

## 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

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

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

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。

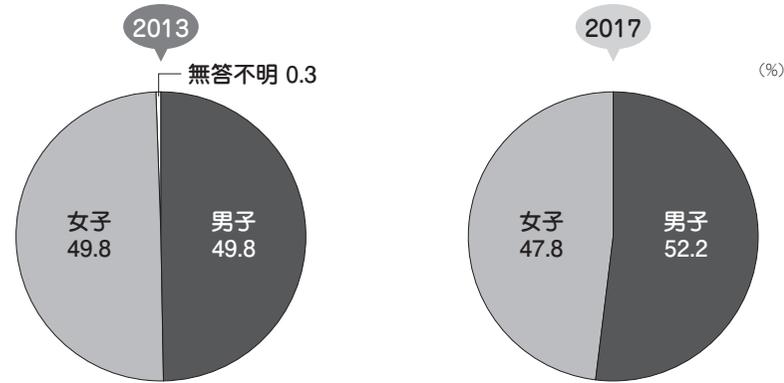
### 本報告書を読む際の注意点

- ・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。

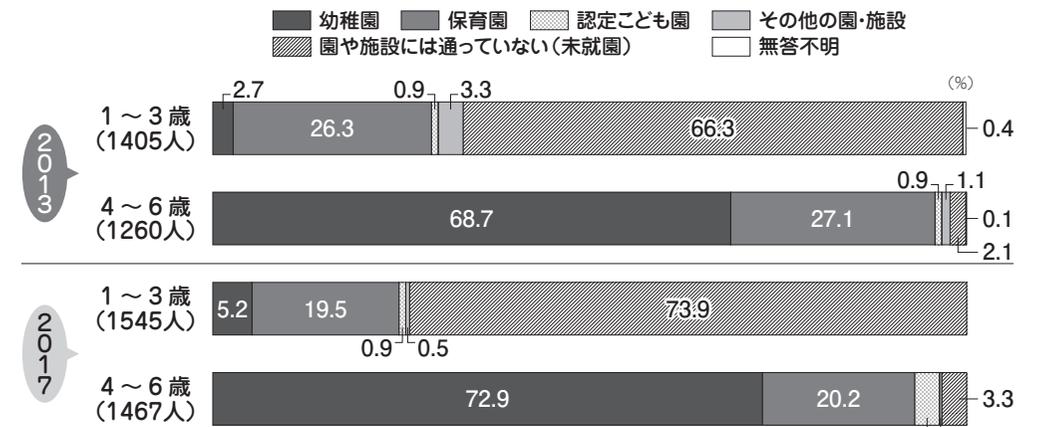
# 基本属性

## 1 性別



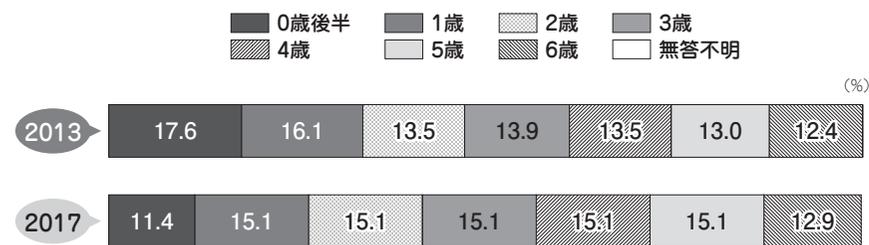
注) 2017年調査では「無答不明」はない。

## 4 就園状況



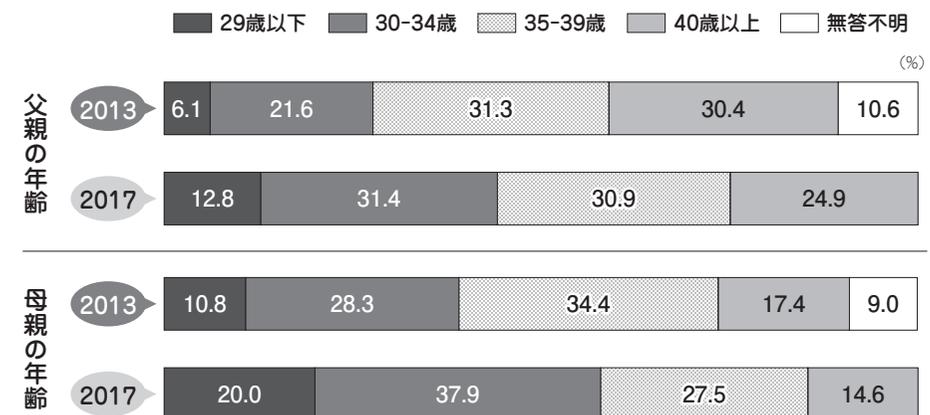
注) 2017年調査では「無答不明」はない。

## 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



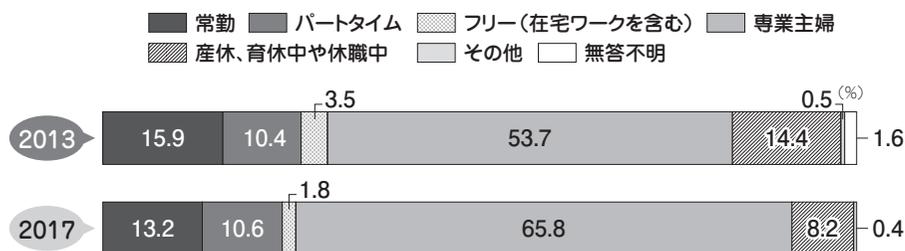
注) 2017年調査では「無答不明」はない。

## 3 きょうだい数



注) 2017年調査では「無答不明」はない。

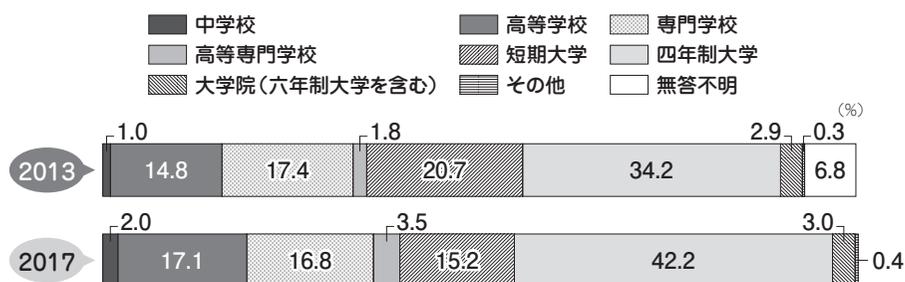
## 6 母親の就業状況



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」。

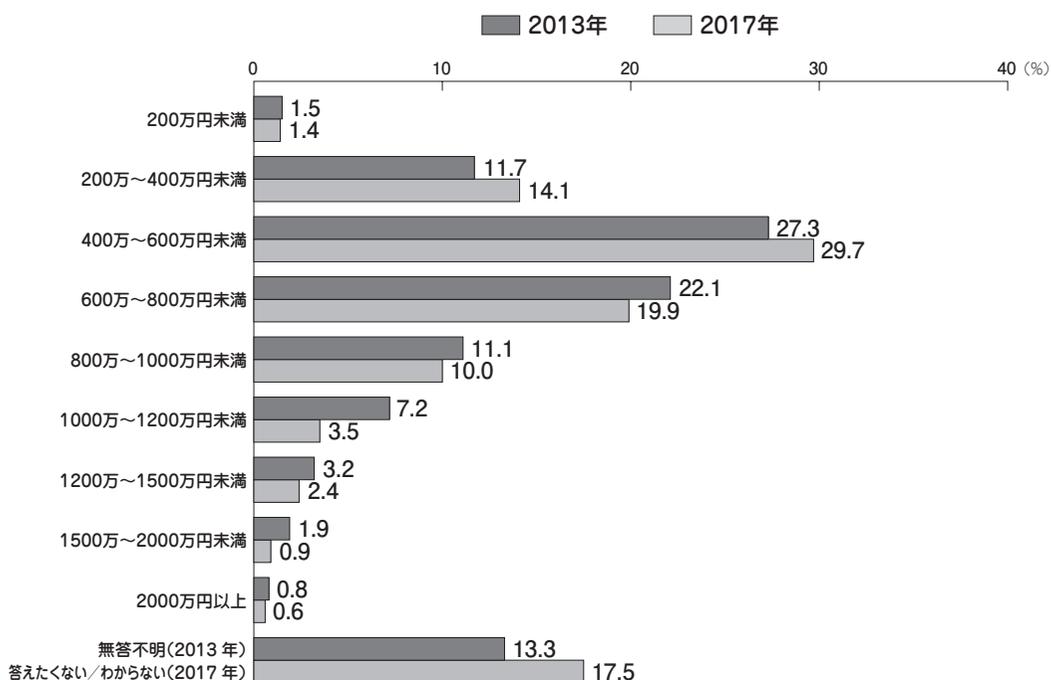
注2) 2017年調査では「無答不明」はない。

## 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。