある」を3点、「ときどきある」を2点、「あまりない」を1点、「ぜんぜんない」を0点として合計した。合計点数が高かった群を「学ぶ環境の整え高群」、低かった群を「学ぶ環境の整え低群」とした。図1-3-2は、学ぶ環境の整え2群別に「テレビ番組」の視聴時間を比べたものである。これをみると、学ぶ環境の整え高群は「1時間くらい」以下が56.1%、「3時間以上」が19.7%であるのに対して、学ぶ環境の整え低群は「1時間くらい」以下が51.2%、「3時間以上」が26.6%だった。学ぶ環境の整え低群は、子どもが文字や数に興味を示したときに文字やひらがなの書いてある積み木を用意したり、数を数えられるようにおもちゃを並べて工夫したりする代わりに、テレビ番組を子どもが学べる機会ととらえ、利活用している可能性が考えられる。

●保護者が子どもとの遊び方やおもちゃや絵本の与え方に戸惑うほど、子どものスマートフォンの使用時間が長い

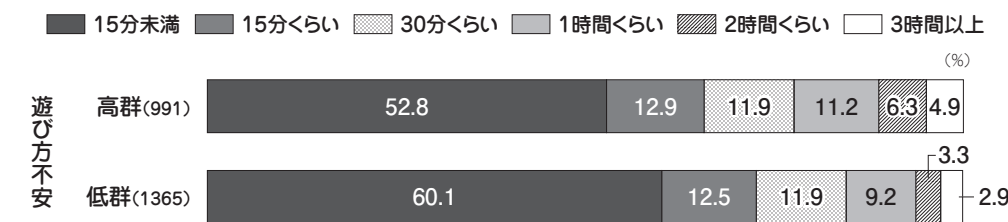
子育て意識として、「子どもとの遊び方がわからない」「おもちゃや絵本の選び方・与え方がわからない」「習い事や教材の選び方・与え方がわからない」の3項目について、「よくある」を3点、「ときどきある」を2点、「あまりない」を1点、「ぜんぜんない」を0点として合計した。合計点数が高かった群を「遊び方不安高群」、低かった群を「遊び方不安低群」とした。図1-3-3は、遊び方不安2群別に「スマートフォン」の視聴（活用）時間を比べたものである。これをみると、遊び方不安高群は「15分未満」が52.8%、「1時間くらい」以上22.4%であるのに対して、遊び方不安低群は「15分未満」が60.1%、「1時間くらい」以上15.4%だった。遊び方不安高群は、子どもとどう遊んだらいいだろう、おもちゃや絵本、習い事などの活動に何を選んだらいいだろう、どう与えたらいいだろうと思うことがある傾向にあるが、子どもとスマートフォンを使いながら、一緒に遊んだりするなど親子のコミュニケーションをはかっている可能性が考えられる。今後、保護者にどのような不安があり、スマートフォンが親子でどのように活用されているかについては、より詳しく探る必要があるだろう。

図1-3-2 平日1日あたりの利用状況（テレビ番組、2017年）



注1) 「子どもが文字や数に興味を示したとき、さらに学べるように環境を整えている」「子どもと知育玩具を使って何か学習するような遊びをしている」の2項目について、「よくある」を3点、「ときどきある」を2点、「あまりない」を1点、「ぜんぜんない」を0点として合計した。合計点数を2群に分けた。
 注2) 「まったく見ない」と回答した人を除く。
 注3) () 内はサンプル数。

図1-3-3 平日1日あたりの利用状況（スマートフォン、2017年）



注1) 「子どもとの遊び方がわからない」「おもちゃや絵本の選び方・与え方がわからない」「習い事や教材の選び方・与え方がわからない」の3項目について、「よくある」を3点、「ときどきある」を2点、「あまりない」を1点、「ぜんぜんない」を0点として合計した。合計点数を2群に分けた。
 注2) 「まったく見ない」と回答した人を除く。
 注3) () 内はサンプル数。

第4節 平日に使う時間帯

乳幼児の1日の視聴（活用）時間帯は朝と夕方～夜に集中している。就園状況で視聴（活用）する時間帯が異なる。

●メディア視聴の山は「8時～8時半」と、「16時半～18時」

乳幼児が1日にメディアを視聴（活用）する時間帯には、どのような特徴がみられるだろうか。朝6時から夜23時までを30分ごとに区切り、子どもが視聴（活用）している時間帯すべてを選択してもらった。図1-4-1は、平日に家庭や預け先などで「テレビ番組」「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」「タブレット端末」「スマートフォン」を視聴（活用）した時間帯、これらを足し合わせた合計視聴を表したものである。

合計視聴をみると、朝と夕方～夜の2つの山がみられた。朝のピークは「8時～8時半」の49.0%で、「テレビ番組」の視聴のピークと重なっていた。その後、9時半から12時までと13時から16時までの長い時間帯で、「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」を視聴する比率がもっとも高かった。一方、夕方～夜は、合計視聴のピークが「16時半～18時」と朝に比べて長く、19時半を境に下降した。合計視聴と「テレビ番組」の視聴の差をみると、乳幼児がテレビ番組に加え、「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」「タブレット端末」「スマートフォン」と様々なメディアを視聴（活用）していた。

●低年齢（1～3歳）の場合、就園状況で視聴（活用）するメディアが異なる

図1-4-2、3は、低年齢（1～3歳）の未就園児と保育園児の視聴（活用）時間帯をグラフ化したものである。

未就園児の場合、合計視聴は、平均朝食時間の8時04分を含む「8時～8時半」に朝のピークを迎える。同時に、「テレビ番組」の視聴は「8時～8時半」が53.9%と他のグループに比べてやや時間帯が遅くピークを迎え、視聴の山が他と比べて高い。「9時～9時半」になると、「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」の比率が高まり、「10時～10時半」に17.4%と1日でもっとも高い比率だった。未就園児は、乳幼児向け番組の放映が終わった後、引き続き、録画したテレビ番組やビデオ・DVDをみていると思われる。夕方になると、合計視聴は「16時半～17時半」に1日のピークの74.8%となる。「テレビ番組」の視聴は、他グループより早く16時から始まり、ピークは「16時半～17時半」だった（58.1%）。この時間帯には乳幼児向けテレビ番組が始まるため、6割近くの未就園児が放映時間に合わせてみていると思われる。17時以降はどのメディア視聴も比率が低くなり、平均夕食時間の18時23分を経て、平均就寝時間の21時07分を含む「21時～21時半」には合計視聴が9.2%となった。

保育園児の場合、合計視聴は平均朝食時間の7時14分を含む「7時～7時半」に朝のピークを迎える。「テレビ番組」の視聴は「7時半～8時」に30.1%となりピークを迎えるが、視聴の山が未就園児に比べて低い。保育園児は朝食を取ったり登園支度をしたりしながら、テレビ番組や録画したテレビ番組、ビデオ・DVDを視聴していると考えられる。その後、保育園児の多くが登園している9時から16時までの合計視聴は5%を切ってい

図1-4-1 メディア視聴（活用）時間帯（2017年）

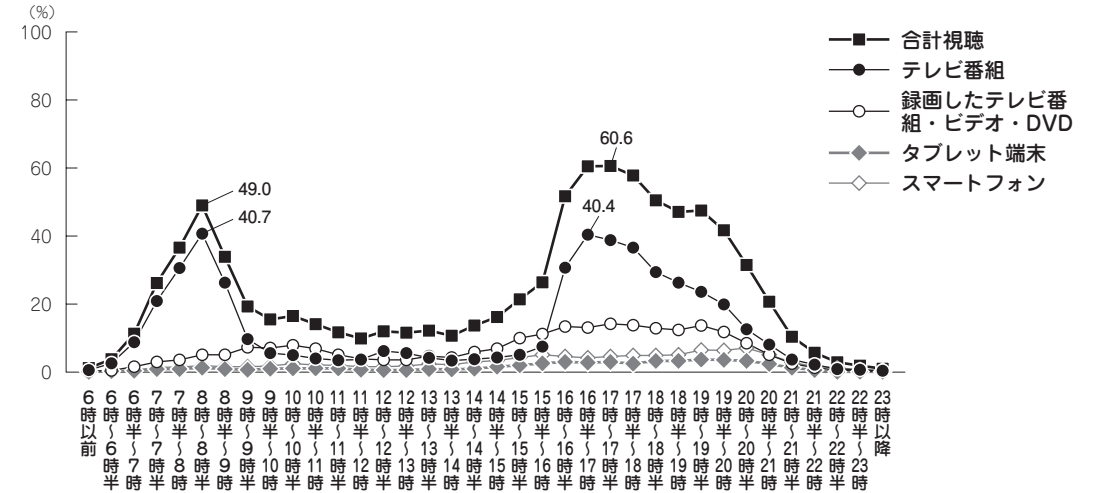


図1-4-2 1～3歳 未就園児 メディア視聴（活用）時間帯（2017年）

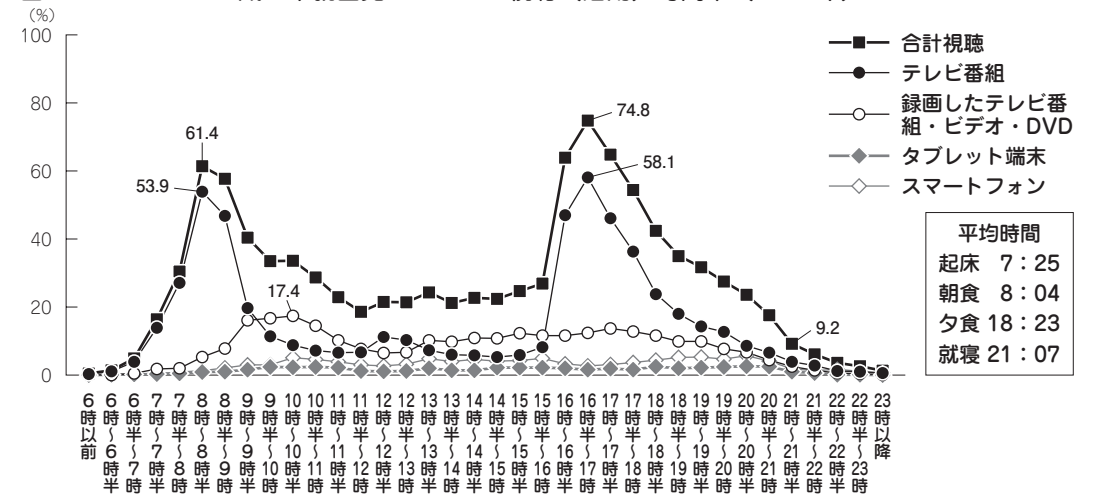
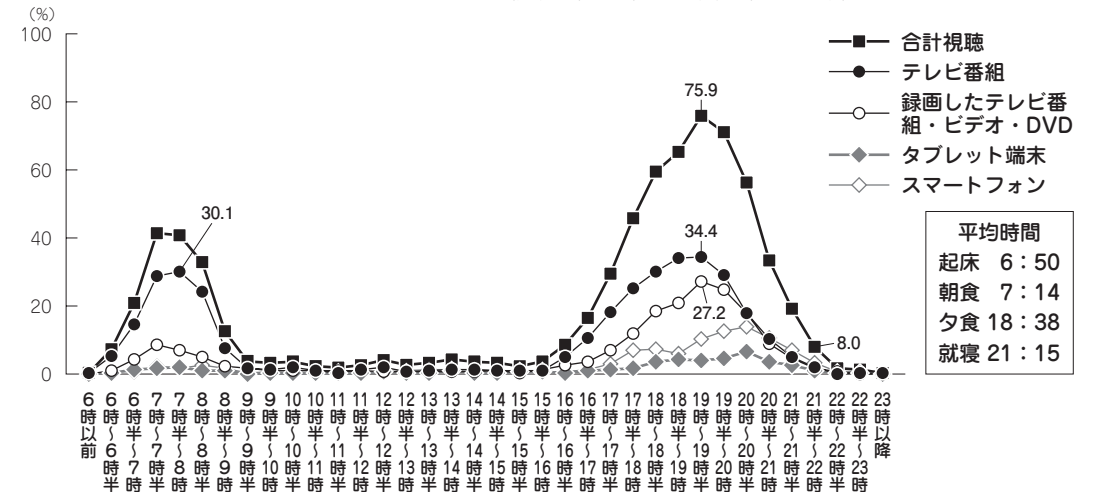


図1-4-3 1～3歳 保育園児 メディア視聴（活用）時間帯（2017年）



る。16時を過ぎると合計視聴は少しずつ高くなり、平均夕食時間の18時38分を過ぎて、「19時～19時半」に1日のピークの75.9%となる。「テレビ番組」と「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」の視聴はともに16時過ぎから始まり、ピークは「19時～19時半」だった。この時、「テレビ番組」は34.4%、「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」は27.2%、また「スマートフォン」も1割を超えており、保育園児が様々なメディアを視聴（活用）している様子がうかがえる。その後はどのメディア視聴（活用）も比率が低くなり、平均就寝時間の21時15分を含む「21時から21時半」には合計視聴が8.0%となった。

●高年齢（4～6歳）の場合、視聴（活用）のピークが幼稚園児は「17時～17時半」、保育園児は「19時半～20時」。

図1-4-4、5は、高年齢（4～6歳）の幼稚園児と保育園児の視聴（活用）時間帯である。

幼稚園児の場合、合計視聴は、平均朝食時間の7時27分をわずかに過ぎた「7時半～8時」に朝のピークを迎える。「テレビ番組」の視聴も「7時半～8時」に40.6%とピークになる。幼稚園児は朝食を取り、登園支度しながら、テレビ番組や録画したテレビ番組、ビデオ・DVDを視聴していると考えられる。その後、幼稚園児の多くが登園している9時半から14時までの合計視聴は5%を切っている。幼稚園児が降園する14時過ぎから、「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」の視聴が始まり、「16時～16時半」に23.4%ともっとも高くなった。16時過ぎから乳幼児向け番組の放映が始まると徐々にテレビ番組の視聴にスイッチし、「17時半～18時」に47.9%に達した。合計視聴は、これら「テレビ番組」と「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」の視聴が重なる「17時～17時半」に1日のピークの79.3%となっている。

幼稚園児は、降園後から保護者が夕食の支度をしている時間帯にテレビ番組や録画したテレビ番組やビデオ・DVDの視聴をしていると思われる。18時を過ぎると合計視聴は徐々に下降し、平均夕食時間の18時19分を経て、19時半を境に急下降した。19時台になるとテレビ番組は小学生を含めた家族向けの番組が放映されるため、食後にみて楽しんでいる可能性が考えられる。平均就寝時間の20時46分を過ぎた「21時から21時半」には合計視聴が7.2%となった。

保育園児の場合、合計視聴は平均朝食時間の7時16分を含む「7時～7時半」に42.4%となり、朝のピークを迎える。同時に「テレビ番組」の視聴も「7時～7時半」に34.0%とピークを迎えるが、視聴の山は幼稚園児に比べてやや低い。その後、登園している9時から16時まで合計視聴は5%を切っている。低年齢の保育園児と同様に16時を過ぎると合計視聴は少しずつ高くなり、平均夕食時間の18時47分を過ぎて、「19時半～20時」に1日のピークの85.2%となる。幼稚園児の合計視聴が夕食前の「17時～17時半」にピークを迎える一方、保育園児は夕食後の「19時半～20時」がピークだった。「テレビ番組」「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」の視聴はともに17時頃から始まり、「テレビ番組」は「18時半～20時」に4割を超える。同時時間帯は、「録画したテレビ番組・ビデオ・DVD」の視聴も2割を超え、「19時半～20時」に12.5%となっており、保育園児が夕食後に視聴（活用）している様子がうかがえる。その後はどのメディア視聴も比率が急下降し、平均就寝時間の21時28分を過ぎた「21時半～22時」には合計視聴が9.0%となった。

図1-4-4 4～6歳 幼稚園児 メディア視聴（活用）時間帯（2017年）

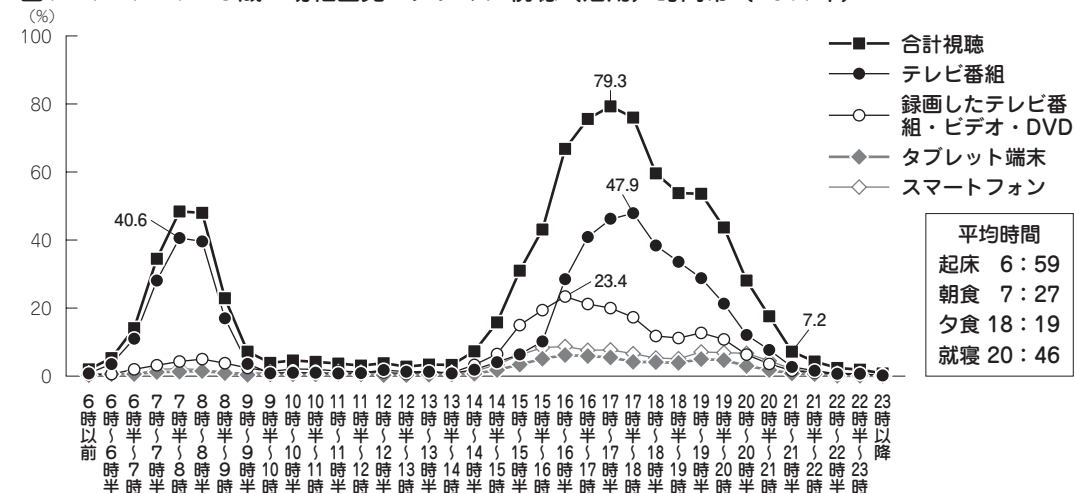


図1-4-5 4～6歳 保育園児 メディア視聴（活用）時間帯（2017年）

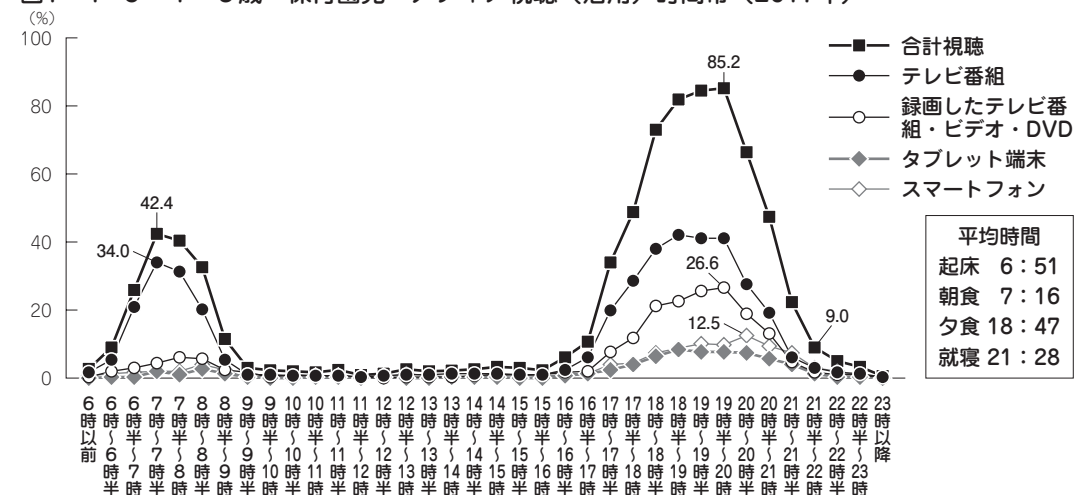


図1-4-1～5

注1) 複数回答。

注2)

- ・起床時間は、「5時半以前」は5.5時、「6時頃」は6時、「9時以降」は9時として、平均時間を算出した。
- ・就寝時間は、「19時以前」は19時、「19時半頃」は19.5時、「23時半以降」は23.5時として、平均時間を算出した。
- ・朝食時間は、「6時以前」は6時、「6時半頃」は6.5時、「10時以降」は10時として、平均時間を算出した。「食べない」は除外した。
- ・夕食時間は、「17時半以前」は17.5時、「18時頃」は18時、「21時以降」は21時として、平均時間を算出した。「食べない」は除外した。

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、家の中で、親が家事で手をはなせないときや食事中は「テレビ番組」を、外出先では「スマートフォン」をみせていた。全体的に「スマートフォン」を使わせる場面が増加傾向にある。タブレット端末やスマートフォンなどで写真や動画をみせる割合は全年齢で高く、年齢があがるほど子どもの主体的な操作が増加していた。

●親が家事で手をはなせないときに使わせる主なメディアはテレビ・ビデオ。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において、経年での変化を示したのが表1-5-1である。

まず、自宅内での活用を想定した場面についてみてみよう。「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、2013年の72.2%から2017年は64.0%に減少しているものの、すべての場面において活用されている割合がもっとも高い。「ビデオ・DVD」も2013年の46.1%から35.8%に減少しているが、すべての場面において上述の「テレビ番組（録画を含む）」に次いで高い。

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2013年の32.5%から2017年は30.9%に減少しているが、食事中に接するメディアとしてはもっとも割合が高い傾向は変わっていない。

自宅内での活用を想定した場面として「布団やベッドに入ってから寝るまでの間」についてもたずねている。2017年にもっとも高い比率で使われていたのが「スマートフォン」で8.2%、次いで「タブレット端末」で7.5%だった。いずれも2013年と比較すると増加しており、「親が家事などで手をはなせないとき」の比率より少なく、「家で食事をして

いる間」の比率より多い状態だった。

移動中や外出先ではどうか。「自動車、電車などで移動しているとき」については、「スマートフォン」が2013年の21.2%から2017年は21.6%に、「ビデオ・DVD」が17.3%から13.5%に、「タブレット端末」が10.9%から10.0%となっている。

「外出先での待ち時間」については、「スマートフォン」が2013年の30.5%から2017年は33.7%に、「タブレット端末」が2013年の13.4%から10.1%となっている。いずれの場面でも、モバイルメディアの活用比率が他メディアよりも高い傾向がみられる。経年変化については大きな変化がみられないが、これはメディア所有者における利用比率の値であり、利用者の絶対数でみた場合は、全体の所有率が増加した「スマートフォン」や「タブレット端末」の利用が増加していると推測される。

自宅内外に限定されない場面をみると、「子どもがさわぐとき」「子どもが使いたがる時」については「テレビ番組（録画を含む）」と「スマートフォン」が選択される比率が高い傾向は2013年と変わらない。ただし、「スマートフォン」の比率が「テレビ番組（録画を含む）」と同等かそれ以上となっている点が注目される。

さらに、今回調査で新たに追加した項目「子どもが約束を守ったとき（ごほうびとして）」も合わせてみると、子どもがみたい、使いたいと思うメディアは、テレビ番組と並んでスマートフォンやタブレット端末の存在が大

表1-5-1 メディアを使う場面（経年比較）

		2013	2017 (%)
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
	パソコン	3.9	3.7
	タブレット端末	16.8	23.9
	スマートフォン	7.7	15.2
	据え置き型ゲーム機 携帯型ゲーム機	5.0 9.2	3.3 7.8
家で食事をしている間	テレビ番組（録画を含む）	32.5	30.9
	ビデオ・DVD	8.1	6.6
	パソコン	0.3	0.7
	タブレット端末	1.4	3.6
	スマートフォン	0.7	2.3
	据え置き型ゲーム機 携帯型ゲーム機	0.1 0.4	0.2 0.4
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）	3.7	5.1
	ビデオ・DVD	2.1	1.9
	パソコン	0.2	0.7
	タブレット端末	3.8	7.5
	スマートフォン	5.0	8.2
	据え置き型ゲーム機 携帯型ゲーム機	0.1 1.0	0.3 1.4
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
	パソコン	0.0	0.5
	タブレット端末	10.9	10.0
	スマートフォン	21.2	21.6
	据え置き型ゲーム機 携帯型ゲーム機	0.3 6.0	0.1 4.0
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
	パソコン	0.1	0.5
	タブレット端末	13.4	10.1
	スマートフォン	30.5	33.7
	据え置き型ゲーム機 携帯型ゲーム機	0.3 8.4	0.4 5.2
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
	パソコン	2.2	2.0
	タブレット端末	15.1	16.7
	スマートフォン	17.0	23.5
	据え置き型ゲーム機 携帯型ゲーム機	1.6 3.3	2.0 5.2
子どもが使いたがる時	テレビ番組（録画を含む）	32.3	26.1
	ビデオ・DVD	30.8	19.6
	パソコン	10.0	4.6
	タブレット端末	28.5	28.3
	スマートフォン	28.3	29.7
	据え置き型ゲーム機 携帯型ゲーム機	10.4 15.7	5.0 10.9
子どもが約束を守ったとき（ごほうびとして）	テレビ番組（録画を含む）	—	12.8
	ビデオ・DVD	—	10.4
	パソコン	—	2.4
	タブレット端末	—	13.8
	スマートフォン	—	12.4
	据え置き型ゲーム機 携帯型ゲーム機	— —	3.7 7.3

注1) 複数回答。

注2) 網かけは、2013年と2017年との差が5ポイント以上あるもの。

注3) 「子どもが約束を守ったとき（ごほうびとして）」は、2017年の新設項目。

注4) 2013年は無答不明を除く。

注5) そのメディアが家庭にある人のみ。

きくなっていることもわかる。スマートフォンやタブレット端末は親の身の回りにある場合が多いことや、タッチパネル方式で幼児にとっても操作しやすいことなどから、やはり親のそばにいることの多い乳幼児にとってますます身近な存在となっている様子がうかがえる。

●写真や動画をみせる割合は全年齢で高く、年齢があがるほど子どもの主体的な操作が増加

次に、インターネットへの接続などを通して様々なコンテンツが利用可能なメディアについて、母親はどのようなことをさせているかをみてみよう。図1-5-1は、携帯電話・スマートフォン、タブレット端末、パソコンで母親が子どもにさせることをたずねた結果である。なお、質問はこれらの機器が「家がない」「使わない」場合も含めた複数回答形式で行っている。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。

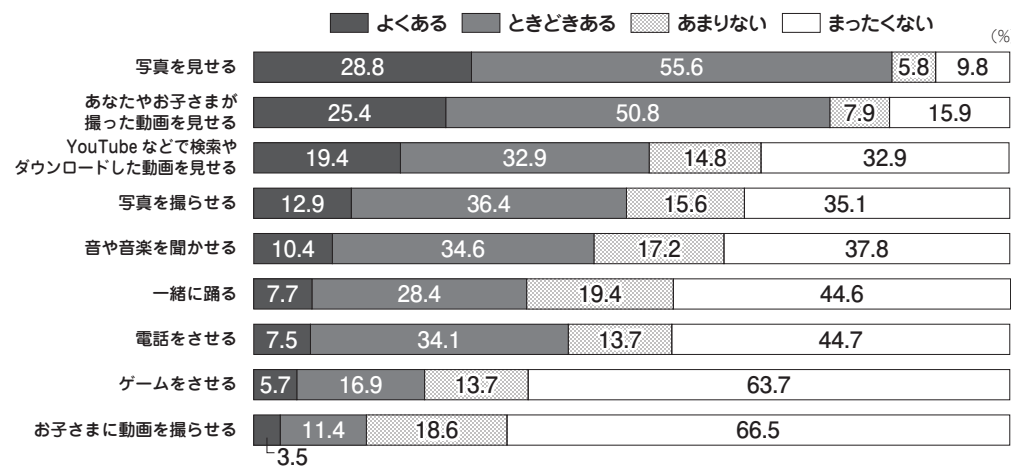
年齢別にみると（図1-5-2）、子どもの年齢があがるにつれて増加するのは「写真を見せる」（1歳25.4%、6歳64.3%）、「ゲームをさせる」（1歳6.5%、6歳41.2%）などであり、年齢があがるにつれて子ども自身が主体的に端末を操作する比率が増加している。とくに増加率が大きいのは3歳までの間である。第8節の「メディアを使い始めた時期」に後述しているが、スマートフォンとタブレット端末に代表される新しいメディアは前回調査時よりも使用開始年齢が早期化しており、使用開始時期と操作主体が変化する時期が重なっている。

●ビデオ通話は約3割強が使用。主な相手は家族や親族

「平成28年通信利用動向調査の結果」（総務省、2017年6月発表）によると、インターネットを利用している個人の割合は年々増加し、2016年には83.5%にのぼる。ソーシャルネットワークサービスの利用者も増加傾向にある（2014年47.4%→2016年51.0%）。表1-5-2は、こうしたサービスの一部であるビデオ通話機能について、子どもの通話対象を母親の年齢別にみた結果を示している。全体でみると「使っていない」が約3分の2を占める。母親の年齢が高いほど「使っていない」比率が高く、29歳以下と40歳以上とでは13.3ポイントの開きがある。子どもが使用している場合の相手は、「祖父母」や「親戚やいとこ」など、家族・親族が中心となっている。

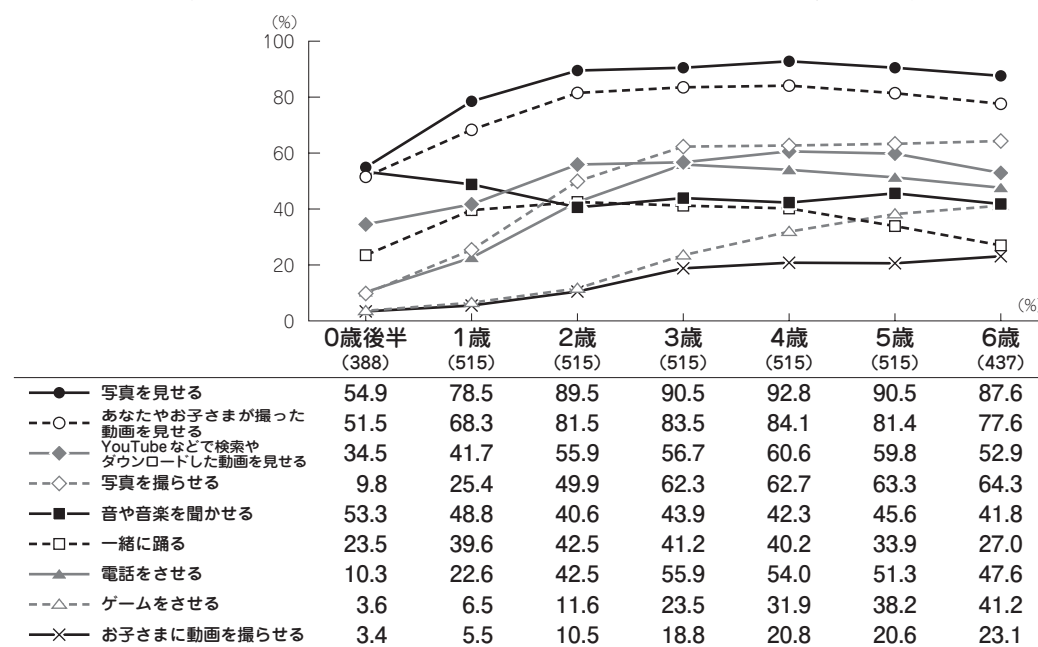
今後は、こうした新たな機能・サービスのあり方にどのように、どの程度影響してくるのかを慎重にみていく必要があるようだ。

図1-5-1 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させること（2017年）



注) その機器は「家がない」「使わない」場合も回答。

図1-5-2 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させること（子どもの年齢別、2017年）



注1) その機器は「家がない」「使わない」場合も回答。

注2) 「よくある」+「ときどきある」の合計値。

注3) ()内はサンプル数。

表1-5-2 FacetimeやSkype、LINE、ビデオコールなどの、子どものビデオ通話対象（全体・母親の年齢別、2017年）

	全体 (3400)	29歳以下 (681)	30~34歳 (288)	35~39歳 (936)	40歳以上 (495)
祖父母	28.9	33.9	30.0	28.7	19.6
親戚やいとこ	9.3	11.0	8.3	10.9	6.7
園の友達	3.4	2.8	3.0	4.2	4.0
単身赴任あるいは出張中の親	3.1	3.4	2.7	3.6	3.0
その他	1.1	1.3	1.2	1.1	0.6
オンライン英会話などの学習相手	0.4	0.7	0.3	0.4	0.2
使っていない	65.5	60.6	64.4	66.1	73.9

注) ()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、2017年の使用時間の長い順に「動画」「写真」「ゲーム」である。「動画」は3、4歳で、「ゲーム」は年齢があがるにつれて使用時間が長くなる。アプリ・ソフトの選択基準は、2013年と同様、「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」の割合が高い。「制作者が信頼できる」「子ども向けに使い方のアドバイスがある」「親向けに制作意図の説明がある」などは、4年前よりも割合があがっており、一部の保護者は様々な基準を用いてアプリ・ソフトを選択しているようである。

●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」「写真」「ゲーム」

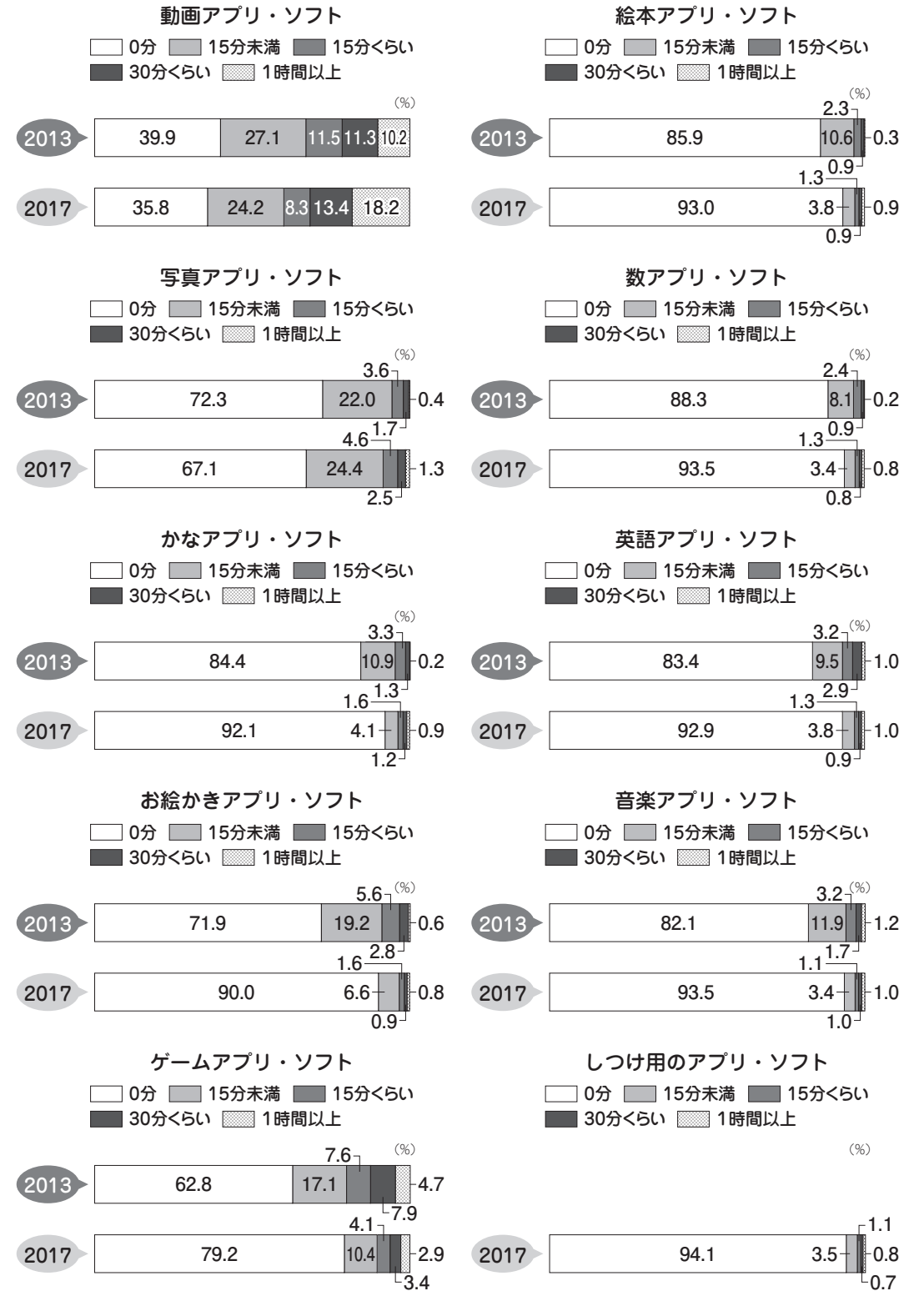
乳幼児は、どのようなアプリ・ソフトを家庭でみたり使ったりしているのか。アプリ・ソフト10種類について、それぞれ平日1日あたりの使用時間を2013年と2017年でみたものが図1-6-1である。2017年の使用時間の長い順にみると、もっとも長いのは「動画」で、次いで「写真」「ゲーム」だった。「動画」にはどのような特徴があるのだろうか。1日あたりの視聴時間をみると、「0分」35.8%、「15分未満」24.2%、「15分くらい」8.3%、「30分くらい」13.4%、「1時間以上」18.2%である。「0分」がもっとも多いが、「15分未満」の使用も次いで多く、4人に1人の割合を占める。動画サイトは、乳幼児の親子にとって、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。「動画」「写真」「ゲーム」以外のアプリ・ソフトは2017年で「0分」が9割以上で、ほとんど使われていない。2013年との比較では、「動画」「写真」以外で「0分」の割合が若干増えていることから、保護者の選択基準がより高くなっていることが背景にあるかもしれない。

●「動画」は3、4歳で、「ゲーム」は年齢があがるにつれて長くなる

平日の使用時間の長い「動画」「写真」「ゲーム」に関して、子どもの年齢別に平日1日あたりの使用時間をみたものが、表1-6-1である。各年齢で10%以上の項目に網かけをしている。

「動画」「写真」は、1日「15分未満」の視聴が、0歳から6歳までのすべての年齢で2割近く～3割に達しており、幅広い年齢で使用されている様子がみられる。「動画」では、「15分未満」「15分～30分くらい」で、多くの年齢が20%以上となっている。1時間以上では、3、4歳で約2割を占める。「ゲーム」では、4、5、6歳で「15分未満」が10%以上を占めており、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。図には示していないが、他のアプリ・ソフトでは、「お絵かき（塗り絵含む）」の5歳「15分未満」10.7%以外は、いずれも10%以上の項目はみられなかった。

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(経年比較)



注1) 2013年は、アプリ・ソフトの選択基準についてのすべての項目で「お子さまは使っていない」と回答した人、無答不明を除く。
注2) 2017年は、パソコン・タブレット端末・スマートフォン・携帯電話で、「まったく見ない(使わない)」と回答した人を除く。

●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だろうか。結果（図1-6-2）をみると、2017年で「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」91.8%、「子どもの年齢に内容が合う」86.6%、「子どもにさせたい目的と合う」63.8%だった。この3項目以外の比率は5割以下である。「インターネット上での評判がよい」45.6%、「子ども向けに使い方のアドバイスがある」31.8%、「制作者が信頼できる」31.4%、「新しい技術に触れられる」28.5%、「親向けに制作意図の説明がある」28.0%、「使用時間のアラーム機能がある」20.5%、「監修の先生がいる」16.3%であった。保護者が子どもにアプリ・ソフトをみたり使わせたりするとき、子ども自身が気に入るか、子どもの年齢に内容が合っているかなど、まず子どもの様子を見て選び、さらに子どもにさせたい内容をチェックしていると思われる。

2013年と比較すると、上位3項目はほとんど変化がみられない。その一方で2013年よりも2017年の割合が増加しているのは、「使用時間のアラーム機能がある」（9.9ポイント増加）、「子ども向けに使い方のアドバイスがある」（8.1ポイント増加）、「親向けに制作意図の説明がある」（6.6ポイント増加）、

「監修の先生がいる」（6.6ポイント増加）、「制作者が信頼できる」（6.4ポイント増加）、「新しい技術に触れられる」（5.4ポイント増加）であった。制作者や子ども向け・親向けの説明などについての関心が増えているのは、子どもを対象にした様々なアプリ・ソフトがあるなかで、子どもに安全で、質のよいものを与えたいという保護者の意識が徐々に高まっているからではないだろうか。

●子どもがどの年齢でも「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」が8～9割と高い

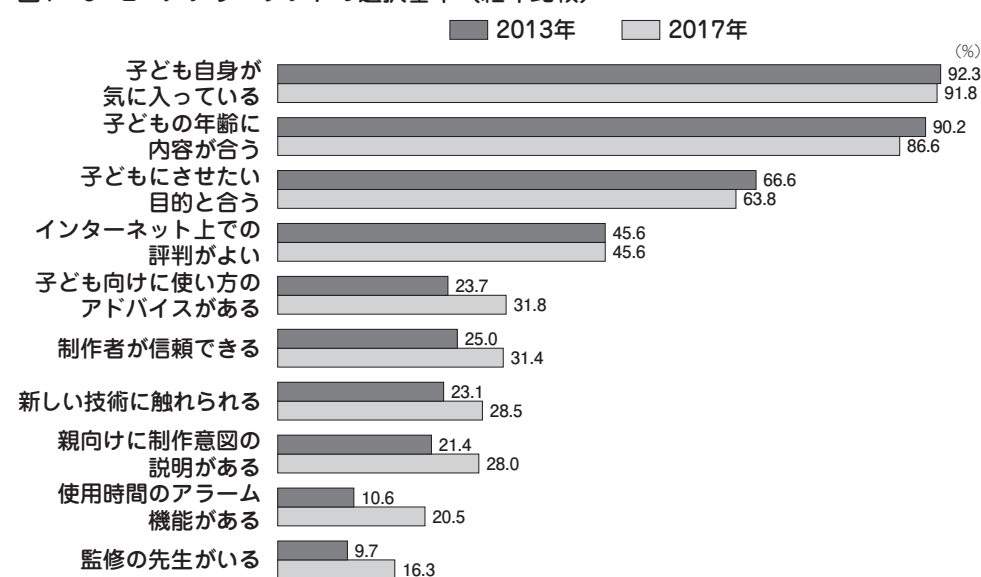
アプリ・ソフトの選択基準であてはまると回答した比率を子どもの年齢別にみたものが表1-6-2である。「子どもの年齢に内容が合う」「子ども自身が気に入っている」は、子どもがいずれの年齢でも8～9割と高い比率だった。「子どもにさせたい目的と合う」は、いずれの年齢でも6割を占めていた。「使用時間のアラーム機能がある」は、0歳が最も高く24.9%、1歳で16.9%となり、以後徐々に増加する。0歳が高く、1、2歳で一旦下がる項目は、「監修の先生がいる」「子ども向けに使い方のアドバイスがある」「親向けに制作意図の説明がある」「インターネット上での評判がよい」と多い。子どもが0歳の時期は、保護者も様々な情報を集めながら、子どもの視聴するアプリ・ソフトを選択している様子が見えてくる。

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、2017年）

		（%）						
		0歳後半	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳
動画アプリ・ソフト	0分	38.1	45.9	33.8	32.9	29.7	36.1	37.6
	15分未満	29.3	23.1	26.6	23.2	26.3	22.1	21.4
	15分～30分くらい	21.0	18.9	19.8	21.9	23.1	23.1	24.1
	1時間以上	11.8	12.2	19.8	22.0	20.9	18.8	16.8
写真アプリ・ソフト	0分	69.1	62.0	58.7	62.4	66.4	76.0	77.2
	15分未満	21.5	27.9	29.4	26.9	25.8	19.0	18.4
	15分～30分くらい	6.1	9.0	9.8	9.3	6.9	4.0	3.6
	1時間以上	3.5	1.1	2.1	1.4	0.9	0.9	0.8
ゲームアプリ・ソフト	0分	90.1	91.8	88.1	83.5	75.8	67.2	63.5
	15分未満	5.0	3.9	7.5	9.0	13.1	15.4	15.7
	15分～30分くらい	3.3	3.1	3.5	3.9	8.5	13.5	14.0
	1時間以上	1.8	1.2	0.9	3.4	2.5	3.7	6.9

注1) パソコン・タブレット端末・スマートフォン・携帯電話で、「まったく見ない（使わない）」と回答した人を除く。
注2) 網かけは、10%以上のもの。

図1-6-2 アプリ・ソフトの選択基準（経年比較）



注1) 「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。
注2) 2013年は「お子さまは使っていない」、無答不明を除く。
注3) 2017年のパソコン・タブレット端末・スマートフォン・携帯電話で「まったく見ない（使わない）」と回答した人を除く。

表1-6-2 アプリ・ソフト選択基準（子どもの年齢別、2017年）

		（%）						
		0歳後半	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳
子どもの年齢に内容が合う		84.0	89.0	89.0	85.8	85.3	84.1	88.2
使用時間のアラーム機能がある		24.9	16.9	18.2	19.5	21.4	20.7	24.7
子ども自身が気に入っている		82.9	87.3	93.2	91.6	93.3	94.1	94.5
子どもにさせたい目的と合う		63.0	62.8	64.3	62.6	65.7	64.1	63.5
監修の先生がいる		19.3	16.1	14.9	14.2	19.8	14.3	17.3
制作者が信頼できる		34.3	31.8	27.3	29.9	31.8	31.6	35.7
子ども向けに使い方のアドバイスがある		36.5	33.0	30.8	26.7	33.4	30.4	35.2
親向けに制作意図の説明がある		38.1	30.7	26.3	24.1	30.2	24.0	29.1
新しい技術に触れられる		28.2	24.5	25.6	27.8	32.3	28.3	32.4
インターネット上での評判がよい		56.4	49.3	42.4	43.4	49.1	40.9	44.2

注1) 「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。
注2) パソコン・タブレット端末・スマートフォン・携帯電話で、「まったく見ない（使わない）」と回答した人を除く。

●動画アプリ・ソフトのうち、「アニメ映像・番組」は、性別や年齢の違いを問わずみられている

図1-6-3は、乳幼児が視聴している動画アプリ・ソフトのコンテンツについて、複数回答で聞いたものである。よく視聴しているコンテンツ6項目を多い順にみてみよう。「アニメ映像・番組」44.5%、「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%、「電車や動物などの映像・番組」14.9%、「親が見たいと思う映像・番組」3.9%、「小学校受験に向けた映像・番組」0.5%であった。「視聴しない」は32.5%である。「アニメ映像・番組」や「童謡・アニメソングなどの歌や踊りの映像・番組」の視聴割合が高い。「子ども向けの総合教育映像・番組」は、4人に1人が視聴している。逆に割合が低かったのは、「親が見たいと思う映像・番組」や「小学校受験に向けた映像・番組」などで、割合は一桁であった。

性別にみると、男女ともに視聴しているのは、「アニメ映像・番組」（男子44.0%、女子45.0%）、「子ども向けの総合教育映像・番組」（男子22.4%、女子25.9%）である。女子のほうが高いのは「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%）、男子のほうが高いのは「電車や動物などの映像・番組」（男子22.8%、女子6.3%）である。

●「視聴しない」割合は0歳がもっとも高く51.0%、4歳がもっとも低く23.9%

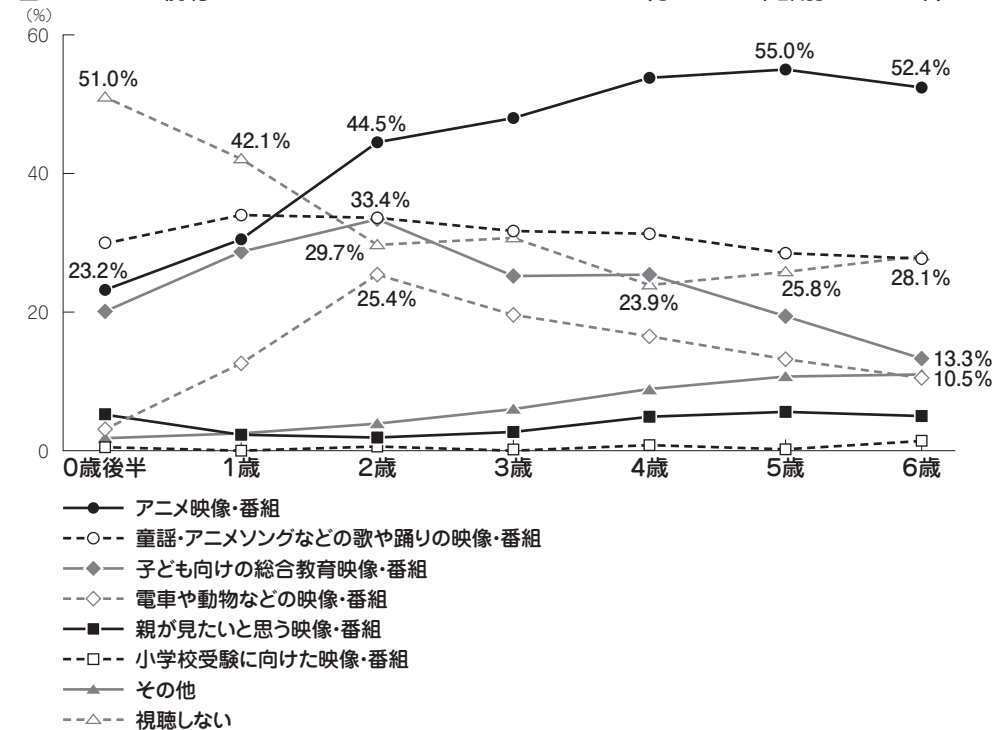
乳幼児が視聴している動画アプリ・ソフトを子どもの年齢別でみると、図1-6-4のようになった。「アニメ映像・番組」は、年齢が高くなるほど割合が増え、0歳23.2%、2歳44.5%、5歳55.0%でもっとも高く、6歳52.4%である。年齢が低いほど高いのは「視聴しない」で、0歳51.0%、1歳42.1%、2歳29.7%と急激に割合が減少していき、3歳30.7%、4歳23.9%、5歳25.8%、6歳28.1%となっている。「童謡・アニメソングなどの歌や踊りの映像・番組」は、いずれの年齢でも3割前後と年齢による差はみられない。「子ども向けの総合教育映像・番組」は、0～4歳で2～3割であり、2歳33.4%がもっとも高く、6歳で13.3%に減少する。「電車や動物などの映像・番組」も2歳がピークで25.4%、6歳で10.5%に減少する。“2歳児の6割は、見たいテレビ番組が大体決まっている”という先行研究があるが（「第3回幼児の生活アンケート」、ベネッセ教育研究開発センター、2005）、動画アプリ・ソフトでも、0歳から2歳にかけて、「視聴しない」割合が急激に減少し、以後、割合が2～3割で推移することから、2歳の段階で、ある程度視聴する子どもと視聴しない子どもに分かれるのではないかとと思われる。

図1-6-3 視聴しているアプリ・ソフトのコンテンツ（全体・性別、2017年）

	(%)	男子 (1776)	女子 (1624)
アニメ映像・番組	44.5	44.0	45.0
童謡・アニメソングなどの歌や踊りの映像・番組	31.1	28.1	34.3
子ども向けの総合教育映像・番組	24.0	22.4	25.9
電車や動物などの映像・番組	14.9	22.8	6.3
親が見たいと思う映像・番組	3.9	3.4	4.4
小学校受験に向けた映像・番組	0.5	0.5	0.5
その他	6.5	7.6	5.2
視聴しない	32.5	31.9	33.1

注1) 複数回答。
注2) () 内はサンプル数。
注3) <, >は、5ポイント以上差のあるもの。

図1-6-4 視聴しているアプリ・ソフトのコンテンツ（子どもの年齢別、2017年）



注) 複数回答。

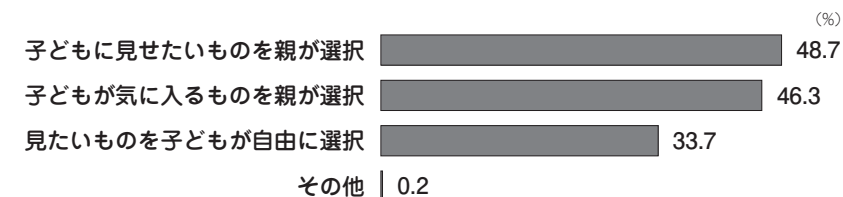
●動画アプリ・ソフトの選択主体は、2歳から3歳にかけて保護者から子どもへと変化する

子どものみる動画アプリ・ソフトは、誰が選択するのか。複数回答で聞いたものが図1-6-5である。「子どもに見せたいものを親が選択」48.7%、「子どもが気に入るものを親が選択」46.3%、「見たいものを子どもが自由に選択」33.7%であった。子どもの年齢別にみると(図1-6-6)、0歳、1歳では、「子どもに見せたいものを親が選択」がもっとも多かった(0歳72.1%、1歳65.4%)。2歳で「子どもに見せたいものを親が選択」と「子どもが気に入るものを親が選択」が約4割で、ほぼ同じ割合になる。3、4、5歳では、「子どもが気に入るものを親が選択」が「子どもに見せたいものを親が選択」と逆転する。一方、「見たいものを子どもが自由に選択」は、0歳2.1%、1歳11.7%、2歳35.1%と急激に増加していく。3歳以降は、4割前後となり、6歳までほぼ同じ割合である。

●子どもがよくみる(使う)アプリ・ソフトの多くは母親向けのものである

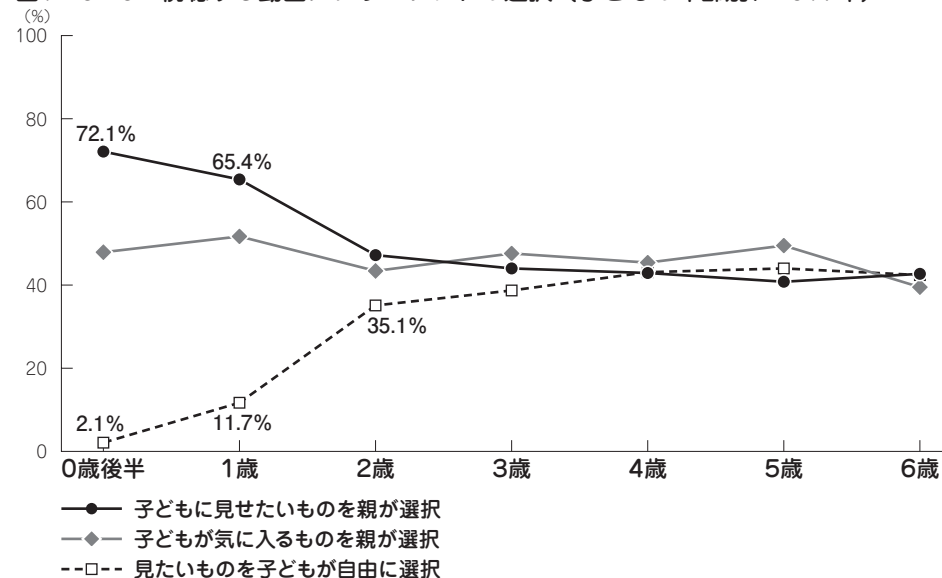
子どもがよくみる(使う)アプリ・ソフトについてフリーアンサーで聞いたものを分類したものが表1-6-3である(全員回答)。もっとも多かったのは「利用していない」で、次いで「特になし」だった。それ以外の回答を多い順にみると、「生活情報(主にプレママ、母親向け)」「SNS」「生活情報(母親以外も対象)」「コミュニケーションアプリ」「Q&A、掲示板」「YouTube、動画、音楽、ネットTV」「妊娠・育児記録、健康管理、医療」「子ども向けコンテンツ」と続く。多くのアプリ・ソフトは母親が自分のためにみたり使ったりしているものであり、それを子どもも母親と一緒にみていると推測される。「YouTube、動画、音楽、ネットTV」と「子ども向けコンテンツ」は、子ども向けのものが多く含まれていると思われる。

図1-6-5 視聴する動画アプリ・ソフトの選択(全体、2017年)



注1) 複数回答。 注2) N=2295 注3) 図1-6-3で「視聴しない」と回答した人を除く。

図1-6-6 視聴する動画アプリ・ソフトの選択(子どもの年齢別、2017年)



注1) 複数回答。 注2) N=2295 注3) 図1-6-3で「視聴しない」と回答した人を除く。

表1-6-3 子どもがよくみる(使う)アプリ・ソフト(2017年)

	(件数)
生活情報(主にプレママ、母親向け)	555
SNS	322
生活情報(母親以外も対象)	309
コミュニケーションアプリ	181
Q&A、掲示板	141
YouTube、動画、音楽、ネットTV	127
妊娠・育児記録、健康管理、医療	125
子ども向けコンテンツ	91
ブログ	87
写真、アルバム、フォトブックサービス	77
検索サイト	76
通販、フリマ	47
市・区などの行政サイト	32
まとめサイト	22
ゲーム	5
幼稚園、保育園のサイト・サービス	3
特になし	1153
利用していない	1671

注) フリーアンサーを集計。

第7節 友だちとのかわり

友だちと一緒にするのは、おもちゃ遊び、外遊び、テレビ番組の視聴が多い。動画アプリは0歳から、かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフト、ゲームソフトは4歳以降で、1割以上が週に1回以上、友だちと使用している。

●友だちと一緒にするのは、おもちゃ遊び、外遊び、テレビ番組の視聴が多い。動画アプリの視聴が増加

乳幼児が友だちと遊ぶときに、メディアはどれくらい活用されているだろうか。園での活動を含め、1週間にどれ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。図1-7-1は結果をまとめたものである。「ほとんど毎日」一緒に活動する比率の高い順に、「おもちゃ（電子メディアを除く）で遊ぶ」48.4%、「外で遊んだり、お散歩をしたりする」40.9%、「テレビ番組をみる」35.7%、「絵本や本、図鑑を読む」35.6%、「お絵かきをする」25.9%だった。乳幼児は、友だちと一緒に、おもちゃ遊び、外遊び、テレビ番組をみることが多いとわかる。一方、「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8割以上であり、友だちと一緒にいる比率は低かった。

2013年も同じ内容を聞いている。若干の順位の変動はみられるものの、ほぼ同様の傾向だった。1点異なっていたのが、「動画アプリをみる」である。「ほとんど毎日」と「週に3～4日」を合わせると、2013年は6.6%だったが、2017年は14.0%と増えていた。乳幼児が友だちと一緒に、動画アプリをみていることが増えつつあるようだ。

●4歳をピークに、テレビ番組は半数近く、ビデオ・DVDは2割以上、動画アプリは1割以上が、友だちと一緒にみている

子どもの年齢別に、友だちと一緒に活動する比率をみた（「ほとんど毎日」と「週に3～4日」の合計、図1-7-2）。まず、メディア以外の活動である「おもちゃ（電子メディアを除く）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」「お絵かきをする」をみると、「お絵かきをする」を除き、1歳から6歳までトップ3である。また、年齢別の推移をみると、ほとんどの子どもが就園している4歳で活動の比率が伸びており、いずれの項目も7～8割を推移する。これらから、乳幼児は、友だちと一緒に、0歳から、おもちゃ遊び、外遊び、絵本読みを行うことが多く、就園するとお絵かきを加えて、これらの活動を高い比率で行い、子どもの遊びのなかで中心を占めるといえる。

次に、メディアを使った活動をみよう。友だちと一緒に「テレビ番組をみる」比率は0歳で20.4%、1歳で31.4%と年齢に従って高くなり、4歳の50.8%をピークに、それ以降も5割近くを保った。「ビデオ・DVDをみる」も1歳で14.2%、2歳で25.6%と年齢に従って高くなり、4歳の31.4%をピークに、それ以降も2割以上が一緒にみている。「動画アプリをみる」は1歳で10.3%と1割を超え、4歳で19.0%と2割近くに達し、低年齢から友だちと一緒にみていることがわかった。また、「ゲームアプリ・ソフトをする」

図1-7-1 1週間に友だちと一緒に活動する頻度（2017年）

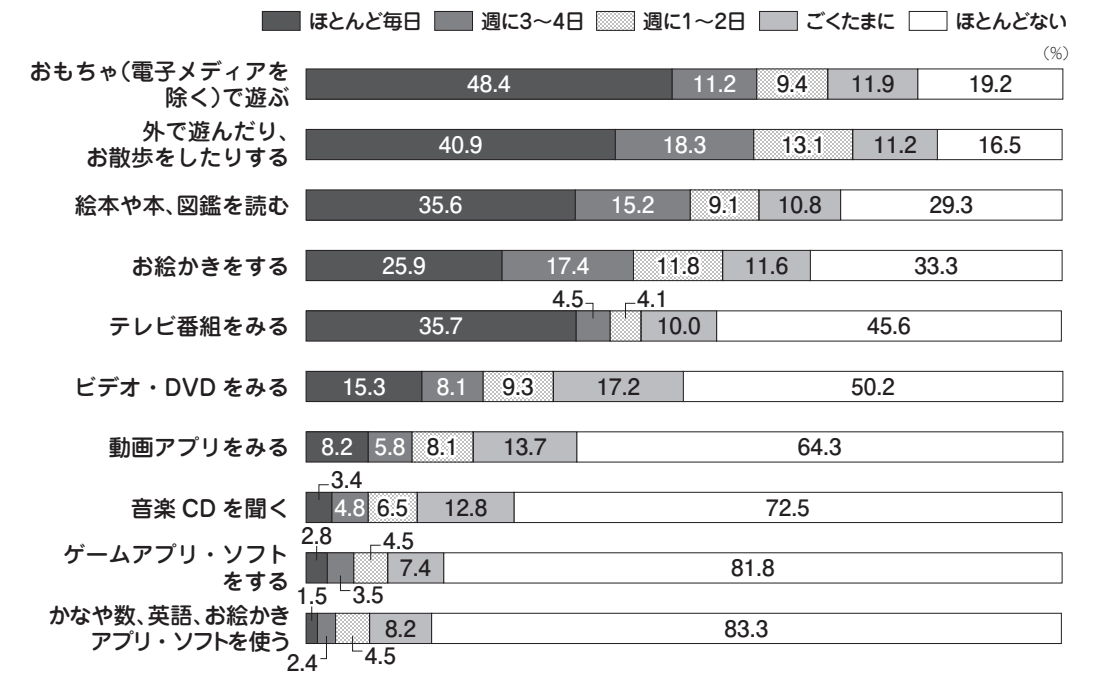
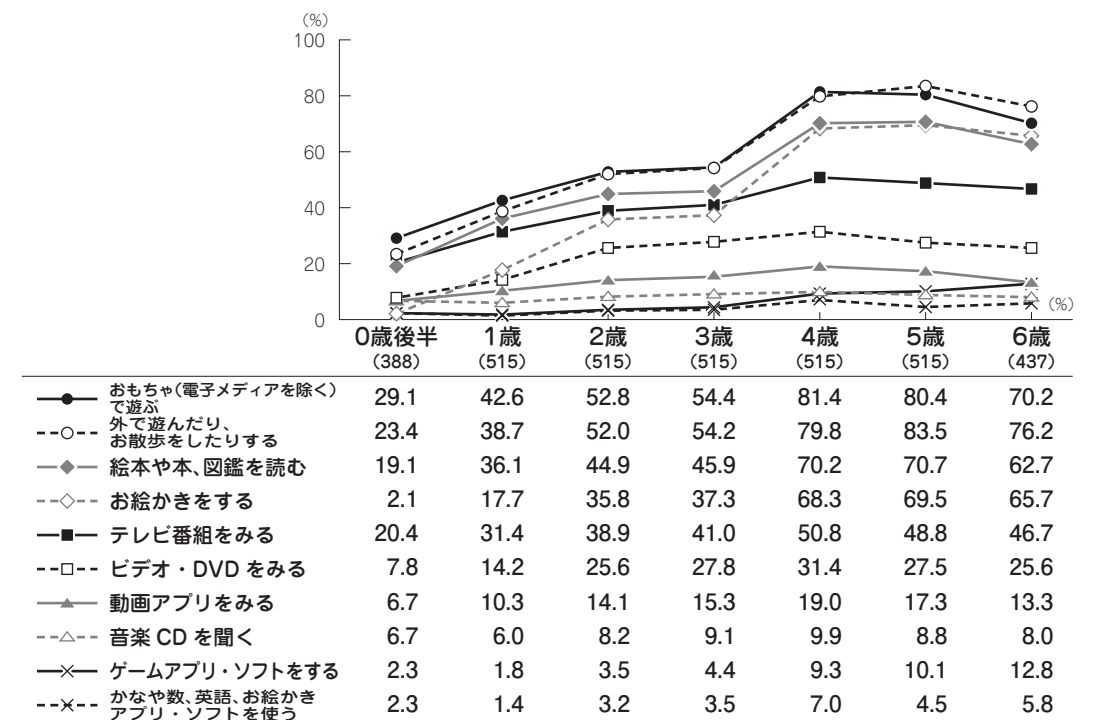


図1-7-2 1週間に友だちと一緒に活動する頻度（子どもの年齢別、2017年）



注1) 「ほとんど毎日」+「週3～4日」の合計値。
注2) ()内はサンプル数。

は5歳で10.1%、6歳で12.8%と、5歳以降で友だちと一緒にいる。これらから、乳幼児は、4歳をピークに、友だちと遊ぶときにメディアを活用し、4歳以降ではテレビ番組は半数近く、ビデオ・DVDは2割以上、動画アプリは1割以上の子どもが友だちと一緒に週3～4日以上みるなど、子どもが友だちと一緒に遊ぶときに、サブ的な存在になっていると思われる。

●高年齢の幼稚園児と保育園児に差はみられないが、低年齢の未就園児には差

就園状況によって、友だちと遊ぶときのメディア活用は異なるだろうか。子どもの年齢と就園状況別に4つに分けて、友だちと一緒に活動する比率をみた(「ほとんど毎日」と「週に3～4日」の合計、表1-7-1)。

メディア以外の活動である「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」「お絵かきをする」をみると、1～3歳の保育園児と、4～6歳の幼稚園児、保育園児で65%以上だった。一方、1～3歳の未就園児の場合、1～3割台だった。これらの活動は、園において友だちと一緒にいると思われる。

メディアを使った活動のうち、「テレビ番組をみる」「ビデオ・DVDをみる」の比率は、1～3歳の保育園児と、4～6歳の幼稚園児、保育園児で差がみられなかった。これらの活動も一部の園で友だちと一緒にいる可能性が考えられる。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、就園状況による差はほぼみられなかった。

●動画アプリは0歳から、かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフト、ゲームソフトは4歳以降で、1割以上が週に1回以上、友だちと使用

乳幼児が友だちと遊ぶときに、アプリ・ソフトの活用はどれくらい広がっているだろうか。「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、「ほとんど毎日」と「週に3～4日」と「週に1～2日」を合計して、子どもの年齢別にみたのが表1-7-2である。2013年調査でも同様に聞いているので、経年比較を行った。

週に1日以上、友だちとみたり使ったりしている比率が1割以上の年齢をみると、「動画アプリをみる」では、0歳で10.1%であり、2歳で20.9%と2割に、4歳で28.7%と3割弱に達していた。「かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う」では、3歳以降で1割以上となり、6歳の13.6%がもっとも高い比率だった。「ゲームアプリ・ソフトをする」でも3歳以降で1割以上となり、年齢に従って上昇し、6歳の20.8%がもっとも高い比率だった。

2013年調査と2017年調査を比べると、いずれの項目も比率が増える傾向にあり、乳幼児が友だちと遊ぶときにアプリ・ソフトがどれくらい取り入れられていくのか、今後も注目したい項目である。

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、2017年)

	1～3歳		4～6歳	
	未就園 (1142)	保育園 (302)	幼稚園 (1070)	保育園 (297)
外で遊んだり、お散歩をしたりする	36.1	86.7	79.1	87.9
おもちゃ(電子メディアを除く)で遊ぶ	37.9	86.4	76.3	86.2
絵本や本、図鑑を読む	29.0	84.7	65.4	81.5
お絵かきをする	18.7	66.8	66.6	76.7
テレビ番組をみる	32.8	46.7	49.7	44.8
ビデオ・DVDをみる	19.7	28.1	28.5	25.9
動画アプリをみる	11.9	15.6	17.3	14.1
かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う	2.2	4.3	6.2	4.4
ゲームアプリ・ソフトをする	2.8	4.3	10.8	9.8
音楽CDを聞く	4.4	18.9	8.4	10.8

注1) 「ほとんど毎日」+「週に3～4日」の合計値。

注2) 網かけは、未就園児で15%を超えるもの。

注3) ()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、経年比較)

		年齢別						
		0歳後半	1歳児	2歳児	3歳児	4歳児	5歳児	6歳児
動画アプリをみる	2013	1.2 (550)	6.2 (509)	12.8 (427)	11.6 (434)	20.9 (431)	15.4 (414)	12.8 (391)
	2017	10.1 (388)	14.6 (515)	20.9 (515)	23.3 (515)	28.7 (515)	28.4 (515)	26.1 (437)
かなや数、英語、お絵かきアプリ・ソフトを使う	2013	0.6 (550)	1.8 (507)	5.7 (427)	8.2 (433)	10.2 (430)	9.4 (414)	7.9 (393)
	2017	3.3 (388)	2.4 (515)	5.9 (515)	10.3 (515)	13.4 (515)	10.1 (515)	13.6 (437)
ゲームアプリ・ソフトをする	2013	0.2 (550)	0.6 (507)	3.8 (427)	6.3 (434)	12.8 (431)	16.7 (412)	23.7 (394)
	2017	2.8 (388)	2.4 (515)	6.8 (515)	10.6 (515)	15.1 (515)	16.5 (515)	20.8 (437)

注1) 「ほとんど毎日」+「週に3～4日」+「週に1～2日」の合計値。

注2) 網かけは、10%を超えるもの。

注3) 2013年は無答不明を除く。

注4) ()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、ビデオ・DVDは2歳ごろまでにみ始める割合が8、9割前後を占めている。また、スマートフォンは2017年は、0歳で35.1%が使い始めており、2013年の0歳の15.1%と比較すると、使い始める時期は早まっている。音楽CDは0歳に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。2017年の各年齢全体で、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ものが表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」までに約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95.5%、2歳97.1%、3歳90.7%、4歳86.8%、5歳82.5%、6歳79.6%）。また、「ビデオ・DVD」の場合、0歳で40.7%、1歳で67.8%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7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88.3%、3歳89.6%、4歳87.4%、5歳80.6%、6歳76.9%）。テレビ番組やビデオ・DVDは、0歳～2歳ごろまでにみ始めるメディアである。

一方、「スマートフォン」では、0歳で「0歳ごろ」35.1%、1歳で「0歳ごろ」32.0%、「1歳ごろ」27.2%、2歳で「0歳ごろ」14.6%、「1歳ごろ」46.2%、「2歳ごろ」20.8%、6歳では「3歳ごろ」18.8%、「4歳ごろ」19.7%、「5歳ごろ」16.7%と、どの年齢でもこの1～3年の間で使い始めている割合が高かった。近年急速に乳幼児の生活に広がった様子うかがえる。音楽CDは、いずれの年齢でも0歳から使い始めている割合がもっとも高かった。

●スマートフォンを使い始める時期は、4年間で低年齢化している

2013年から2017年にかけて、もっとも変化の大きかったスマートフォンについてみたものが図1-8-1、2である。「使ったことがない」割合では、2013年では、0歳84.9%、1歳57.9%、2歳48.1%であった。2017年では、0歳64.9%、1歳40.8%、2歳18.4%等と、すべての年齢で割合が下がっている。何歳から使い始めたのかをみたところ、0歳では、4年間で15.1%から35.1%と20ポイント増加した。1歳では、「0歳ごろ」と「1歳ごろ」を合わせて、2013年42.1%、2017年59.2%と17.1ポイント増加している。

2013年の結果では、子どもが小さいうちから家庭にあり、早いうちから親しんでいるメディアは、テレビ番組やビデオ・DVDであったが、2017年の結果では、それにスマートフォンが加わり、早期から使い始めている様子うかがえた。「使ったことがない」割合をみると、スマートフォンは、2歳以降は2割前後で変化がみられない。0歳から2歳までの間に使い始める子どもが急激に8割まで増加し、2歳以降は、使う子どもと使わない子どもとに分かれる様子うかがえる。乳幼児向けにさまざまな種類のアプリ・ソフトがあるが、乳幼児の親子がそれをどのような判断で選択に活用していくのかを引き続きみていく必要があるだろう。

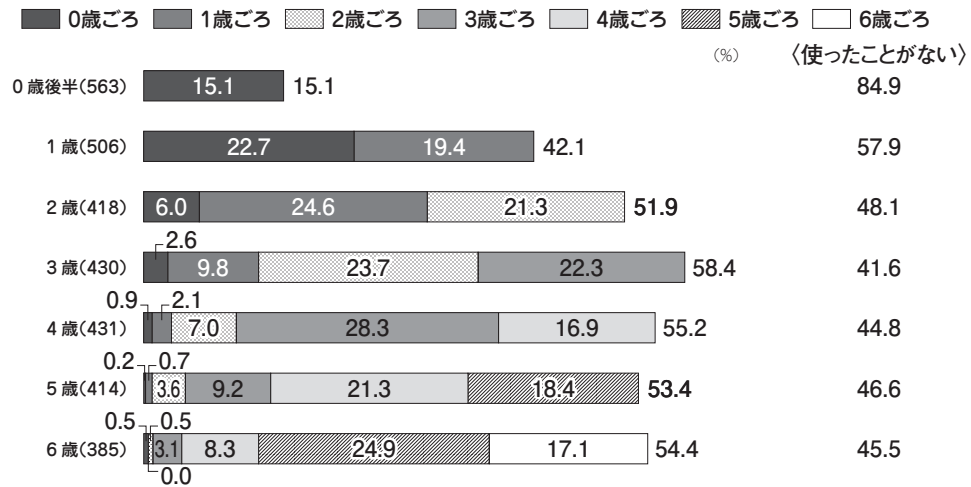
表1-8-1 メディアを使い始めた時期（子どもの年齢別、2017年）

	現在の年齢	使い始めた年齢							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	
テレビ番組 (録画を含む)	0歳後半(388)	77.1							22.9
	1歳(515)	72.4	23.1						4.5
	2歳(515)	60.6	36.5	2.1					0.8
	3歳(515)	53.0	37.7	8.5	0.8				0.0
	4歳(515)	51.7	35.1	9.3	1.7	1.2			1.0
	5歳(515)	46.4	36.1	12.8	3.1	0.2	0.0		1.4
	6歳(437)	39.6	40.0	13.3	4.3	1.1	0.0	0.0	1.6
ビデオ・DVD	0歳後半(388)	40.7							59.3
	1歳(515)	43.1	24.7						32.2
	2歳(515)	31.8	40.8	15.7					11.7
	3歳(515)	24.7	43.5	21.4	4.9				5.6
	4歳(515)	27.2	39.0	21.2	7.2	1.6			3.9
	5歳(515)	25.2	34.2	21.2	11.7	2.3	0.2		5.2
	6歳(437)	22.4	35.7	18.8	13.7	4.3	1.1	0.0	3.9
パソコン	0歳後半(388)	9.3							90.7
	1歳(515)	5.0	8.2						86.8
	2歳(515)	4.7	12.4	10.3					72.6
	3歳(515)	3.7	9.3	14.2	7.2				65.6
	4歳(515)	2.3	7.4	11.5	12.6	4.7			61.6
	5歳(515)	1.7	6.0	10.7	11.3	6.2	4.3		59.8
	6歳(437)	2.7	3.4	5.0	13.3	9.8	8.2	4.1	53.3
タブレット端末	0歳後半(388)	12.6							87.4
	1歳(515)	8.3	14.2						77.5
	2歳(515)	5.6	16.1	11.7					66.6
	3歳(515)	3.7	10.3	14.8	6.8				64.5
	4歳(515)	1.7	8.0	15.1	12.8	5.6			56.7
	5歳(515)	1.0	3.5	10.3	13.8	8.3	5.8		57.3
	6歳(437)	1.8	3.0	5.9	10.5	9.4	8.9	4.8	55.6
スマートフォン	0歳後半(388)	35.1							64.9
	1歳(515)	32.0	27.2						40.8
	2歳(515)	14.6	46.2	20.8					18.4
	3歳(515)	7.0	29.9	34.0	8.9				20.2
	4歳(515)	4.3	16.7	32.4	21.0	7.0			18.6
	5歳(515)	2.5	9.5	22.5	24.5	17.1	4.3		19.6
	6歳(437)	2.7	8.2	11.7	18.8	19.7	16.7	2.3	19.9
携帯電話	0歳後半(388)	3.6							96.4
	1歳(515)	3.5	3.1						93.4
	2歳(515)	2.7	6.4	2.9					88.0
	3歳(515)	2.1	3.9	5.0	2.3				86.6
	4歳(515)	1.2	3.3	6.6	4.3	2.1			82.5
	5歳(515)	1.6	3.9	5.6	5.2	2.9	0.6		80.2
	6歳(437)	1.8	2.7	4.1	5.7	5.3	3.0	2.3	75.1
据え置き型ゲーム機	0歳後半(388)	1.8							98.2
	1歳(515)	0.6	0.8						98.6
	2歳(515)	1.0	1.2	2.3					95.5
	3歳(515)	0.4	1.2	3.1	3.5				91.8
	4歳(515)	0.2	1.7	1.6	3.7	7.2			85.6
	5歳(515)	0.8	0.4	2.7	5.0	8.5	6.6		75.9
	6歳(437)	0.9	0.5	1.4	5.0	6.2	9.2	4.3	72.5
携帯型ゲーム機	0歳後半(388)	1.3							98.7
	1歳(515)	0.8	1.4						97.9
	2歳(515)	0.4	1.7	2.1					95.7
	3歳(515)	0.6	1.2	3.9	3.3				91.1
	4歳(515)	0.6	1.4	2.7	4.3	5.6			85.4
	5歳(515)	0.2	0.2	3.9	4.3	5.2	4.1		82.1
	6歳(437)	1.1	0.5	1.1	5.0	4.6	11.9	7.3	68.4
音楽CD	0歳後半(388)	27.1							72.9
	1歳(515)	28.3	4.7						67.0
	2歳(515)	25.2	7.6	3.3					63.9
	3歳(515)	24.7	7.6	4.7	2.5				60.6
	4歳(515)	23.7	5.6	5.8	4.5	2.3			58.1
	5歳(515)	16.9	8.5	5.8	5.0	3.1	1.6		59.0
	6歳(437)	16.2	7.6	5.0	5.7	5.5	2.3	1.4	56.3

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。

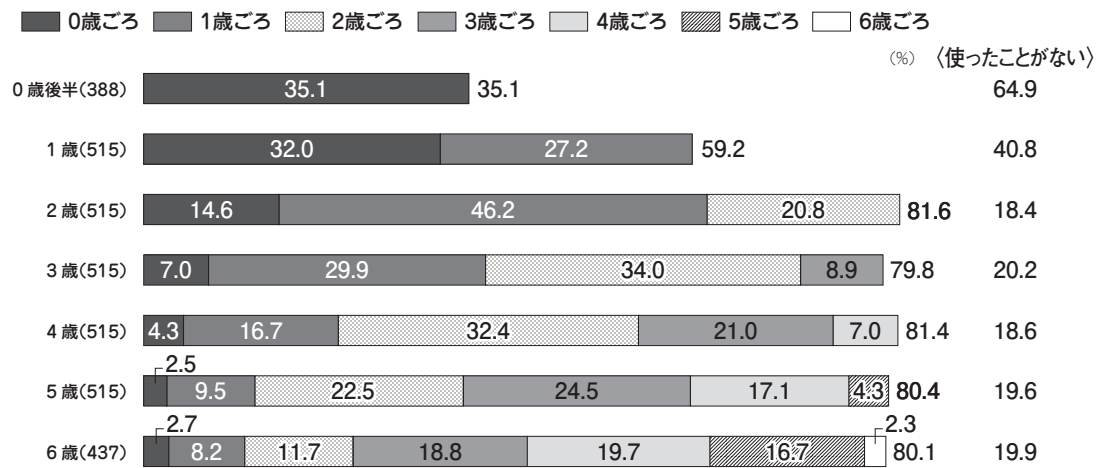
図1-8-1 スマートフォンを使い始めた時期（子どもの年齢別、2013年）



注1) 無答不明を除く。

注2) ()内はサンプル数。

図1-8-2 スマートフォンを使い始めた時期（子どもの年齢別、2017年）



注) ()内はサンプル数。

第2章

保護者のかかわりと意識



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、メディアを介してどのようなかかわりがあるのかたずねた。テレビ番組（録画を含む）やDVD・ブルーレイでは6割以上、スマートフォン・タブレット端末では3割以上で会話ややり取りが行われていた。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。2013年と比較すると、どの項目でも割合が下がっていた。ただし、「時間の長さを決めている」ケースが、パソコン、携帯電話以外のメディアで3割以上みられた。一方、スマートフォンやタブレット端末等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、ほとんどの保護者がフィルタリングをしていない状況であった。

●テレビ番組（録画を含む）やDVD・ブルーレイを通して親子で対話する傾向がある

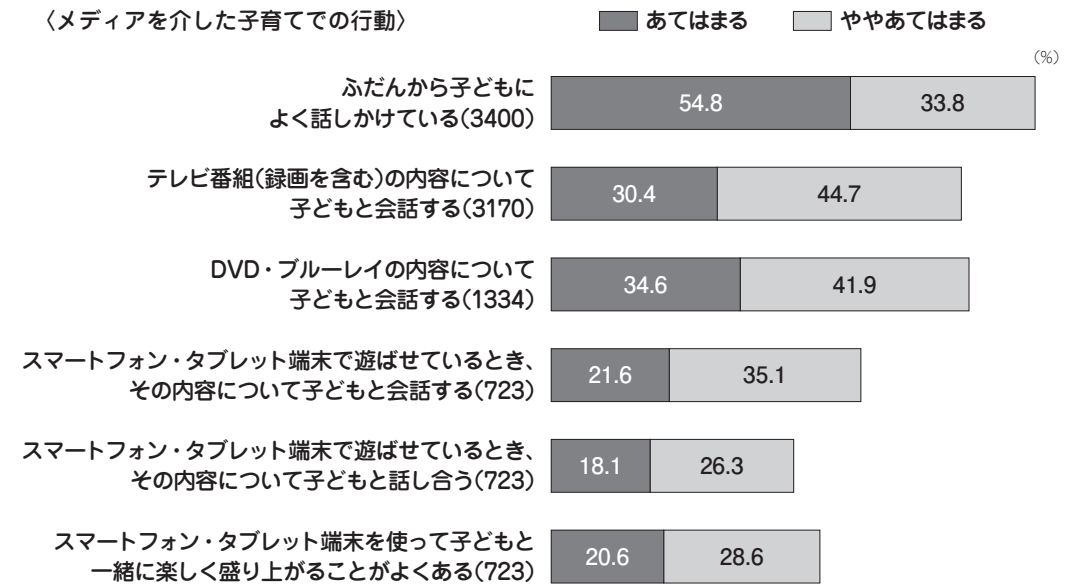
本アンケートの対象者は、「ふだんから子どもに話しかけている」に「あてはまる」「ややあてはまる」と回答したものが88.6%と約9割が該当する(図2-1-1)。このように、ふだんから子どもに話しかけている保護者が、各メディアを通してどのように行動するのだろうか。「テレビ番組（録画を含む）の内容について子どもと会話する」に「あてはまる」「ややあてはまる」との回答は、75.1%、DVD・ブルーレイの内容については76.5%であった。別質問においてテレビ番組（録画を含む）やビデオ・DVDは、「親が家事などで手をはなせないとき」に活用するという回答が多いにもかかわらず、その内容については話すという結果となっており、視聴前後に、内容について会話することも想定される。

スマートフォン・タブレット端末では、「遊ばせているとき、その内容について子どもと会話する」は56.7%、「遊ばせているとき、その内容について子どもと話し合う」は44.4%だった。テレビ番組やDVD・ブルーレイと比較少ないものの、4割以上は対話

をしていた。さらに、「スマートフォン・タブレット端末を使って子どもと一緒に楽しく盛り上がるのがよくある」については、49.2%で、約5割の親子にとって、スマートフォン・タブレット端末が、一緒に遊ぶツールとなっている。

図には掲載していないが、子どもの年齢別にみると、他の年齢より顕著なものとして、「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」で4歳が86.5%、「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」で4歳が63.2%と他年齢に比べて高い。内容については4歳ごろの保護者が意識して話しかけていることが想定される。また「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話し合う」は2歳が59.3%、「スマートフォン・タブレット端末を使って子どもと一緒に楽しく盛り上がるのがよくある」も2歳が58.5%と、他年齢に比べて高かった。スマートフォン・タブレット端末の使用時には、とくに2歳児の保護者が積極的にかかわろうとしていることが想定される。

図2-1-1 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)
〈メディアを介した子育てでの行動〉



注1) 子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1~2回以上使っている場合のみを算出。

注2) ()内はサンプル数。

●親子での各メディアの使用ルールについて、どの項目も減少の傾向があり、「とくに決めていない」が増加している

子どもがみたり使ったりしているメディアについて、親子でどれくらいルールを決めているのだろうか。本項目は2013年と同一であることから、まずその変化を比較する(図2-1-2~9)。どのメディアについても、ほとんどの項目で4年前より割合が減少している。

テレビについては、「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」「場所を暗くしないようにしている」「見方の約束が守れなかったら注意する」について、2013年より20ポイント以上減少していた。多くの項目で減少しているが、「時間の長さを決めている」「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」「場所を暗くしないようにしている」は、3割以上がルールを決めているとしていた。

ビデオ・DVDについては、「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」「場所を暗くしないようにしている」「見方の約束が守れなかったら注意する」が、2013年より20ポイント以上減少していた。多くの項目で減少しているが、「時間の長さを決めている」「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」「場所を暗くしないようにしている」は、3割以上がルールを決めているとしていた。これらは、テレビと同様の項目である。

パソコンについては、「内容を確認している」「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」「場所を暗くしないようにしている」「見るときは、親に伝えるように約束している」「食事中は見ないように約束している」が、2013年より20ポイント以上減少していた。どの項目も3割を下回っていた。さらに「とくにルールを決めていない」が20ポイント以上増加していた。

タブレット端末については、「内容を確認している」が、2013年より20ポイント以上減少していた。多くの項目で減少しているが、

「時間の長さを決めている」「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」「場所を暗くしないようにしている」「食事中は見ないように約束している」は、3割以上がルールを決めているとしていた。

スマートフォンについては、「見るときは、親に伝えるように約束している」が、20ポイント以上減少していた。多くの項目で2013年より減少しているが、「時間の長さを決めている」は若干増え、3割以上がルールを決めているとしていた。ただし、「とくにルールを決めていない」が10ポイント増加した。

携帯電話に関しては、どの項目も2013年から変化はなく、「とくにルールを決めていない」が若干上昇し、35.3%となっていた以外は3割を超えていない。

据え置き型ゲーム機については、「時間帯を決めている」について、2013年より20ポイント以上、「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」「場所を暗くしないようにしている」「見るときは、親に伝えるように約束している」「食事中は見ないように約束している」「見方の約束が守れなかったら注意する」について、30ポイント以上減少していた。多くの項目で減少し、「時間の長さを決めている」以外は3割を超えていない。

携帯型ゲーム機については、「場所を暗くしないようにしている」「見るときは、親に伝えるように約束している」「食事中は見ないように約束している」について、2013年より20ポイント以上、「見方の約束が守れなかったら注意する」について、30ポイント以上減少していた。多くの項目で減少し、「時間の長さを決めている」「場所を暗くしないようにしている」「食事中は見ないように約束している」で、3割を超えていた。

図には示していないが、年齢別にみると、どの項目も加齢とともに緩やかに割合が上昇していた。「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」においては、テレビ番組(録画を含む)、パソコン、タブレット端末の

視聴(使用)が3歳、ビデオ・DVDでは4歳、スマートフォンでは6歳のときに一番割合が高く、発達に合わせ、ルールを適用していることが想定される。

項目ごとにみていくと、「時間の長さを決めている」は、テレビ番組(録画を含む)、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、携帯型ゲーム機の視聴(使用)で30%以上だった。「スクリーンに目を近づけ過ぎないようにしている」と「場所を暗くしないようにしている」が、テレビ番組(録画を含む)、ビデオ・DVD、タブレット端末の視聴(使用)で30%以上であったのに対し、それ以外は低い割合となっていた。

「内容を確認している」と「見るときは、親に伝えるように約束している」は、どのメディアも30%以下だった。ただし、スマートフォンのみ5歳がそれぞれ、31.7%、30.7%と3割を超えており、スマートフォンに関しては、5歳という年齢がルールを伝えるタイミングとして適切と考えられているのではないかと推察される。

「食事中は見ないように約束している」については、タブレット端末で30.5%、携帯型ゲーム機で31.4%、「見方の約束が守れなかったら注意する」はタブレット端末のみ31.4%と3割を超えていた。

2017年で新たに設けられた「寝る前に見ない(使わない)ようにしている」は、どのメディアも25%以下、「インターネットをつながない状態で使わせる」についてはどのメディアも10%以下であった。

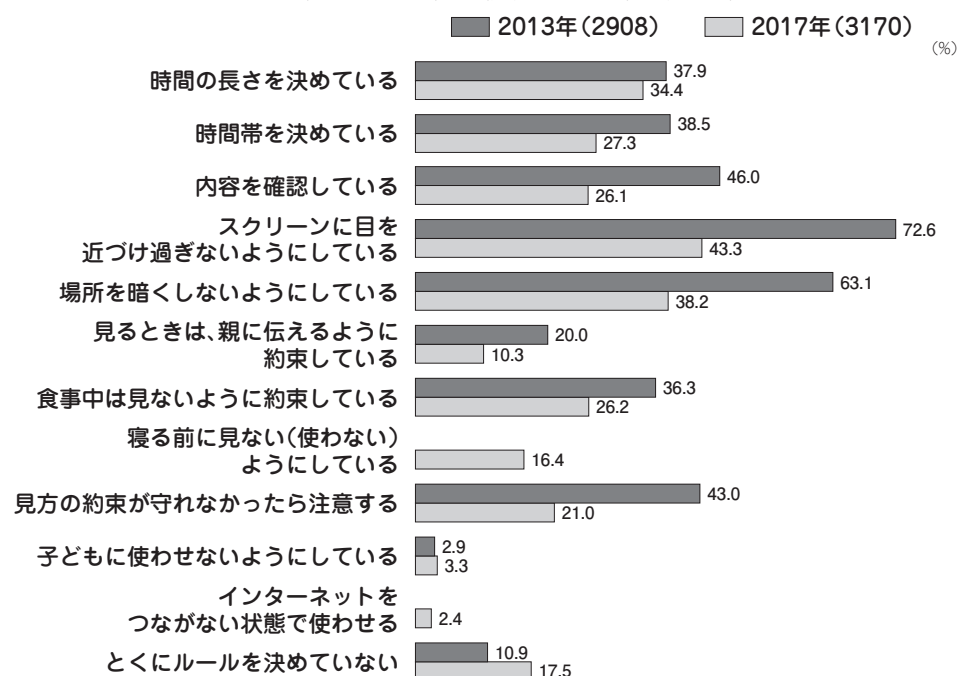
どのメディアもルールへの認識が薄くなっているが、メディアごとに重要とされるルールと、ルールを徹底する年齢が若干異なっている状況であった。今後はそれらの状況を整理し、ガイドライン等を設けていくことが重要な課題である。

●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

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(図2-1-10)、「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回答は1割以下であった。2013年と比較するとパソコンが8.0%から3.9%と減少していた。

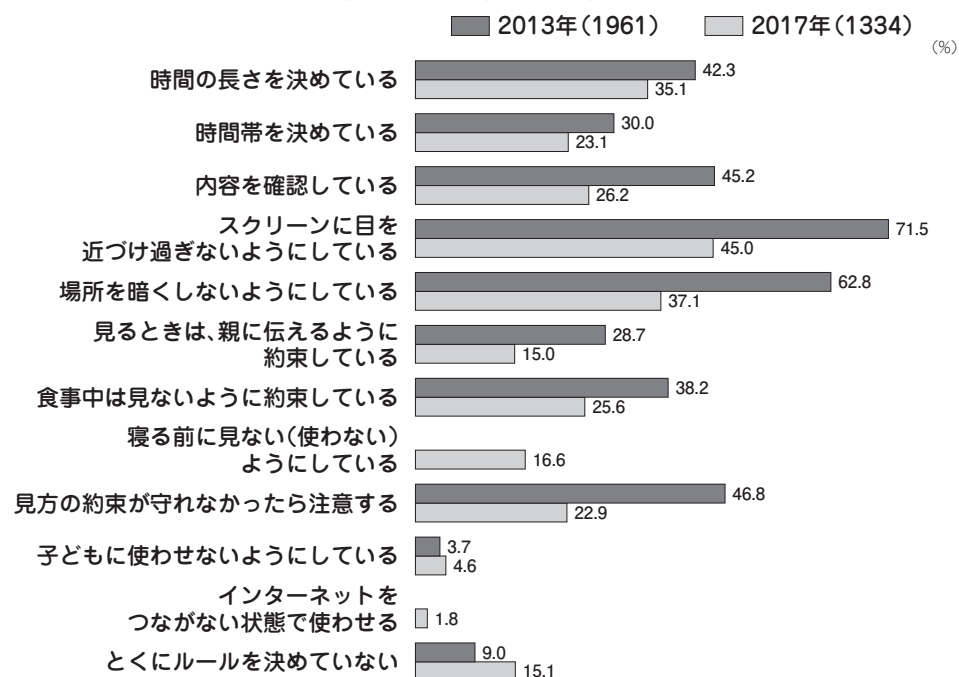
多少の変化があるものの、子どもの誤使用をフィルタリングにより対策することは、依然としてハードルが高いようである。この年代の子どもは、使用している状況を常に保護者が観察でき、内容も保護者が確認することができるため、いわゆる小学生以上の子どもの懸念されるいじめや出会い系サイト等のインターネットのトラブルが起これないといわれているとも考えられる。しかし、子どもが操作方法をわからないがゆえにランダムにクリックすることで、ウィルスに感染したり、課金されたりするという問題は懸念される。別質問にあるデジタルメディア使用による気配りの点でも「有料サイトや危ないサイトにアクセスする可能性がある」については、インターネット動画・画像(YouTubeなど)やスマートフォン・タブレット端末・パソコンのアプリ・ソフトで6割以上の懸念の項目となっている。最近では、タブレット端末やスマートフォン用のアプリで、子どもの使用制限が容易にできるものが登場している。端末自体が提供する機能制限もある。ルール決めが減少傾向である現状を踏まえ、アプリ、端末の設定、フィルタリングを用いて制御できることを整理すると同時に、どのようなテラシーを親子が身に付けていくべきか、幼いころから適切なメディア利用が行えるよう検討していくことは重要な課題である。

図2-1-2 テレビ番組（録画を含む）の視聴ルール（経年比較）



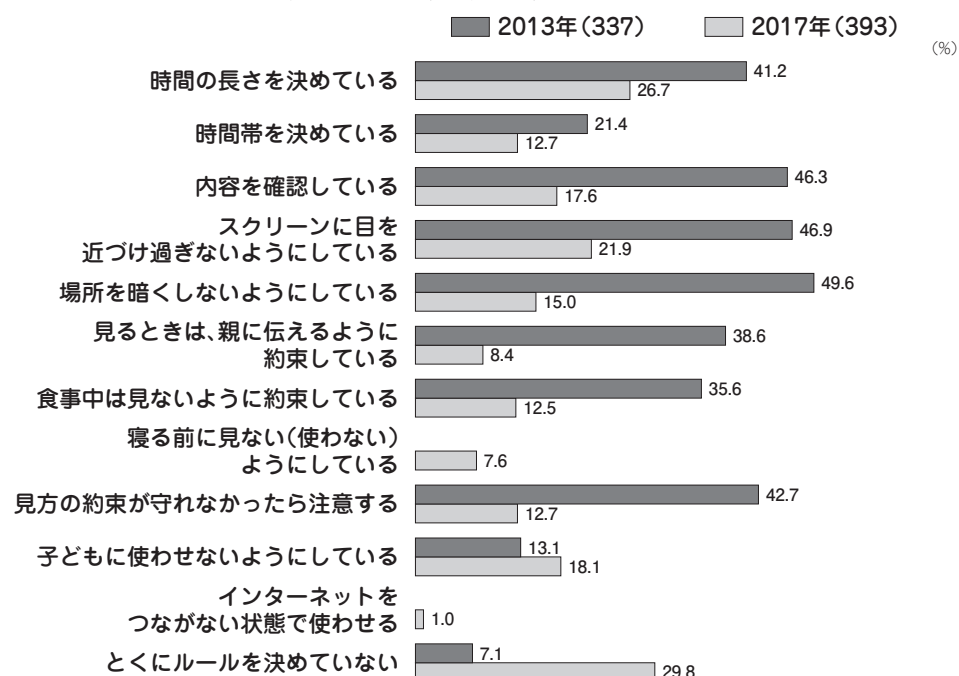
注1) 家にその機器があり、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1～2回以上使っている場合のみを算出。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) ()内はサンプル数。

図2-1-3 ビデオ・DVDの視聴ルール（経年比較）



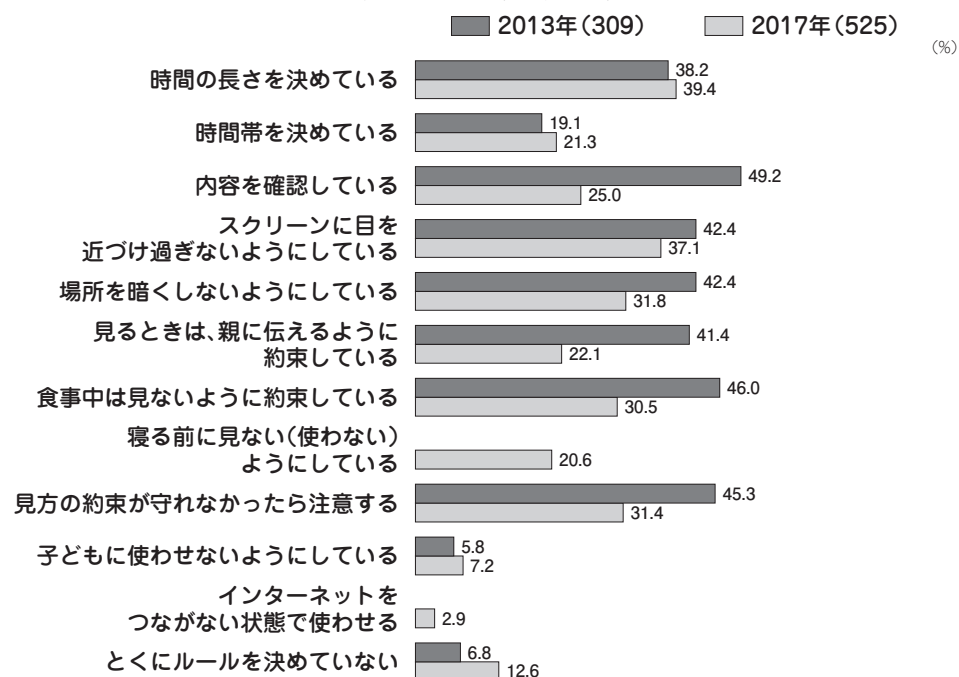
注1) 家にその機器があり、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1～2回以上使っている場合のみを算出。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) ()内はサンプル数。

図2-1-4 パソコンの使用ルール（経年比較）



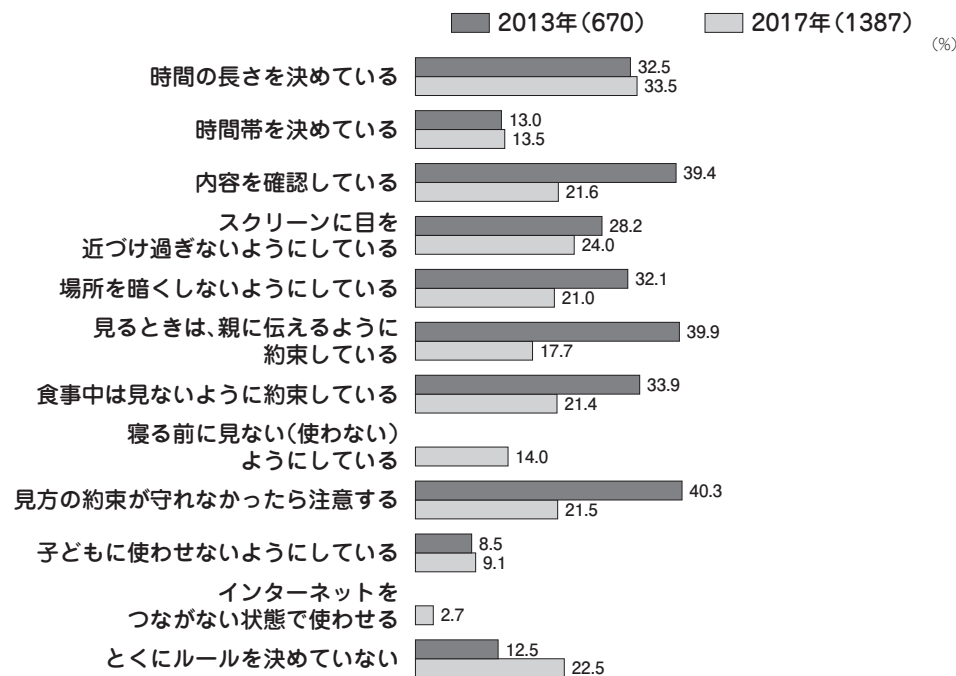
注1) 家にその機器があり、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1～2回以上使っている場合のみを算出。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) ()内はサンプル数。

図2-1-5 タブレット端末の使用ルール（経年比較）



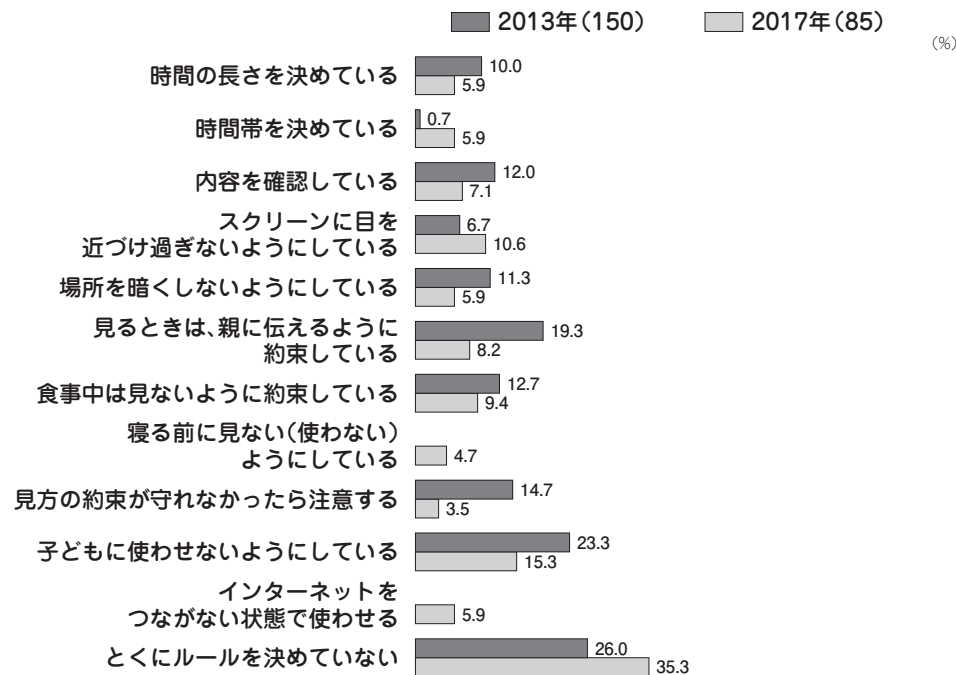
注1) 家にその機器があり、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1～2回以上使っている場合のみを算出。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) ()内はサンプル数。

図2-1-6 スマートフォンの視聴ルール（経年比較）



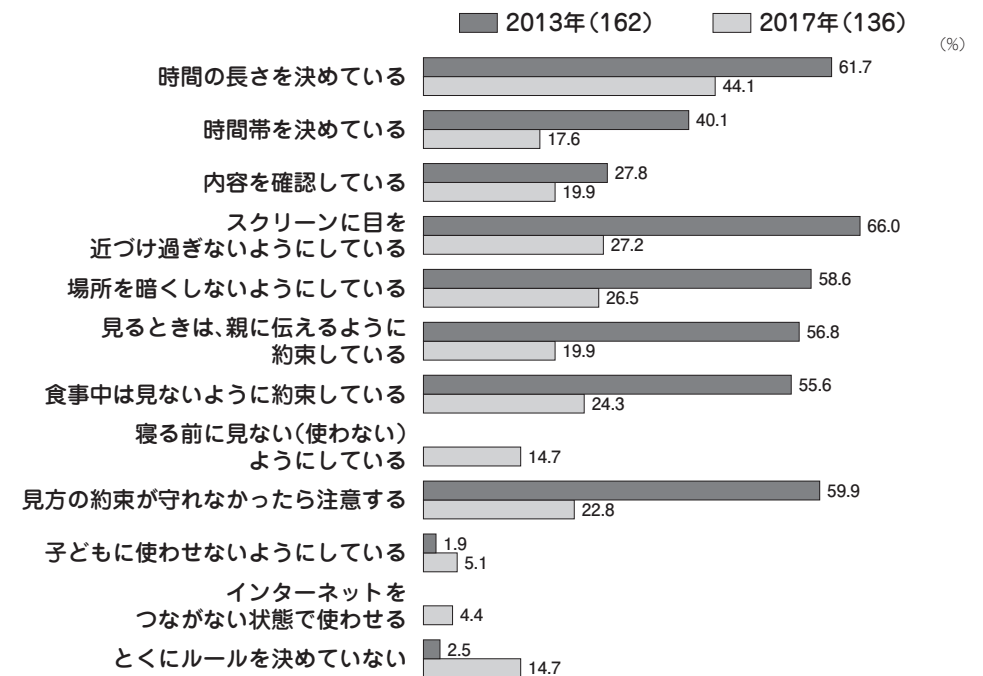
注1) 家にその機器があり、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1～2回以上使っている場合のみを算出。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) ()内はサンプル数。

図2-1-7 携帯電話の使用ルール（経年比較）



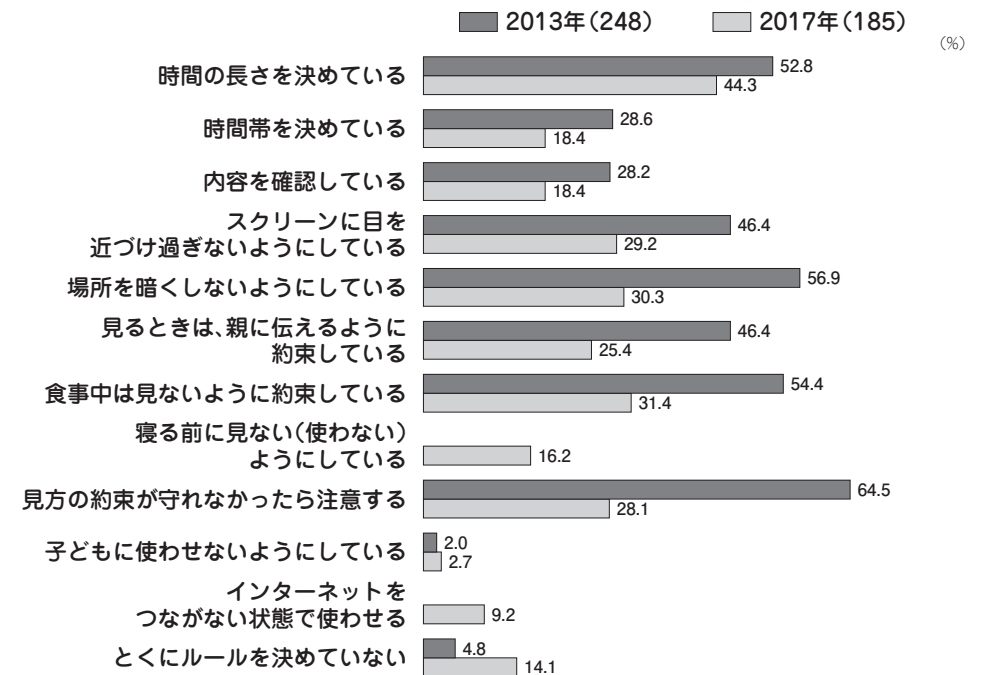
注1) 家にその機器があり、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1～2回以上使っている場合のみを算出。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) ()内はサンプル数。

図2-1-8 据え置き型ゲーム機の使用ルール（経年比較）



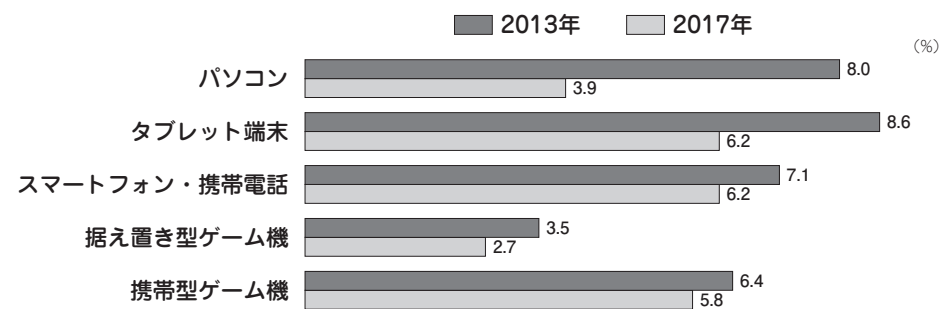
注1) 家にその機器があり、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1～2回以上使っている場合のみを算出。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) ()内はサンプル数。

図2-1-9 携帯型ゲーム機の使用ルール（経年比較）



注1) 家にその機器があり、子どもがそれぞれのメディアを1週間のうち、週1～2回以上使っている場合のみを算出。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) ()内はサンプル数。

図2-1-10 フィルタリングをかけているか(経年比較)



注1) 「わからない/家がない」と答えた人を除く。

注2) 2013年は無答不明を除く。

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、どのように決めるのかについては、「配偶者の意見」「特にない」「ママ友・先輩ママの意見」という順で参考にしていた。2013年よりどの項目も減少し、「特にない」が増加していることから、ルール決めに対する意識が薄らいでいる可能性がある。

●親子のデジタルメディア使用のルールを決めるときに参考にするのは、配偶者やママ友・先輩ママの意見から判断することが多いが、「特にない」が増加しており、ルールを決める際の参考への意識が薄れている

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全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50.1%、「特にない」が32.7%、「ママ友・先輩ママの意見」が20.6%であった。2013年と比較すると若干異なっており、2013年に2番目に多かった「自分の経験から判断」41.4%は、今回16.6%で4番目となっている。その他、人からの情報では、「自分の親の意見」15.4%、「幼稚園の先生や保育士の意見」5.0%も少数ではあるが参考にしている。2013年より全体的に参考にする比率が低くなっているものの、人の話からの情報が依然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9.1%と多く、「書籍」4.0%、「医院・診療所などに貼られているポスター」3.6%と続いている。2013年と比較すると、多かった「育児雑誌」が30.7%からかなり減少し、9.1%となっている。「新聞・雑誌」も14.5%から1.5%へ大幅に減少している。

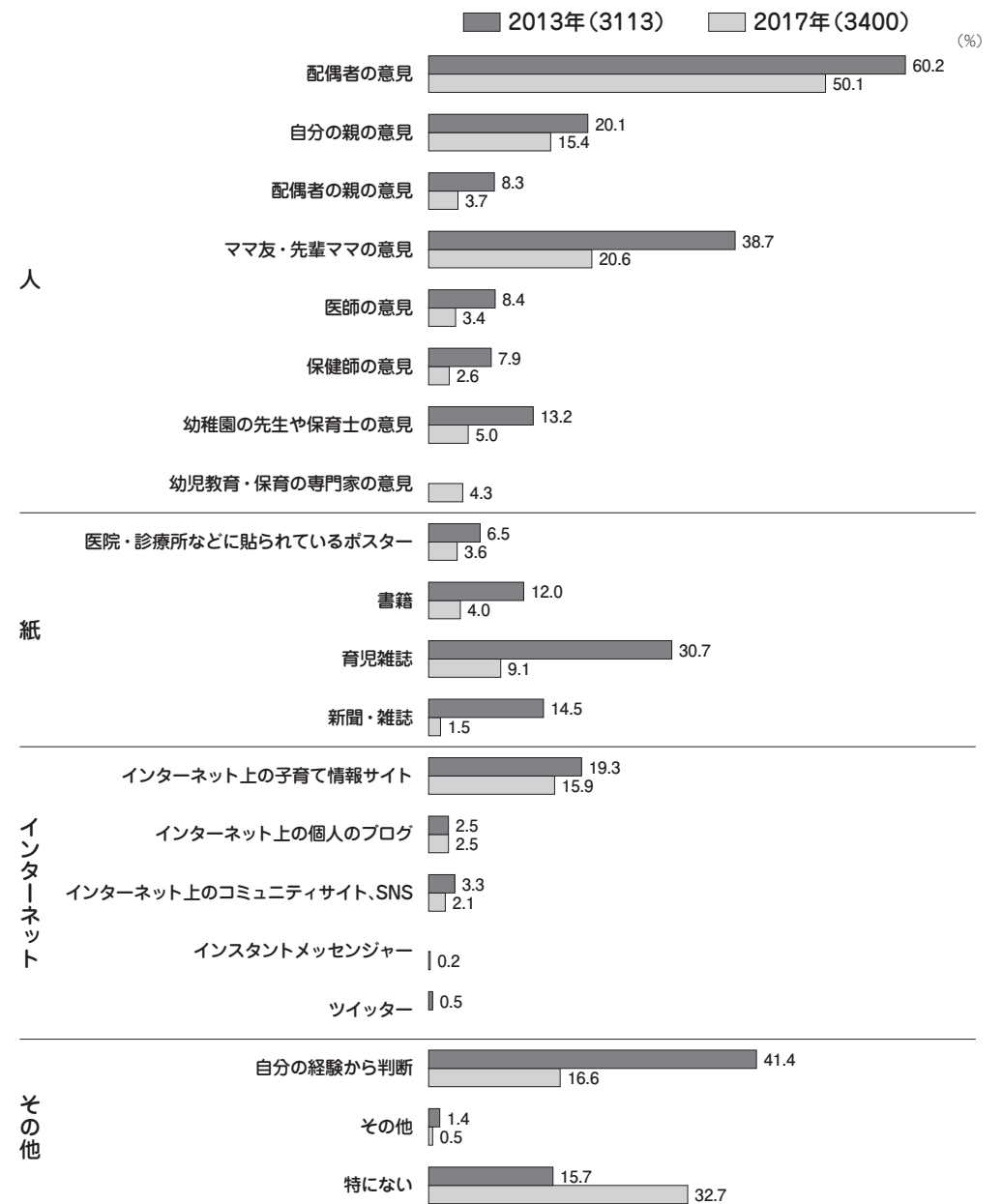
インターネットでは、「インターネット上の子育て情報サイト」が15.9%と多かった。

「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」「インスタントメッセージ」については、ほとんど参考にされていない。2013年と比較しても変わらない状況であった。

前節で触れたように、ルールを決めること自体の割合が低くなっているのにもない、何かを参考にルールを決めるという行為そのものが減少している可能性がある。

図には掲載していないが、これらの選択率は、子どもの年齢によっても異なっていた。「配偶者の意見」は、子どもの年齢があがるにつれ上昇し、0歳の48.3%から6歳58.6%と高くなっている。これに対し、「自分の親の意見」は、0歳がピークで17.8%、6歳では11.2%と減少している。「配偶者の親の意見」も同様で0歳が5.4%、6歳で2.3%と低くなっている。子どもが生まれた当初は親世代からの意見を参考にしているが、子どもが大きくなるにつれ、配偶者の意見を参考にしている様子が見えてくる。また、「幼稚園の先生や保育士の意見」や「幼児教育・保育の専門家の意見」を参考にしている割合が一番多かったのは、いずれも4歳(7.0%、5.8%)で他年齢、全体平均より若干高かった。この年代では、園や専門家の意見が参考になるととらえることができる。さらに、0歳が一番多いものが「医師の意見」で4.9%、「保健師の意見」で5.9%、「医院・診療所などに貼られているポスター」で14.4%と他年齢、全体平均より高かった。出産直後は医学的な意見を参考にしていると考えられる。0歳では、

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(経年比較)



注1) 複数回答。

注2) 2013年は無答不明を除く。

注3) ()内はサンプル数。

「書籍」「育児雑誌」「インターネット上の子育て情報サイト」「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」のいずれも選択率が一番高く、子どもの誕生を機に情報収集を多く行い、それらをもとにルール決めを行っているのかもしれない。

その他自由記述では、育児のテレビ番組やニュースなど、テレビ番組等の情報を参考に回答があった（4件）。

また、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、「自分の親の意見」が挙げられる。29歳以下では19.1%で、40歳以上の12.3%に比較して高い。「配偶者の親の意見」も29歳以下では5.4%で、40歳以上の2.4%の倍以上である。20代は親の意見を参考にしている様子がみられる。一方、「医師の意見」は、29歳以下では2.9%、40歳以上では3.8%であった。母親の年齢が上がるにつれ、医師の意見を参考にしていることがわかる。また、「インターネット上の子育て情報サイト」は、29歳以下では14.1%、40歳以上では17.2%であり、「インターネット上の個人のブログ」は、29歳以下では1.6%、40歳以上では3.0%であった。

若干ではあるが、年代により情報収集の対象が異なる様子が見えてくる。

また、園（幼稚園・保育園・認定こども園）に通っているかどうかで5ポイント以上差がある項目があった（表2-2-1）。まず、「配偶者の意見」は、園（幼稚園・保育園・認定こども園）に通っているが54.1%で、未就園より8.8ポイント高かった。「インターネット上の子育て情報サイト」は、園や施設には通っていない（未就園）が19.2%と高く、どこか園に所属している13.3%と差があった。逆に「自分の経験から判断」については未就園が13.8%と少なく、就園が18.9%と多かった。子どもが園に通っていない場合、インターネット上の子育て情報サイトを参考にし、自分の経験から判断することが就園の場合より少ないということがわかる。

いずれにせよ、スマートフォンやタブレット端末等の新しいメディアの場合、保護者自身の経験だけでなく、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が現状である。新たなデバイスやツールが登場する都度、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。

表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（園への所属の有無、経年比較）

				(1844)	(1545) (%)
		2013	2017	園(幼稚園・ 保育園・認定 こども園)に 通っている	園や施設に は通っていな い(未就園)
人	配偶者の意見	60.2	50.1	54.1	45.3
	自分の親の意見	20.1	15.4	14.9	16.1
	配偶者の親の意見	8.3	3.7	3.3	4.2
	ママ友・先輩ママの意見	38.7	20.6	21.5	19.7
	医師の意見	8.4	3.4	2.8	4.1
	保健師の意見	7.9	2.6	2.0	3.4
	幼稚園の先生や保育士の意見	13.2	5.0	6.1	3.6
	幼児教育・保育の専門家の意見		4.3	4.3	4.3
紙	医院・診療所などに貼られているポスター	6.5	3.6	2.9	4.5
	書籍	12.0	4.0	3.5	4.7
	育児雑誌	30.7	9.1	7.7	10.9
	新聞・雑誌	14.5	1.5	1.9	1.0
インターネット	インターネット上の子育て情報サイト	19.3	15.9	13.3	19.2
	インターネット上の個人のブログ	2.5	2.5	2.3	2.7
	インターネット上のコミュニティサイト、SNS	3.3	2.1	1.8	2.3
	インスタントメッセージ ツイッター		0.2	0.1	0.3
その他	自分の経験から判断	41.4	16.6	18.9	13.8
	その他		0.5	0.3	0.8
	特になし	15.7	32.7	28.7	37.3

注1) 複数回答。
 注2) 2013年は無答不明を除く。
 注3) 網かけは、5ポイント以上差があるもの。
 注4) ()内はサンプル数。

第3節 メディアへの抵抗感、気がり

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、2013年と変わらず、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にある。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「目や健康に悪い」「夢中になり過ぎる」「長時間の視聴や使用が続く」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、若い世代ほど新たな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

子どもにデジタルメディアをみせる（使わせる）ことについてどれく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」と「まあ抵抗感がある」の合計の回答は、「テレビ番組（録画を含む）」が23.5%、「ビデオ・DVD」が23.8%と低かった。2013年の結果と比較してもほぼ変化がなく、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、ゲームに関する抵抗感は大きく、「据え置き型ゲーム機」は77.2%、「携帯型ゲーム機」は78.9%で、7割を超え、2013年の結果とほぼ同じである。

その他のメディアについては、「パソコン」が69.7%、「タブレット端末」が70.4%、「スマートフォン」は76.4%、「携帯電話」は68.4%だった。ゲームと比較すると若干低いととらえることもできるが、いずれも6割を超えている。2013年の結果と比較しても変わらず、抵抗感を感じている傾向にある。

図には表示していないが、年齢ごとに抵抗感をみていくと、どのメディアも0～2歳が若干高く、6歳に向け緩やかに減少している様子が見られる。

●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挙げられる

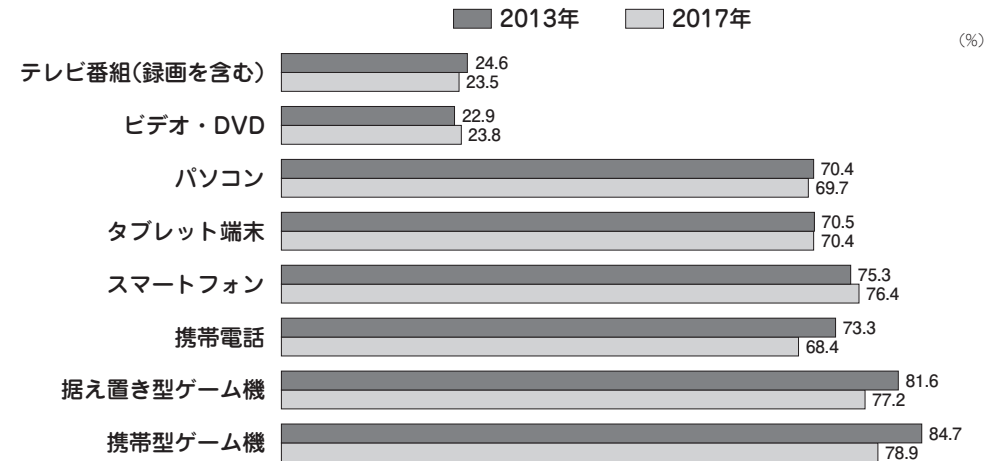
デジタルメディアに対して気がかりに考える点はどのような項目なのだろうか。デジタルメディアをみせる（使わせる）ことでどれくらい気になるかについてたずねた。結果については（図2-3-2）、テレビ番組（録画を含む）、インターネット動画・画像（YouTubeなど）、スマートフォン・タブレット端末・パソコンのアプリ・ソフト（絵本・英語・お絵かき・ゲームなど）のどのメディアも共通して、「目や健康に悪い」が「とても気になる」と「やや気になる」の割合が84.5%と高かった。次に「夢中になり過ぎる」が77.8%、「長時間の視聴や使用が続く」が73.7%と続いた。「次のことに切り替えしづらい」が63.4%、「大きくなったときのデジタルメディアへの依存」の62.4%も含め、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られる。その他「受動的になる」「親子のコミュニケーションが減る」も5割を超えている。さらに、「生活リズムが乱れる」49.0%、「体を動かす遊びとのバランス」46.9%、「行動や言葉づかいが乱れる」47.3%も4割を超えており、デジタルメディアの使

用による気がかりが多数あることが明らかとなった。

テレビ番組（動画を含む）以外のデジタルメディア使用の内容に関しては、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69.7%と高かった。別項目でのフィルタリングの導入が低い結果を考慮すると、今後の大きな課題である。

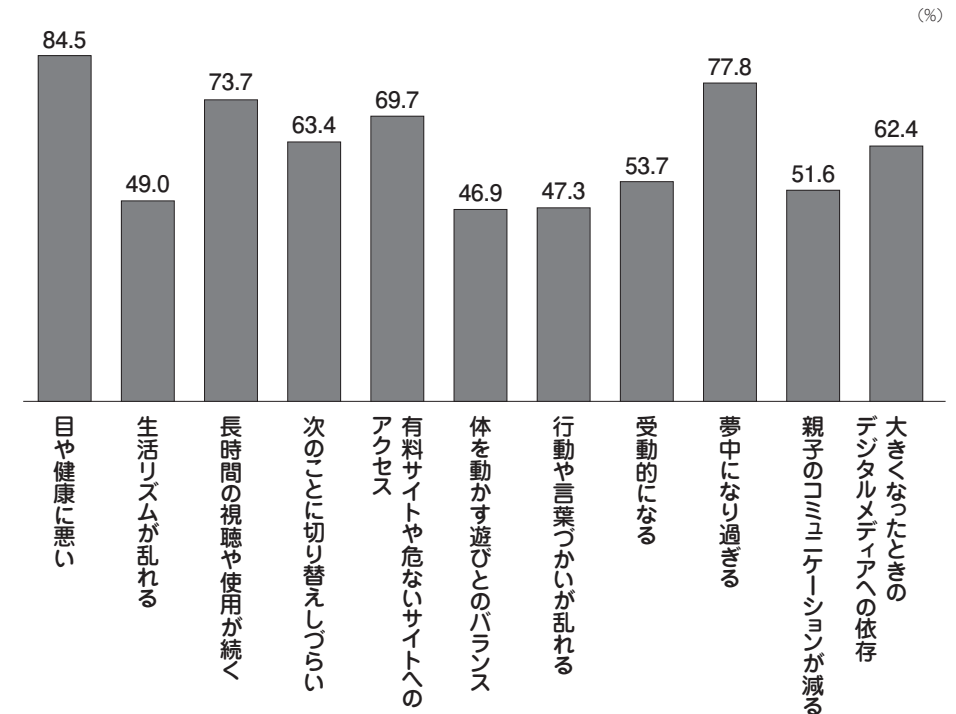
図2-3-1 メディアへの抵抗感（経年比較）



注1) 2013年は無答不明を除く。

注2) 「とても抵抗感がある」+「まあ抵抗感がある」の合計値。

図2-3-2 デジタルメディア使用による気がり（2017年）



注1) 「とても気になる」+「やや気になる」の合計値。

注2) テレビ番組（録画も含む）/インターネット動画・画像（YouTubeなど）/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）の平均。

注3) 「有料サイトや危ないサイトへのアクセス」は、インターネット動画・画像（YouTubeなど）/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）の平均。

第4節 アプリ・ソフトへの意識

デジタルメディアの視聴（使用）への意識は、テレビ番組（録画を含む）、インターネット動画・画像、スマートフォン・タブレット端末・パソコンのアプリ・ソフトも共通して、多い順に「歌や踊りを楽しめる」「知識が豊かになる」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」「長時間の視聴や使用が続く」で、どのデジタルメディアも同様だった。保護者はインターネット・画像、スマートフォン・タブレット端末・パソコンのアプリ・ソフトにデメリットを多く感じている状態である。

●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、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

保護者は、子どもがメディアを使用する際のメリット・デメリットについて、どのように考えているのだろうか。「テレビ番組（録画を含む）」「インターネット動画・画像（YouTubeなど）」「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）」について、使っていない方も含めてたずねた。結果をみると（表2-4-1）、「テレビ番組（録画を含む）」「インターネット動画・画像（YouTubeなど）」「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）」についてそれぞれ若干異なっていた。テレビ番組は「とてもそう思う」と「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93.1%、「知識が豊かになる」が79.3%、「社会のマナーやルールを学べる」が63.2%であった。テレビ番組ではさらに、「作る、描くなど表現力を育む」「やさしさ、思いやりなどを育む」「親子でのコミュニケーションが増す」が5割を超えていた。「生活リズムを整えるのに役立つ」は

4割、「集中力がつく」「友だちと遊べる」は3割を超えており、多くの項目で肯定的にとらえていた。

インターネット動画・画像（YouTubeなど）は「とてもそう思う」と「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78.1%と高かった。その他「知識が豊かになる」が4割、「作る、描くなど表現力を育む」が3割を超えているのみであった。

スマートフォン・タブレット端末・パソコンのアプリ・ソフトは「とてもそう思う」と「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66.0%、「知識が豊かになる」が58.3%、「作る、描くなど表現力を育む」が56.0%であった。アプリ・ソフトはさらに、「小学校以上の学習で役に立つ」が37.6%、「集中力がつく」が37.5%であり、これらの割合は、他メディアと比べて一番高くなっている。その他、「やさしさ、思いやりなどを育む」「社会のマナーやルールを学べる」「親子でのコミュニケーションが増す」が3割を超えていた。

以上の結果から、歌や踊りを楽しむという点はどのメディアでも共通して感じているが、テレビ番組についてメリットを感じる点が多く挙げられており、他メディアより肯定的に受け止められている。また、アプリ・ソフトでは、絵本や英語、お絵かきだけでなくゲームも含めての質問項目となっていたが、他メ

表2-4-1 メディア視聴（使用）によるメリット・デメリット（2017年）

(%)

	テレビ番組（録画を含む）	インターネット動画・画像（YouTubeなど）	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）
メリット	1位 93.1	78.1	66.0
	2位 79.3	44.4	58.3
	3位 63.2	38.4	56.0
	4位 59.1	29.9	37.6
	5位 56.9	24.9	37.5
	6位 52.7	24.6	36.5
	7位 42.8	23.6	32.7
	8位 34.5	21.5	30.9
	9位 31.8	19.6	27.2
	10位 29.0	13.8	19.6
デメリット	1位 84.3	84.8	84.5
	2位 75.7	80.7	77.0
	3位 72.0	75.2	73.8
	4位 57.9	71.3	68.1
	5位 54.2	68.3	64.9
	6位 52.1	67.3	64.7
	7位 46.8	57.1	52.8
	8位 46.3	56.3	51.5
	9位 41.4	55.2	50.9
	10位 40.8	53.3	49.9
	11位 -	49.4	41.8

注1) 「とてもそう思う」+「まあそう思う」の合計値。

注2) 網かけは、50%を超えるもの。

注3) 使わせていない人も含めて全員に聞いた結果。

ディアに比べて学習で役に立つ、集中力がつくといった学習系のツールとしてとらえていると考えられる。

●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・ソフトで感じるデメリットは、「目や健康に悪い」「夢中になり過ぎる」の選択率が高い

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）、いずれも多い順に「目や健康に悪い」「夢中になり過ぎる」「長時間の視聴や使用が続く」の順で、「とてもそう思う」と「まあそう思う」を合わせた数値が7割を超えていた。

テレビ番組（録画を含む）の4位以降では、「次のことに切り替えしづらい」が57.9%、「大きくなったとき、依存しないか心配」が54.2%、「受動的になる」が52.1%と続き、5割を超えていた。

インターネット動画・画像（YouTubeなど）の4位以降では、「有料サイトや危ないサイトにアクセスする可能性がある」が71.3%、「大きくなったとき、依存しないか心配」が68.3%、「次のことに切り替えしづらい」が67.3%であった。インターネット動画・画像については「体を動かす遊びとのバランスが崩れる」以外全てのデメリットの項目が他メディアより、選択率が高い結果となっていた。

「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）」の4位以降では、「有料サイトや危ないサイトにアクセスする可能性がある」が68.1%、「次のことに切り替えしづらい」が64.9%、「大きくなったとき、依存しないか心配」が64.7%で、順位は異なるものの、インターネット動画・画像と同様の項目が続いた。

これらはいずれも「気がかり」として挙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することを懸念していると考えられる。

表には記載されていないが、各メディアのデメリットについて年齢が高くなるにつれて割合が高くなる項目があった。「行動や言葉づかいが乱れる」「受動的になる」「体を動かす遊びとのバランスが崩れる」において、どのメディアも6歳が一番高かった。テレビ番組ではその他、「親子のコミュニケーションが減る」や「生活リズムが乱れる」が加齢とともに高くなる。インターネット動画・画像では、「生活リズムが乱れる」が6歳でもっとも高い。アプリ・ソフトでは若干異なり、上記3つ以外は差がみられなかった。年齢にともない、活動が受動的なことや体を動かす遊びとのバランスが崩れることが気になる、さらには行動や言葉づかいが乱れることをデメリットとして強く感じている様子が見られる。発達段階により、注意すべき点も異なることが推察される。

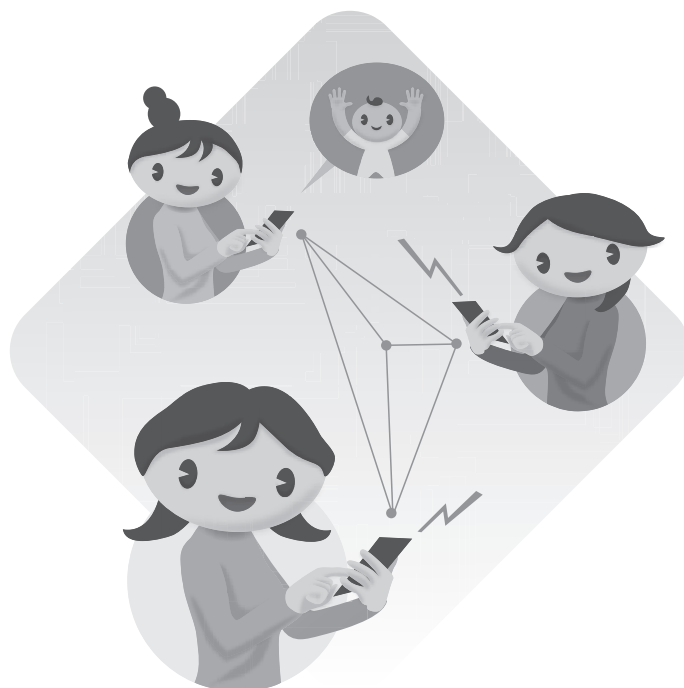
親子でどのようなルールを適用していくか、どのようなリテラシーを身に付けていくべきか、さらにはフィルタリングの具体的な方法に対しても、子どもの発達段階を踏まえながら検討していくことが課題である。

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 保護者のメディア利用率・使用時間

2013年調査と比較して、母親は、スマートフォンを長時間使用していた。さらに世代別では、マルチメディア世代の20代・携帯電話世代の30代・パソコン世代の40代では、コホート（同時期に同様な体験をする人々の集団）的特徴として、パソコンからスマートフォンへ、利用の中心をシフトする傾向がみられた。

第1節では、保護者自身が実際の生活で、どのメディアと、どのようにかかわっているのか、6種のメディア（「テレビ番組（録画を含む）」、「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」）の使用時間から調べた。

●母親のメディア利用率テレビと並行でスマートフォンが生活に定着

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）・低群（1時間未満）・中群（1時間～3時間）・高群（4時間以上）に分類したものである。経年で比較するために、2013年の調査結果も併記している。

まず、メディア利用率（「自分が見たり使ったりしている」低・中・高群の合計値）を把握する。利用率の多い順から2013年と2017年を比べると、「テレビ番組（録画を含む）」99.1%→95.7%、「スマートフォン・携帯電話」94.5%→93.7%、「パソコン」82.2%→70.1%、「タブレット端末」63.6%→71.5%、「ビデオ・DVD」59.4%→53.4%、「ゲーム機（据え置き型・携帯型）」34.7%→26.7%であった。「タブレット端末」の利用率が増加した。

上述の調査結果と「平成28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、2017、13歳から69歳までの男女1500人が対象）を参照して考察する。本調査と同じ質問ではないた

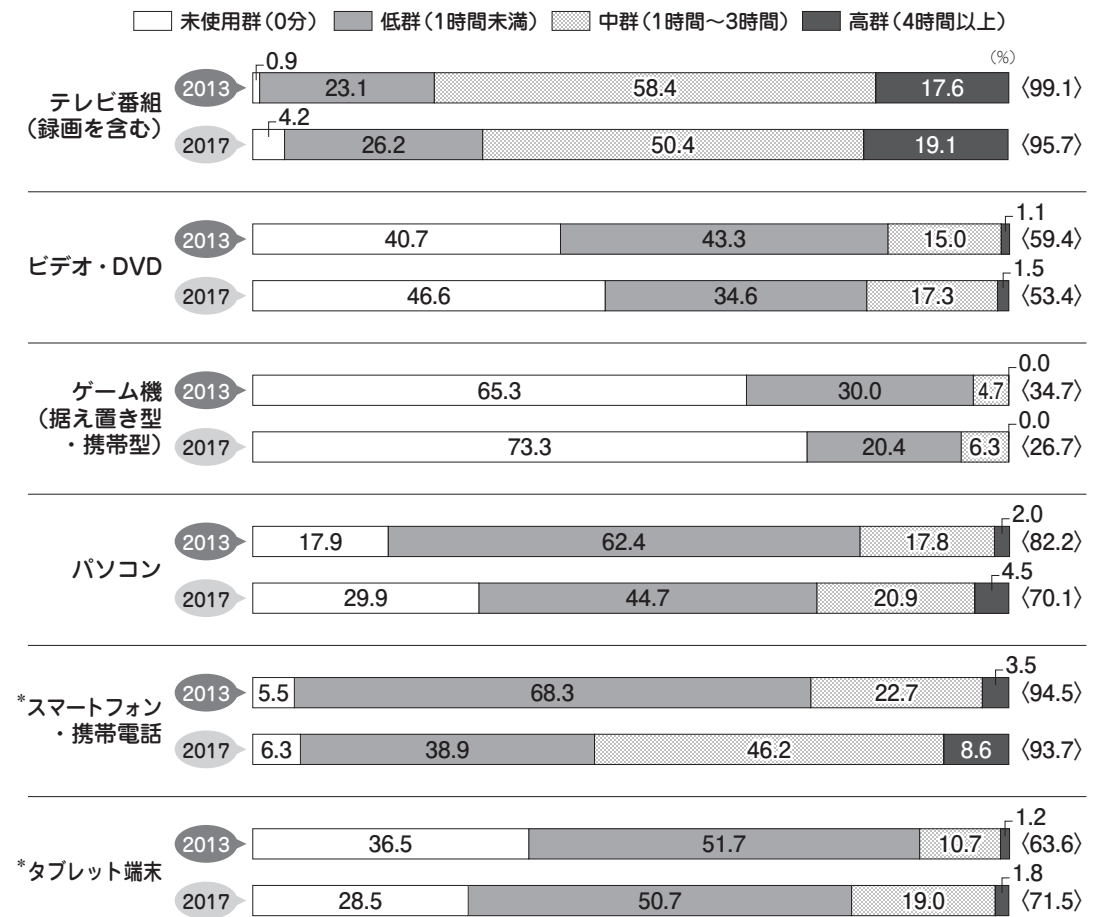
め単純比較はできないが、総務省調査のメディア機器利用率（「自分が普段の生活で利用している」2013年度と2016年度の利用率）によると、20代から40代までの利用率は、「スマートフォン」73.9%→88.8%であった。総務省の調査結果からもスマートフォンの利用率は、本調査と同様に9割前後となっている。とくに、本調査ではスマートフォンの利用率が、テレビの利用率に匹敵しており、スマートフォンは、保護者にとって“生活メディア”として定着している。

●スマートフォンの使用が長時間化

次に、図3-1-1からメディアの使用時間（低・中・高群別）を読み取る。2013年から飛躍的に使用時間が伸長したのが、「スマートフォン・携帯電話」である。9割以上の母親がスマートフォンを使用するなかでも、中群の使用時間が22.7%から46.2%へ2倍以上、過半数近くに増え、高群も3.5%から8.6%に増えた。

この調査結果の背景には、スマートフォンの劇的普及がある。「平成29年版 情報通信白書」（総務省、2017）によると、2007年にiPhoneが発売されてから10年間で、スマートフォンの利用台数は全世界で40億台に上る。スマートフォンは携帯電話と比べ、画面の拡大・文字量の増加・画像や動画の見やすさ・情報量の増加が特徴であり、“生活の中心”となりつつある。

図3-1-1 母親の平日のメディア使用時間（経年比較）



注1) 2013年は無答不明を除く。

注2) メディアが家庭にある人のみ（*はそのメディアを使っている人のみ）。かつ子どもが「まったく使わない」人を除く。

注3) 〈 〉は低・中・高群の合計値。

●保護者世代のメディア意識行動の特徴

本調査では、保護者の年齢が20代以下から40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。保護者のメディアにかかわる意識行動は、成育時期に接触したメディアにより、「76世代」「86世代」「96世代」に分類でき、コホートとして以下の特徴を保持している（「メディアイノベーション・ラボ インサイトメモ」、電通、2012）。

「76世代（1976年前後生まれ40歳頃）」の保護者は、生まれた時からデジタルメディアが存在した「デジタルネイティブ」である。パソコンの普及と共に育ち、青年期にパソコン用OSのWindows95が誕生し、インターネット黎明期を過ごしている。テレビよりパソコンから情報を入手する。パソコンでインターネットを駆使し、高い操作スキルをもつ「パソコン世代」である。76世代以降では、インターネットを介したコミュニケーション（CMC：Computer-Mediated Communication）を、対面をとまなうコミュニケーション（ FtF：Face-to-Face Communication）より、楽で自然ととらえる傾向がある。

「86世代（1986年前後生まれ30歳頃）」の保護者は、インターネットや携帯電話の普及とともに育った世代である。デジタルメディアの操作に抵抗なく慣れ親しみ、インターネットを活用する。インターネットアクセスは、小学生の頃は主にパソコンで、中学生ではパソコンに加え携帯電話の利用が増加し、高校生では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する「ケータイ世代」である。思春期の頃にモバイルメディアやソーシャルメディアの黎明期を過ごしている。

「96世代（1996年前後生まれ20歳頃）」の保護者は、新旧複数のデバイスを縦横無尽に使いこなす「マルチデバイス世代」である。動画情報を自在に操り、マニュアルより感覚でインターネットを使いこなす。この世代は、

発達時期とソーシャルメディア発展期が重なり、コミュニケーションにはオンタイム（即時性・同時性）とモバイル志向がみられる。96世代が児童期から青年期に入る頃からインターネットの依存性や有害性の問題が身近になった。

●パソコンからスマートフォンへ利用シフト

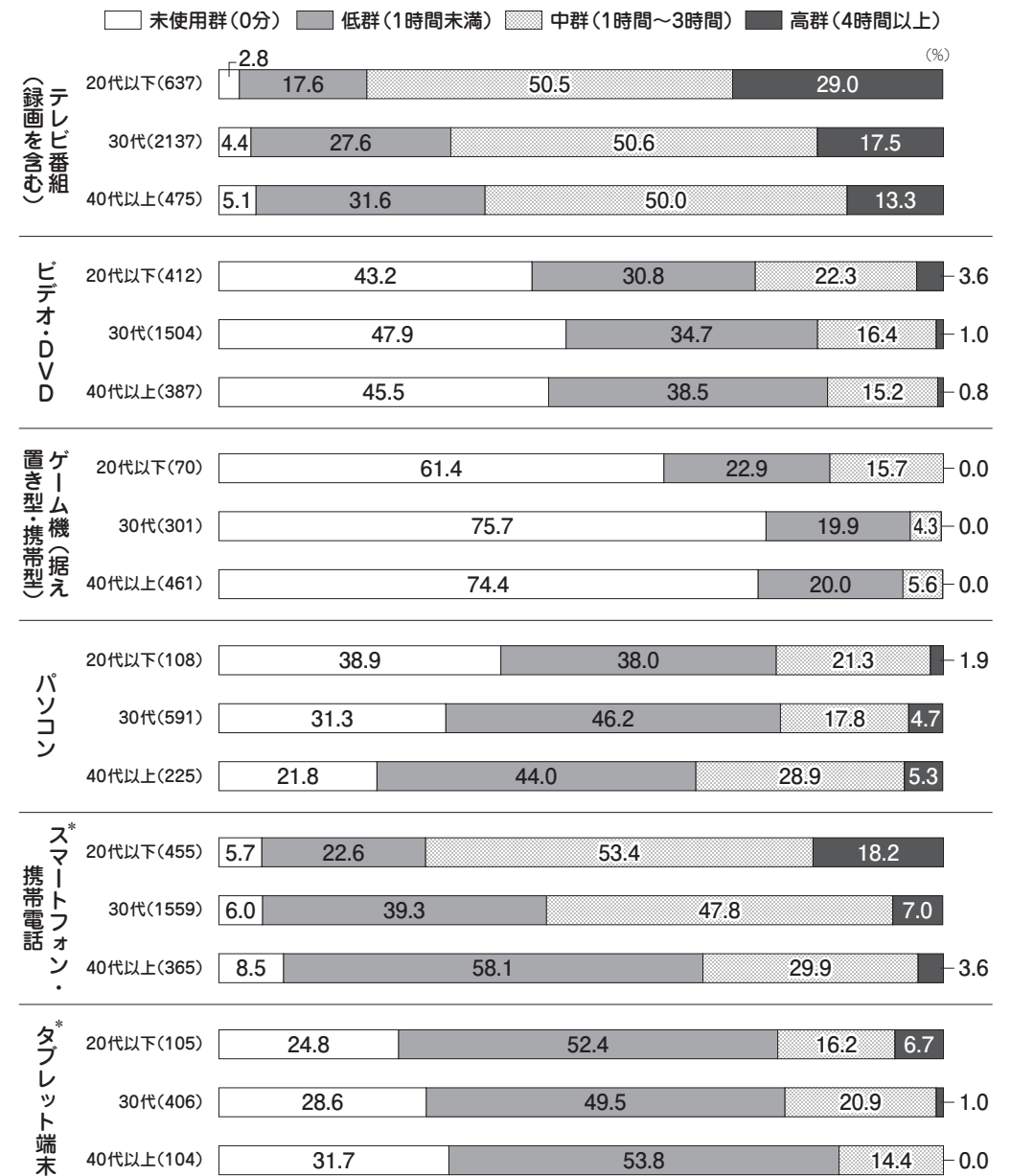
図3-1-2は、前掲の図3-1-1を20代以下・30代・40代以上の年齢層に細分化したものである。「スマートフォン・携帯電話」と「パソコン」の使用時間を比較すると、顕著な年代差が表出した。

「スマートフォン・携帯電話」について、20代以下では、中群（1時間～3時間）が53.4%、高群（4時間以上）が18.2%である。30代では中群47.8%・高群7.0%、40代以上では中群29.9%・高群3.6%となっている。

前出の総務省白書「インターネットの利用機器の状況」においても、利用率が20代はスマートフォン(92%)>パソコン(79%)、30代はスマートフォン(87%)>パソコン(72%)、40代はスマートフォン(78%)≒パソコン(73%)となっている。

このことから、マルチデバイス世代の20代とケータイ世代の30代は、スマートフォンをパソコンより長時間利用していた。一方、パソコン世代の40代は、スマートフォンとパソコンの利用は、ほぼ横ばい傾向であった。保護者の世代によって、メディア利用の中心が異なることが明確になった。

図3-1-2 母親の平日のメディア使用時間（母親の年齢別、2017年）



注1) メディアが家庭にある人のみ。(※はそのメディアを使っている人のみ)。かつ、子どもが「まったく使わない」人を除く。
注2) () 内はサンプル数。

第2節 ママ友や園との連絡手段

2013年調査と比較して、母親はママ友とSNSでの連絡を多く行い、電話嫌いやメール離れの傾向がみられた。また園との連絡には、Webサイトを使っていない保護者が多数派であった。

第2節では、保護者がママ友と連絡を取る6種の手段「固定電話の通話」「携帯電話・スマートフォンの通話」「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、SNS」「インスタントメッセージ」と、園とのWebサイトを中心にした連絡方法について調べた。

●ママ友との連絡はSNSがメイン

図3-2-1は、ママ友・パパ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、「よくある+ときどきある」にまとめたものである。加えて、ママ友・パパ友との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）の3項目に統括している。経年比較するために、2013年の調査結果も併記している。

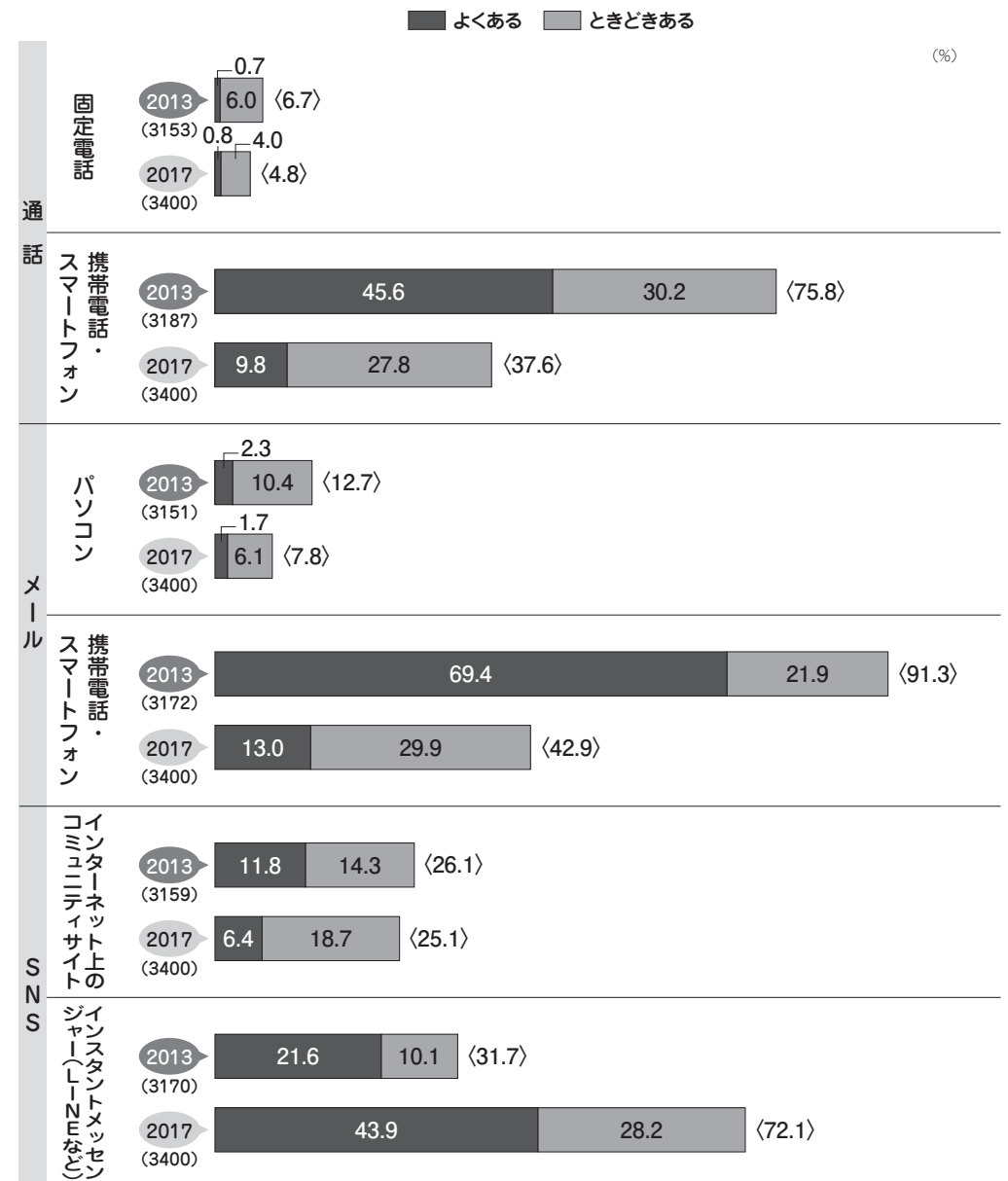
全体として6種類の手段のなかで、もっとも使われている連絡手段は「SNS」の「インスタントメッセージ」で、もっとも使われていない手段は「通話」の「固定電話」であった。

個別の手段をみていくと、まず「通話」では、「固定電話」（4.8%）より「携帯電話・スマートフォン」（37.6%）で連絡する母親が約8倍多かった。しかし「携帯電話・スマートフォ

ン」の通話自体は、2013年（75.8%）と比較すると、2017年は半数近く減少している。続いて「メール」では、「パソコン」（7.8%）より「携帯電話・スマートフォン」（42.9%）を6倍近く使用していた。ところが「携帯電話・スマートフォン」のメールは、2013年（91.3%）と比較すると、2017年は二分の一に減少している。最後に「SNS」では、「インターネット上のコミュニティサイト」（25.1%）より「インスタントメッセージ」（72.1%）で連絡を取る母親が、3倍近く存在した。これは、2013年（31.7%）と比較すると、2017年は2倍以上増加している。

この調査結果は、ソーシャルメディアが、急激に発展し、急速に定着したことが要因と考えられる。「平成28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」によると、主なソーシャルメディア（mixi、Facebook、GREE、Mobage、Twitter、LINE、Google+、YouTube、ニコニコ動画、Vine、Instagram）の利用率は、2013年は53%であったが、2016年は71.2%に増加していることから、裏づけられる。

図3-2-1 ママ友・パパ友との連絡手段と頻度（経年比較）



注1) 2013年は無答不明を除く。

注2) ()内はサンプル数。

注3) < >は「よくある」+「ときどきある」の合計値。

●ママ友連絡は SMC

ママ友との連絡手段として、SNS が主流になったことは、保護者はソーシャルメディアを介したコミュニケーション（SMC：Social Media Communication）を展開していることを意味している。LINE、Twitter、Facebook、Instagram などが基盤となり、保護者が情報の受け手に留まらず、使い手、作り手、送り手にまで発展し、ママ友コミュニティを形成する。SMC では、保護者自身とママ友の存在を意識化と可視化できる反面、インターネットと現実のコミュニティのシームレス化が生じ、ママ友との適切な距離感を保つのが困難になる場合も懸念される。

●どの世代も「通話」は敬遠

図3-2-2 は、前掲の図3-2-1 を 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。

2017 年では「固定電話」での「通話」が、どの世代ももっとも使用頻度が低かった（20 代以下 4.4%・30 代 4.2%・40 代以上 7.9%、「よくある」「ときどきある」の合計）。また、「携帯電話・スマートフォン」で「よく」通話する保護者を経年比較すると、20 代以下では 50.7% → 13.1%、30 代では 46.7% → 9.2%、40 代以上では 40.5% → 8.1%と、大幅に減少していた。

この背景には、昨今の「電話への苦手意識」がある。「固定電話の減少で電話の対応に慣れない若者や電話恐怖症の人が増加している」と言われている（日本経済新聞、2017）。電話は、通話の発信者と受信者、双方の時間を拘束する。通話から非言語的情報（声の調子や話し方）を不用意に互いに提供してしまう。このような電話の不便さを感じる保護者は、ママ友との連絡手段に敢えて選択しないと推察する。いわゆる“ママ友”は、保護者自身が信頼している友人たちと構築している人間関係や趣味嗜好のコミュニティではなく、

子どものために半強制的に所属するコミュニティである。よって、気を使う相手である“ママ友”にわざわざ「通話」をするより、他の便利な連絡手段を選択したと推察される。

●「メール」離れから手軽「SNS」へ

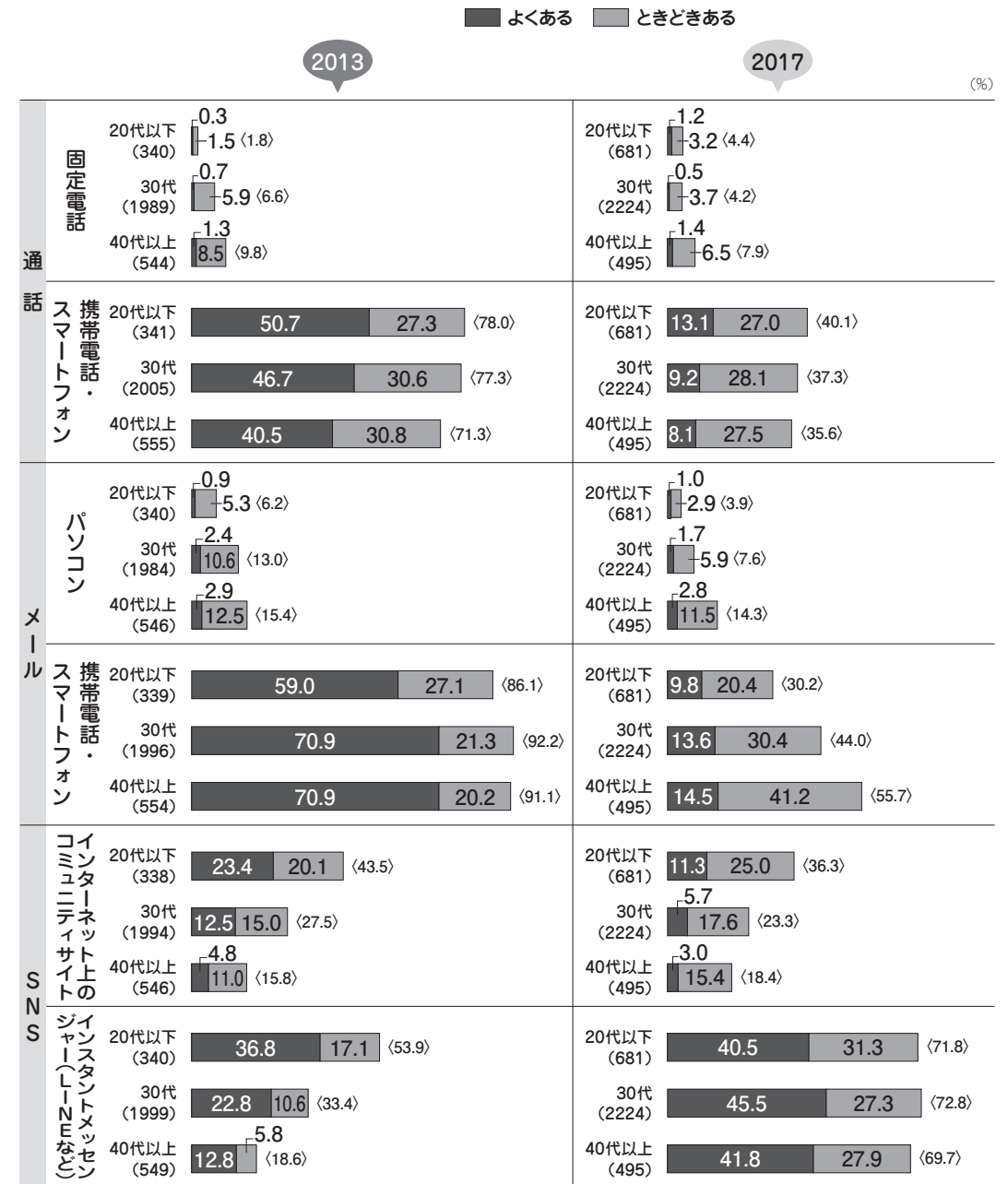
2017 年でもっとも使用頻度が高かった連絡手段は、どの世代も「SNS」の「インスタントメッセージ」であった（20 代以下 71.8%・30 代 72.8%・40 代以上 69.7%）。とくに、40 代以上のパソコン世代が「よく」SNS する頻度は、2013 年は 12.8%に留まっていたが、2017 年は 41.8%まで 3 倍以上伸びていた。

SNS が連絡手段として保護者に選択された背景としては、先述の「通話」敬遠に加えて、「メール」離れが考えられる。スマートフォン・携帯電話のメールを「よく」使う保護者を経年比較すると、20 代以下では 59.0% → 9.8%、30 代では 70.9% → 13.6%、40 代以上では 70.9% → 14.5%と大幅に減少していた。2013 年の調査では「メール」がもっとも使われる連絡手段であったが、2017 年は「SNS」に移行している。

この結果は、「平成 28 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」と合致している。年代別の主なソーシャルメディアの利用率は、20 代では 98.2%、30 代では 97.4%、40 代では 87.5%であり、SNS がどの世代においても急速に浸透していることがわかる。「通話」より便利であった「メール」以上に、「SNS」の手軽さが世代を問わず認識されている結果である。「SNS」は、「メール」の煩わしさが払拭されている。例えば、LINE の場合、既読システム、多種多様なスタンプ、一気に確認できる履歴、無料アプリがメリットとなっている。

換言すると、マルチデバイス世代の 20 代に牽引されて、ケータイ世代の 30 代、パソコン世代の 40 代が、「SNS」の利用頻度を高めたといえる。

図3-2-2 ママ友・パパ友との連絡手段と頻度（年齢別、経年比率）



注1) 2013年は無答不明を除く。

注2) ()内はサンプル数。

注3) < >は「よくある」+「ときどきある」の合計値。

●園との連絡、大多数はWebサイト「使っていない」

表3-2-1は、園との連絡方法について、「育児日誌アプリ（hugmo、kidsly、コドモン、きっずノートなど）」「写真撮影サイト（スナップスナップ、るくみー、スクールフォトなど）」「園のブログ」「園のSNS（Twitter、LINE、Facebookなど）」「その他」「使っていない」の6選択肢（複数回答）でたずねた結果を、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。なお前述のママ友・パパ友の連絡手段とは質問項目が異なるため、ママ友との比較は控える。

いずれの年代もWebサイトでの連絡方法を「使っていない」母親が8割前後を占めていた。「使っている」場合は、20代以下では24.3%、30代では21.3%、40代以上では18.3%だった。

この調査結果から、以下の2点が示唆される。第一は「保護者は園との連絡ではWebサイトを好まない」可能性である。プライベートではママ友との連絡はSNSを多用しSMCを行う傾向があるが、オフィシャルの園との連絡は依然FtFの対面コミュニケーションが存続していると考えられる。連絡先の先生が、FtFを重視するアナログメディア

で育った「デジタル移民」世代（50代前後）の場合もある。また園との連絡方法は、伝えたい内容（単なる欠席連絡から深刻な育児相談まで）によって手段を使い分ける場合もあるため、今回の調査でWebサイトを選択しなかった可能性も否めない。

第二は「保育所、幼稚園、こども園ではICT化に積極的ではない」可能性である。例えば、質問項目に挙げられていたhugmo（ハグモ）の場合、子育てクラウドとして、連絡帳サービスhugnoteをアプリ提供している。「お知らせ、個別連絡、スケジュール、フォト管理、各種申請など」をデジタル化し、園と家庭の連絡を効率化している（hugmo co., Ltd., 2018）。しかし、実際の保育現場では周知されていない現状がある。NHK放送文化研究所が行った「2015年度 幼稚園におけるメディア利用と意識に関する調査」では、園では保育活動にICTを積極的に取り入れておらず、「慎重な態度」である。加えて、20代・30代の若手保育者は、先輩や同僚から情報収集するのが94%、インターネットの情報検索は43%であった（小平、2016）ことから、マルチデバイス世代はもとより、パソコン世代、ケータイ世代、デジタル移民世代に至るまで、保育者のICTに対する消極的意識が根底にあると考える。

表3-2-1 園との連絡方法（2017年）

	(%)		
	20代以下 (214)	30代 (1270)	40代以上 (371)
育児日誌アプリ	7.9	3.1	3.8
写真撮影サイト	9.3	7.3	5.9
園のブログ	7.0	7.2	4.9
園のSNS	7.0	4.0	4.3
その他：スマホ経由	1.9	1.7	0.8
その他：園の手書き連絡帳	3.3	2.4	1.9
使っていない	75.7	78.7	81.7

注1) 未就園児を除く。

注2) 複数回答。

注3) ()内はサンプル数。

第3節 Web サイト・SNS の子育て利用

母親は、子育てのために Web サイト・SNS を消極的に利用していた。
Web サイト・SNS・アプリを、目的に応じ使い分け、実際の育児に役立てて
いる。

第3節では、保護者が子育てに、Web サイト・SNS（企業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・SNS、Twitter、LINE などのインスタントメッセージング）をどのように利用しているか、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討する。

● Web サイトや SNS を消極的利用

表3-3-1 では、情報収集として「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」、情報交換として「子育て情報を交換している」、情報発信として「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」、定期閲覧として「情報を定期的に見ている」、グッズ購入として「子育て関連のものを購入している」、地域以外の仲間作りとして「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 を利用するかを複数回答でたずねたものである。

なお 2017 年調査は、2013 年の質問項目の縦軸と横軸を反転させてたずねていたため、経年比較は控える。

情報収集では「情報サイト（28.8%）」、情報交換では「インスタントメッセージング（8.9%）」、情報発信では「コミュニティサイト、SNS（9.9%）」、定期閲覧では「情報サ

イト（14.6%）」「コミュニティサイト、SNS（14.6%）」、グッズ購入には「情報サイト（5.7%）」、地域外の仲間作りでは「インスタントメッセージング（3.1%）」がもっとも利用されていた。しかし、いずれも使わない保護者が多数派であり、Web サイト・SNS の子育て利用は積極的ではない。

● スマートフォン・タブレット端末のカメラ、保護者記念利用

表3-3-2 では、保護者がスマートフォンやタブレット端末のカメラ機能を利用する目的について、「何らかの記念撮影」「子どもが制作した絵や作品等の撮影」「逆上がりのシーンなど子どもの動画」「その他」「使っていない」の5選択肢から複数回答で、保護者が撮影する場合と子どもが撮影する場合でたずねたものである。

子どもの利用が少なかった理由としては、言語・認知・身体的発達が途上の乳幼児も調査対象に含まれるため、子どもが明確な目的をもって自ら撮影する機会は必然的に制限されていたこと、保護者が子どもの利用意図をくみ取るのは困難であったことが考えられる。

保護者が撮影する場合は、「何らかの記念撮影」がもっとも多く（89.6%）、「逆上がりのシーンなど子どもの動画（59.8%）」と「子どもが制作した絵や作品等の撮影（53.7%）」が続く。いずれも子どもの成長を記録するために利用していると思われる。

表3-3-1 Web サイト・SNS の子育て利用（2017年）

	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	コミュニティ サイト、SNS	Twitter	インスタント メッセージング
情報収集	28.8	19.2	13.5	12.7	6.2	7.7
情報交換	2.1	1.6	1.0	4.4	1.6	8.9
情報発信	1.8	3.7	1.2	9.9	3.9	6.6
定期閲覧	14.6	13.5	6.4	14.6	6.0	8.9
グッズ購入	5.7	1.7	1.5	1.7	1.1	1.6
地域外仲間	0.9	0.7	0.3	2.2	0.7	3.1

注1) 複数回答。

注2) 各項目の詳細は以下のとおりである。

情報収集：「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」

情報交換：「子育て情報を交換している」

情報発信：「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」

定期閲覧：「情報を定期的に見ている」

グッズ購入：「子育て関連のものを購入している」

地域外仲間：「地域でのつながりとは異なる子育て仲間を作っている」

表3-3-2 スマートフォン・タブレット端末のカメラ機能使用目的（親子比較、2017年）

	保護者	子ども
何らかの記念撮影	89.6	31.2
子どもが制作した絵や作品等の撮影	53.7	14.0
逆上がりのシーンなど子どもの動画	59.8	8.9
何かの動きを観察する動画	不問	11.4
その他	3.3	4.3
使っていない	7.1	57.6

注) 複数回答。

●Web サイト・SNS・アプリを上手に使い分け

子育てで実際によく利用する Web サイト・SNS、アプリについて具体的にたずねた。自由記述で挙げられた回答を「ひよこクラブ」2016年1月号の記事「育児に使えるアプリ厳選31」を参考に、以下の5系統にまとめた。「ママ同士交流系」「お助けお世話系」「思い出づくり系」「泣き止みあやし系」「生活充実系」である。

・ママ同士交流系

ママ専用 SNS や掲示板にアクセスできる。妊活中の人や妊娠中のプレママや子育てに悩む新米ママが先輩ママに相談できたり、ママ友を探したり、子育てトークが展開されている。例えば、「ママリ Q」は匿名の Q&A アプリ、「ウィメンズパーク」は約 5000 万人が利用する口コミサイト、「ピカママ」はプレママ・新米ママ専用の SNS である。「Instagram」では、「#（ハッシュタグ）月齢」を入力すると関連情報が入手できる。

・お助けお世話系

授乳や排泄を記録したり、子どもの発達に関するアドバイスをもらえたり、日々の育児をサポートする。例えば、「まいにちのたまひよ」は、妊娠中から2歳になるまで子どもの成長・発達やママの健康などについて、定期的にアドバイスが届くアプリである。「ベビ☆マ」は、授乳やおむつ替え施設の情報を投稿でき、実際の利用者の口コミ情報もある参加型探索アプリである。「授乳ノート」は、授乳・離乳食・排泄・昼寝の時間を簡単に記録でき、排便のリズムや食事のタイミングを把握できるアプリである。「ラブベビ手帳」は、予防接種スケジュールを自動作成でき事前アラート通知が届く。きょうだいがいる場合は、複数人の管理も可能なアプリである。「クックパッド」は、日本最大のレシピサービスサイトで、離乳食のレシピも満載してい

る。「Yahoo! 知恵袋」は、Yahoo! JAPAN が運営する参加者同士が知識や知恵を教え合う Q&A アプリである。

・思い出づくり系

撮りためた子どもの写真や動画をフォトブックやムービーにして保存できる。例えば「TOLOT」は、スマートフォンに保存している写真からフォトブックを制作できる有料アプリである。「Film Story」は、動画や写真をつなげて BGM を加えたムービーが制作できる有料アプリ（お試し版は無料）である。

・泣き止みあやし系

夜間や公共の場で泣き止まないときやぐずったときに、落ち着かせるために利用する。「泣きピタ!」は、胎内音や電車音やピアノ音など泣き止ませ効果音や音楽を提供しているアプリである。「いないいないばあ」は、動物たちがいないいないばあをする音声つきの知育絵本アプリである。

・生活充実系

生活必需品や育児グッズを購入したり、出品したりし、日々の節約に役立てる。例えば、「メルカリ」は、日本最大級のフリマアプリで、ベビー服や玩具などの出品も多い。「アマゾン」は最大手のインターネット通販サイトで限定地域では急ぎの配達も可能である。

保護者は、上記の目的に沿って、Web サイト・SNS・アプリを使い分けていることがわかった。

※Web サイト・SNS・アプリの名称・情報は変わることがあります。

第4節 保護者のメディアに対する親和性と依存性

2013年調査と比較して、全体的に母親はインターネットに対する親和性が高く、インターネットとゲームへの依存性が増加していた。年代比較したところ、20代以下はテレビへの親和性と依存性がともに高かった。インターネットへの親和性と依存性は、どの年代も同じ傾向がみられた。ゲームへの親和性と依存性については、マルチデバイス世代の20代とパソコン世代の40代に差がみられた。

第4節では、保護者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、インターネット、メール、ゲームアプリ・ソフト）とのかかわりを親和性と依存性の2つの観点から調べた。

●親和性はインターネットが1位、テレビが2位

図3-4-1は、母親にメディアとのかかわりについて、4段階評価尺度（「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」「ややあてはまる」の合計をまとめて、メディア別に分類したものである。経年比較するために、2013年の調査結果も併記している。

メディアへの親和性で、上位を占めたのが、インターネットとテレビである。82.5%の母親が「インターネットで情報を取り入れるのが好きである」、80.8%の母親が「テレビ番組を見るのが好きである」と回答した。2013年と比較すると、インターネットへの親和性が76.2%から82.5%まで上昇し、テレビを抜いている。

●依存性はテレビが1位、インターネットが2位

メディアへの依存性は、テレビ、インターネットの順で高かった。「家にいるとき、テレビをつけたままにしている」母親は、過半数（55.1%）いる。「インターネットに、時間を忘れて没頭する」母親は43.3%であった。

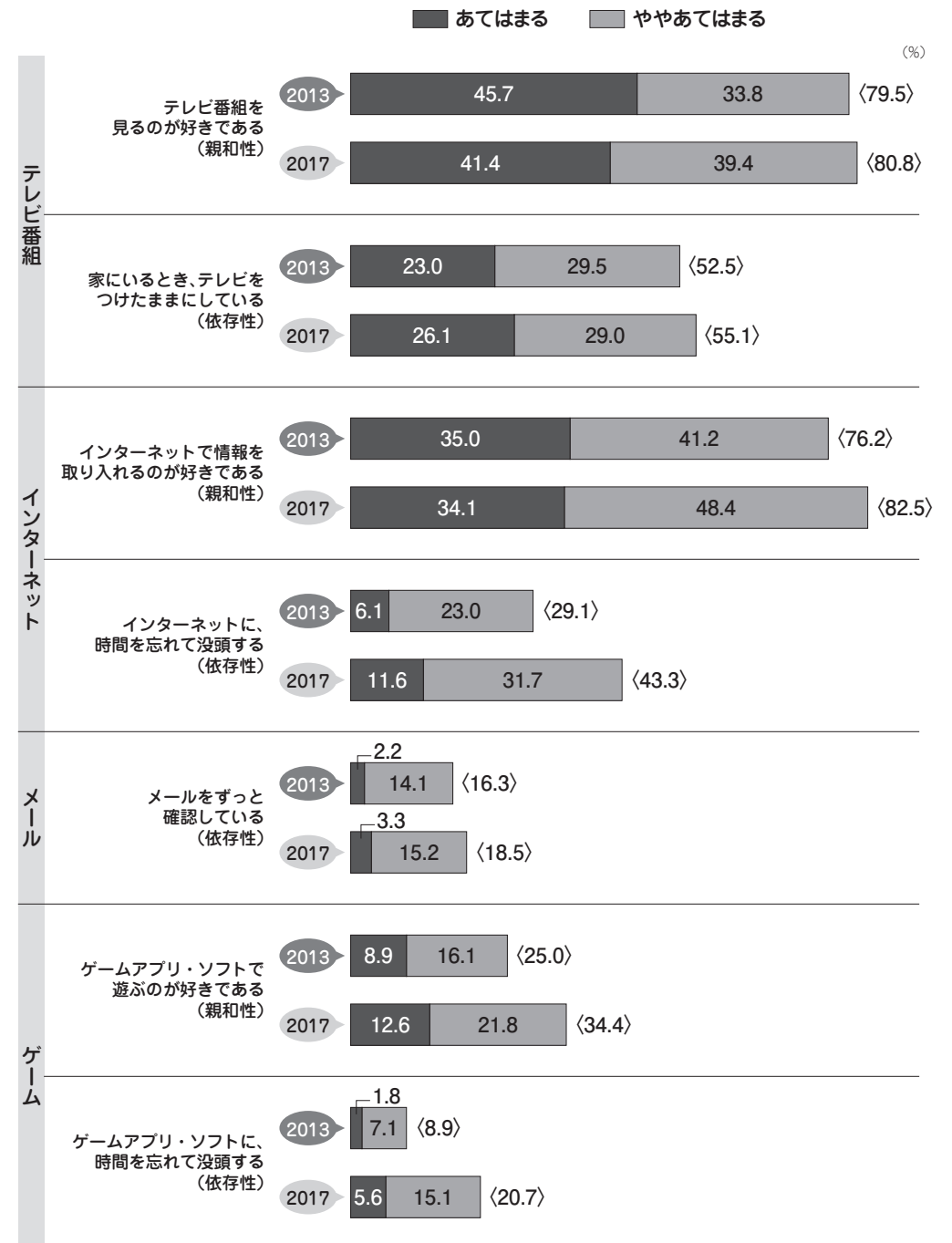
2013年と比較すると、とくに「インターネットに、時間を忘れて没頭する」が29.1%から43.3%となり、15ポイント近く依存性が増加している。「メールをずっと確認している」母親は2割（18.5%）存在する。

●インターネットの親和性と依存性は表裏一体

インターネットの親和性と依存性に顕著な変化が表出した要因として、爆発的に普及したスマートフォン（第1節参照）によるインターネット利用が考えられる。スマートフォンの利便性にもよるインターネットへの親和性が高まる。そして、インターネットへの依存性も高まっていく。インターネットへの親和性と依存性は同じ根幹をもっている。

昨今インターネットへの依存（ネット依存）は社会問題になっており、本調査においても4割の母親が依存を意識している現状は看過できない。ネット依存には概して3タイプある（樋口、2015）。リアルタイム型ネット依存（チャット・ネットゲームなどリアルタイムのコミュニケーションサービスへの依存）、メッセージ型ネット依存（ブログ・掲示板・SNSへの書き込みやメール交換などメッセージ交換サービスへの依存）、コンテンツ型ネット依存（ネット上の記事や動画などのコンテンツなど、受信のみで成立する一方的サービスへの依存）である。今回の質問項目にはなかったが、保護者がどのタイプのネット依存であるかを知ることは、子どものネット依存の現状を知る手掛かりになるであろう。

図3-4-1 母親のメディアへの親和性と依存性（経年比較）



注1) 2013年は無答不明を除く。

注2) 〈 〉は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

●テレビへの高い親和性と依存性は 20 代

図3-4-2は、前掲の図3-4-1を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。

テレビへの親和性と依存性については、いずれも20代以下がもっとも高くなっている。マルチデバイス世代の20代であるが、9割近くがテレビ好きで、7割近くがテレビをつけたまま生活している。この調査結果は、決して矛盾はしない。なぜなら、NHK放送文化研究所が実施した「モバイルシフト社会とテレビ調査」によると、「モバイル端末（スマホ・タブレット）への親密度が高く手放せないグループは、テレビを必要と思う人が9割近くに上り、テレビを見るのが大好きな人が8割に達する（平田・北村、2017）」ことがわかっているからである。

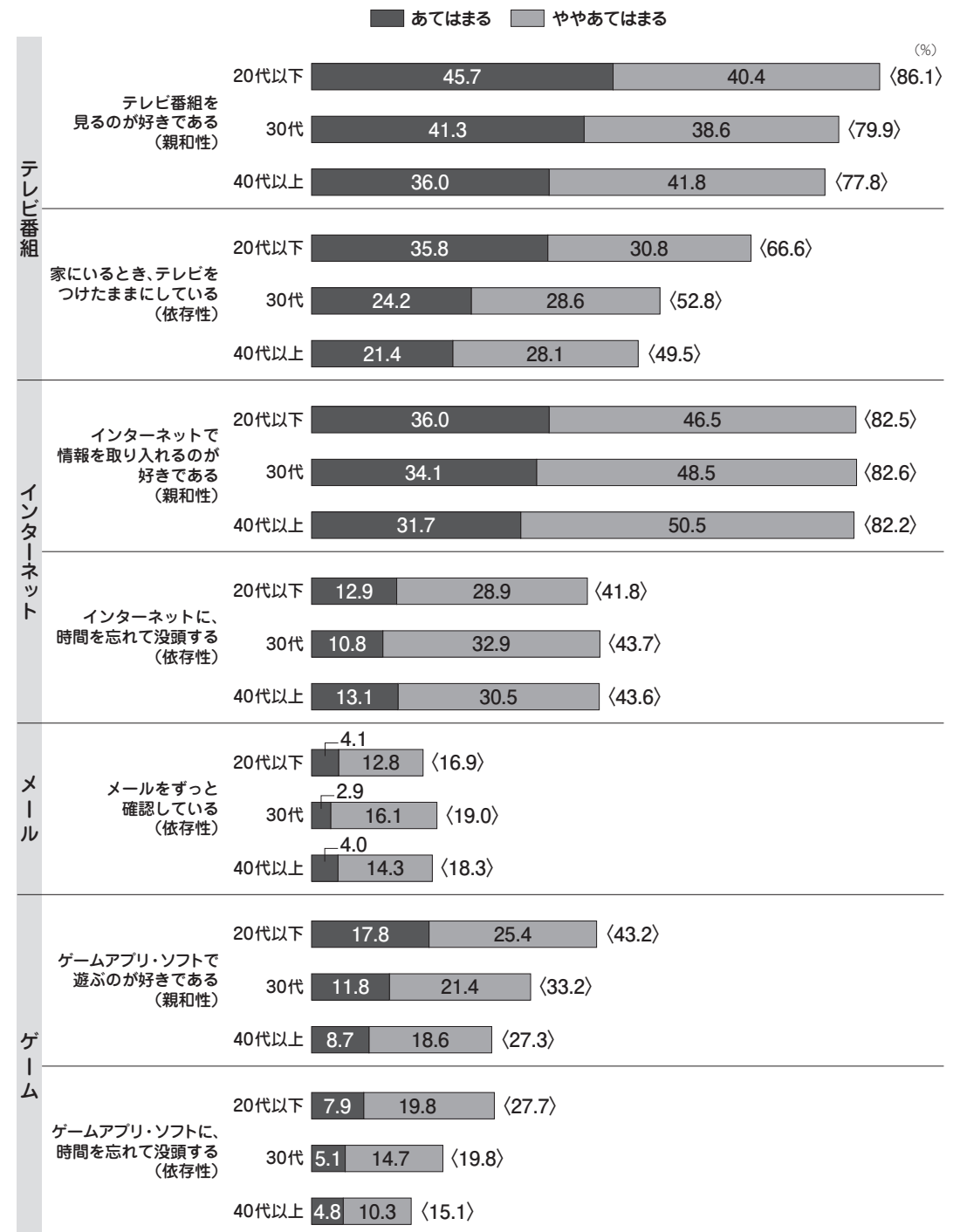
●インターネットへの親和性と依存性はどの年代も同傾向

インターネットへの親和性と依存性については、マルチデバイス世代の20代、ケータイ世代の30代、パソコン世代の40代、どの世代もほぼ同じ傾向を示している。これは、インターネット全般を質問の範疇としたため、パソコンでインターネットにアクセスする40代も該当したと考えられる。仮にSNSを質問項目として挙げていたら、世代差が生じていた可能性がある。

●ゲームへの親和性と依存性は 20 代 > 40 代

ゲームへの親和性と依存性については、マルチデバイス世代の20代とパソコン世代の40代では、明確な差が表出している。親和性は、20代以下は43.2%だが、40代以上は27.3%である。依存性は、20代以下は27.7%だが、40代以上は15.1%である。「第1節 保護者のメディア利用率・活用時間」図3-1-2に示したように、ゲーム機（据え置き型・携帯型）の使用時間についても、20代以下の中群（1～3時間）は15.7%であり、40代以上の中群は5.6%であった。ゲームに関しては、やはり新旧複数のデバイスを駆使する20代のほうが関与が深いと考えられる。

図3-4-2 母親のメディアへの親和性と依存性（母親の年齢別、2017年）



注) 〈 〉は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

第5節 家庭のメディアルール

母親は、自分の情報モラル意識は高く、子どもに対して十分な配慮をしていると感じている。一方、父親に対しては、子どもへの配慮や態度を心配している。

第5節では、デジタルメディア（テレビ、ビデオ・DVD、アプリ・ソフトを想定）を使用する際の家庭のメディアルールについて、母親・父親・祖父母の観点から調べた。

●母親は情報モラル意識高い系

図3-5-1は、母親に家族で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」「ややあてはまる」の合計をまとめたものである。経年比較するために、2013年の調査結果も併記している。

子どもに対する配慮としては、母親・父親・家族の3視点からたずねている。

73.6%の母親が、「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・子どもに刺激的内容を避けるなど）」と回答している。一方、自分の「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、55.1%であった。このことから、母親の多くは、自ら情報モラルの高さを認識しているが、父親に対しては、半数近くがマナーを守っていないと厳しい視点で評価していることがわかる。2013年と比較すると、子どもへの配慮は、母親・父親ともに若干減少している。

「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」と回答した母親は、42.2%であった。子どもの発達段階に即して、コンテンツを吟味し、子どもに配慮している家庭は、半数以下であることがわかった。

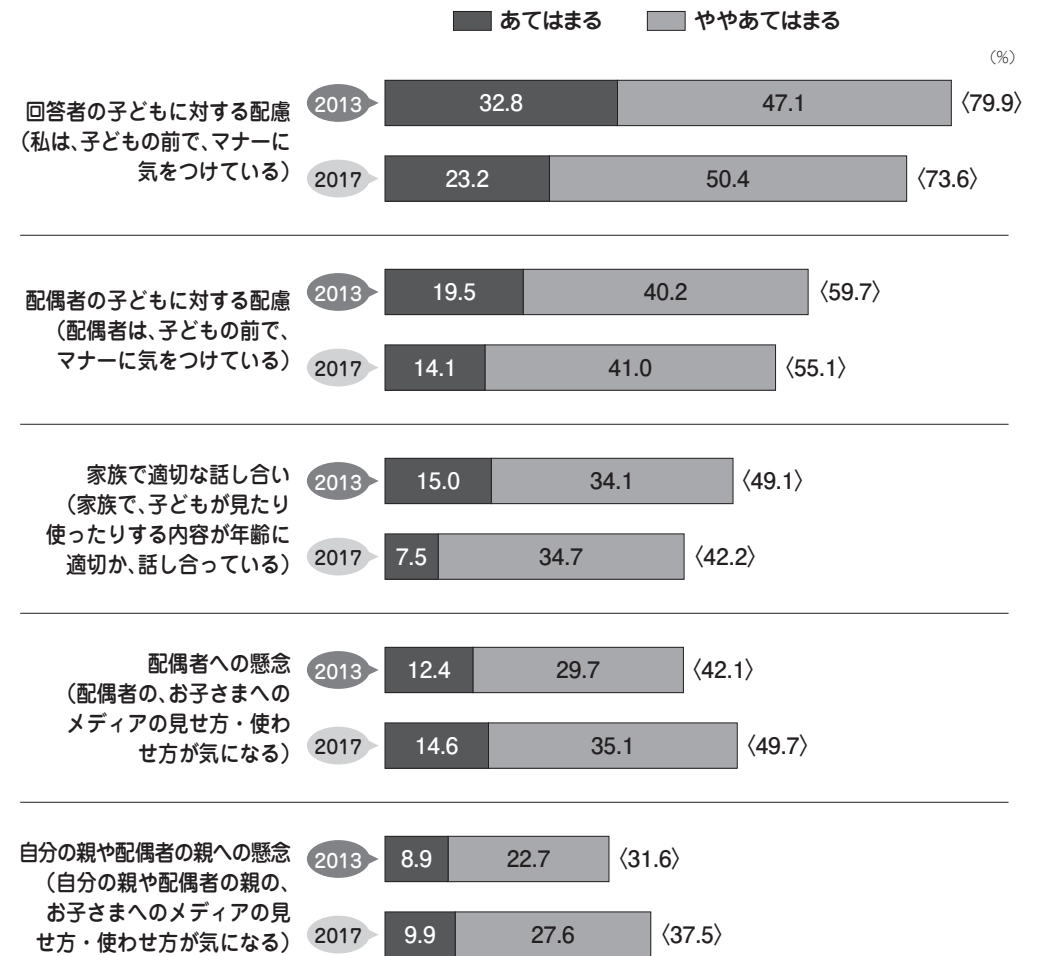
●父親の態度に心配

子どもに対する懸念としては、父親と祖父母の2視点からたずねている。

49.7%の母親は、「配偶者の、お子さまへのメディアの見せ方・使わせ方が気になる」と回答していた。一方、「自分の親や配偶者の親の、お子さまへのメディアの見せ方・使わせ方が気になる」と回答したのは、37.5%であった。2013年と比較すると、いずれも6～7ポイント増加している。

半数近くの父親が、子どもに対して、母親が不安を抱くようなデジタルメディアの見せ方や使わせ方をやっていることがわかる。この質問項目では、具体例をたずねていないので、懸念材料の詳細はわからないが、母親の心配の種として、父親の態度があることは明らかである。この結果には、母親が子どもに対して自分の態度に自信をもっていることが根底にある。これは、母親が子育ての過程で抱く「世代継承性（次世代を育成する関心）」（Erikson, 1950, 岡本・深瀬, 2017）とかかわっている。すなわち、母親にとって、高度情報社会のなかで子どもを育てていくことは、メディアルールの遵守につながり、そこに母親として意義を見いだしているのではと考える。

図3-5-1 家庭のメディアルール（経年比較）



注1) 2013年は無答不明を除く。

注2) 〈 〉は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値。

資料編

調査票見本



調査票見本

子育てとメディアに関するアンケート

1 一番上のお子さまの性別を教えてください。

1. 男児 2. 女児

2 一番上のお子さまを含めたいようだいの人数を教えてください。

1. 1人 2. 2人 3. 3人 4. 4人 5. 5人以上

3 お子さまの現在の就園状況について、あてはまるものを1つお選びください。一時的な預かり保育などは除き、定期的な就園状況についてお答えください。

1. 幼稚園
2. 保育園
3. 認定こども園
4. その他の園・施設（具体的に： ）
5. 園や施設には通っていない（未就園）

4 平日、お子さまは、次のことを、1日あたりどれくらいしていますか（それぞれ1つに○）。

（保育園や幼稚園・認定こども園・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。）

	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. 外で遊んだり、お散歩をしたりする	1	2	3	4	5	6	7	8
2. おもちゃ（電子メディアを除く）で遊ぶ	1	2	3	4	5	6	7	8
3. 絵本や本、図鑑を読む	1	2	3	4	5	6	7	8
4. お絵かきをする	1	2	3	4	5	6	7	8

5 お子さまは平日、何時頃に起きますか。

1. 5時半以前 2. 6時頃 3. 6時半頃 4. 7時頃 5. 7時半頃 6. 8時頃 7. 8時半頃
8. 9時以降

6 お子さまは平日、何時頃に朝食を食べますか。

1. 食べない 2. 6時以前 3. 6時半頃 4. 7時頃 5. 7時半頃 6. 8時頃 7. 8時半頃
8. 9時頃 9. 9時半頃 10. 10時以降

7 お子さまは平日、何時頃に夕食を食べますか。

1. 食べない 2. 17時半以前 3. 18時頃 4. 18時半頃 5. 19時頃 6. 19時半頃 7. 20時頃
8. 20時半頃 9. 21時以降

8 お子さまは平日の夜、何時頃に寝ますか。

1. 19時以前 2. 19時半頃 3. 20時頃 4. 20時半頃 5. 21時頃 6. 21時半頃 7. 22時頃
8. 22時半頃 9. 23時頃 10. 23時半以降

9 ご家庭で、以下のものをお持ちですか。（いくつでも）

1. テレビ
2. ビデオ・DVD（ハードディスクレコーダ・ブルーレイを含む）
3. パソコン
4. 据え置き型のゲーム機
5. 携帯型ゲーム機
6. すべて持っていない

10 ご家族は、以下のものをお使いですか。

	①お子さまの母親		②お子さまの父親	
	使っている	使っていない	使っている	使っていない
1. 携帯電話（スマートフォン以外）	1	2	1	2
2. スマートフォン	1	2	1	2
3. タブレット端末	1	2	1	2

11 ご自宅のネットワーク環境にあてはまるものをお答えください（いくつでも）。

1. 有線 LAN（LAN ケーブルで利用）
2. 無線 LAN（ワイヤレスで利用）
3. その他（具体的にお書きください） []
4. わからない
5. ない

12 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○。家がない場合は、「家にこの機材はない」を選択してください）。

	ほとんど毎日	週に3～4日	週に1～2日	ごくたまに	まったく見ない(使わない)	家にこの機材はない
1. テレビ番組（録画を除く）	1	2	3	4	5	6
2. 録画したテレビ番組	1	2	3	4	5	6
3. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6
4. パソコン	1	2	3	4	5	6
5. タブレット端末	1	2	3	4	5	6
6. スマートフォン	1	2	3	4	5	6
7. 携帯電話	1	2	3	4	5	6
8. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5	6
9. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5	6
10. 音楽CD	1	2	3	4	5	6

13 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。

	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時間くらい	5時間くらい	6時間くらい	7時間くらい	8時間くらい	9時間以上
1. テレビ番組 (録画を除く)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2. 録画したテレビ番組	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
3. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6. スマートフォン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
7. 携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
9. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
10. 音楽CD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

14 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。

	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時間くらい	5時間くらい	6時間くらい	7時間くらい	8時間くらい	9時間以上
1. 動画アプリ・ソフト (YouTubeなどの動画#を含む)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2. 写真アプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
3. かなアプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
4. 絵本アプリ・ソフト (電子書籍含む)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
5. 教アプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
6. 英語アプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
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	9	10	11	12	13
8. 音楽アプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
9. ゲームアプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
10. しつけ用のアプリ・ソフト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13

15 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(それぞれあてはまるものに○)。

	あてはまる	ややあてはまる	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
1. ふだんから子どもによく話しかけている	1	2	3	4	5
2. 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	1	2	3	4	5
3. DVD・ブルーレイの内容について子どもと会話する	1	2	3	4	5
4. 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	1	2	3	4	5
5. 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に、「(ゲーム等のキャラクターが)どこいっちゃったのかな?」「今度はどうする?」など、話し合っている	1	2	3	4	5
6. スマートフォン・タブレット端末を使って子どもと一緒に楽しく盛り上がるのがよくある	1	2	3	4	5

16 お子さまは平日、テレビを何時頃見ていますか。(録画したテレビ番組・ビデオ・DVDは除く)あてはまる時間帯をすべてお選びください(機材がなくても、預け先などで使う場合も含めてご回答ください)。

1. 6時以前
2. 6時～6時半
3. 6時半～7時
4. 7時～7時半
5. 7時半～8時
6. 8時～8時半
7. 8時半～9時
8. 9時～9時半
9. 9時半～10時
10. 10時～10時半
11. 10時半～11時
12. 11時～11時半
13. 11時半～12時
14. 12時～12時半
15. 12時半～13時
16. 13時～13時半
17. 13時半～14時
18. 14時～14時半
19. 14時半～15時
20. 15時～15時半
21. 15時半～16時
22. 16時～16時半
23. 16時半～17時
24. 17時～17時半
25. 17時半～18時
26. 18時～18時半
27. 18時半～19時
28. 19時～19時半
29. 19時半～20時
30. 20時～20時半
31. 20時半～21時
32. 21時～21時半
33. 21時半～22時
34. 22時～22時半
35. 22時半～23時
36. 23時以降
37. 見ていない

17 お子さまは平日、録画したテレビ番組・ビデオ・DVDを何時頃見えていますか。あてはまる時間帯をすべてお選びください(ご家庭に機材がなくても、預け先などで使う場合も含めてご回答ください)。

1. 6時以前
2. 6時～6時半
3. 6時半～7時
4. 7時～7時半
5. 7時半～8時
6. 8時～8時半
7. 8時半～9時
8. 9時～9時半
9. 9時半～10時
10. 10時～10時半
11. 10時半～11時
12. 11時～11時半
13. 11時半～12時
14. 12時～12時半
15. 12時半～13時
16. 13時～13時半
17. 13時半～14時
18. 14時～14時半
19. 14時半～15時
20. 15時～15時半
21. 15時半～16時
22. 16時～16時半
23. 16時半～17時
24. 17時～17時半
25. 17時半～18時
26. 18時～18時半
27. 18時半～19時
28. 19時～19時半
29. 19時半～20時
30. 20時～20時半
31. 20時半～21時
32. 21時～21時半
33. 21時半～22時
34. 22時～22時半
35. 22時半～23時
36. 23時以降
37. 見ていない

18 お子さまは平日、スマートフォンを何時頃見て（使って）いますか。あてはまる時間帯をすべてお選びください（ご家庭に機材がなくても、預け先などで使う場合も含めてご回答ください）。

1. 6時以前 2. 6時～6時半 3. 6時半～7時 4. 7時～7時半 5. 7時半～8時
 6. 8時～8時半 7. 8時半～9時 8. 9時～9時半 9. 9時半～10時 10. 10時～10時半
 11. 10時半～11時 12. 11時～11時半 13. 11時半～12時 14. 12時～12時半
 15. 12時半～13時 16. 13時～13時半 17. 13時半～14時 18. 14時～14時半
 19. 14時半～15時 20. 15時～15時半 21. 15時半～16時 22. 16時～16時半
 23. 16時半～17時 24. 17時～17時半 25. 17時半～18時 26. 18時～18時半
 27. 18時半～19時 28. 19時～19時半 29. 19時半～20時 30. 20時～20時半
 31. 20時半～21時 32. 21時～21時半 33. 21時半～22時 34. 22時～22時半
 35. 22時半～23時 36. 23時以降 37. 見ていない・使っていない

19 お子さまは平日、タブレット端末を何時頃見て（使って）いますか。あてはまる時間帯をすべてお選びください（ご家庭に機材がなくても、預け先などで使う場合も含めてご回答ください）。

1. 6時以前 2. 6時～6時半 3. 6時半～7時 4. 7時～7時半 5. 7時半～8時
 6. 8時～8時半 7. 8時半～9時 8. 9時～9時半 9. 9時半～10時 10. 10時～10時半
 11. 10時半～11時 12. 11時～11時半 13. 11時半～12時 14. 12時～12時半
 15. 12時半～13時 16. 13時～13時半 17. 13時半～14時 18. 14時～14時半
 19. 14時半～15時 20. 15時～15時半 21. 15時半～16時 22. 16時～16時半
 23. 16時半～17時 24. 17時～17時半 25. 17時半～18時 26. 18時～18時半
 27. 18時半～19時 28. 19時～19時半 29. 19時半～20時 30. 20時～20時半
 31. 20時半～21時 32. 21時～21時半 33. 21時半～22時 34. 22時～22時半
 35. 22時半～23時 36. 23時以降 37. 見ていない・使っていない

20 次のなかで、お子さま専用のものがありますか（それぞれひとつだけ）。

	子ども用に 購入した	親のおさがりを 持っている	その他	子ども専用はない
1. パソコン	1	2	3	4
2. タブレット端末	1	2	3	4
3. 携帯電話	1	2	3	4
4. スマートフォン	1	2	3	4
5. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4
6. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4

21 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（使っていない方は、「使っていない」とご記入ください）。

22 お子さまがよく見る（使う）動画（DVD、YouTube など）やアプリ・ソフトを選ぶとき、どんなことを基準に選んでいますか。お子さまに使わせていない方も、使わせることを想定してお選びください（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. 子どもの年齢に内容が合う	1	2	3	4
2. 使用時間のアラーム機能がある	1	2	3	4
3. 子ども自身が気に入っている	1	2	3	4
4. 子どもにさせたい目的と合う	1	2	3	4
5. 監修の先生がいる	1	2	3	4
6. 制作者が信頼できる	1	2	3	4
7. 子ども向けに使い方のアドバイスがある	1	2	3	4
8. 親向けに制作意図の説明がある	1	2	3	4
9. 新しい技術に触れられる	1	2	3	4
10. インターネット上での評判がよい	1	2	3	4

23 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（いくつでも）。

	テレビ番組 (録画を含む)	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	いずれも使っていない
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	9
2. 外出先での待ち時間	1	2	3	4	5	6	7	8	9
3. 家で食事をしている間	1	2	3	4	5	6	7	8	9
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	9
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	9
6. 子どもがさわぐとき	1	2	3	4	5	6	7	8	9
7. 子どもが使いたがる時	1	2	3	4	5	6	7	8	9
8. 子どもが約束を守ったとき（ごほうびとして）	1	2	3	4	5	6	7	8	9

24 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。

	よくある	ときどきある	あまりない	まったくない
1. 電話をさせる	1	2	3	4
2. 音や音楽を聞かせる	1	2	3	4
3. 一緒に踊る	1	2	3	4
4. 写真を見せる	1	2	3	4
5. 写真を撮らせる	1	2	3	4
6. あなたやお子さまが撮った動画を見せる	1	2	3	4
7. YouTubeなどで検索やダウンロードした動画を見せる	1	2	3	4
8. お子さまに動画を撮らせる	1	2	3	4
9. ゲームをさせる	1	2	3	4

25 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（いくつでも）。

1. アニメ映像・番組
2. 童謡・アニメソングなどの歌や踊りの映像・番組
3. 電車や動物などの映像・番組
4. 子ども向けの総合教育映像・番組
5. 小学校受験に向けた映像・番組
6. 親がみたいと思う映像・番組
7. その他[]
8. 視聴しない

26 お子さまが視聴する動画アプリ・ソフトをどのように選択していますか（いくつでも）。

1. 子どもに見せたいものを親が選択
2. 子どもが気に入るものを親が選択
3. 見たいものを子どもが自由に選択
4. その他[]

27 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・認定こども園・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（電子メディアを除く）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

28 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。（それぞれいくつでも）

	見る（使う）時間の長さを決めている	見る（使う）時間帯を決めている	内容を確認している	目を近づけ過ぎないようにしている	スクリーン・ディスプレイに場所を暗くしないようにしている	約束している	見る（使う）ときは、親に伝えるように約束している	食事中は見ない（使わない）ように約束している	寝る前に見ない（使わない）ようにしている	注意する	見方（使い方）の約束を守れなかったら	子どもに使わせないようにしている	インターネットをつながない状態で使わせる	とくにルールを決めていない／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	12	13	14
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
3. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
4. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
5. スマートフォン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
6. 携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
7. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
8. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

29 あなたは、お子さまが使うことのあるデジタルメディアに、フィルタリング（有害サイトアクセス制限サービス）をかけていますか（それぞれ1つに○）。

	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/ 家がない
1. パソコン	1	2	3	4
2. タブレット端末	1	2	3	4
3. スマートフォン・携帯電話	1	2	3	4
4. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4
5. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4

30 あなたは、お子さまがデジタルメディアを使うときのルールを決めるのに、参考にしているものがありますか（いくつでも）。

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. 配偶者の意見 | 11. 育児雑誌 |
| 2. 自分の親の意見 | 12. 新聞・雑誌 |
| 3. 配偶者の親の意見 | 13. インターネット上の子育て情報サイト |
| 4. ママ友・先輩ママの意見 | 14. インターネット上の個人のブログ |
| 5. 医師の意見 | 15. インターネット上のコミュニティサイト、SNS |
| 6. 保健師の意見 | 16. インスタントメッセージ |
| 7. 幼稚園の先生や保育士の意見 | 17. 自分の経験から判断 |
| 8. 幼児教育・保育の専門家の意見 | 18. その他（具体的にお答えください）
[] |
| 9. 医院・診療所などに貼られているポスター | 19. 特になし |
| 10. 書籍 | |

31 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（使っていない方も、お考えに近いものをお答えください）。

	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

32 お子さまに、テレビ番組（録画を含む）を見せることについて、あなたはどのように思いますか。それぞれお答えください（見せていない方も、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. 生活リズムを整えるのに役立つ	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. 長時間の視聴や使用が続く	1	2	3	4
13. 次のことに切り替えしづらい	1	2	3	4
14. 体を動かす遊びとのバランスが崩れる	1	2	3	4
15. 行動や言葉づかいが乱れる	1	2	3	4
16. 受動的になる	1	2	3	4
17. 夢中になり過ぎる	1	2	3	4
18. 親子のコミュニケーションが減る	1	2	3	4
19. 小学校以上の学習で役に立つ	1	2	3	4
20. 大きくなったとき、依存しないか心配	1	2	3	4

33 お子さまに、インターネット動画・画像（YouTube など）を見せることについて、あなたはどのように思いますか。それぞれお答えください（見せていない方も、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. 生活リズムを整えるのに役立つ	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. 長時間の視聴や使用が続く	1	2	3	4
13. 次のことに切り替えしづらい	1	2	3	4

14. インターネットでの有料サイトや危ないサイトにアクセスする可能性がある 1 — 2 — 3 — 4
15. 体を動かす遊びとのバランスが崩れる 1 — 2 — 3 — 4
16. 行動や言葉づかいが乱れる 1 — 2 — 3 — 4
17. 受動的になる 1 — 2 — 3 — 4
18. 夢中になり過ぎる 1 — 2 — 3 — 4
19. 親子のコミュニケーションが減る 1 — 2 — 3 — 4
20. 小学校以上の学習で役に立つ 1 — 2 — 3 — 4
21. 大きくなったとき、依存しないか心配 1 — 2 — 3 — 4

34 お子さまに、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）を見せることについて、あなたはどのように思いますか。それぞれお答えください（見せていない方も、お考えをお答えください）。

- | | | | | |
|--|------|------|--------|--------|
| | とても | まあ | あまり | まったく |
| | そう思う | そう思う | そう思わない | 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. 生活リズムを整えるのに役立つ 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. 長時間の視聴や使用が続く 1 — 2 — 3 — 4
13. 次のことに切り替えしづらい 1 — 2 — 3 — 4
14. インターネットでの有料サイトや危ないサイトにアクセスする可能性がある 1 — 2 — 3 — 4
15. 体を動かす遊びとのバランスが崩れる 1 — 2 — 3 — 4
16. 行動や言葉づかいが乱れる 1 — 2 — 3 — 4
17. 受動的になる 1 — 2 — 3 — 4
18. 夢中になり過ぎる 1 — 2 — 3 — 4
19. 親子のコミュニケーションが減る 1 — 2 — 3 — 4
20. 小学校以上の学習で役に立つ 1 — 2 — 3 — 4
21. 大きくなったとき、依存しないか心配 1 — 2 — 3 — 4

35 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

36 あなたは、一般的に子どもがどれくらいの年齢になれば、次のようなものを使ったり、見たりしてもよいと思いますか。それぞれお答えください（お子さまが現在、使ったり、見たりしているかにかかわらずお答えください）。

	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・未就学	小学校低学年ごろ	小学校高学年ごろ	中学生以降	特に年齢は問わない	ずっと見たり、使ったりしないほうがよい
1. テレビ番組（録画を含む）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2. ビデオ・DVD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
3. パソコン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4. タブレット端末	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5. スマートフォン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6. 携帯電話	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
7. 据え置き型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8. 携帯型ゲーム機	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
9. 音楽CD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

37 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。（平日とは、あなたにとっての平日とお考えください。ビジネス・プライベートは問いません。）

①お子さまの母親

	(平日は) まったく使わない	30分 未満	1時間 未満	2時間 未満	3時間 未満	4時間 未満	5時間 未満	5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・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

②お子さまの父親

	(平日は) まったく使わない	30分 未満	1時間 未満	2時間 未満	3時間 未満	4時間 未満	5時間 未満	5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・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

38 休日、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。（休日とは、あなたにとっての休日とお考えください。ビジネス・プライベートは問いません。）

①お子さまの母親

	(休日は) まったく使わない	30分 未満	1時間 未満	2時間 未満	3時間 未満	4時間 未満	5時間 未満	5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・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

②お子さまの父親

	(休日は) まったく使わない	30分 未満	1時間 未満	2時間 未満	3時間 未満	4時間 未満	5時間 未満	5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・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

39 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。（いくつでも）

	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	情報を定期的に見ている	子育て関連のものを購入している	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	子育て情報を交換している	地域でのつながりとは異なる子育て仲間を作っている	その他	特にな
1. 情報サイト（企業や団体など）	1	2	3	4	5	6	7	8
2. 個人のサイトやブログ	1	2	3	4	5	6	7	8
3. 掲示板	1	2	3	4	5	6	7	8
4. コミュニティサイト、SNS	1	2	3	4	5	6	7	8
5. ツイッター	1	2	3	4	5	6	7	8
6. インスタントメッセージ	1	2	3	4	5	6	7	8

40 あなたは、ママ友・パパ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1つに○）。

	よくある	ときどきある	あまりない	ぜんぜんない
1. 固定電話での通話	1	2	3	4
2. 携帯電話・スマートフォンでの通話	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	1	2	3	4
6. インスタントメッセージ	1	2	3	4

41 あなたは、園の先生との連絡をとるために、以下のものを使っていますか（いくつでも）。

1. 育児日誌アプリ
2. 写真撮影サイト
3. 園のブログ
4. 園のSNS
5. その他 []
6. 使っていない

42 あなたは、スマートフォンやタブレット端末のカメラ機能をどの目的で使っていますか（いくつでも）。

1. 何らかの記念撮影
2. 子どもが制作した絵や作品等の撮影
3. 逆上がりのシーンなど子どもの動画
4. その他 []
5. 使っていない

43 お子さまは、スマートフォンやタブレット端末のカメラ機能をどの目的で使っていますか（いくつでも）。

1. 何らかの記念撮影
2. 自分が制作した絵や作品等の撮影
3. 逆上がりのシーンなど自分の動画
4. 何かの動きを観察する動画
5. その他 []
6. 使っていない

44 お子さまは、Facetime や Skype、LINE、ビデオコールなどのビデオ通話を誰と使っていますか（いくつでも）。

1. 祖父母
2. 親戚やいとこ
3. 単身赴任あるいは出張中の親
4. 園の友達
5. オンライン英会話などの学習相手
6. その他 []
7. 使っていない

45 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。
※利用していない人は「利用していない」とご記入ください。

46 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 あまり まったく
あてはまる あてはまらない 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. 小学生のとき、テレビ番組を自由に見てもよかった | 1 — 2 — 3 — 4 |

47 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○）。※祖父母がいらない場合、項目5では「まったくあてはまらない」につけてください。

あてはまる やや あまり まったく
あてはまる あてはまらない 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、マナーに気を付けている
<small>（長時間見ない・子どもに刺激的な内容避けるなど）</small> | 1 — 2 — 3 — 4 |
| 3. 配偶者は、子どもの前で、マナーに気を付けている
<small>（長時間見ない・子どもに刺激的な内容避けるなど）</small> | 1 — 2 — 3 — 4 |
| 4. 配偶者の、お子さまへのメディアの見せ方・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、お子さまへのメディアの見せ方・使わせ方が気になる | 1 — 2 — 3 — 4 |

48 あなたは、最近、子育てについて次のようなことを感じることはありませんか（それぞれ1つに○）。

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
<small>（例：食料品店、ショッピングセンター、レストランなど）</small> | 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 |

49 あなたは、日ごろ、お子さまとの生活の中でどれくらい以下のことをしていますか（それぞれ1つに○）。

- | | よくある | ときどきある | あまりない | まったくない |
|--|------|--------|-------|--------|
| 1. 子どもと言葉遊びをしている（しりとり、だじゃれなど） | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2. 子どもとブロックや積み木などをしている | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 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 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4. 子どもと一緒に数を数えている | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5. 子どもが文字や数に興味を示したとき、さらに学べるように環境を整えている | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6. 子どもに本の読み聞かせをしている | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7. 子どもの「どうして、なぜだろう」などの質問に答えている | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8. 子どもの質問に対して自分で考えられるように促している | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 9. ひとつの遊びには多様な遊び方があることを子どもに気付かせようとしている | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 10. 子どもと一緒に出かけた後、お互いに感じたことなどを話し合っている | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 11. 子どもと知育玩具（あいうえおボードなど）を使って何か学習するような遊びをしている | 1 | 2 | 3 | 4 |

50 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. お子さま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. お子さまを預けられる人 | 1 | 2 | 3 | 4 |

51 あなたは、最近、子育てについて次のようなことを感じることはありませんか。それぞれお答えください。

- | | よくある | ときどきある | あまりない | ぜんぜんない |
|----------------------------|------|--------|-------|--------|
| 1. 子どものことでどうしたらよいかわからなくなる | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2. 子どもがわずらわしくていらいらしてしまう | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 3. 子どもを育てるためにがまんばかりしていると思う | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4. 子どもに八つ当たりしたくなる | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5. 子どもが将来うまく育っていくかどうか心配になる | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6. 子どもが災害に巻き込まれないか心配になる | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7. 子育てによって自分も成長していると感じる | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8. 自分の子どもは結構うまく育っていると思う | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 9. 子どもを育てるのは楽しくて幸せなことだと思う | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 10. 子どもと遊ぶのはとてもおもしろいと思う | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 11. 子どもがかわいくてたまらないと思う | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 12. 子どもが元気でいてくれれば十分だと思う | 1 | 2 | 3 | 4 |

52 あなたのご家庭には、本（マンガ、雑誌以外）はどれくらいありますか。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. 10冊くらい | 3. 20冊くらい | 4. 50冊くらい |
| 5. 100冊くらい | 6. 200冊くらい | 7. 300冊くらい | 8. 400冊以上 |

53 あなたのご家庭には、お子さま自身の絵本や本（マンガ、雑誌を含む）はどれくらいありますか。（あてはまる番号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 | |

54 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します（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 | |

55 お子さまの父親の年齢 歳 お子さまの母親の年齢 歳

56 あなたの職業を教えてください。

1. 常勤（フルタイム）
2. パートタイム
3. フリー（在宅ワークを含む）
4. 専業主婦
5. 産休、育休中や休職中
6. その他 []

57 あなたが最後に卒業された学校を教えてください。※中退した場合は卒業された学校をお答えください。

- | | | |
|---------|-----------|------------------|
| 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 | |

58 収入についてお聞きします。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 | 10. 答えたくない／わからない |

59 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。

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



- 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)
- 駒谷 真美 (実践女子大学教授)
- 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)

※所属・肩書きは、2018年3月時点のものです。

研究所報 VOL.68

第2回 乳幼児の親子のメディア活用調査報告書

発行：2018年（平成30年）3月31日

発行人：谷山和成

編集人：木村治生

発行所：(株)ベネッセホールディングス

企画・制作：ベネッセ教育総合研究所

〒206-0033 東京都多摩市落合1-3-4

表紙デザイン：中村ヒロユキ

本文デザイン・編集協力：(株)プランディット

©Benesse Educational Research and Development Institute

落丁本・乱丁本はお取りかえいたします。

無断転載を禁じます。

©ベネッセ教育総合研究所