

## 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。

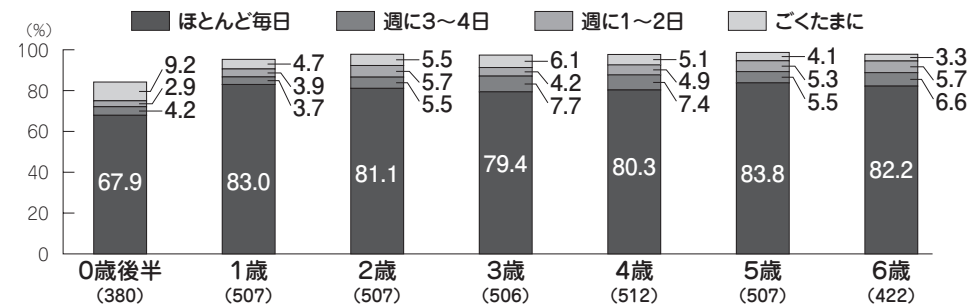
「ビデオ・DVD」（図1-2-3）は、前回調査と比較して0歳を除き「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせた頻度で視聴する比率が低下している。そのなかでもとくに「ほとんど毎日」の比率が低下し、「ごくたまに」の比率が増加した。例えば、前回調査で「ほとんど毎日」から「ごくたまに」を合わせた視聴頻度がもっとも高い4歳児では、2013年は98.4%、2017年は93.5%で、4.9

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。

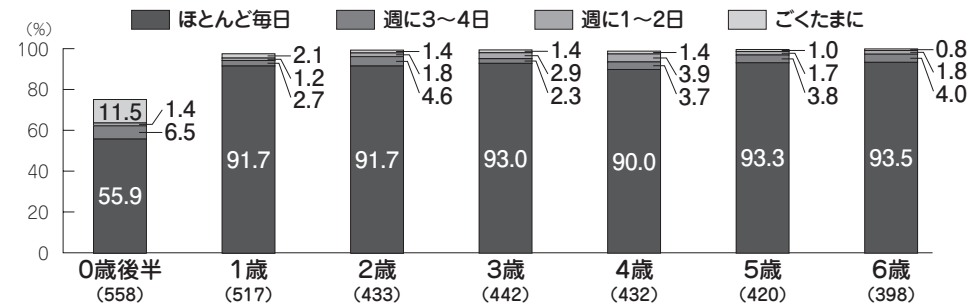
「パソコン」は、0歳、1歳、4歳で接触頻度が増加し、2歳、3歳、5歳、6歳で減少した（図1-2-4）。ただし、いずれの年齢においても「ほとんど毎日」の比率は増えており、パソコンに触れる乳幼児のなかでも利用頻度は二極化しつつあるのかもしれない。

図1-2-1 テレビ番組（録画を除く、2017年）



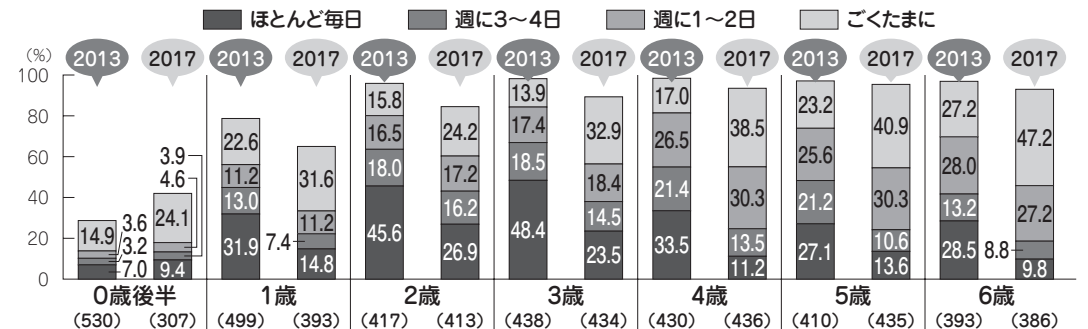
注1) ( )内はサンプル数。 注2) そのメディアが家庭にある人のみ。

図1-2-2 テレビ番組（録画を含む、2013年）



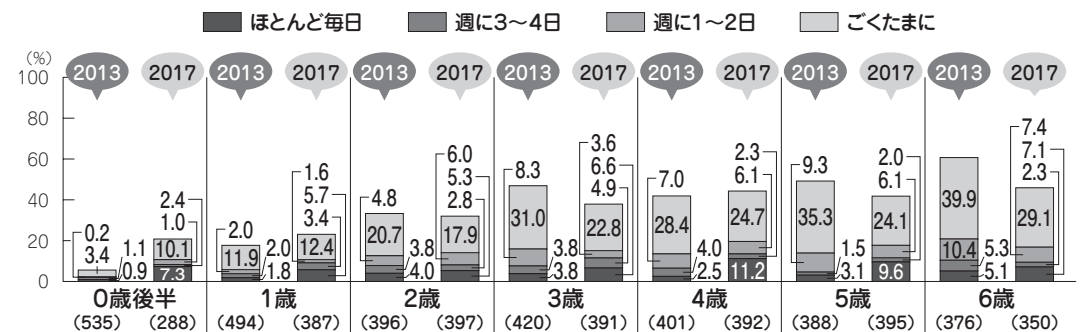
注1) ( )内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

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。

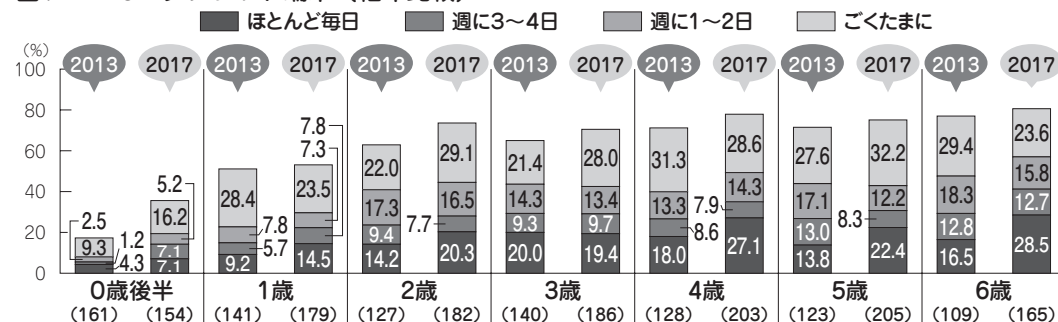
「ほとんど毎日」をみると2歳がもっとも多く、2017年で25.9%だった。背景として、2歳では親子が一緒にいる時間が長く、母親にとって身近な存在となったスマートフォンに幼児が接する頻度も高くなったことがあると思われる。

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

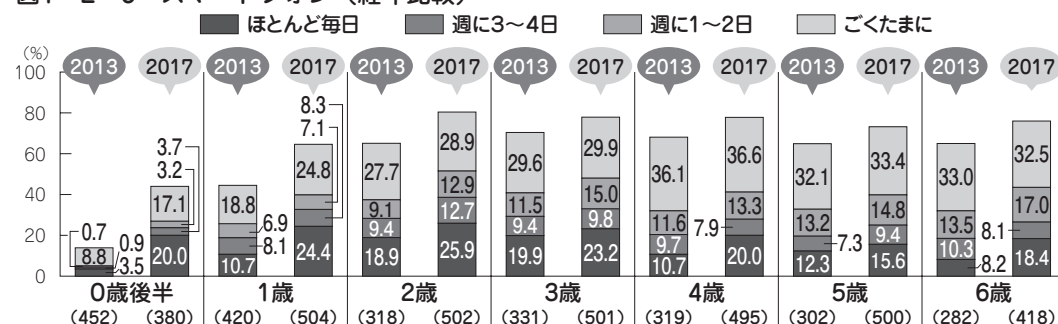
今回の調査では、前回調査と比較して所有率が上がった「スマートフォン」と「タブレット端末」について乳幼児の接触頻度が増加し、それ以外のメディアは減少していた。とくに「スマートフォン」は0歳から2歳の増加幅が大きく、次節で示す通り1日あたりの接触時間も増加傾向にある。今後、「スマートフォン」がどのように乳幼児の生活に浸透していくのか、質と量の両面からの慎重な考察が必要だろう。

図1-2-5 タブレット端末(経年比較)



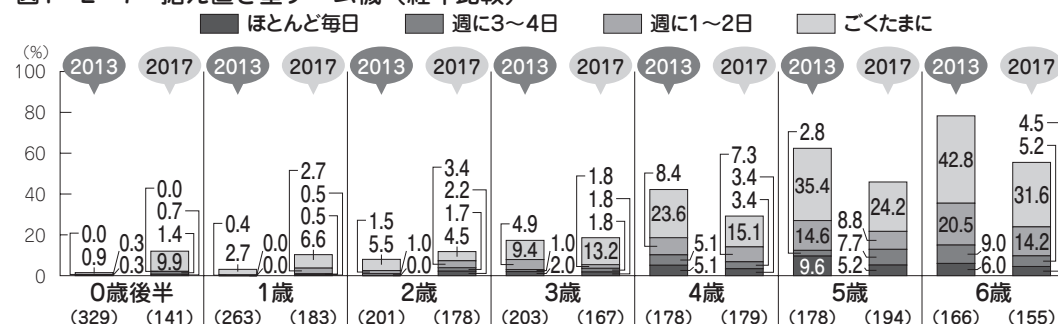
注1) ( )内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

図1-2-6 スマートフォン(経年比較)



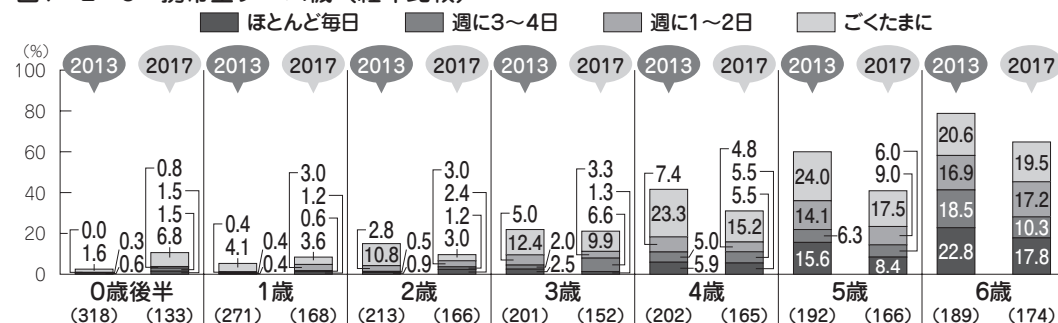
注1) ( )内はサンプル数。 注2) 2013年は無答不明を除く。 注3) そのメディアが家庭にある人のみ。

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。