

第2回

乳幼児の親子のメディア活用調査

近年、スマートフォンやタブレット端末を始めとするメディアの発達は急速に進み、乳幼児がいる家庭の日常生活においても、そうしたメディアが身近な存在になりつつあります。長時間使用による依存などを心配する声も聞かれる中、乳幼児とその保護者はどのようにメディアとかわかっていくとよいか、ベネッセ教育総合研究所が行った最新の調査結果を基に考えていきます。

引用・転載時のお願い 本調査の結果を引用・転載される際には、調査名称を記載してください（例：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」（2017））。

インタビュー

メディアから得る情報が豊かになるほど
実体験を増やす保育の工夫を

今回の調査では、スマートフォンが家庭に広く普及し、子育ての場面でも広く利用されていることが分かりました。乳幼児のいる家庭ではどのようにメディアを活用したらよいのでしょうか、そして園ではどのような子育て支援ができるのでしょうか。白梅学園大学学長の汐見稔幸先生にうかがいました。

バランスよくメディアを利用
過度な心配は必要ない

私たち人類は、自分たちの足跡を残すため、また周囲の世界について知るために、文字、印刷技術、情報技術などを開発してきました。そして現在、インターネットが開発され、スマートフォンなどの新しいメディアが登場したことで、世界中の情報が、わずかな時間でどこにいても入手できる時代を迎えました。

調べたいことがすぐに調べられ、ゲームや音楽も楽しめる身近なメディアに、子どもが興味を持つのは、ごく自然のことです。自

分の周囲の世界を知りたいというのは、人間の本能です。メディア利用にはネガティブな側面もありますが、小さいうちからメディアを活用し、可能性を広げる子どもがたくさんいるのも事実です。例えば、小学生でも自分の興味のある勉強をどんどん進め、大学生並みの知識を得ることができたり、海外の先生にインターネットを通じて英会話のレッスンをしてもらったりすることも可能です。子どもたちが学校段階や学年に応じて一斉に、一から順に知識を身につけていた時代から、大きく変わりつつあります。

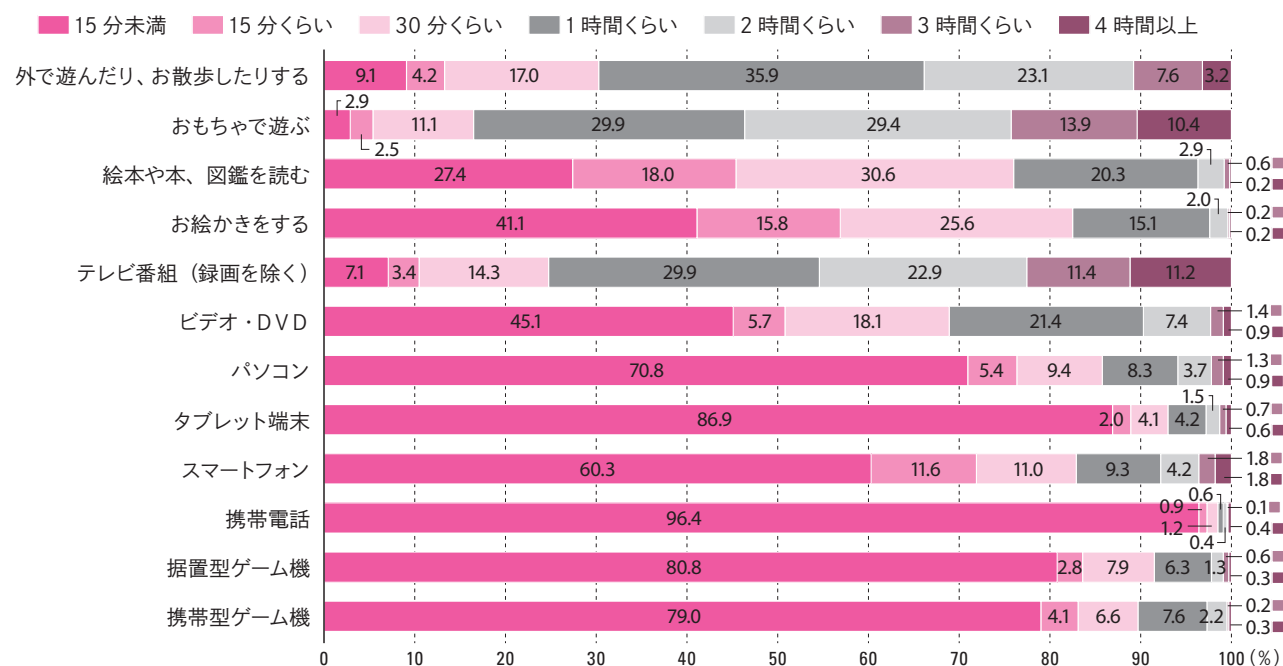
今回の調査では、乳幼児のいる



白梅学園大学学長
汐見稔幸 しおり・としゆき

白梅学園大学学長・東京大学名誉教授。BPO（放送倫理・番組向上機構）青少年委員会委員長、社会保障審議会児童部会保育専門委員会委員長を務める。専門は教育学、教育人間学、育児学。著書に『0～3歳 能力を育てる 好奇心を引き出す』（主婦の友社）、『この「言葉がけ」が子どもを伸ばす!』（PHP研究所）など。「乳幼児の親子のメディア活用調査」では第1回から研究アドバイザーを務める。

■メディアを利用する時間と実体験・活動を行う時間（平日1日あたり）



実体験・活動の時間は、メディアを利用する時間よりも大幅に長く、1日の生活時間の中でバランスがとれている。

※メディア以外に関する項目は、幼稚園や保育園等の園や施設での活動時間を含む。「15分未満」には、家庭にそのメディアがない場合を含む。

家庭のスマートフォンの所有率が92.4%に上ることが分かりました。4年前の同調査から30ポイント以上も増加し、予想以上に短期間でスマートフォンが幅広い世代に普及したという印象です。ただ、乳幼児が長時間利用している家庭はごくわずかでした。外遊びや絵本を読むなどの時間が減少しているわけではなく、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して保護者が配慮している様子がうかがえます。

視聴する内容やルールについても気にかけており、乳幼児のメディア利用に対して過度な心配をする必要はないと言えます。

間接情報と実体験がつながり、真の知性をつくり上げる

メディアがより身近なものになっているからこそ、大切にしたいことが2つあります。1つは、親子のコミュニケーション

のツールとして活用してほしいということです。子どもがスマートフォンで料理の動画を見ているときに、「今度、家でも作ってみようか」と言うだけでも構いません。メディアからの情報を親子で共有することで、コミュニケーションのきっかけになり、親が語りかけることで内容に対する子どもの理解も進みます。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。上手にメディアを活用し、豊かな親子の会話を楽しんでもらいたいと思います。

もう1つは、メディアから間接情報を得るだけでなく、実体験も大切にしてほしいということです。メディアで得た知識を真の理解へと深めるには、外に出て五感を使って感じる事が非常に大切です。例えば、きのこの名前を知っているだけでなく、においや触っ

たときのしっとりした感触を実際に体験することで、間接情報と実体験がつながり、知識が腑に落ち、真の知性が身につくのです。

園の先生方をお願いしたいのは、自然の中で五感を使った実体験の面白さを子どもたちに伝えてほしいということです。私がお勧めしたいのが、「7つの曜日の体験」です。

- 【月】星や月を見る。
- 【火】たき火をする。
- 【水】水遊びや川遊びをする。
- 【木】森の中で遊ぶ。
- 【金】金属に触れる。
- 【土】土遊びをする。
- 【日】太陽の出ているときに外遊びをする。

都市部を中心に実践が難しい場合もありますが、可能な範囲でこうした自然体験をたくさんさせてください。園で自然と遊ぶ技を身につけ、その楽しさを実感できるような保育をぜひ工夫していただきたいと思います。

乳幼児のメディア利用の実態と 母親の意識・かかわり方

ここからは「第2回 乳幼児の親子のメディア活用調査」の中から
特に園での研修や保護者向け資料として活用できるデータをピックアップしてご紹介します。

■ 調査概要

出典: 第2回 乳幼児の親子のメディア活用調査
調査対象: 第1子が0歳6か月～6歳までの就学前の乳幼児を持つ母親
調査時期: 2017年3月
調査地域: 東京・神奈川・千葉・埼玉
調査方法: インターネット調査

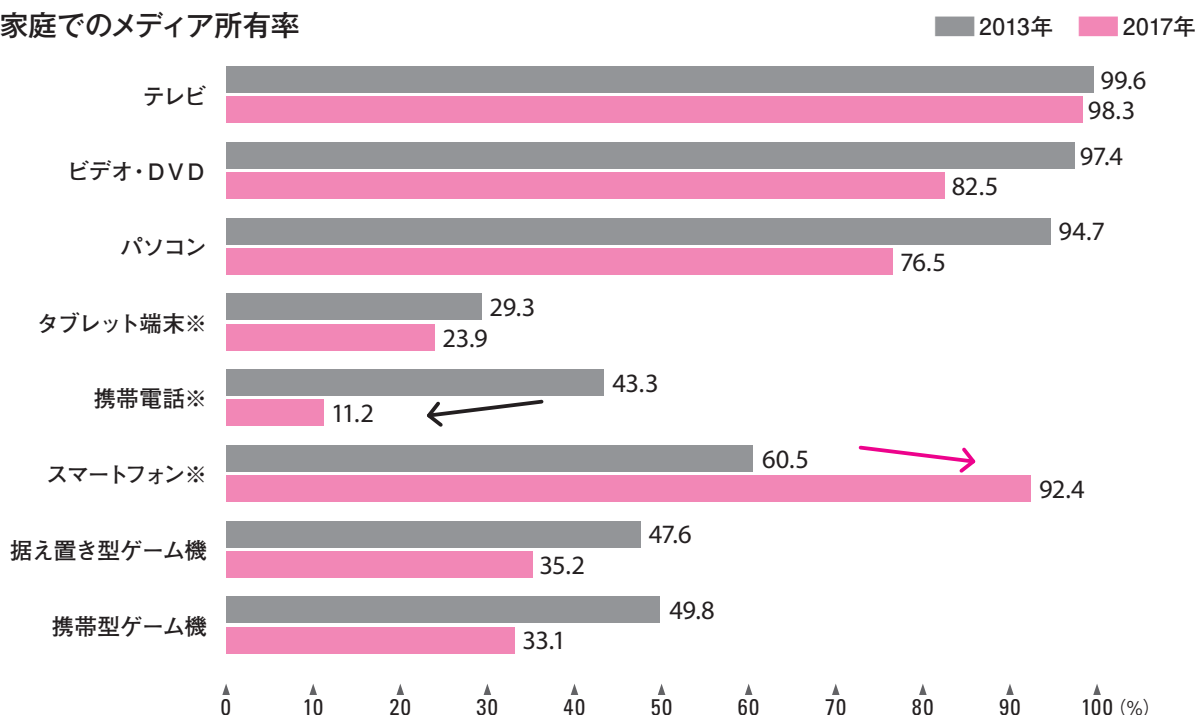
回収サンプル数: 3,400名 (内訳: 0歳後半 / 388名、1～5歳の各年齢 / 515名、6歳 / 437名)
調査項目: 子どもの年齢ごとのメディア活用実態 (1週間あたり、1日あたり、メディアの種類、内容、目的) / 子どもの生活時間におけるメディア活用のバランス / 保護者自身のメディアの活用状況 / 子どもがメディアに接する際のかかわり、悩みや気かり

詳しい調査結果はこちらからご覧になれます。ぜひご活用ください。▶ <http://berd.benesse.jp/>

0～6歳児のいる家庭の スマートフォン所有率は4年間で大きく増加

Q ご家庭で、次のものをお持ちですか。(複数回答)

図1 家庭でのメディア所有率



※携帯電話、スマートフォンは母親自身の使用の有無、タブレット端末は2017年のみ母親自身の使用の有無を聞いている。

◎家庭でのスマートフォン所有率は、2013年は60.5%でしたが、2017年は92.4%に増加しました。他のメディアは所有率が低下しました。特に携帯電話の減少幅が大きく、2013年の

43.3%から2017年は11.2%に減少しました。グラフではご紹介していませんが、年代別に見ると、母親の年代が若いほど、スマートフォン以外のメディアの所有率が大きく減少しています。

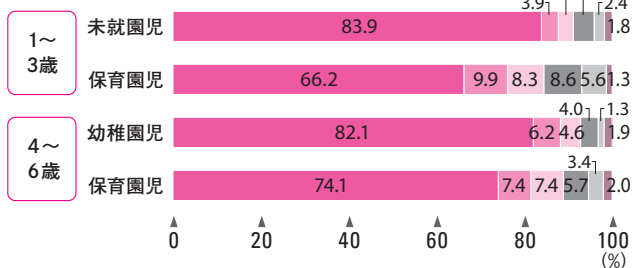
約2割の子どもが「ほとんど毎日」スマートフォンに接している

Q お子さまは、次のものを、ご家庭で1週間あたりどれくらい見たり使ったりしていますか。

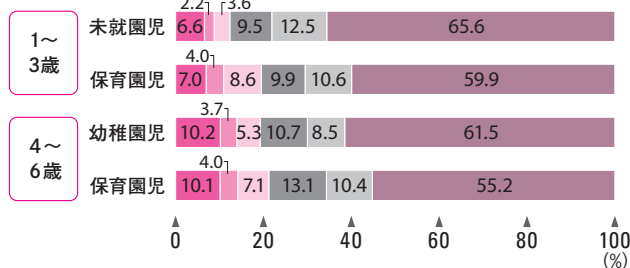
図2 子どもの1週間あたりのメディア使用頻度

■ほとんど毎日 ■週に3~4日 ■週に1~2日 ■ごくたまに ■まったく使わない ■家にこの機材はない

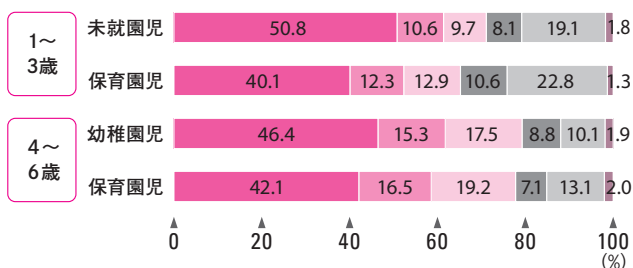
●テレビ（録画を除く）



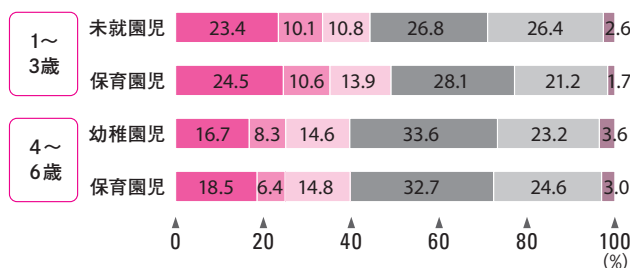
●タブレット端末



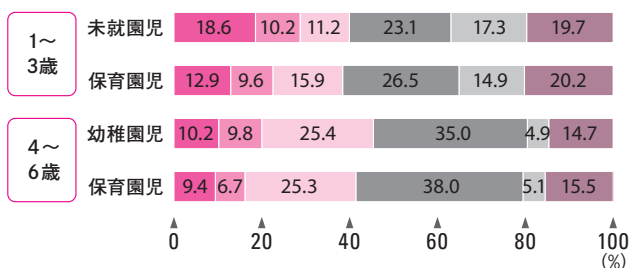
●録画したテレビ番組



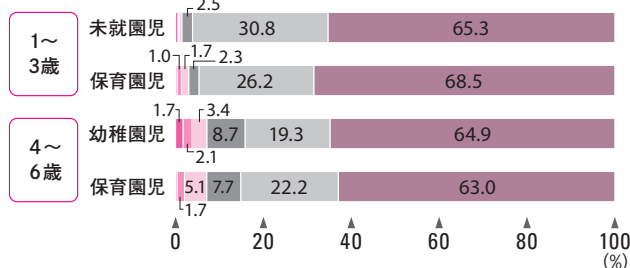
●スマートフォン



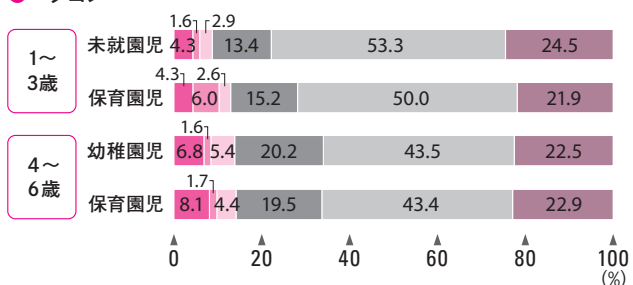
●ビデオ・DVD



●据置型ゲーム機



●パソコン



※1%未満の項目は非表示とする。

◎1週間のうち、使用（視聴）する頻度が最も高いのはテレビ（録画を除く）で、約6~8割（0~6歳全体では78.7%）の子どもが「ほとんど毎日」見ており、さらに、録画したテレビ番組も約4~5割（0~6歳全体では44.0%）が「ほとんど毎日」見えています。保育園児に比べて未就園児や幼稚園児の方が、テレビの視聴頻度が高い傾向が見られます。また、子どもがテレビを見ている頻度は、録画かどうかを問わず、他のメディアと比較して

非常に高いことも分かります。スマートフォンは2割前後（0~6歳全体では20.6%）が「ほとんど毎日」接しており、特に1~3歳児の頻度が高めです。グラフではご紹介していませんが、前回（2013年）調査と比べて使用頻度が最も増えたメディアがスマートフォンです。とはいえ、そのスマートフォンも「まったく使わない」と「ごくたまに」使用する割合の合計は5~6割となっています。

外出先や家事の最中など多くの場面で 子どもがスマートフォンに接する割合が増加

Q お子さまは、次のような場面でデジタルメディアを使っていますか。(複数回答)

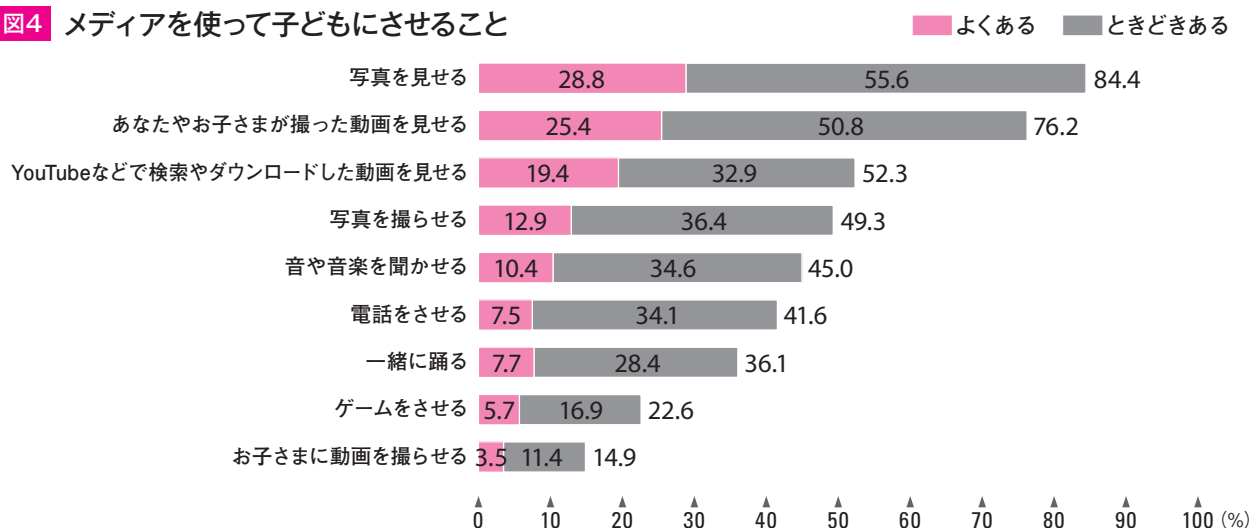
図3 子どもがメディアを使う場面

	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		携帯型 ゲーム機	
	2013年	2017年	2013年	2017年	2013年	2017年	2013年	2017年	2013年	2017年
自動車、電車などで移動しているとき	7.3	5.4	16.9	11.1	3.3	3.8	16.2	20.9	3.2	1.3
外出先での待ち時間	1.0	0.9	1.8	0.9	4.0	3.8	23.6	32.7	4.5	1.7
家で食事をしている間	32.3	30.4	7.9	5.5	0.4	1.4	0.5	2.3	0.2	0.1
布団やベッドに入ってから寝るまでの間	3.6	5.1	2.0	1.6	1.1	2.8	3.8	8.0	0.6	0.5
親が家事などで手をはなせないとき	72.0	62.9	45.1	29.5	4.9	8.9	5.9	14.8	4.8	2.6
子どもがさわくとき	26.9	27.0	21.4	14.4	4.5	6.3	13.0	22.9	1.8	1.7
子どもが使いたがるとき	32.2	25.7	30.2	16.1	8.5	10.6	21.8	28.9	8.2	3.6
子どもが約束を守ったとき(ごほうびとして)	—	12.5	—	8.6	—	5.2	—	12.0	—	2.4

※網かけ部分は、それぞれの場面で最も使われている割合が高いメディア。矢印部分は、2013年から±5ポイント以上変化があった項目。
※それぞれのメディアが家庭にある場合のみ回答。「子どもが約束を守ったとき(ごほうびとして)」は2017年のみの項目。

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

図4 メディアを使って子どもにさせること



※グラフの右側の値は「よくある」「ときどきある」の合計。※そのメディアが「家庭にない」「使わない」場合も回答。

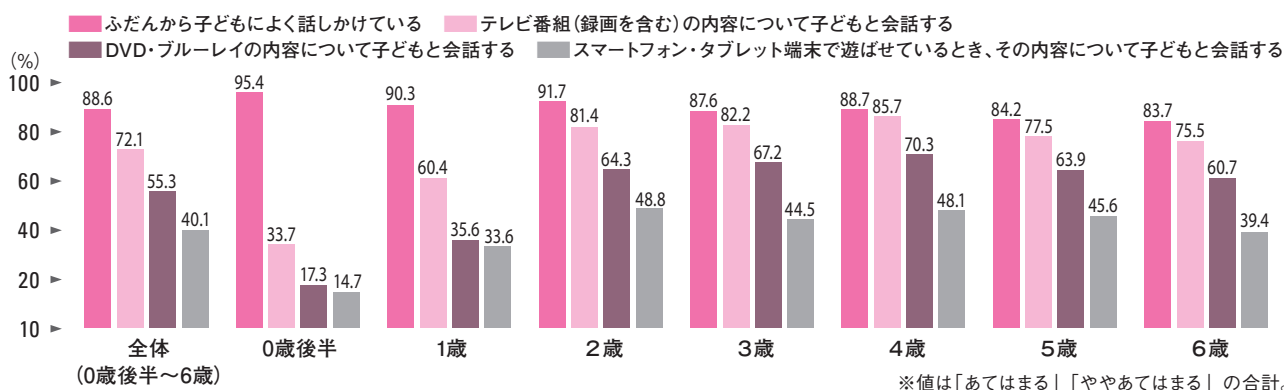
◎母親は様々な場面で子どもにメディアを使わせていますが、中でも「親が家事などで手をはなせないとき」にテレビを見せる母親の割合が高く、62.9%でした。また、多くの場面でテレビやビデオ・DVDが使われる割合が減少し、スマートフォンが使われる割合が増えている点も注目されます(図3)。スマートフォンやタブレット端末などを使って、子どもに最もよくさせることは「写真を見せる」(84.4%)でした(図4)。次いで「あなたやお子さまが撮った動画を見せる」(76.2%)が続きます。全体的に、画像や映像を見せる割合が高いことが分かります(図4参照)。

「お子さまに動画を撮らせる」「ゲームをさせる」割合は、全体では低いのですが、詳しく見ると年齢差が見られます。図では示していませんが、例えば「お子さまに動画を撮らせる」割合は1歳で5.4%ですが、5歳で20.6%、6歳では23.1%に増加します。「ゲームをさせる」も1歳では6.4%ですが、5歳になると38.3%、6歳では41.2%となっています。子どもの発達段階や興味・関心に応じて、保護者が使わせ方を変えている様子が見えかけます。

7割超の母親が テレビの内容について子どもと会話

Q あなたはお子さまの子育てについて、どのように行動していますか。

図5 親子でのコミュニケーション（会話）

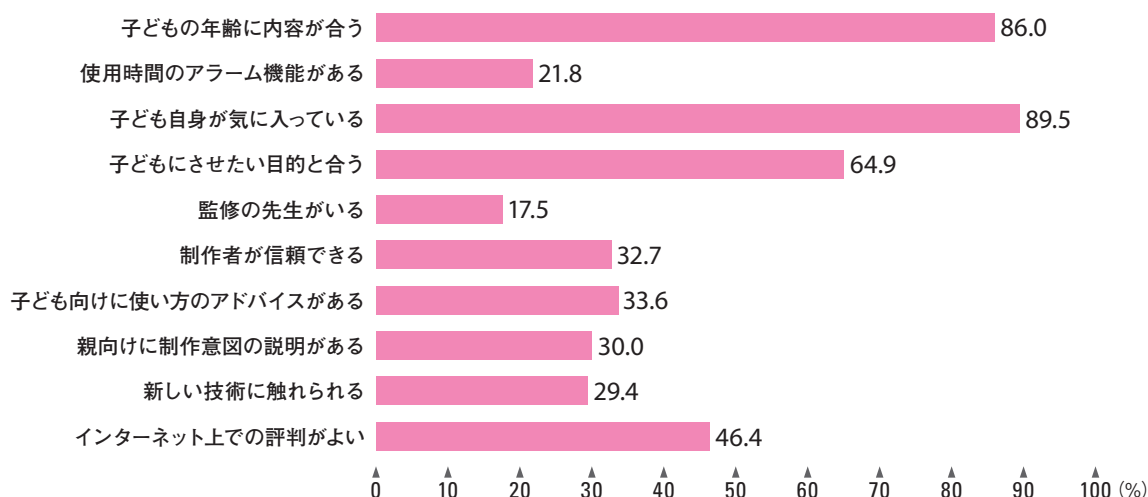


◎普段、メディアの内容について親子がどのくらい会話しているかを調べたのが上のグラフです。「ふだんから子どもによく話しかけている」と答えた母親の割合は約9割。特に子どもの年齢が低いほどよく話しかけているようです。テレビ番組、DVD・ブルーレイ、スマートフォン・タブレット端末の中では、テレビの内容について子どもと会話する割合が最も高いことが分かります。

これはどの年齢でも同じ傾向です。また、0歳から3、4歳にかけて、メディアの内容について会話する割合が全体的に増加しています。これは子どもの言葉の発達とも関係していると思われます。

Q 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。

図6 動画やアプリ・ソフトの選択基準



※値は「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。 ※そのメディアが「家庭にない」「使わない」場合も子どもに使わせることを想定して回答。 ※無答不明を除く。

◎子どもが見る(使う)動画やアプリ・ソフトを選ぶ基準の中で最も割合が高かったのは「子ども自身が気に入っている」と、「子どもの年齢に内容が合う」ことで、それぞれ回答者の89.5%、86.0%が「あてはまる」または「ややあてはまる」と答えました。割合の高い項目を見ると、子どもの実態に合っているか

をより重視する傾向がうかがえます。一方、「監修の先生がいる」「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」などの割合は相対的に低めですが、2013年と比べると増加傾向にあります(図示は省略)。