2017 年 10 月 16 日

株式会社ベネッセホールディングス
代表取締役社長　安達 保

「第２回 乳幼児の親子のメディア活用調査」

子育てにおけるスマートフォン利用が拡大
乳幼児の接触頻度は増加するも「１日 15 分未満」が７割

株式会社ベネッセホールディングス（本社：岡山市）の社内シンクタンクであるベネッセ教育総合研究所は、2017 年 3 月、東京・神奈川・千葉・埼玉に在住の 0 歳 6 か月～6 歳までの乳幼児をもつ母親 3,400 名を対象に「第 2 回 乳幼児の親子のメディア活用調査」を実施しました。本調査は、2013 年に実施した第 1 回に続く 2 回目であり、この 4 年間で生じた母親と乳幼児を取り巻くメディア環境の変化を捉えた大規模な調査となっています。

調査結果から得られた、乳幼児のメディア利用の実態と保護者のかかわりは以下の通りです。

【調査結果概要】 ※詳細な調査結果（数値）を 3 ページ以降に掲載しています。

① 乳幼児メディア利用の実態

1．スマートフォンは、乳幼児の母親の９割超が使用している

0 歳後半～6 歳児の子どもをもつ母親のスマートフォン使用率
・2013 年：60.5% → **2017 年：92.4%（31.9 ポイント増加）**

2．乳幼児の約 2 割が、スマートフォンに「ほとんど毎日」接しており、1 日あたりの使用時間は約 7 割が 15 分未満

0 歳後半～6 歳児がスマートフォンに接する頻度と時間
・「ほとんど毎日」使う（見る）割合 2013 年：11.6% → **2017 年：21.2%（9.6 ポイント増加）**
・平日 1 日あたりの使用時間が 15 分未満の割合　**70.2%**

3．乳幼児の生活時間をみると、メディアに接する時間と、外遊びやおもちゃ遊びなどメディア以外の活動時間とのバランスは崩れていない

0 歳後半～6 歳児の外遊びや散歩の時間は、約 7 割が 1 日 1 時間以上。おもちゃで遊ぶ時間は約 8 割が 1 日 1 時間以上。一方、メディアごとの視聴時間は、テレビを除き約 5～9 割が 1 日 15 分未満。全体的なバランスは 4 年前と比較して大きく変化していない。

② 保護者のかかわり

4．第 1 回調査（2013 年）と比較して、スマートフォンが子育ての多くの場面で使用され親子のコミュニケーション手段として一定の役割を担うようになった

携帯電話やスマートフォンなどでさせること（「よくある」「ときどきある」の合計）
・**「写真を見せる」84.4%　「母親や子どもが撮った動画を見せる」76.2%**
「親が家事で手をはなせないとき」にスマートフォンを使わせる割合
・2013 年：7.7% → 2017 年：15.2%（7.5 ポイント増加）

5．母親は、子どもの過度なメディア利用については懸念を示しており、一定の配慮や工夫をしながら使わせている

テレビ番組やインターネット動画・画像を見せることについてのメリット・デメリット

	メリット	デメリット
1 位	歌や踊りを楽しめる	目や健康に悪い
2 位	知識が豊かになる	夢中になりすぎる

子どもがスマートフォンを使う場合の主な工夫（自由記述より上位 4 項目）
・「長時間見せない」「使用させない環境をつくる」「親と一緒に使う」
「使う機能を制限する」

出生数が初の 100 万人割れとなり出生率は 1.44 に低下するなど、少子化が進行しています。また、乳幼児が幼稚園や保育所以外の場で友だちと過ごす割合が減少し、母親とのかかわりが密になっています。一方、地域や祖父母世代からの育児に関する協力や知識の伝達は減少する傾向にあります。実際、乳幼児は言葉の発達が十分でないことから、コミュニケーションの取り方に悩んでいる母親が多数います。

今回の調査の結果から、スマートフォンが子育ての場面において広く利用されており、親子の時間をつなぐ身近なツールとなっていることがわかりました。家事の最中など、場面によってはこれまでＴＶやビデオ視聴に使われていた時間がスマートフォンの利用時間に代わる傾向もみられます。また、子どもがスマートフォンをはじめとする各種メディアに接する際は、使用時間や環境などに母親が配慮している傾向が見られます。

スマートフォンに代表される新しいメディアが乳幼児の生活に浸透していくなかで、今後は、一定のルールやマナーを踏まえつつ、親子のコミュニケーションが深まるツールとしてどのようにメディアを取り入れればよいかを考えていくことが重要ではないでしょうか。ベネッセ教育総合研究所は本調査の結果を踏まえ、研究者や保護者など関係者の方々と共に、よりよい子育て環境の実現に資する研究と社会への発信を行ってまいります。

調査概要

名称	第２回　乳幼児の親子のメディア活用調査
調査方法	インターネット調査
調査時期	2017 年 3 月
調査対象	0歳6か月～6歳までの就学前の乳幼児を持つ母親3,400名 ※子どもの年齢別の内訳は、0歳児後半 388名、1歳児515名、2歳児515名、3 歳児 515 名、4 歳児 515 名、5 歳児 515 名、6 歳児 437 名
調査地域	東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県
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・時間・時間帯／アプリ・ソフトの使用状況／スマートフォン・タブレット端末でしていること／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／地域との付き合い／子育て意識 など
調査企画メンバー・分析協力者	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）／高岡 純子（ベネッセ教育総合研究所 次世代育成研究室長） ／久保木 有希子（同研究所研究員） ／田村 徳子（同研究所 特任研究員）

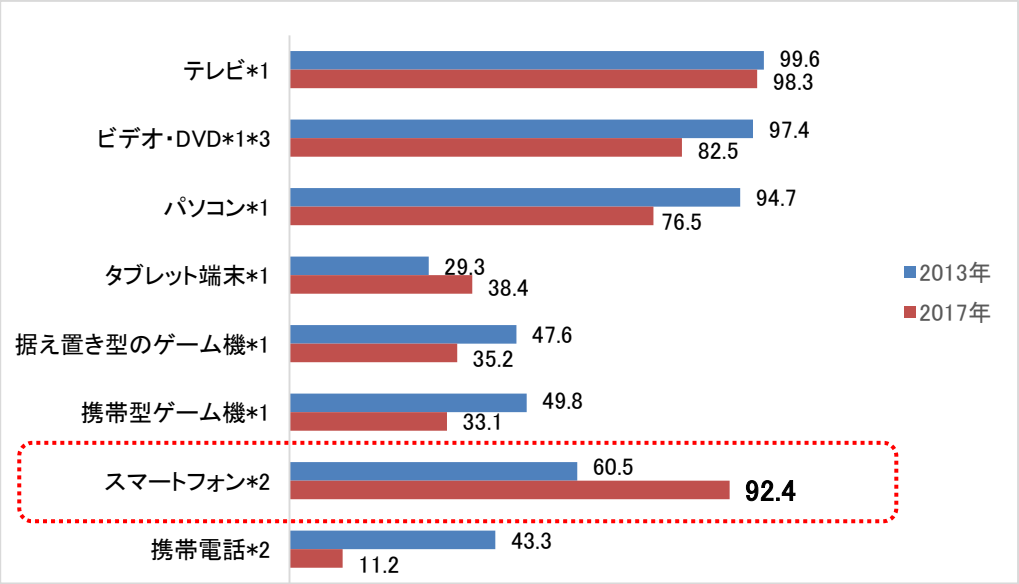
●ベネッセ教育総合研究所のホームページからも、本資料をダウンロードできます。http://berd.benesse.jp/

＜添付資料＞　「第２回　乳幼児の親子のメディア活用調査」　詳細データ

１．スマートフォンは、乳幼児の母親の９割超が使用している

0 歳後半～６歳児の子どもをもつ母親のスマートフォン使用率
・2013 年：60.5%　→　**2017 年：92.4%（31.9 ポイント増加）**

＜図表１－１　乳幼児をもつ家庭のメディア保有率　経年比較＞



※複数回答

*1 家族がそのメディアを所有する割合　　*2 母親が使用している割合
*3 ハードディスクレコーダ・ブルーレイを含む

＜図表１－２　乳幼児をもつ家庭のメディア保有率　2017年　母親の年代別＞

	29歳以下	30～34歳	35～39歳	40歳以上
テレビ*1	98.1%	98.7%	98.3%	97.4%
ビデオ・DVD*1*3	78.4%	83.0%	83.1%	85.5%
パソコン*1	61.8%	75.9%	82.8%	86.1%
タブレット端末*1	34.2%	37.2%	40.5%	43.4%
据え置き型のゲーム機*1	36.1%	37.2%	35.6%	28.1%
携帯型ゲーム機*1	34.8%	33.4%	33.9%	28.3%
スマートフォン*2	95.6%	93.5%	90.9%	88.3%
携帯電話*2	6.6%	9.2%	14.3%	16.8%

※複数回答

*1 家族がそのメディアを所有する割合　　*2 母親が使用している割合
*3 ハードディスクレコーダ・ブルーレイを含む

2．乳幼児の約 2 割が、スマートフォンに「ほとんど毎日」接しており、1 日あたりの使用時間は約 7 割が 15 分未満

0 歳後半～6 歳児がスマートフォンに接する頻度と時間

・「ほとんど毎日」使う（見る）割合*1　　2013 年：11.6% → **2017 年：21.2%**

・平日 1 日あたりの使用時間が 15 分未満*2 の割合　**70.2%**

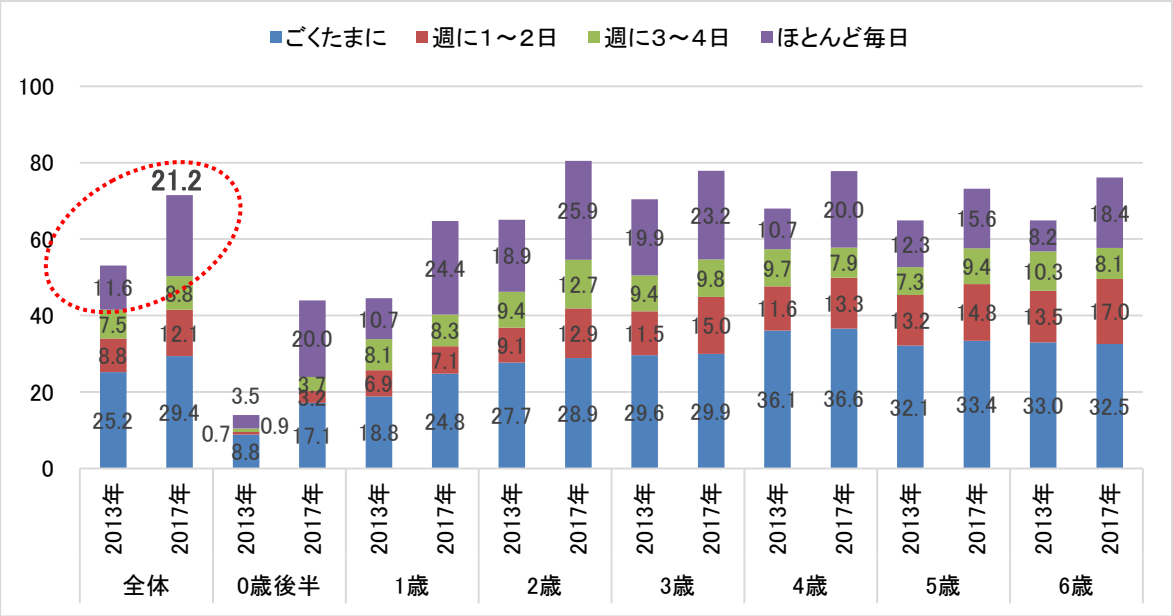
※2013 年は無答不明を除く

*1　家庭にスマートフォンがある場合のみ回答

*2　「家庭にない」「使わない」場合も含む

＜図表２－１　子どもがスマートフォンに接している頻度（１週間あたり）＞

（%）

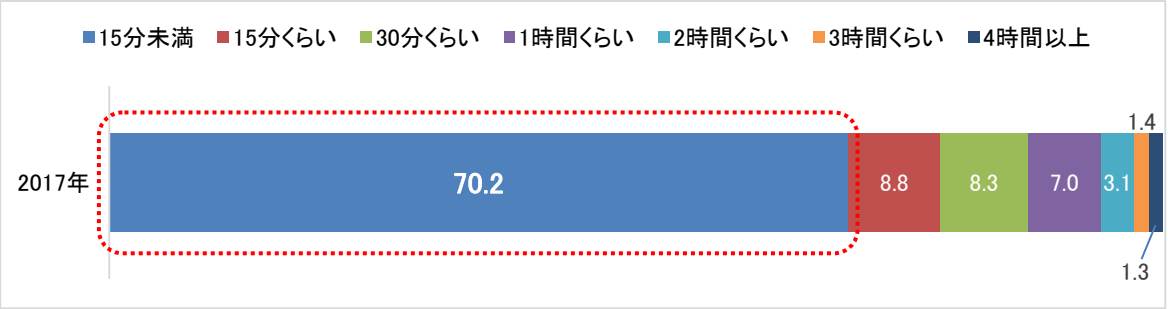


※スマートフォンが家庭にある場合のみ回答

※2013 年は無答不明を除く

＜図表２－２　子どもがスマートフォンに接している時間（平日１日あたり）＞

（%）

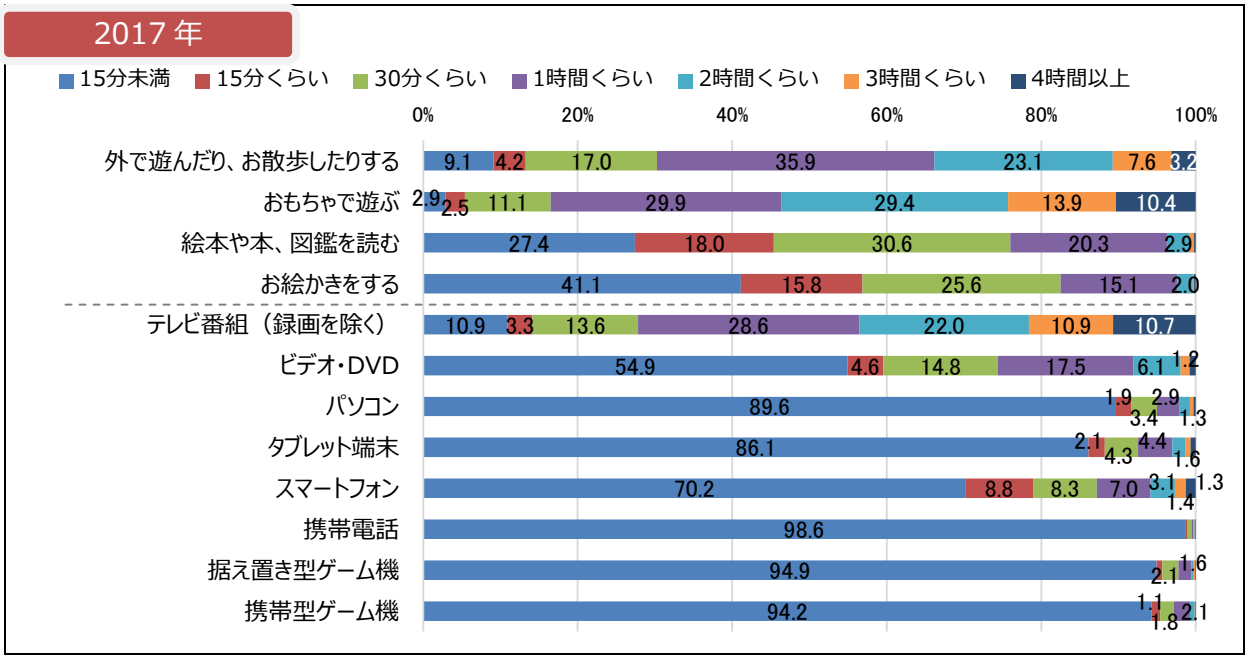


※「15 分未満」には、「家庭にない」「使わない」場合も含む

3. 乳幼児の生活時間をみると、メディアに接する時間と、外遊びやおもちゃ遊びなど メディア以外の活動時間とのバランスは崩れていない

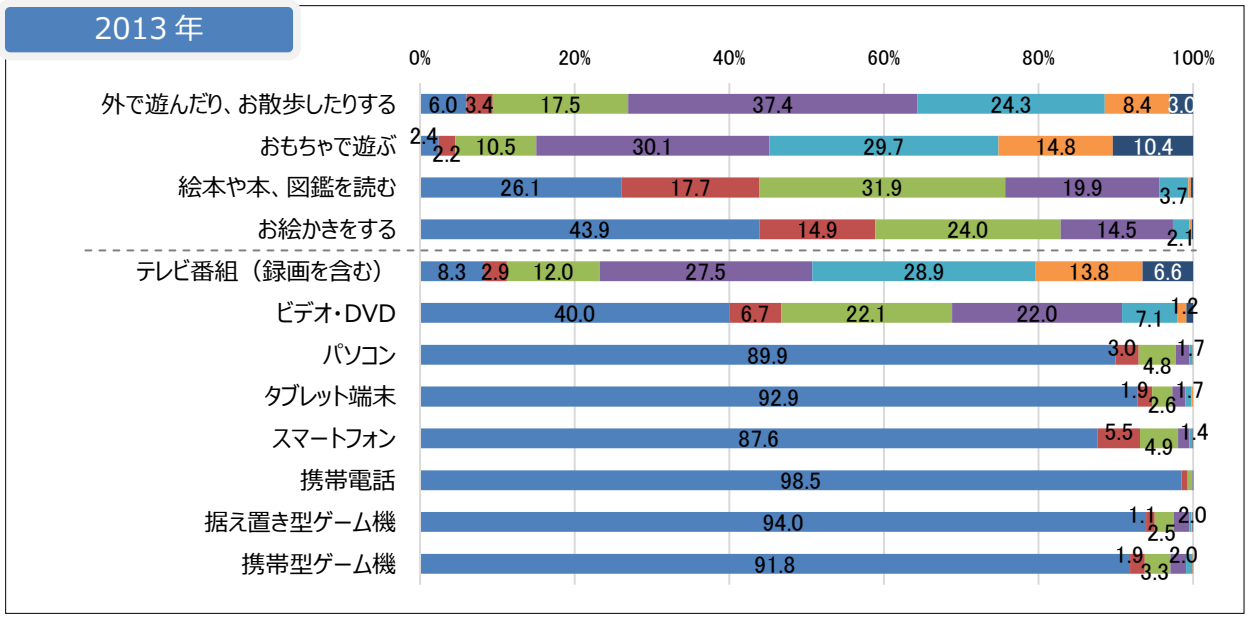
0 歳後半～6 歳児の外遊びや散歩の時間は、約 7 割が 1 日 1 時間以上。おもちゃで遊ぶ時間は約 8 割が 1 日 1 時間以上。一方、メディアの視聴時間はテレビを除き 5～9 割が 1 日 15 分未満。全体的なバランスは 4 年前と比較して大きく変化していない。

＜図表３－１ 平日１日あたりの活動時間 2017 年＞



※1.0%未満は非表示
※「外で遊んだり、お散歩したりする」「おもちゃで遊ぶ」「絵本や本、図鑑を読む」「お絵かきをする」は、園での活動を含む。メディアに関する項目の「15 分未満」には、そのメディアが家庭にない場合も含む

＜図表３－２ 参考：平日１日あたりの活動時間 2013 年＞

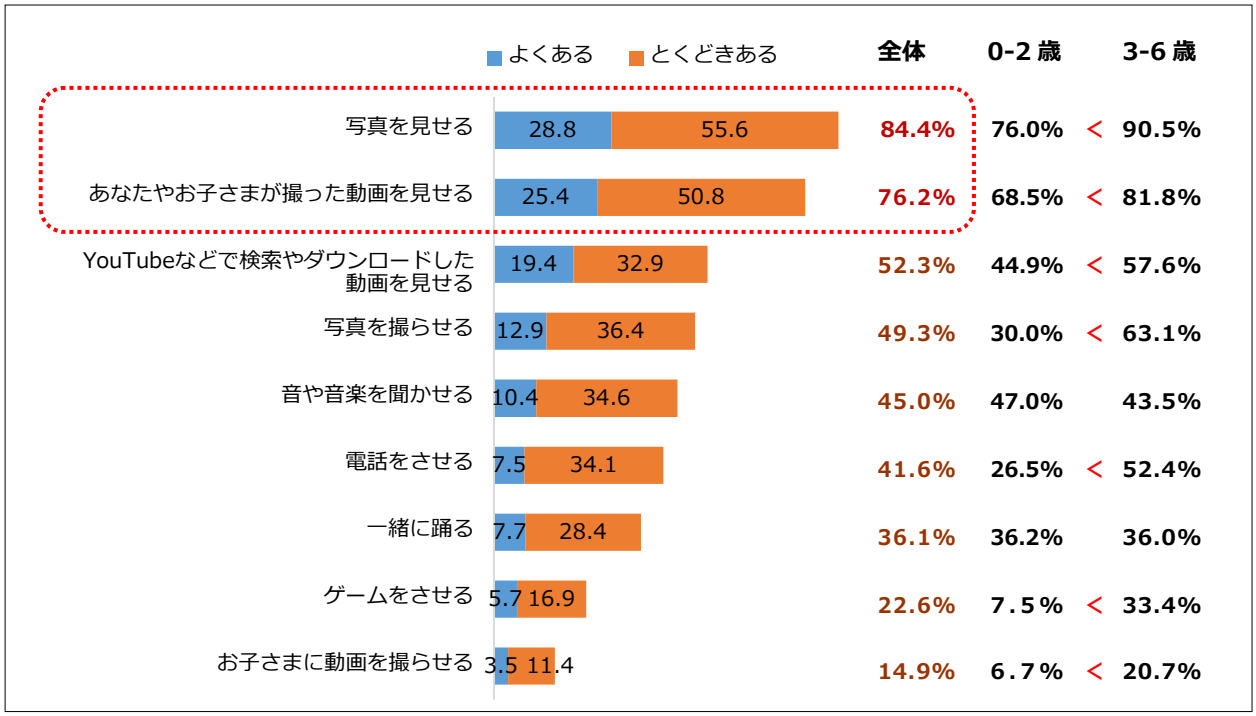


※無答不明は除く　※1.0%未満は非表示
※「外で遊んだり、お散歩したりする」「おもちゃで遊ぶ」「絵本や本、図鑑を読む」「お絵かきをする」は、園での活動を含む。メディアに関する項目の「15 分未満」には、そのメディアが家庭にない場合も含む

4. 第１回調査（2013 年）と比較して、スマートフォンが子育ての多くの場面で使用され親子のコミュニケーション手段として一定の役割を担うようになった

＜図表４－１　子どもに携帯電話、スマートフォン、タブレット端末、パソコンでさせること＞

「よくある」＋「ときどきある」の値（%）



※全員回答　　※0～２歳と３～６歳とで 10 ポイント以上差がある項目は＜で示している

＜図表４－２　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	5.5	17.3	13.5	10.9	10.0	21.2	21.6	6.0	4.0
外出先での待ち時間	1.0	0.9	1.8	1.1	13.4	10.1	30.5	33.7	8.4	5.2
家で食事をしている間	32.5	30.9	8.1	6.6	1.4	3.6	0.7	2.3	0.4	0.4
布団やベッドに入ってから寝るまでの間	3.7	5.1	2.1	1.9	3.8	7.5	7.7	8.2	1.0	1.4
親が家事で手をはなせないとき	72.2 ↘	64.0	46.1 ↘	35.8	16.8 ↗	23.9	7.7 ↗	**15.2**	9.2	7.8
子どもがさわぐとき	26.9	27.5	21.8	17.5	15.1	16.7	17.0 ↗	23.5	3.3	5.2
子どもが使いたがるとき	32.3 ↘	26.1	30.8 ↘	19.6	28.5	28.3	28.3	29.7	15.7	10.9
子どもが約束を守ったとき（ごほうびとして）	—	12.8	—	10.4	—	13.8	—	12.4	—	7.3

※複数回答
※網掛け部分は、それぞれの場面で使われている割合が最も高いメディア。矢印部分は、2013 年から５ポイント以上差があった項目
※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

5. 母親は、子どもの過度なメディア利用については懸念を示しており、一定の配慮や工夫をしながら使わせている

＜図表５－１　テレビ番組やインターネット動画・画像を見せることについてのメリット・デメリット＞

●メリット

	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（＊1）
1 位	93.1　歌や踊りを楽しめる	78.1　歌や踊りを楽しめる	66.0　歌や踊りを楽しめる
2 位	79.3　知識が豊かになる	44.4　知識が豊かになる	58.3　知識が豊かになる
3 位	63.2　社会のマナーやルールを学べる	38.4　作る、描くなど表現力を育む	56.0　作る、描くなど表現力を育む
4 位	59.1　作る、描くなど表現力を育む	29.9　親子でのコミュニケーションが増す	37.6　小学校以上の学習で役に立つ
5 位	56.9　やさしさ、思いやりなどを育む	24.9　小学校以上の学習で役に立つ	37.5　集中力がつく
6 位	52.7　親子でのコミュニケーションが増す	24.6　集中力がつく	36.5　親子でのコミュニケーションが増す

●デメリット

	テレビ番組（録画含む）	インターネット動画・画像	アプリ・ソフト（＊1）
1 位	84.3　目や健康に悪い	84.8　目や健康に悪い	84.5　目や健康に悪い
2 位	75.7　夢中になり過ぎる	80.7　夢中になり過ぎる	77.0　夢中になり過ぎる
3 位	72.0　長時間の視聴や使用が続く	75.2　長時間の視聴や使用が続く	73.8　長時間の視聴や使用が続く
4 位	57.9　次のことに切り替えしづらい	71.3　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	68.1　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
5 位	54.2　大きくなったとき、依存しないか心配	68.3　大きくなったとき、依存しないか心配	64.9　次のことに切り替えしづらい
6 位	52.1　受動的になる	67.3　次のことに切り替えしづらい	64.7　大きくなったとき、依存しないか心配

※数値は「とてもそう思う」「まあそう思う」の合計%。※複数回答。
※それぞれ 10 項目中上位 6 位までを表示。
＊1：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・ゲーム等）

＜図表５－２　子どもがスマートフォンを使う場合の主な工夫（自由記述）＞

（件）

長時間見せない	526
使用させない環境をつくる	431
親と一緒に使う	301
使う機能を制限する	154
音や明るさなどの視聴環境に配慮する	124
使う場面を制限する	62
ルールを決める、モラルを守らせる	34
親の使用に問題が生じないように工夫する	17
その他	27

※回答数 1676
※特にない、使っていない、は除く

調査企画・分析に関わった研究者からのコメント

～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 先生（白梅学園大学学長、東京大学名誉教授）

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いていくのか、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すが、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いる様子が浮かびましたが、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こと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、智恵とつながる知性が身につくのです。