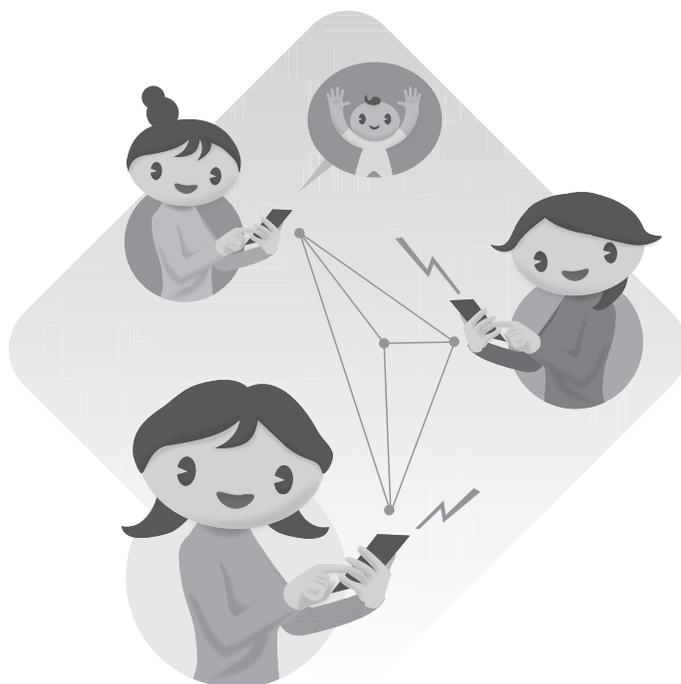


第 3 章

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

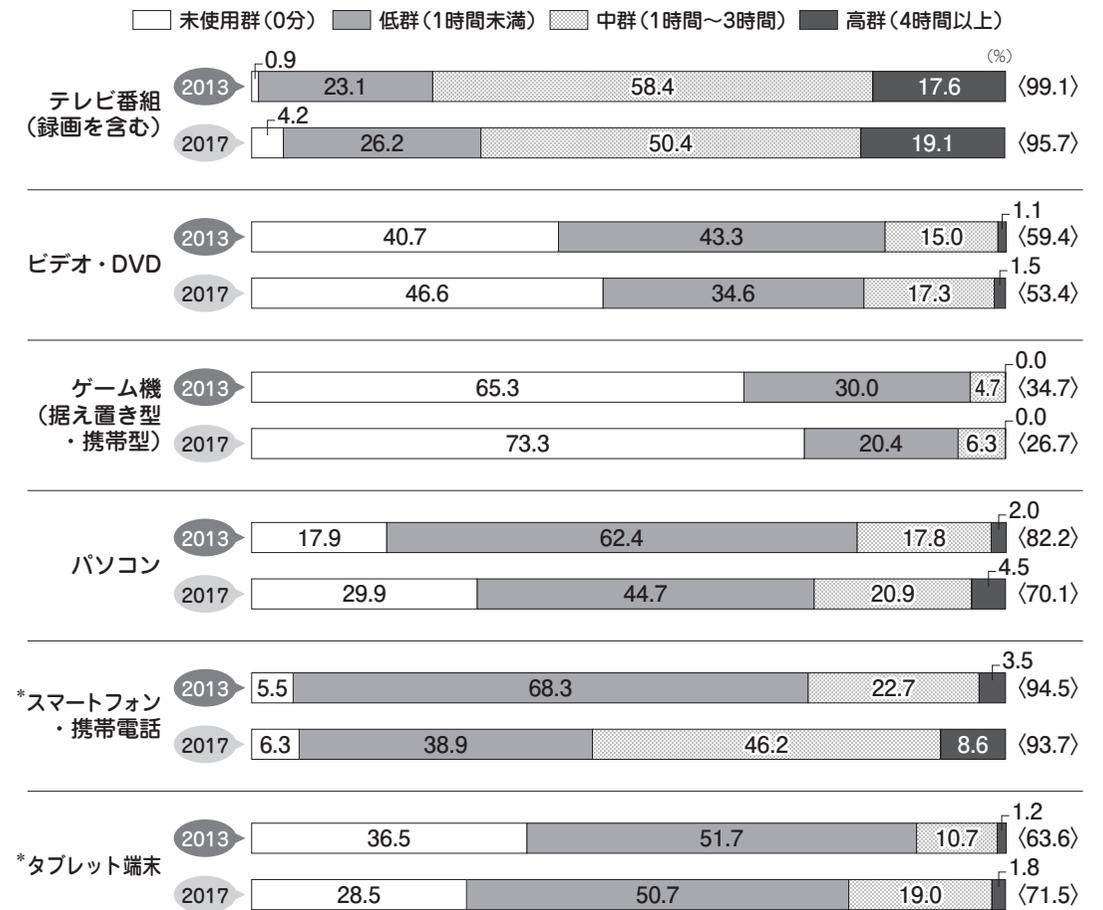
め単純比較はできないが、総務省調査のメディア機器利用率（「自分が普段の生活で利用している」2013年度と2016年度の利用率）によると、20代から40代までの利用率は、「スマートフォン」73.9%→88.8%であった。総務省の調査結果からもスマートフォンの利用率は、本調査と同様に9割前後となっている。とくに、本調査ではスマートフォンの利用率が、テレビの利用率に匹敵しており、スマートフォンは、保護者にとって“生活メディア”として定着している。

●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

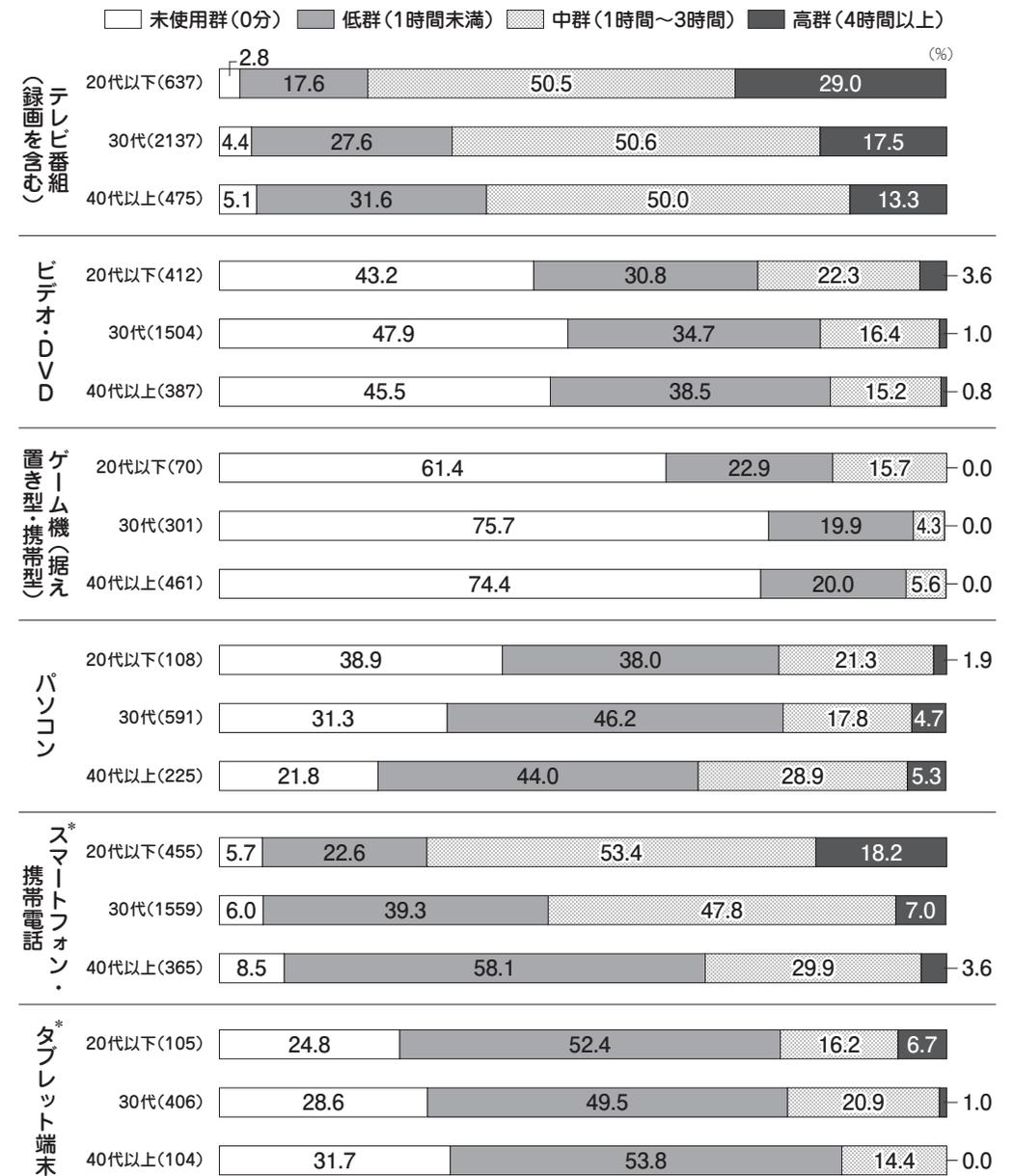
図3-1-2は、前掲の図3-1-1を20代以下・30代・40代以上の年齢層に細分化したものである。「スマートフォン・携帯電話」と「パソコン」の使用時間を比較すると、顕著な年代差が表出した。

「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。