

子育て中の母親の育児番組視聴に関する研究

A Study on Nurturing Mothers' TV Watching about Child Care Information

武市久美

Kumi TAKEICHI

キーワード：母親、テレビ視聴、育児情報

Key words : Mother, Television Viewing, Child Care Information

要約

2005年9月に、育児期の母親1175人を対象にテレビの育児番組の利用に関するアンケートを行い、次のような結果を得た。

1. 母親たちが最も利用するメディアはテレビであるが、母親たちは、育児情報を主に子育ての経験のある‘人’から入手していた。
2. テレビの育児番組は2割程度の母親しか利用していないが、第一子の乳幼児を子育て中の母親は、小学生以上の子どもの育児経験がある母親よりも、育児番組をみる割合が高かった。
3. 母親たちが育児番組を見ない理由は、時間があわないことや番組を知らないことで、育児番組の魅力は、育児の専門家の話が聞けることや子育て中の母親たちが同じような悩みや不安を抱えていることに共感できることだった。
4. 母親たちは、育児番組は夫や家族と一緒にみたいと考えていて、夫の育児協力について評価が低い人よりも高い人の方が、夫と一緒に番組をみたいと考える割合が高かった。
5. ‘子育て’のためにみる番組は、母親向けの育児番組よりも子ども向けの幼児番組が多かった。

Abstract

A survey on the usage of TV child care information programs was carried out on September 2005 on 1175 nurturing mothers, and the results were obtained.

1. TV is a most useful media for mothers, but mothers have obtained child care information mainly from those with experience.
2. Only 20% of mothers watch TV child care information programs. However, mothers who rear the first infant show a greater tendency to watch the programs than

mothers of school children.

3. The reasons for not watching TV child care information programs are that the programs are not on at the right time and that they do not know about the broadcast of the programs. The main appeal of the programs are that mothers can listen to the talks of specialists and they can sympathize with the worry and uneasiness of other mothers.
4. Mothers who evaluate their husbands higher in terms of child care cooperation want to watch the programs more than the ones who evaluate their spouses lower.
5. For nurturing children, mothers have a tendency to watch programs for children more than programs about child care information.

I 問題と目的

現代の親たちは、核家族家庭に生まれ、高度経済成長以降の物にあふれた裕福な時代に育ち、男女平等意識のもとで自由な青年期を迎えた。このような幼少時代、青年時代を過ごした親たちは、家庭内で育児文化の継承や育児についての学習をする機会をほとんど持たないまま子育てを始めることになった。そのため育児の体験不足を情報でカバーしようとするという（塩崎ら，2005）。

育児情報の入手方法について、育児に関するサイトが利用されることが多く、母親たちにとってインターネットを通じた情報収集がメジャーとなって来たこと(My Voice, 2008)や、一方で、友人・知人や親族などの‘人’‘口コミ’も以前として多く支持されている（名古屋市，2004）こと、あるいは育児雑誌や育児書を9割近くの母親が利用していること（松本，2008）などが報告されている中、テレビメディアに限定した育児情報の収集の実態に関する研究は見当たらない。

テレビは一日の中で9割が利用しているという日本人にとっての“日常メディア”である。接している人の多さ、時間の長さともに他のメディアと比較して圧倒的に多く、また、効用の面でも「報道」「娯楽」「情報」「解説」「慰安」の5つの機能において「一番役に立つ」とされていて（NHK放送文化研究所，2005）、テレビの必要性に関しても、4割が「なくてはならない」と答えている（白石ら，2005）。近年、インターネットの普及などメディア環境が豊かになる中でも、テレビは「役に立つ」メディアとして認識され、実際、多くの人が、長時間接して情報を得たり、感動したりしている。

現在、乳幼児を子育て中である母親たちは1970年代以降に生まれた女性が大部分を占める。彼女たちが生まれたのは、すでにテレビ普及率が95%を超え、一般家庭においてもテレビが一家に一台あるのが当たり前の時代であった。ゆえに、現代の母親たちは、物心つく前からテレビと共存している「テレビ世代」であり、テレビをみるのがすきな、いわば「テレビっ子」とであるという（白石，2003）。

彼女らは、育児に関する知識を得るために、“日常”に寄り添うテレビの、主に乳幼児の子育てに関する情報を提供する番組（以下、育児番組と表記する）を、どのように利用しているのだろうか。

本研究では、乳幼児を子育て中の母親⁽¹⁾を対象に行ったアンケートから、母親たちのテレビ番組視聴による育児情報の収集について、中でも育児情報番組の利用実態とそのニーズについて検討する。

II 対象と方法

[調査方法]

名古屋市内の保育園と幼稚園に子どもが通う母親 2347人（保育園 1438人、幼稚園 909人）に園を通じてアンケートを配布し、1274人（回収率54.3%）から回答を得た。うち、記入漏れなどが多く見られる回答などを除き、1175人（保育園664人、幼稚園511人、有効回答率50.1%）を分析対象とした。母親の平均年齢34.2歳。

[調査内容]

日常生活におけるメディア利用について、育児情報収集方法について、育児番組の利用について、子育てのためにみるテレビについて、夫や家族の育児協力について、母親・子どもの年齢や家族構成など。

[分析方法]

表計算ソフト EXCEL、統計ソフト SPSS を用いた。

* 以下、アンケートの結果には小数点以下を四捨五入した%を表記しているため、合計(100%)に誤差が生じている場合がある。

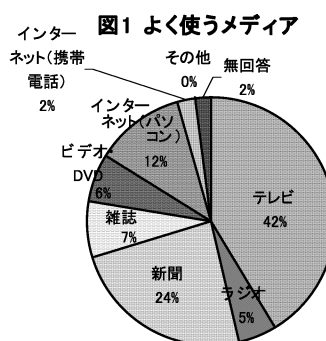
III 結果と考察

1) メディア利用について

テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、ビデオ・DVD、インターネット（パソコン）、インターネット（携帯電話）の中から、情報収集のために、普段の生活でよく利用しているメディアと、その理由についてたずねた。よく利用している順に3位までたずねたので、1位に選んだものを3点、2位2点、3位1点と重み付けして集計した。理由についても同様に重み付けしてまとめた。

① 普段利用するメディア

1位にあがったのはテレビ（42%）、2位は新聞（24%）だった。3位はパソコンを利用するインターネット（12%）だった。（図1）



上位3位にあがった、テレビ、新聞、インターネット（パソコン）について、なぜそのメディアを利用するのか理由を尋ねた。(図2 複数回答)

テレビを利用する理由について、最も多いのは、「手軽(71%)」で、テレビを育児生活の中で気軽に利用しやすいメディアと感じていることがわかった。続いて「子どもと一緒に利用しやすい(41%)」という理由があがり、子どもと過ごす時間の中でテレビを利用していることがわかった。さらに「家事・育児をしながら利用できる(39%)」と続き、たとえば、家族の食事を作りながら、洗濯物をたたみながら、子どもの世話をしながらテレビを利用する「ながら」視聴⁽²⁾が育児生活においても行われていることがわかった。

新聞を利用する理由については、テレビ同様「手軽(81%)」という理由が最も多かったが、次いで「好きな(空いている)時間に利用できる(55%)」という理由があがり、オンタイムで利用することが必要とされるのではなく、自分で時間を選んで利用できるという新聞のメディア特性が育児生活においても利用されやすいことがわかった。さらに、「情報が豊富(43%)」という理由も多くあがり、新聞の情報力も評価されていた。

インターネット（パソコン）を利用する理由について、最も多い

図2 メディアを利用する理由

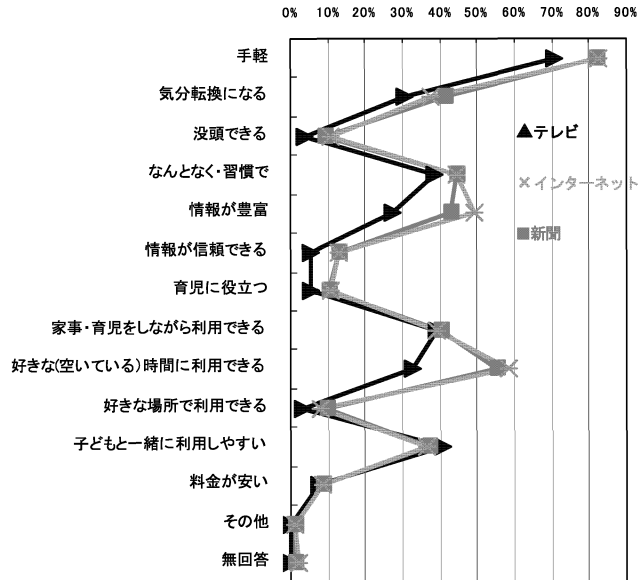
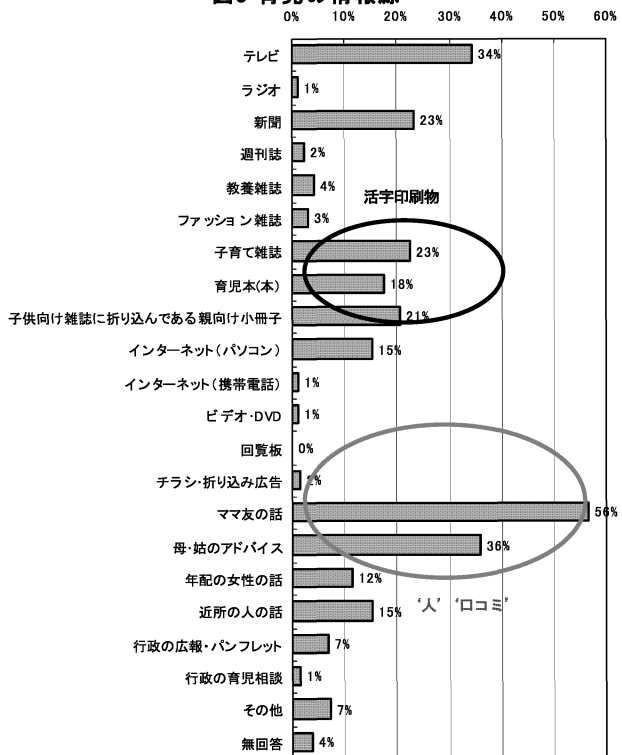


図3 育児の情報源



のが「手軽(81%)」で、続いて「好きな(空いている)時間に利用できる(58%)」、「情報が豊富(49%)」と、新聞と同様の理由が多くあがった。

②育児情報を得るために利用するメディア

育児に関する情報を得るために利用するメディア(情報源)について尋ねた。(図3 複数回答)

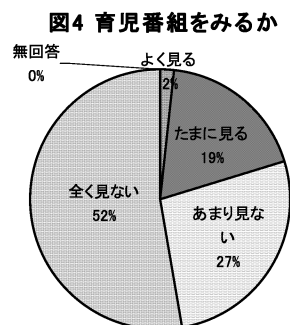
「ママ友(56%)」が半数を超えて最も多く、次いで「母・姑のアドバイス(36%)」と続き、子育て仲間あるいは育児の先輩など、「育児経験のある」人「人」を情報源として求めていることがわかった⁽³⁾。また、「子育て雑誌(23%)」、「子ども向け雑誌に織り込んである親向け小冊子(21%)」、「育児本(18%)」などの活字印刷物も情報源として多く利用されていた。普段の生活で最も多く利用されているメディア「テレビ」は全体でみて3位にあがった。

2) 育児とテレビ

①育児番組の利用について

育児の情報源として、テレビ番組はどのように利用されているのだろうか。

育児番組をみているかたずねたところ「よく見る(2%)」と「たまに見る(19%)」をあわせても、利用する習慣のある人は2割ほどだった。「全く見ない」が52%で、半数以上の母親が育児番組をみた経験がないことが明らかになった。(図4) 子どもの年齢別でグループ分けした場合、第一子が小学生以上の母親のグループでは、「よく見る」「たまに見る」を合わせた育児番組を利用している割合が13%だったのに対して、現在、第一子の乳幼児(0-6歳)の子育てをしている母親のグループは25%と番組をみる人の割合が有意に高かった。 $(\chi^2[1]=24.34 p<.001)$



さらに、育児番組をみない人に理由をたずねたところ(733人が回答、複数回答)、「時間帯が合わない(41%)」が最も多く、育児番組の放送時間が育児生活において、利用しにくい時間に設定されている問題が示された。次いで「番組を知らなかった(16%)」、「興味がない(16%)」など、育児番組そのものの認知度や関心の低さを示す結果が表れた。

また、育児番組をみたことがある人に、番組のどんなところが参考になったかたずねたところ(図5 555人が回答、複数回答)、「育児の専門家の話が聞けて参考になった(61%)」が最も多く、あまり接するチャンスのない「プロ」からの情報に魅力を感じていた。次いで「他のママたちも同じように悩んでいることにホッとした(34%)」、「育児について新発見があった(27%)」など、同じ立場のママと不安や悩みを共有できる安心感や育児に関する気づきなどがメリットとしてあがった。

育児番組を誰とみたいかたずねた(複数回答)ところ、「夫と一緒に(47%)」が半数近く、育児

番組を通じた夫との育児情報の共有を求めていた。家庭での夫の育児協力についての評価でグループ分けした場合、評価がより高い(手伝ってくれると考えている)グループの方が、評価が低いグループよりも、夫と育児番組を一緒にみたいと考える人の割合が有意に高かった。 $(\chi^2[1]=19.53 \text{ } p<.05)$ 次いで「家族みんなで(40%)」と続き、家族が一緒にいる時間に番組をみることで、育児について家族全体のものとして考えたいという姿勢が表れた。「ひとりで(10%)」と答えた人は一割ほどだった。

また、育児番組で取り上げてほしいテーマをたずねたところ(図6 複数回答)、もっとも多くあがったのは「子どもの発達・健康・病気(53%)」で、母親たちが、子どもの心やからだに関わることへの関心が高いことがわかった。次いで「しつけ(37%)」、「子どもとの遊び(32%)」と、子どもの育て方や接し方についても多くあがっていた。

どの時間帯に育児番組が放送されると利用しやすいのか放送時間については、最も多かったのは、「PM8:00-10:00(26%)」、「PM10:00-12:00(26%)」という、夜、家事がひと段落した後から深夜にかけて、母親が一息つける、あるいは夫と一緒に視聴できるような時間帯があがった。

②育児番組の現状と課題

育児番組をみたことがある人(444名)にみたことのある番組名を書いてもらったところ(表1)、NHK教育が2001年4月から放送している『すくすく子育て』

図5 育児番組をみてよかったこと

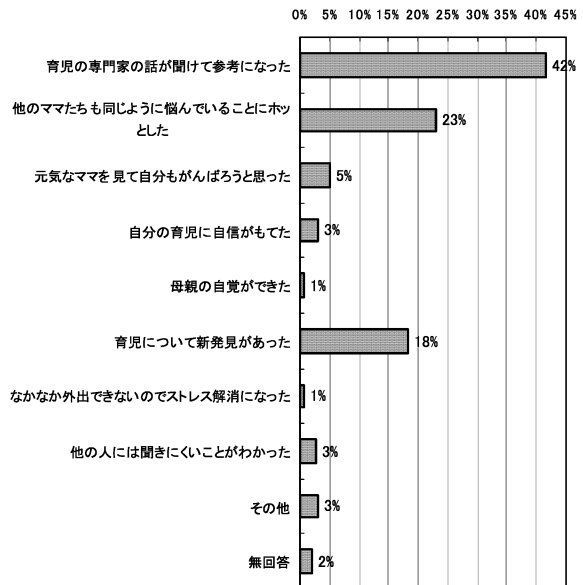
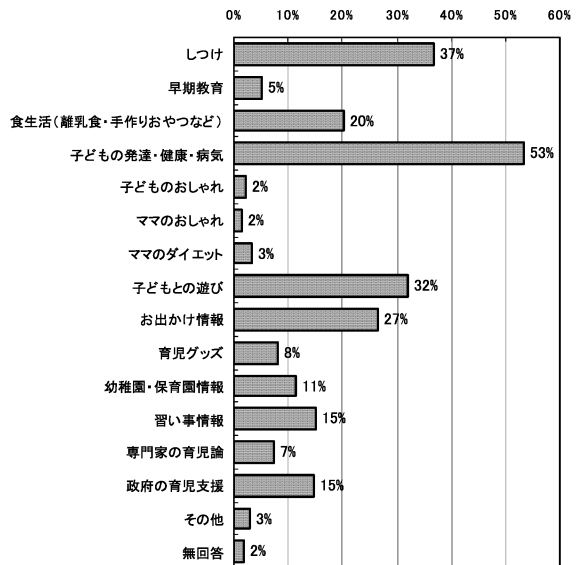


図6 育児番組で取り上げてほしいテーマ



番組名	度数
すくすく子育て(NHK教育)	401
おかあさんといっしょ など幼児向けNHK教育番組	20
子育てパラダイス(テレビ東京系)	11
その他	8
番組名がわからないなど無記入	4

表1 みたことのある育児番組

が90%以上を占め、育児番組を利用した経験のある母親のほとんどがこの番組をみたことがあることがわかった。

現在、テレビで放送されている⁽⁴⁾ 育児番組は、『はじめて記念日』（フジテレビ系 月～金 14:00-14:05）、『すくすく子育て』（NHK 教育 土 21:00-21:30）、『まいにちスクスク』（NHK 教育 月～木 19:55-20:00、金 13:50-13:55）である。また、かつては『子育てパラダイス』（テレビ東京系）、『ハイハイよちよち』（日本テレビ系）、『スクスクのびのび』（日本テレビ系）、『良彩健母』（日本テレビ系）、『ママさん応援!育児ナビ』（テレビ愛知系）などが放送されていた。これらの育児番組は、いずれも毎回1つのテーマを設け、そのテーマに沿った番組を構成しているが、その多くは放送時間が5分～10分程度で、育児に関するワンポイントアドバイスを情報として提供するケースが多い。

一方で、『すくすく子育て』は、育児番組として唯一30分のワイド番組を構成している。番組の目的は、「0歳から3歳頃の子どもを持つパパ・ママのための育児情報番組。子どもの病気・ベビーケア・遊び・子育て支援など赤ちゃんとの暮らしの中で知っておくと役に立つ、子育て・育児に関する様々な情報をお届けします。」⁽⁵⁾ と掲げていて、番組の形式は、子育て中のタレント（照英、つのだりょうこ）が司会者として進行を務め、毎回、子育て中の一般視聴者夫婦とその子ども3組ほどがゲストとしてスタジオに並び、アドバイザーとして医師や大学教授などの専門家が子育てについての悩みや相談についてコメントするというスタイルである。

この番組の特徴は、一般的な育児方法の紹介というより、スタジオに並んだ親子からの様々な問いかけや意見に代表される、視聴者の母親たちが今抱えている悩みや不安に即座に答えるような視聴者参加型の番組構成を行っている点である。番組をみている人は、ゲストが一般人親子であるがゆえに、彼らが発する育児に関する質問やエピソードなどに対してより親しみを感じやすく、自分の立場と置き換えて番組の情報を受け止められるメリットが考えられる。

また、番組で扱われたテーマ（2009年1月から2009年12月までに放送されたもの）についてカ

子どもの病気	冬はご用心! 中耳炎 薬のギモン どうつきあう? アトピー 赤ちゃんの夏の肌 プチトラブル対処法 気になる食物アレルギー かかりつけ医とのつきあい方 上手にかかるう小児科	育児生活の知恵	かわいく撮りたい! ビデオ入門講座 かわいく楽しく! デジカメ講座(2回) すくすくアイデア対象 大募集 赤ちゃん家族の節約術 赤ちゃん安心のおそうじ術 赤ちゃん安心 シンプルおそうじ術 羽崎泰男のマイ体操で団らん家族! もりもり食べる3つのツボ	ママの悩み 子どもの遊び	ママ友なんていない!? 辰巳渚の時間術 パパもわかって! 産後のトラブル
	子どもの発達・育児		OH! マイルール 赤ちゃんの目 赤ちゃんの骨 赤ちゃんの体温 違いがわかる赤ちゃん ことばを覚える不思議 子どもはケンカで育つ 手づかみ食べのスズメ 手づかみ食べて食べる力をつけよう! 気になる? 大きめ・小さめ		しつけ
			仲間の育児		

表2 『すくすく子育て』テーマ一覧(2009.1~2009.12)

テグリー別にまとめると、「子どもの発達・発育(10)」に関するテーマが最も多く、「子どもの病気(8)」、「しつけ(8)」と続き(表2)、上記のアンケートでたずねた育児番組で扱ってほしいテーマ(図6)で上位にあがった「子どもの発達・健康・病気」、「しつけ」などが、多くとりあげられていた。しかし一方で、アンケートで上位にあがっていた「子どもとの遊び」「お出かけ情報」はあまり番組では取り上げられておらず⁽⁶⁾、母親たちのニーズに応えられていない結果となった。

母親たちにとって、必要な情報が映像や声などを通じてわかりやすく入手できるという点で、育児番組は有効であると考えられる。しかし、視聴者参加型番組といえども、自分の知りたいテーマが確実に取り上げられるわけではなく、あくまで提供される情報を受身の立場で入手しなければならない(塩原ら, 2005)ことが、母親たちが育児情報を入手する上での問題として考えられる。

③ ‘子育てのため’ にみるテレビ

また、アンケートでは‘子育て(育児)のため’にみているテレビ番組についてたずね、自由記述で3つの番組名を書いてもらい集計したところ、1位から5位まですべてNHK教育の番組が上位を占めた。(表3)

しかし、名前のあがった番組についてみると、1位『おかあさんといっしょ』、3位『にほんごであそぼ』、4位『いない いない ばあっ!』、5位『えいごであそぼ』は、視聴者として乳幼児を対象に制作した「幼児番組」であり、2位の『すくすく子育て』のみが、主に乳幼児の子育て中の大人向けのテレビ番組、いわゆる「育児番組」だった。

このことから、母親たちにとって‘子育て(育児)のため’にみる、必要な番組というのは、育児情報の提供そのものを目的に作られた「育児番組」よりも、子どもにみせる、あるいは子どもと一緒にみる「幼児番組」が多くイメージされることが明らかになった。

順位	正式番組名	人数	放送局	曜日	放送時間
1位	おかあさんといっしょ	171	NHK教育	月-金 土	8:35-8:55、16:20-16:40(再) 8:35-、17:00-(再)
2位	すくすく子育て	79	NHK教育	土	22:00-22:30
3位	にほんごであそぼ	42	NHK教育	月-金	8:00-8:10、17:40-17:50(再)
4位	いない いない ばあっ!	38	NHK教育	月-金	8:15-8:30、16:00-16:15(再)
5位	えいごであそぼ	33	NHK教育	月-金	7:50-8:00、16:45-16:55(再)

表3 子育てのためにみる番組

IV まとめ

本研究において、母親たちが日常生活で最もよく利用するメディアはテレビである一方で、テレビから育児情報を入手できる「育児番組」は母親の2割程度しか視聴していなかった。しかし、現在初めての子育てで年齢の低い子ども(乳幼児)を育児中の母親の方が、育児経験(現在小学生以上の子どもを育てた経験のある)のある母親よりも育児番組を利用する割合が高いことがわかっ

た。育児番組をみない理由としては、育児生活と放送時間のズレや番組そのものに対する認知度の低さが多くあがった。育児番組は夜8:00から深夜にかけての時間帯での放送が望まれていて、夫や家族と一緒に視聴したいという声が多かった。また、夫婦間の育児サポート関係が良好な(良好だと母親が考えている)方が、夫婦での育児番組視聴を希望する割合が高いことが明らかになった。また、母親たちは育児生活において、「育児番組」を利用することで、実際の育児に必要な知識やテクニックなど育児情報そのものを得るだけではなく、テレビ画面に映る自分と同じ立場の子育て中のママの姿をみて自分の育児を見直す(自己確認)などの充足⁽⁷⁾を得ていることがわかった。

さらに、母親たちが「育児番組」で扱ってほしいと考えるテーマのうち、「子どもの発達・発育」や「しつけ」については、番組で取り上げられていたが、「子どもとの遊び」や「お出かけ情報」についてはあまり扱われていなかった。しかし一方で「子育て(育児)のため」にみるテレビ番組として、「育児番組」よりも「幼児番組」の名前が多くあがった。これらの番組は、子どもと一緒にみて楽しむ育児コンテンツとしての役割と共に、番組に多く盛り込まれている歌や踊り、あるいは登場マスコットやキャラクター⁽⁸⁾のセリフや動きなどが「子どもとの遊び」のヒント(育児情報)として役立つ可能性があり、母親たちは「育児番組」以外の、例えば子ども向けの番組などからも様々なスタイルの育児情報を得ていることが推測された。

【注】

- (1) 名古屋市が2004年2月～3月に行った「子育てに対する意識・ニーズ調査」で、子ども(就学前)の世話をする人は、母親が96.1%だった。子どもの養育者は各家庭で様々な違いがあるが、本研究では、家庭で育児をしている主たる者として、「母親」を対象に研究をすすめた。
- (2) テレビ視聴において、テレビを集中して視聴する「専念視聴」、他の生活活動と並行しながら視聴する「ながら視聴」、ザッピングしながらなんとなく色々な番組を視聴する「漠然視聴」などテレビの見方は個人レベルにおいても多様化している。
- (3) 「その他」の回答として、保育園の先生・幼稚園の先生という子どもの通う園の先生をあげるケースも多くみられた。
- (4) 地上派チャンネルで放送されている番組に限る。
- (5) 引用 番組HP <http://www.nhk.or.jp/sukusuku/>
- (6) 「子どもとの遊び」に関するテーマの放送は、『ケロポンズの「赤ちゃんあそび」オンステージ』(2回)『身近なもので親子あそび』の計3回、「お出かけ情報」も『散歩のススメ』『赤ちゃん図書館へGO!』『赤ちゃんと夏のドライブ』計3回だった。
- (7) マクウエルは、テレビ視聴行動の重要な要素が目的指向型であるという考えの元、特定の番組(ホームドラマ、クイズ、ニュース、冒険ドラマ)について視聴の動機と満足の詳細な受け手分析をし、マスメディアの利用による充足を

①気晴らし②人間関係③自己確認④環境の監視の4つに類型化した。

(デニス・マクウェール 時野谷浩訳 1979 マス・メディアの受け手分析. 誠信書房)

(8)『おかあさんといっしょ』の‘ライゴ’‘スイリン’‘プット’、『いないいないばあ』の‘うーたん’など、幼児番組においては、子どもたちが親しみを感じるようなキャラクターが登場する。

【引用文献・データ】

塩崎恵美・笠原郁子・五十嵐恭子 2005 育児不安軽減における情報の役割について—育児情報の入手方法の検討—, 明和学園短期大学紀要, 16, 43-58.

白石信子 2003 幼児はテレビとどのようにつきあっているか～「NHK 幼児視聴率調査」の結果から～, 武蔵工業大学環境情報学部情報メディアセンタージャーナル, 4, 24-28.

白石信子・原美和子・照井大輔 2005 日本人とテレビ・2005 テレビ視聴の現状. 放送研究と調査, 55(8), 2-35.

名古屋市 2004 子育てに関する意識・ニーズ調査報告書.

松本 昌子 2008 育児書など育児情報の利用状況. 小児保健研究, 67(3), 525-530.

My Voice 2008 インターネットコミュニティ「MyVoice」の登録メンバー 13741 人に対するウェブ形式のアンケート調査結果 <http://www.hagakumi.ne.jp/angel110/special/03.shtml>