幼児はテレビやネット動画などをどのように使い分けているのか

～「幼児視聴率調査」から～

世論調査部　舟越　雅／築比地真理

2022年6月に実施した「幼児視聴率調査」の結果から，おもに幼児のリアルタイムテレビ視聴とインターネット動画利用の関係に注目し，メディア利用時間や生活時間の違いなどによってグループを分類するなど，性や年齢を横断した分析を行う。

幼児がテレビや動画をどのように利用しているかについてみると，「テレビのみ」や「ネット動画のみ」に接触する割合は少なく，テレビやネット動画などを組み合わせて利用している幼児が多かった。また，ネット動画をテレビのように長時間利用する幼児もみられたが，それでも平日朝など時間帯によってはテレビを視聴しているなど，完全にテレビから離れているわけではないことがわかった。さらに，幼児の起床や就寝の時間によって1日でのテレビやネット動画の利用時間量は変わらないが，利用する時間帯は異なっており，平日と土日で比較しても，見ている内容や利用の傾向は異なっていた。そして保護者のメディア利用についてもみたところ，保護者のテレビ視聴時間が長いほど幼児もテレビを長く見る傾向があったが，ネット動画はそこまでの明瞭な関係は表れなかった。ネット動画については利用が浸透するものの，テレビとの“使い分け”の様子もうかがえ，今後もさまざまな観点から分析を掘り下げていく必要がある。

はじめに

NHK放送文化研究所では，「幼児視聴率調査」を1990年から実施している。調査は例年6月に行い[1]，1996年以降は東京駅から30キロ圏内に住む2～6歳の未就学児を対象としている。テレビのリアルタイム視聴のみならず，録画番組・DVD再生やインターネット動画の利用も計測できることが特徴である。

2019年からは，調査方式をそれまでの郵送法から郵送依頼WEB回答方式に切り替えるなど大規模な変更を施し[2]，以降は同じ方式で調査を実施してきたが，2022年の調査結果では幼児でもインターネット動画の利用が着実に進み，存在感を増していることが明らかになった。また，幼児はインターネット動画をテレビの大画面を介して利用するケースが多いことや，そうしたメディアやコンテンツの利用，ふだんの生活行動の違いには，幼児の年齢や就園先などが影響していることなどが確認された[3]。

インターネットに接続されたテレビが家庭に普及し，各種動画サービスの利用も進んでいる[4]ことを考えると，幼児におけるインターネット動画の利用は今後，さらに進んでいくことも考えられる。そこで本稿では，2022年6月の調査結果から，おもにテレビのリアルタイム視聴とインターネット動画利用の関係に注目し，生活行動などさまざまな軸を組み合わせて，それぞれの特徴や違いについて分析を試みる。

本稿における分析は以下のとおりである。

表１　調査概要

調査対象日	2022年6月6日（月）～12日（日）
調査方法	郵送依頼WEB回答形式 （15分単位の日記式）
調査対象	東京駅から30キロ圏内に住む ２～６歳の未就学児 ※保護者による代理記入
調査相手	住民基本台帳から層化無作為2段抽出 1,000人（10人×100地点）
有効数（有効率）	457人（45.7%）

①幼児はテレビやインターネット動画などをどのように組み合わせて接触しているのか。②幼児はテレビ視聴やインターネット動画利用にどれくらいの時間を費やしており，利用の多寡によって見ている時間帯や内容がどのように異なるのか。③幼児の生活行動，特に起床時間と就寝時間の違いにより，テレビ視聴や動画利用に変化が生じているのか。④幼児のテレビ視聴や動画の利用は，平日と休日とでどのように異なるのか。⑤保護者のメディア利用は，幼児のメディア利用にどのような影響を与えているのか。

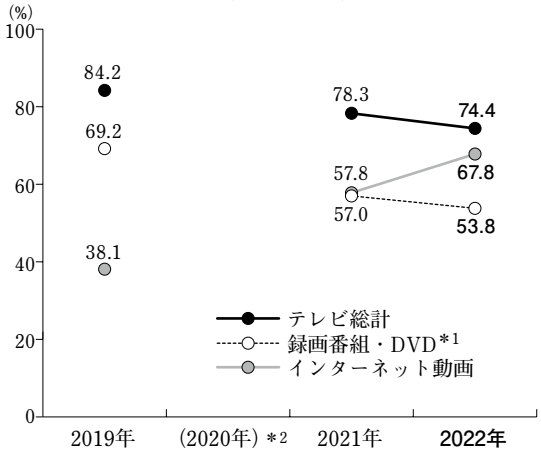
おもに①と②については舟越が，③から⑤については築比地が担当した。幼児視聴率調査の概要については**表１**を参照されたい。

1. 幼児の週間接触者率
―テレビやネット動画などは，どのように組み合わせて接触されているのか―

本誌2022年12月号では，2019年から2022年にかけての幼児視聴率調査の週間接触者率[5)]について報告しているが，**図１**ではその結果を抜粋のうえ再掲する。

NHKと民放の地上波・衛星波を含めた，リアルタイム視聴の「テレビ総計」（以下，テレビ）は，2022年には74.4%で，2019年（84.2%）から減少し[6)]，「録画番組・DVD（以下，録画DVD）についても同様の傾向がみられる。その一方，「インターネット動画」（以下，ネット動画）は2019年の38.1%から2022年は67.8%と，ここ数年で大きく伸びていることがわかっている。

図１　テレビ総計（テレビ）／録画番組・DVD（録画DVD）／インターネット動画（ネット動画）　週間接触者率



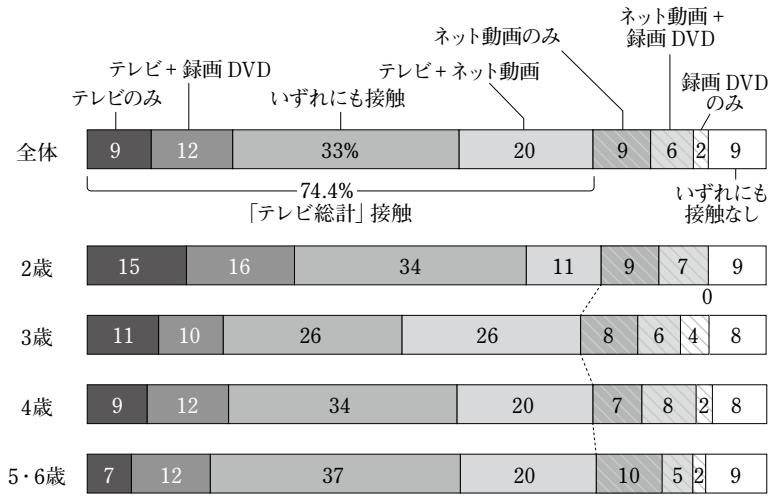
*1　2019年は「録画番組やDVDの再生」として計測，2021年以降は「録画番組」と「DVD」は別の項目として計測し集計時に合算
*2　2020年は調査実施せず

この動きをみる限り，テレビの視聴とインターネット動画の利用は次第に拮抗しつつあるようにもみえる。では，幼児はテレビや動画をどのように使い分けて見ているのだろうか。**図２**ではそれぞれの接触について「いずれにも接触」や「テレビのみ」「ネット動画のみ」など複数のパターンに分け，年齢別に確認した。

テレビやネット動画単独での接触は少なく，組み合わせが多い

幼児全体でパターンごとの割合をみると，テレビ，録画DVD，ネット動画の「いずれにも接触」の割合が全体の33%と，最も多くなった。続いて「テレビ＋ネット動画」が20%，「テレビ＋録画DVD」が12%で，テレビのリアルタイム

図２　テレビ / 録画番組 DVD/ ネット動画の接触パターン（年層別）



※小数点以下第１位を四捨五入しているため，数字の合計が 100％にならない場合がある（以下同様）
※２歳 n=82，３歳 n=95，４歳 n=125，５・６歳 n=155

視聴とそれ以外の利用を組み合わせたパターンが多い。

「テレビのみ」の接触と「ネット動画のみ」の接触はいずれも9％だった。また，テレビのリアルタイム視聴を含まずにネット動画や録画DVDを組み合わせたパターンは，合計しても17％にとどまった。幼児はテレビやネット動画など特定のサービスのみには依存しておらず，組み合わせの中にはテレビが含まれていることも多い。

これを年齢別でみると，２歳では「テレビのみ」が15％とテレビ寄りにもみえるが，「いずれにも接触」も34％あり，決してネット動画に接触していないわけではない。また３歳以上では，多少の変動はあるものの，「いずれにも接触」と「テレビ+ネット動画」の合計がどの年齢でも半数を超えた。特に，５・６歳ではネット動画の接触者率が７割を超えており，そのうち「いずれにも接触」と「テレビ+ネット動画」の組み合わせで57％となっている。

年齢が上がるにつれ，テレビのみの接触は減少するものの，テレビが含まれない接触が大きく増えることはなく，必ずしもテレビから離れてしまっているわけではない。

2. 幼児の視聴時間量
ーテレビやネット動画を利用する時間の長短より，利用傾向は異なるのかー

接触者率からは，幼児の多くが複数を組み合わせて接触している様子がみられたが，利用の時間量にはどのような特徴があるだろうか。

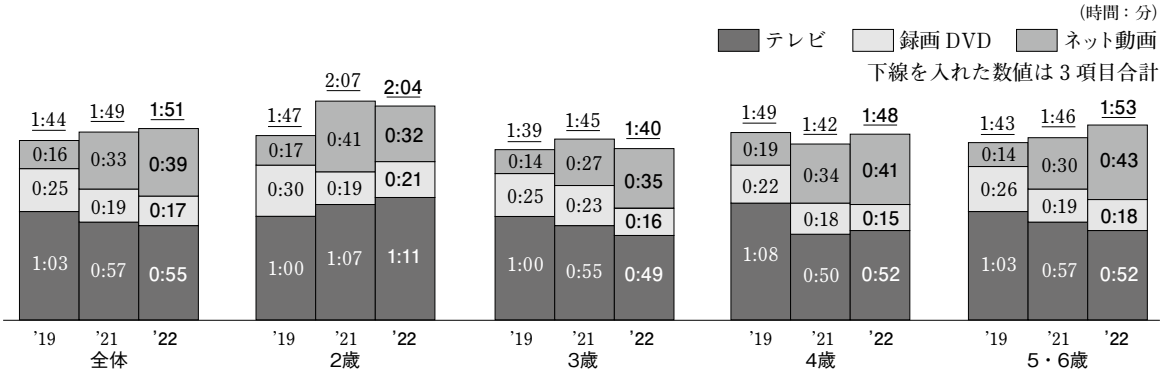
幼児が１日にテレビやインターネット動画などを視聴・利用する視聴時間量（週平均）について，「テレビ」「録画DVD」「ネット動画」の３項目を積み上げて比較したものを**図３**に示す（テレビに関しては本誌2022年12月号の再掲）。ここでは，それぞれの利用がどのように変化したかを確認するため，2019年からの推移も含めて示した。

限られた１日の時間の中で，テレビやネット動画が利用を奪い合う

テレビの視聴時間量をみると，2019年は1時間３分であったが2022年は55分であり，録画DVDは2019年の25分から2022年は17分となったのに対して，ネット動画は2019年の16分から2022年は39分へと増加している。

この３項目の合計時間をみると，2019年が

図３　テレビ / 録画 DVD/ ネット動画　視聴時間量（週平均）



1日あたり1時間44分なのに対して，2022年が1時間51分であった[7)]。ネット動画の時間量は増加したが，合計した時間にそのまま上乗せされているわけではない。これを年齢別にみると，2歳ではテレビが1時間11分，ネット動画が32分なのに対して，5・6歳ではテレビが52分，ネット動画が43分となり，差が縮まっている。

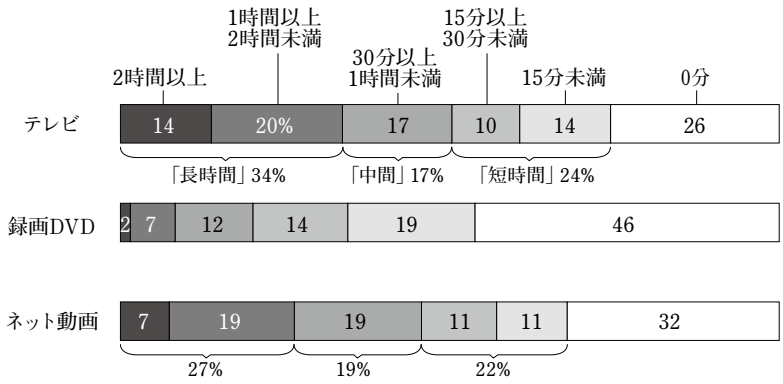
接触者率のパターンからは，テレビや動画，録画などが組み合わされ，より重層的な利用が行われているようにもみえたが，視聴時間量からみると，おおむね1日に2時間程度の時間の中で，リアルタイムのテレビ視聴やタイムシフトの録画番組・DVD，インターネット動画などがせめぎ合うような構図が浮かび上がる。幼児がテレビやネット動画に接触する時間には限りがあり，その中でいわば，利用の“奪い合い”が起きているのかもしれない。

ネット動画でも，全体の３割弱が「1日に1時間以上利用」

時間量の平均からはこのような特徴がみられたが，それぞれの時間量を長時間や短時間，あるいはその中間などのグループに分けてみると，どれくらいの時間，見ている幼児が多いのだろうか。

これを掘り下げるため，ここからは時間量の分布についてみる。なお，本誌2022年12月号では，付帯質問によるふだんの「インターネット動画の1日の再生時間分布」について報告した

図４　テレビ / 録画 DVD/ ネット動画　視聴時間量の分布（週平均）



※四捨五入の関係で，項目ごとの数字とグループの数字が一致しない場合や，合計が 100% にならない場合がある（以下同様）

が，ここではテレビの視聴やインターネット動画の利用などを横断的に比較するため，調査期間の1週間における日記式調査の結果をもとに再集計した。

テレビ，録画DVD，ネット動画のそれぞれに対してみると（**図4**），テレビでは1日に「2時間以上」見ている割合が14%で，「1時間以上」では34%と全体の1/3程度だったが，視聴はしているが30分に満たない割合も2割程度いた。録画DVDでは，1日に「1時間以上」再生している割合が全体の1割に満たず，幼児の多くは15分から1時間程度の，比較的短時間の再生時間となっていた。

そしてネット動画をみると，1日に「1時間以上」見ているグループが27%，視聴ありの「30分未満」が22%であった。2時間以上見ている割合は7%とテレビには及ばないものの，録画DVDとは明らかに傾向が異なり，テレビのリアルタイム視聴のように，ネット動画を長時間見ている幼児が一定数いることがわかった。

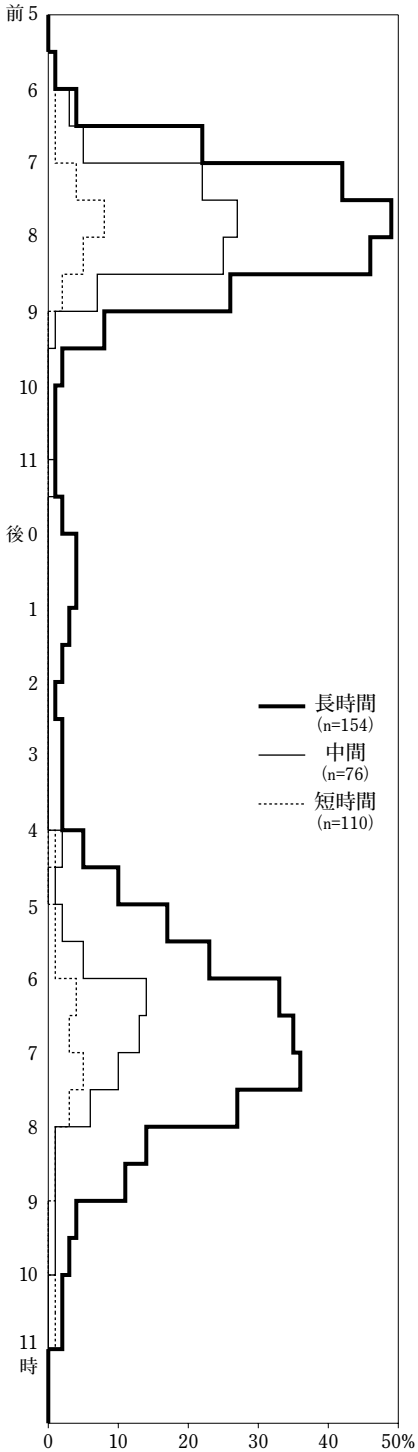
テレビ「長時間」視聴グループは，朝と夜の時間帯でより活発な視聴

ここからは，視聴時間量の分布のうち，おもにテレビとネット動画に注目して，それぞれを長時間・短時間見ている幼児のグループではどのような特徴があるかを探っていく。まずテレビについて，視聴が1時間以上を「長時間」，30分以上1時間未満を「中間」，視聴ありの30分未満を「短時間」のグループに分け，グループごとに30分ごとの平均視聴率を比較した（**図5**）。

いずれのグループでも，おもに朝の時間帯と，夕方から夜にかけての時間帯に視聴のピークがみられる。またいずれも夜より朝の時間帯

図5　テレビ視聴時間量別
テレビ　30分ごとの平均視聴率（平日平均）

長時間	中間	短時間
0	0	0
1	1	1
4	3	1
22	5	1
42	22	4
49	27	8
46	25	5
26	7	2
8	1	0
2	0	0
1	0	0
1	0	0
1	1	0
2	0	0
4	0	0
4	0	0
3	0	0
2	0	0
1	0	0
2	0	0
2	0	0
2	0	0
5	2	1
10	1	0
17	2	1
23	5	1
33	14	4
35	13	3
36	10	5
27	6	3
14	1	1
11	1	1
4	1	0
3	1	0
2	0	1
2	0	1
0	0	0
0	0	0



のほうがよく見られており，1時間以上の「長時間」グループは，午前7時30分～8時30分の視聴率が5割に迫るなどよく見られている。夕方から夜の時間帯では，30分未満の「短時間」グループは高くても5%程度だったが，「中間」グループは午後6時～6時30分がピークで14%，「長時間」グループのピークは午後7時～7時30分の36%であった。「長時間」は午後5時30分から8時で20%を超えており，ほかのグループと比較すると，やや遅い時間も含め，比較的広い夜間帯で視聴されていることがみてとれる。

ネット動画「長時間」利用グループは，テレビより夜間帯の利用が幅広い

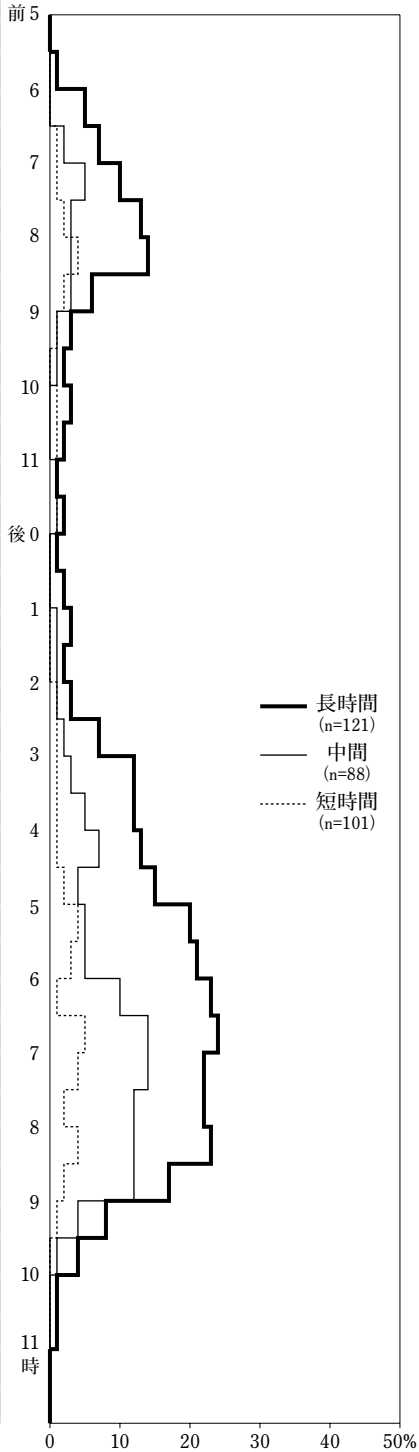
これと同様のグループ分けをネット動画に対しても行い，30分ごとの平均利用率をみたのが**図6**である。

テレビでは朝の視聴が活発だったが，ネット動画では「中間」と「長時間」のグループを中心に夜の利用が目立つ。このうち夕方から夜の時間帯を詳しくみると，特に「長時間」グループでは，午後3時から9時といった幅広い時間帯で10%を超え，午後5時から8時30分では常に20%以上と，活発に利用されている。テレビと比較すると突出して伸びる時間帯はなく，夕方から長時間にわたって利用されているのが特徴である。ただ「長時間」グループであっても午後9時になると利用率が大きく減少しており，深夜まで動画を視聴し続けているわけではなかった。

一方，朝の時間帯に目を転じると，午前7時台から8時台にかけて利用のピークがみられ，「長時間」グループでは午前8時～8時30分で14%であった。夜間ほどではないものの，テレ

図6　ネット動画利用時間量別
ネット動画　30分ごとの平均利用率（平日平均）

長時間	中間	短時間
0	0	0
1	0	0
5	0	0
7	2	1
10	5	1
13	3	2
14	3	4
6	3	2
3	1	1
2	1	0
3	0	1
2	0	1
1	1	1
2	1	1
1	0	0
2	0	0
3	1	0
2	1	0
3	1	1
7	2	1
12	3	1
12	5	1
13	7	1
15	4	2
20	5	4
21	5	3
23	10	1
24	14	5
22	14	4
22	12	2
23	12	4
17	12	2
8	4	1
4	1	0
1	0	0
1	0	0
0	0	0
0	0	0



ビよりピークが幅広いのは同じで，グループによってピークとなる時間帯が微妙に異なっていることもわかる。

ネット動画「長時間」グループでも，朝のテレビ視聴は減少しない

改めて，テレビとネット動画とで時間量のグループ別に比較すると，テレビでは時間量が増加するにつれ，ピークとなる時間帯の視聴率がより突出するが，ネット動画はどちらかというと，利用する時間帯の幅が広く，突出して増加する時間帯があまりみられない。リアルタイムのテレビは，その時間帯の編成が自分に合うかどうかによって視聴が大きく左右されるのに対して，ネット動画は時間帯に関係なく，見たいコンテンツを主体的に選択できることが，幅広い時間帯での利用につながっていると考えられる。

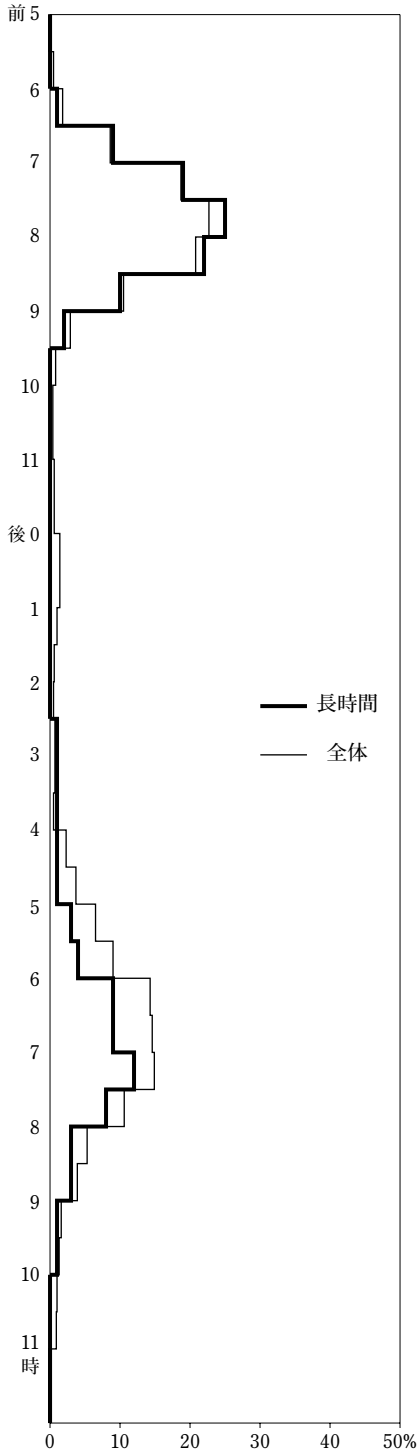
また，ネット動画を「長時間」見るグループが，テレビをリアルタイムでどのくらい視聴しているかについても確認した（**図7**）。それによると，ネット動画の「長時間」グループは，午後5時～6時や午後6時30分～7時と，夕方から夜にかけてテレビの視聴が全体より低くなったが，朝などそれ以外の時間帯では大きな違いはみられなかった。このことから，インターネットの動画をふだんから長時間利用していても，テレビのリアルタイム視聴から完全に離れるわけではなく，時間帯によってはほかのグループ同様，活発にテレビに接触していることがわかる。

テレビ「長時間」グループは，平日Ｅテレの番組をよく見ている

ここからは，視聴時間の多寡によって実際に

図7　ネット動画「長時間」利用者のテレビ　30分ごとの平均視聴率
（全体との比較，平日平均）

長時間	全体
0	0.0
0	0.5
1	1.8
9	8.6
19	18.7
25	22.7
22	20.8
10	10.5
2	2.9
0	0.8
0	0.4
0	0.4
0	0.6
0	0.6
0	1.4
0	1.4
0	1.0
0	0.6
0	0.5
1	0.7
1	0.7
1	0.5
1	2.3
1	3.7
3	6.5
4	9.0
9	14.3
9	14.6
12	14.9
8	10.6
3	5.3
3	3.9
1	1.6
1	1.3
0	1.0
0	0.9
0	0.1
0	0.0



見ている番組などに違いがあるのかをみていく。NHK・民放全体でよく見られた番組について，テレビの視聴時間量で分けた結果を**表2**に示す。

テレビ視聴が「長時間」のグループでは上位10番組はすべてEテレで，うち9番組が朝の番組，7番組が平日の番組であった。平日の朝を中心に幼児・子ども向け番組の視聴が習慣として浸透している様子がみてとれる。

この傾向は「中間」グループにもある程度みられたが，「短時間」グループでは傾向が異なり，表に示した上位13番組中5番組が土日の番組となったほか，テレビ朝日の「デリシャスパーティ♡プリキュア」やフジテレビの「サザエさん」など，民放の番組も上位に入った。番組視聴率そのものは低く[8]，あくまで相対的な位置関係ではあるが，「短時間」グループは平日の決まった生活ルーティンでテレビをリアルタイム視聴する習慣が乏しく，視聴番組の曜日や時間帯が分散し，より見たいものに限って番組を視聴している可能性が考えられる。

同様に，ネット動画でよく見られたコンテンツについても視聴の多寡による違いを探った。番組視聴率とは集計の定義が異なり，件数を単純比較することはできない[9]が，動画が「短時間」のグループでは「こどもちゃれんじ（しまじろう）」（16件）や「パウ・パトロール」「ポケットモンスター」（11件）などの回答が多かった。また「中間」では「ゲーム」（24件）や「BabyBus」（22

表2　テレビ視聴時間量別
NHK・民放でよく見られている番組（放送時間10分以上）

〈長時間〉　(%)

曜日	放送時間	局	番組名	視聴率
金	前7:45	Eテレ	#おかあさんといっしょ	38
水	前8:10	Eテレ	#いないいないばあっ！	36
木	前7:30	Eテレ	#みいつけた！	34
土	前8:10	Eテレ	ノージーのひらめき工房	32
月水	前8:25	Eテレ	#にほんごであそぼ	30
土	前8:25	Eテレ	アニメ 舞妓さんちのまかないさん終	30
月	前7:20	Eテレ	#オハ！よ～いどん	29
土	前7:35	Eテレ	ピタゴラスイッチ	29
水	後6:25	Eテレ	#みいつけた！	29
金	前8:25	Eテレ	#えいごであそぼ with Orton	29

#は帯番組で最も視聴率が高い曜日の数値（以下同様）

〈中間〉

曜日	放送時間	局	番組名	視聴率
木	前7:45	Eテレ	#おかあさんといっしょ	26
火	前8:10	Eテレ	#いないいないばあっ！	22
火	前7:00	Eテレ	#ゴー！ゴー！キッチン戦隊クックルン	18
月	後6:00	Eテレ	#おかあさんといっしょ	18
金	前7:00	Eテレ	マチスコープ	17
木	前7:00	Eテレ	あおきいろ	16
金	前7:30	Eテレ	#みいつけた！	16
金	前7:10	Eテレ	#アニメ はなかっぱ	15
火	前8:25	Eテレ	#にほんごであそぼ	15
日	前8:30	テレビ朝日	デリシャスパーティ♡プリキュア	15

〈短時間〉

曜日	放送時間	局	番組名	視聴率
月	前7:45	Eテレ	#おかあさんといっしょ	9
日	前8:30	テレビ朝日	デリシャスパーティ♡プリキュア	7
月	前7:30	Eテレ	#みいつけた！	6
日	後6:30	フジテレビ	サザエさん	6
土	前8:35	Eテレ	アニメ おさるのジョージ	5
月	後7:00	日本テレビ	まもなくサッカー・キリン杯	5
金	後5:55	テレビ東京	パウ・パトロール	5
土	前8:25	Eテレ	アニメ 舞妓さんちのまかないさん終	5
月	前7:00	Eテレ	#ゴー！ゴー！キッチン戦隊クックルン	5
木	前7:20	Eテレ	でこぽこポン！	5
金	前8:10	Eテレ	#いないいないばあっ！	5
金	後6:55	テレビ東京	ポケットモンスター	5
日	前9:30	テレビ朝日	暴太郎戦隊ドンブラザーズ	5

□ 土日の番組

件），「パウ・パトロール」「ポケットモンスター」（20件）など，「長時間」では「ゲーム」「ポケットモンスター」（67件）や「HIMAWARIちゃんねる」（48件），「まいぜんシスターズ」（44件），「それいけ！アンパンマン」「マインクラフト」（40件）といった回答が多くみられた。

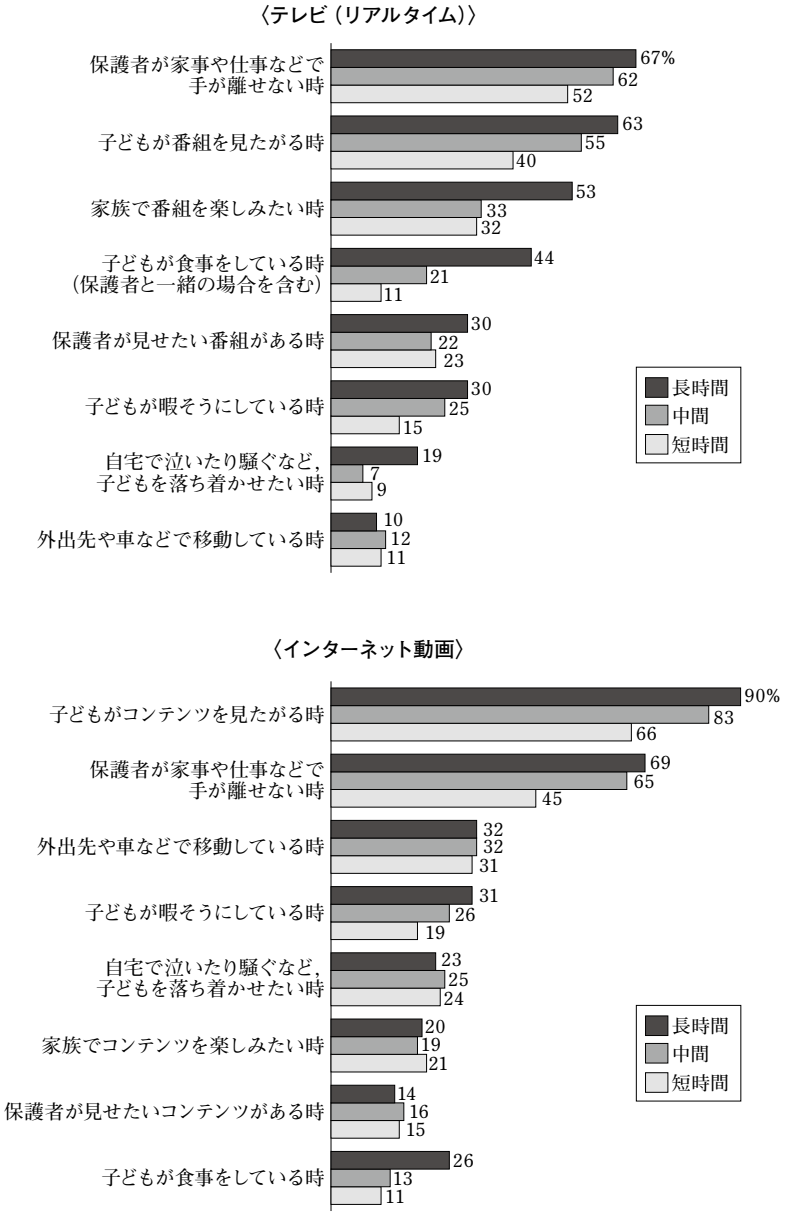
このように，「短時間」グループでは知育関係や，テレビでも放送されているキャラクターに関連した回答がみられたが，長時間になるにつれ，YouTubeのオリジナルコンテンツやゲーム関連の回答が多くなった。テレビで放送されている番組に関連したものというより，むしろネット動画でしか得られない内容を求めており，それに伴い利用の時間量も拡大しているのかもしれない。

たとえネット動画を長時間視聴しても，食事や家族団らん時の利用は，テレビほど増えない

これまで，利用の時間量で分けて時間帯やコンテンツの特徴をみてきたが，ここではさらに付帯質問で「それぞれどのような場面や状況で見られているのか」[10]についても，時間量のグループによって差が生まれていないかを確認したい（**図8**）。

まずテレビについてみると，時間量にかかわらず「保護者が家事や仕事などで手が離せない時」や「子どもが番組を見たがる時」などが挙げられることが多く，短時間から長時間にな

図8　テレビ，インターネット動画を利用する場面（時間量別）
（付帯質問，複数回答）



るにつれ，それぞれの割合が伸びていく。加えて「長時間」グループでは「家族で番組を楽しみたい時」や「子どもが食事をしている時」といった場面も大きく伸び，4割から5割に達することが特徴である。子ども自身の意向もさることながら，どちらかというと保護者など周囲の状況によって視聴が選択され，それが食事や家族の団らんといった生活時間に符合すると，視聴の長時間化につながる様子がうかがえる。図5で「長時間」グループの視聴時間帯が，夕方よりやや遅い夜間帯にピークがあることとも，重なる結果といえる。

次にインターネット動画についてみると，時間量を問わず「子どもがコンテンツを見たがる時」や「保護者が家事や仕事などで手が離せない時」が多く挙げられ，「長時間」グループでは「子どもがコンテンツを見たがる時」が実に9割に達した。だが，テレビで挙げられたような「家族でコンテンツを楽しみたい時」や「子どもが食事をしている時」といった場面は，長時間グループであっても2割台にとどまり，テレビほどには伸びなかった。

本誌2022年12月号の報告では，インターネット動画はどちらかというと幼児本人の主体的な意識や，物理的な制約がある状況下で選択される[11)]としたが，動画の利用時間量が増えていくとその特徴がより顕著に表れる。裏を返せば，たとえネット動画を長時間利用するグループであっても，食事や周囲との関係の中で動画が見られるような場面は，テレビほどには強くならなかった。

3. 生活時間と視聴行動
ー生活時間の違いにより，テレビや動画の利用は変化するのかー

ここからは視点を変えて，幼児の生活行動が，メディアやサービスの利用にどのように影響を与えているのかについてみていく。

この調査では付帯質問で，幼児の平日における生活についても聞いている。ここではおもに起床時間と就寝時間に注目して，それぞれの時間が早いグループ，中間グループ，遅いグループに分け，リアルタイムのテレビやインターネット動画との関係をみた。

起床時間や就寝時間によって，1日の利用時間量そのものは変わらない

図9では，分類の前提となる幼児の平日の起床・就寝時間についての分布をみる。

起床時間では，午前7時ごろに起きる幼児（40%）が最も多いのに対して，就寝時間では21時ごろ（28%）と21時半ごろ（26%）に就寝する幼児が多くなっており，起床時間より時間帯の幅がやや広い。

こうした点やサンプル数も踏まえ，本稿では起床時間については，

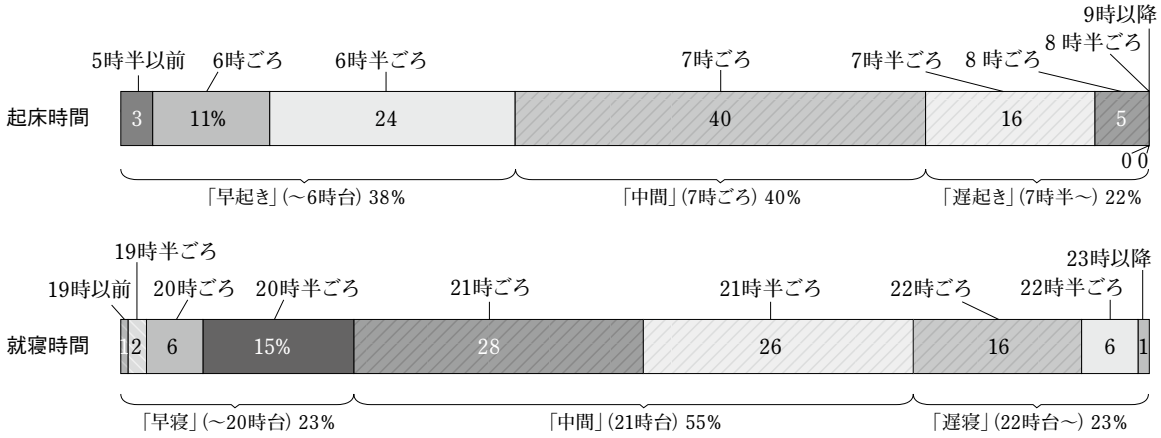
- 6時台まで ……「早起き」
- 7時ごろ ……「中間」
- 7時半以降 ……「遅起き」

に，また就寝時間については，

- 20時台まで……「早寝」
- 21時台 ……「中間」
- 22時台以降……「遅寝」

にグループ分けした。そのうえで，それぞれの利用時間量や30分ごとの平均視聴率などについてみていく。

図９　幼児の起床時間・就寝時間（付帯質問）



まず，起床時間のグループごとに，平日1日あたりのテレビ，録画DVD，ネット動画の時間量がどの程度かを確認したところ，6時台までに起床する「早起き」グループでは，3つの項目の合計時間は1時間44分，「中間」では1時間50分，「遅起き」では1時間51分だった。個々の項目でみても差はなく，起きる時間によって1日に費やす時間量そのものが大きく左右されるわけではない。

「早起き」する幼児は，メディアの利用時間帯も早くなる

では，起床時間のグループによって，テレビやネット動画を利用する時間帯は異なるのだろうか。それぞれの30分ごとの平均利用率について，午前中の時間帯に注目したものを**図10・11**で示す。

テレビについてみると，「早起き」グループでは，午前7時～7時30分で24%と最も高くなるのに対して，「中間」グループでは7時30分～8時で31%，「遅起き」グループでは8時～8時30分で31%とピークの時間帯が異なっていた。起床が遅くなるほど，テレビをよく視聴する時間帯も後ろへとずれていくことがわかる。次にネット動画をみると，「早起き」グループでは午前7時～7時30分に6%，「中間」グループでは午前7時30分～8時に5%，「遅起き」グループでは午前8時～9時で5%となった。テレビほどの明瞭な違いではないが，起床が遅いほど動画を利用する時間帯が遅いことはテレビと同様であった。

午後から夜間にかけては，朝の時間帯のようなグループごとの大きな傾向の違いはなく，起床時間は朝のメディアやサービスの利用に強い影響を与えているようだ。

なお，グループごとに保育園児・幼稚園児などの構成についても確認したが，グループによって大きく変化することはなかった[12)]。起床時間の違いは就園先の違いのみでは説明できず，保護者の環境や生活行動などさまざまな要素が影響しているものと思われる。

「遅寝」の幼児は帰宅時間も遅く，動画などの見すぎで夜更かししているわけではない

起床と同様の分析を，就寝時間のグループ

図 10　起床時間別　テレビ
30 分ごとの平均視聴率（平日平均）

早起き	中間	遅起き
0	0	0
1	0	0
5	0	0
18	4	0
24	23	2
18	31	17
15	21	31
7	8	22
2	2	6
1	1	1
0	0	2
0	0	2
0	0	2
1	0	1
1	1	4
1	1	3

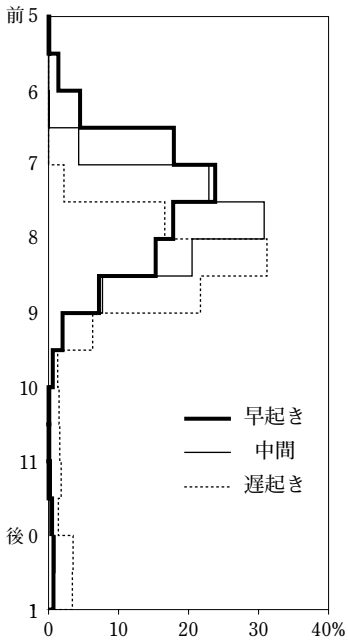
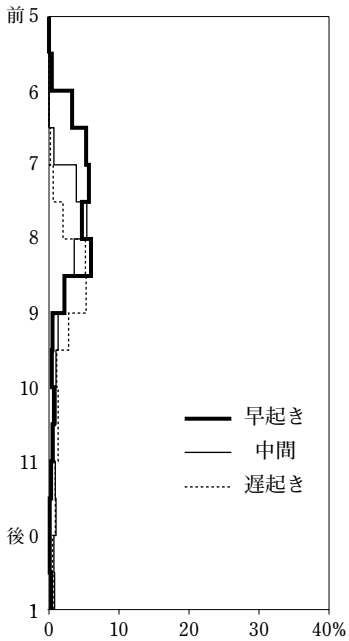


図 11　起床時間別　ネット動画
30 分ごとの平均利用率（平日平均）

早起き	中間	遅起き
0	0	0
0	0	0
3	0	0
5	1	0
6	4	1
5	5	2
6	4	5
2	2	5
1	1	3
0	1	1
1	1	1
1	1	1
0	1	1
0	1	1
0	1	1
0	1	1



※図 10・11　起床時間「早起き」（～ 6 時台）n=175,「中間」（7 時ごろ）n=183,「遅起き」（7 時半～）n=99

に対しても行った。まず時間量について確認すると，20時台までに寝る「早寝」グループでは，テレビ，録画DVD，ネット動画の3項目の合計時間が1時間55分，「中間」グループでは1時間39分，「遅寝」グループでは1時間56分であった。個別の項目でみても差はなく，起床時間と同様，就寝時間によっても1日に費やす時間量そのものは大きく変わらない。

続いて，同じく時間帯の面からテレビとネット動画を比較すると，午後から夜間にかけて特徴がみられた（**図12・13**）。まずテレビをみると，平日の「早寝」グループは午後5時に10％を超え，午後6時～6時30分に21％とピークを迎え，就寝時間を迎える午後8時以降には急速に減少する。一方の「遅寝」グループは，夕方以降の視聴率が10％を超えるのは午後6時以降で，ピークの時間帯は午後7時～7時30分の16％となる。そして，ほかのグループの視聴がほぼみられない午後9時台でも4％と，やや遅い時間までテレビを見ているといえる。

ネット動画の利用率をみても，テレビ同様，夕方以降でグループごとの傾向が異なるが，テレビより利用が幅広い時間帯に及ぶのが大きな特徴である。「早寝」グループでは利用率が午後3時に5％を超え，午後5時～5時30分に12％と視聴のピークを迎えるのに対して，「遅寝」グループが5％を超えるのは午後5時30分以降であり，利用のピークは午後8時～8時30分の14％，午後9時30分～10時でもなお5％

図 12　就寝時間別　テレビ
30 分ごとの平均視聴率（平日平均）

早寝	中間	遅寝
1	1	1
1	0	1
1	0	1
1	1	1
1	1	1
1	1	0
3	2	1
7	3	3
12	5	6
15	7	7
21	12	13
18	13	15
16	14	16
11	10	12
5	5	7
1	4	6
0	1	4
0	1	3
0	1	2
0	1	2
0	0	0
0	0	0

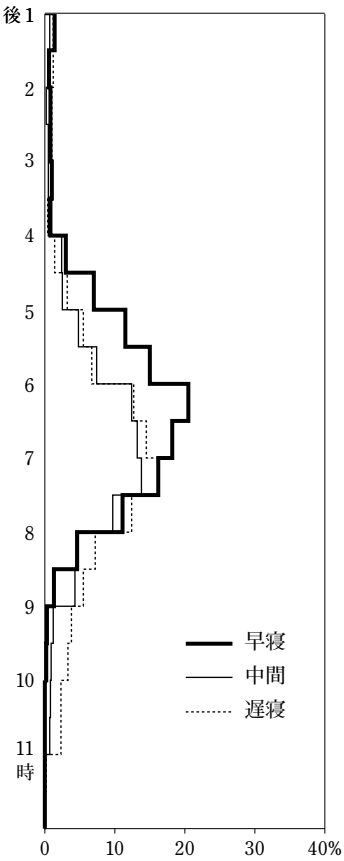
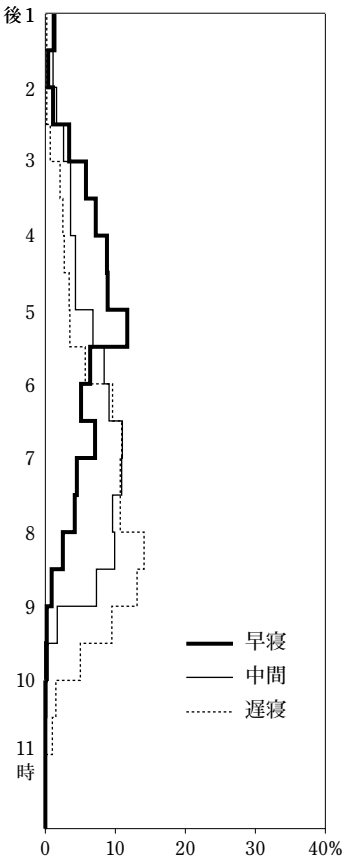


図 13　就寝時間別　ネット動画
30 分ごとの平均利用率（平日平均）

早寝	中間	遅寝
1	1	0
0	1	0
1	2	0
3	3	1
6	4	2
7	4	3
9	4	3
9	4	3
12	7	4
6	8	6
5	9	10
7	11	11
5	11	11
4	10	11
3	10	14
1	7	13
0	2	10
0	0	5
0	0	2
0	0	1
0	0	0
0	0	0



※図 12・13　就寝時間「早寝」（～ 20 時台）n=103,「中間」（21 時台）n=249,「遅寝」（22 時台～）n=105

の幼児が動画を見ている。

この就寝時間のグループでも保育園児・幼稚園児などの構成を確認したところ,「早寝」グループでは幼稚園児の割合が高く（保育園児が28％，幼稚園児が60％），逆に「遅寝」グループでは保育園児の割合がかなり高かった（保育園児が81％，幼稚園児が17％）。保育園児の帰宅時間が幼稚園児より遅いことについては本誌2022年12月号でも報告しており[13],「遅寝」のグループは，帰宅時間の遅い保育園児が中心といえる。

先述したとおり,「遅寝」グループでも3項目を合計した1日の時間量には大きな変化がなく，テレビや動画を見すぎてしまうあまりに，夜更かししているわけではなさそうだ。むしろ，帰宅時間が遅くなったとしても，コンテンツに接触する時間はほかのグループと同様なため，結果として就寝時間が遅くなっているといえるのではないだろうか。

ここまで起床・就寝時間によるメディア利用

の状況についてみてきたが，それぞれの生活リズムの中で，時間帯や視聴する内容を選択しながら利用している様子がうかがえた。

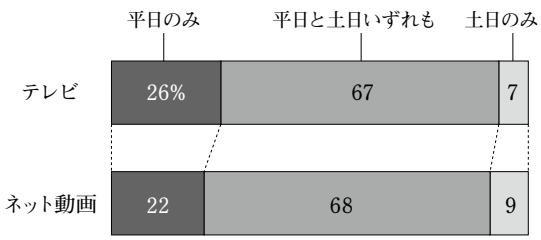
4. 曜日別の視聴傾向
ー平日と土日で，視聴のピークや利用コンテンツの違いはあるのかー

幼児のテレビ視聴やインターネット動画の利用について，ここまでおもにふだんの生活ともいえる平日の結果について分析してきた。ただ，テレビや動画の利用をより詳しく把握するためには，保護者を含め生活スタイルが変化する土日についてもみていく必要がある。調査期間の関係上，あくまで特定曜日の結果になることには留意したうえで，それぞれの特徴を確認する。

まず，それぞれの平日・土日の接触パターン（**図14**）をみると，テレビ・ネット動画ともに「平日と土日いずれも」接触が7割弱と多数であった。「平日のみ」接触もテレビ26%，ネット動画22%と一定数いるが，基本的には平日・土日を問わずに接触している幼児が多い。

これを踏まえ，曜日ごとにそれぞれがどのように見られているのか，30分ごとの平均利用率からみていく。

図14　テレビ・ネット動画 平日と土日の接触パターン



朝は曜日によってNHK・民放が入れ替わり，週末は動画コンテンツへの接触も

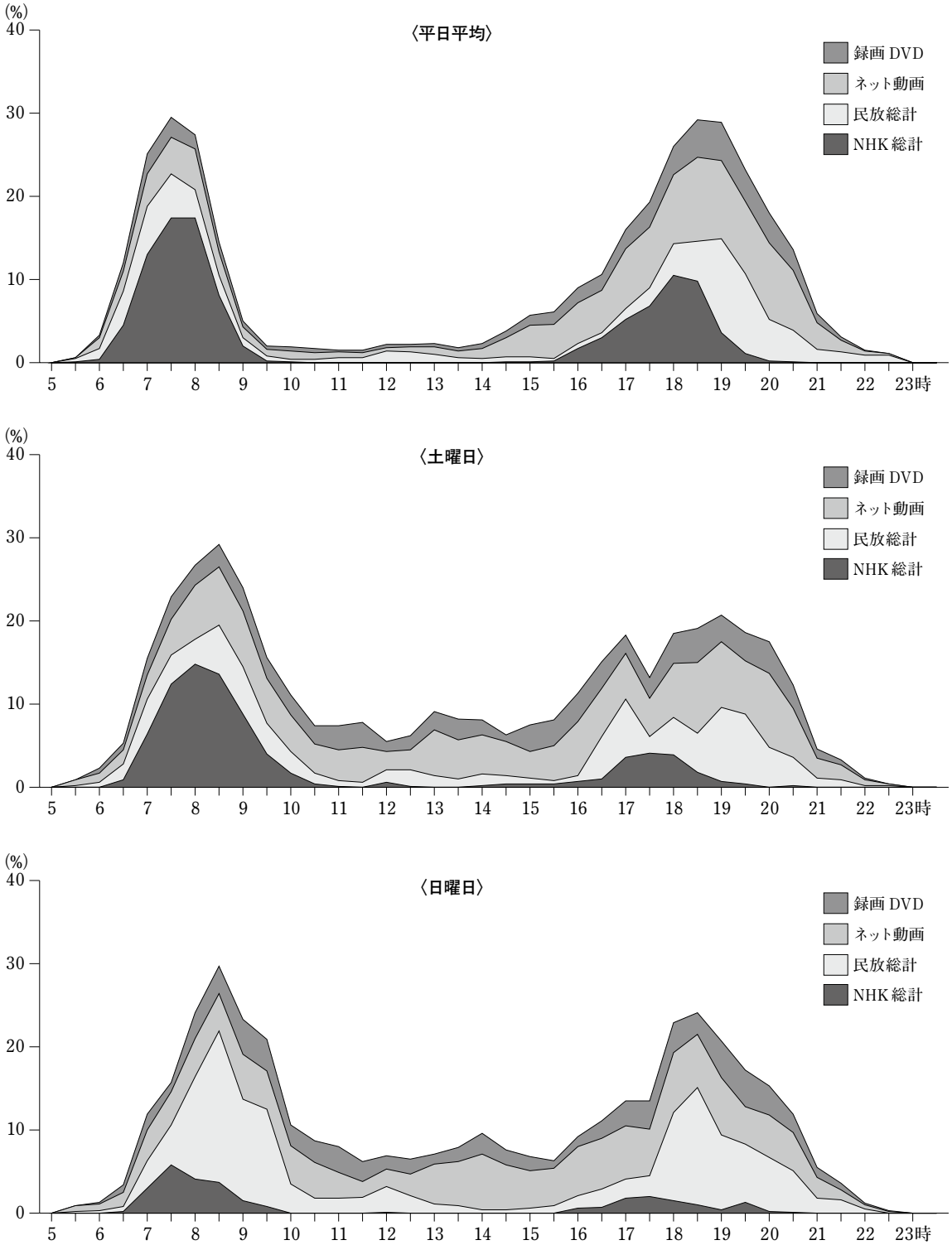
図15では，テレビを「NHK総計（NHK地上波＋衛星波）」と「民放総計（民放地上波＋衛星波）」に分け，ネット動画や録画DVDを加えた4項目を積み上げて，平日平均，土曜，日曜のそれぞれについて示した。

まず朝の時間帯に注目すると，この4項目の合計（以下，「4項目計」）は，平日・土曜・日曜とも大きく変わらず，平日の午前7時～8時30分では25%を超えている。つまり，平日でも土日でも，朝の時間に幼児は何らかのコンテンツを見ていることは変わらない。だがこれを項目で分けてみると，NHK総計は平日の午前7時30分～8時30分で17%，土曜の8時～8時30分で15%となる一方で，日曜は民放総計が午前8時30分～9時で18%となり，NHKと民放の割合が逆転している。

2022年調査の結果から「NHK・民放でよく見られている番組」[14)]を改めて確認すると，平日では朝のEテレの番組が多数入るほか，土曜の朝でもEテレの「ノージーのひらめき工房」（13.6%）や「アニメ　舞妓さんちのまかないさん」（13.0%）などがよく見られていた。一方，日曜朝では，テレビ朝日の「デリシャスパーティ♡プリキュア」（13.0%）や「暴太郎戦隊ドンブラザーズ」（6.8%），「仮面ライダーリバイス」（6.4%），テレビ東京の「ポケモンとどこいく！?」（6.8%）などがよく見られていた。日曜はEテレの幼児向け番組がほかの曜日ほど放送されていないのに対して，民放では幼児～小学校低学年の子どもを対象とした番組が長年編成されていることが，こうした傾向にも表れているといえよう。

その一方で「ネット動画」についてみると，

図 15　NHK 総計 / 民放総計 / ネット動画 / 録画 DVD
30 分ごと平均利用率の積み上げ（平日・土曜・日曜）



平日や日曜に比べて土曜の朝でよく見られており，週末の朝にリアルタイムのテレビ視聴以外のコンテンツ利用が行われている様子もうかがえる。

週末は夕方で民放のアニメが視聴され，日中を通じてネット動画の利用も

次に午後から夕方以降に目を転じると，平日の「4項目計」は朝に匹敵するボリュームであり，午後6時30分～7時30分では29%と3割に迫った。また土曜・日曜では，夕方から夜にかけては平日ほどの山の高さはないものの，昼間の時間帯でも一定の割合で利用されており，午前10時から午後4時にかけての幅広い時間帯で「4項目計」が常に5%を超えている。

これをテレビやネット動画などの項目ごとにみると，平日ではネット動画が午後6時30分～7時に10%，録画DVDが午後6時30分～7時30分で5%と最も高くなった。NHK総計がよく見られているのは午後6時台で，午後6時～6時30分に11%となったほか，民放総計では午後7時～7時30分で11%となり，NHKと民放で視聴のピークがずれている。

土曜・日曜については，夕方から夜にかけてのNHK総計は平日ほどの勢いがないのに対して，民放総計は土曜では午後7時～7時30分に9%，日曜は午後6時30分～7時に14%とよく見られており，週末の夕方はどちらかというと民放のテレビがよく視聴されている。そして，日中から夜間にかけての幅広い時間帯でネット動画がよく利用されており，土日のいずれも，午後1時から5時の時間帯で3～7%台を維持していた。特に土日に関しては，夕方から夜間のピークのみならず，日中を通してコンスタントに利用されている様子がみられた。

なお，どのようなテレビ番組や動画が見られているかを確認すると，週末の夕方に民放でよく見られた番組としては，フジテレビで日曜に放送の「サザエさん」(11.6%)，「ちびまる子ちゃん」(9.1%)のほか，テレビ朝日で土曜に放送の「ドラえもん」(6.7%)，「クレヨンしんちゃん」(4.6%)，といったアニメが中心であった。またテレビ番組との単純な比較はできないが，土日の午後に視聴されたインターネットの動画では，YouTubeのゲームやYouTuberの動画，「アンパンマン」や「ポケットモンスター」関連など，さまざまな内容が挙げられていた。週末の午後では幼児・子どもに人気のあるアニメのリアルタイム視聴もされているが，それ以外にも幼児の関心に応じた幅広いコンテンツが選択されているといえそうだ。

5. 保護者の視聴時間量
－保護者のテレビや動画利用は，幼児にどの程度影響するのか－

最後に，幼児のテレビ視聴やインターネット動画の利用が，保護者自身の視聴や利用とどのように関係しているのかについてもみていきたい。

幼児と保護者の視聴時間の関連については，過去の「幼児視聴率調査」の中でも分析されており，2000年の調査では，幼児のテレビ視聴時間には母親の視聴時間やテレビの見せ方が影響していることが明らかになった[15)]。また2016年の調査でも，母親のテレビ視聴時間が3時間以上と「長時間」の層では幼児の視聴時間も長めで，逆にテレビ視聴時間が2時間未満の「短時間」の層では幼児の視聴時間も短くなるという結果が報告されている[16)]。

現在は調査形式が変わり，さらにここ最近ではリアルタイムでテレビを視聴するボリュームそのものも減少傾向にある[17]ため，「長時間」や「短時間」などの定義についても見直す必要があるが，現在でもテレビをよく見る保護者[18]のもとでは，幼児の視聴時間も長くなるのか。またネット動画についても同じような傾向があるのか。それらを次の項目でみていく。

保護者のテレビ視聴は幼児にも影響するが，ネット動画はテレビほどではない

ここでは本調査の付帯質問の結果から，保護者のテレビ視聴やインターネット動画利用をグループ分けして比較する。具体的には，平日1日あたりのテレビ視聴時間とネット動画の利用時間について，「なし」（ふだんはほとんど見ない），「短時間」（1時間未満），「中間」（1～2時間），「長時間」（2時間以上）の4つに分け，層ごとの幼児の利用時間を集計した（**図16**）。

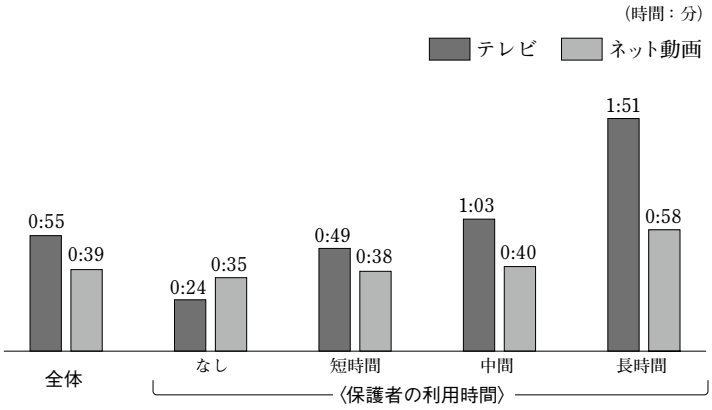
保護者のテレビ視聴が「なし」の場合，幼児のテレビ視聴時間量（週平均）は24分にとどまる。しかし保護者がテレビを「長時間」視聴している場合，幼児の視聴時間量は1時間51分と大きく伸びた。保護者のテレビ視聴時間が増加するにつれ，幼児の視聴時間量も段階的に増えており，これまでの報告と同じ傾向が確認された。

一方，ネット動画については，保護者の動画利用が「なし」の場合でも幼児の動画利用は35分と全体との差はない。また保護者が「長時間」の場合は58分とやや増加するものの，テレビほど大きな伸びにはならなかった。

図8でみたように，テレビを「長時間」視聴している幼児では，「家族で番組を楽しみたい時」や「子どもが食事をしている時」などの場面が大きく伸びていた。こうしたテレビ視聴の理由を反映して，食事や家族団らんの時間など，保護者がテレビの前で過ごす時間が長いほど，幼児のテレビ視聴時間も長くなっているといえるだろう。一方，ネット動画は保護者と幼児が必ずしも一緒に見る場面ばかりではないこともあり，テレビほどの強い影響が働いていないのかもしれない。

ただ，本誌2022年12月号でも指摘したとおり，幼児はネット動画を大画面で見ることが多いため，保護者と幼児の動画利用がまったく無関係というわけでもないだろう。また今回は，そもそも保護者の動画「長時間」のサンプル数がかなり少ないため，今後，より詳細な利用状況を探る取り組みも必要である。

図16　保護者の利用時間別にみた幼児の利用時間
（テレビ / ネット動画，週平均）



※保護者テレビ視聴「なし」n=156，「短時間」（1時間未満）n=128，「中間」（1～2時間）n=86，「長時間」（2時間以上）n=87
※保護者のネット動画視聴「なし」n=198，「短時間」（1時間未満）n=128，「中間」（1～2時間）n=88，「長時間」（2時間以上）n=43

おわりに

幼児視聴率調査の結果について，おもにリアルタイムのテレビ視聴とインターネット動画の利用に焦点を当て，それぞれの特徴をみてきたが，ポイントをまとめると次のとおりである。

①幼児は「リアルタイムのテレビのみ」や「ネット動画のみ」接触しているわけではなく，複数の組み合わせによる利用が現時点では多い。
②1日の限られた時間の中でテレビや録画DVD，ネット動画の利用はせめぎ合っており，テレビが長時間の幼児もいれば，ネット動画が長時間の幼児もいるが，ネット動画を長時間見るグループでも時間帯によってはテレビを視聴しており，完全にテレビから離れているわけではない。
③起床や就寝の時間によって，1日あたりのテレビやネット動画を合わせた時間量には大きな違いはないが，時間帯には違いがある。就園先などさまざまな生活環境の違いはあるものの，結果的には1日のどこかで番組やコンテンツに接触する時間が確保されている。
④平日と土日で比較すると，見ている放送局や番組が異なるほか，土日では日中を含めた幅広い時間帯でネット動画など，リアルタイム以外のコンテンツへの接触がみられる。
⑤保護者のテレビ視聴時間が長いほど，幼児もテレビを見る傾向があり，これは以前から変わっていない。だがネット動画に関しては，テレビほどの明瞭な関係は表れていない。

接触者率の面からも時間量の面からも，すでにインターネット動画がリアルタイムのテレビに迫る存在感を持っていることは間違いない。ただ，たとえ幼児がネット動画を長時間利用していたとしても，本誌2022年12月号の報告で紹介したように，テレビとネット動画が意識や役割の面で使い分けられている特徴はみられた。このことからは，テレビとネット動画がお互いの“強み”を生かして共存しうる可能性も見いだせるかもしれない。

だが，幼児がネット動画を大画面のテレビで見るケースが多いことに加え，今回の分析からは朝の時間帯のみならず，平日の午後や土日など幅広い時間帯にネット動画の利用が浸透していることもわかった。見ている内容も多彩であり，動画サービス上で提供されるコンテンツやプラットフォームが今後，より充実すれば，ネット動画の利用が中心のパターンが増加する可能性も考えられる。

こうした点を踏まえ，特にインターネット動画の見られ方については，今後もより多くの観点から検討する必要がある。例えば，動画を利用するデバイスや展開するサービスはどのように組み合わせられ，何がきっかけで視聴に至るのか。そこに放送局のサービスが加わる余地はあるのか。また，かつてはリアルタイムの放送を録画再生が補完していた構図もあった[19]が，これがネット動画の浸透によってどのように変化したのか。今回は2022年調査の結果をもとにテレビとネット動画の利用に絞って分析したが，これらの点については過去調査の結果と比較した観点を加えることも有用かもしれない。

インターネット動画については内容に対する不安や，長時間視聴することの悪影響なども懸念される[20]が，乳幼児の情報機器やインターネットに対する期待として「子守の代わり」などがおもな項目として挙げられている結果もあ

り[21]，これまで以上に利用のあり方が問われることもあるだろう。幼児のデジタルメディアを使った活動として最も多いのは動画視聴という調査結果もあり[22]，子どものころからいわば動画を軸として，デジタル全体に対する理解や利活用も進んでいくと思われる。そして現在の幼児が小学校に入学して成長するにつれ，子どものメディア利用がどのように変化していくかについても，引き続き注視していく必要があるだろう。

こうした課題について，今後もさまざまな調査やインタビューなどを重ね，複雑に組み合わされている子どものメディア利用の実態を解きほぐして明らかにしていきたい。

（ふなこし まさし／ついひじ まり）

注：

1）7歳以上を対象にした「全国個人視聴率調査」と同時期に実施している。

2）変更の経緯は，山本佳則「幼児のテレビ視聴，録画番組・DVD，インターネット動画の利用状況～2019年6月「幼児視聴率調査」から～」『放送研究と調査』2019年12月号：p2-19を参照。

3）舟越雅，芳賀紫苑「幼児はテレビ放送やインターネット動画などをどのように見ているのか～2022年6月「幼児視聴率調査」から～」『放送研究と調査』2022年12月号：p2-20

4）2022年に実施した「全国放送サービス接触動向調査」では，テレビのネット結線率は43％だったが，インターネット動画の個別サービス利用率ではYouTubeが高止まりし，動画配信サービスでは2年前から増加の傾向にある。
保髙隆之，内堀諒太，芳賀紫苑「人々は放送局のコンテンツ，サービスにどのように接しているのか～「2021・2022年全国放送サービス接触動向調査」の結果から～」『放送研究と調査』2022年11月号：p22-51

5）調査期間の1週間で15分以上，テレビを視聴した割合。15分を最小単位にして，その中で5分でも視聴した人は15分間の欄に記入する。

6）本文中で増加・減少，あるいは「高い」「低い」と記載している場合，比率の場合は「互いに独立な％の差の検定」を，平均値の場合は「互いに独立な平均値の差の検定」を，該当する層に対して行った。ただし全体に対して個別の層を比較する場合，全体から該当する層を除いた残りの層で「互いに独立な％の差の検定」を行った。％の差の検定式は以下のとおり。

$$z = \frac{|p_1 - p_2|}{\sqrt{p_1(100 - p_1)\left(\frac{1}{n_2} - \frac{1}{n_1}\right)}}$$

・サンプル数：（全体）n_1，（一部）n_2
割合（％）：（全体）p_1，（一部）p_2
・z＝「1.960」以上なら有意水準（危険率）5％で有意差あり

7）このほか，項目としては「NHKプラス」や「NHKキッズ」も集計しているが，視聴時間量はNHKプラスが1分，NHKキッズは0分であった（いずれも2022年，週平均）。

8）「長時間」グループでの「デリシャスパーティ♡プリキュア」の視聴率は26％，「サザエさん」は24％だった。

9）録画番組・DVDやインターネット動画についても「いつ，どのような内容を見ているか」を尋ねているが，該当時間に見たコンテンツのタイトルを自由回答で答えてもらい，件数をジャンルやシリーズなどさまざまな内容を含めて集計している。

10）全体の結果は，2022年12月号の報告における「4.テレビや動画を利用する場面やルール」を参照のこと。出典は3）に同じ。

11）同上

12）2022年調査全体の有効サンプルの内訳では保育園児55％に対し幼稚園児37％だったが，起床時間グループごとで分けると「早起き」グループが保育園児62％に対して幼稚園児30％，「遅起き」グループが保育園児51％に対して幼稚園児34％

であった。

13）出典は3）に同じ。

14）2022年12月号の報告のうち「よく見られた番組」を参照のこと。出典は3）に同じ。

15）白石信子「幼児で高い夕方のテレビ視聴～2000年7月「幼児視聴率調査」から～」『放送研究と調査』2000年11月号：p60-67

16）星暁子「幼児のテレビ視聴と録画番組・DVDの利用状況～2016年6月「幼児視聴率調査」から～」『放送研究と調査』2016年11月号：p54-67

17）「全国放送サービス接触動向調査（2022年）」では，放送局が提供するコンテンツやサービスのうち「リアルタイム計」が87.7％で，前々回・前回から減少している。出典は4）に同じ。

18）2016年調査の時点では，調査回答者の94％は母親であったが，2022年調査では78％が母親，22％が父親による回答であった。したがって本稿では原則として「保護者」と表記する。

19）2000年調査の結果で，「見る番組がない時はビデオ視聴」という結果が報告されている。出典は15）に同じ。

20）2022年12月号の報告では，インターネット動画に関する保護者の意識について，健康面や心の成長への影響を考える割合がテレビより高い結果が出ている。出典は3）に同じ。

21）橋元良明，久保隅綾，大野志郎「育児とICT―乳幼児のスマホ依存，育児中のデジタル機器利用，育児ストレス」東京大学情報学環紀要 情報学研究・調査研究編，35：p53-103

22）ベネッセ「幼児期から小学校低学年の親子のメディア活用調査」（2021年実施）によると，8割超の母親がデジタルメディアを使って幼児に動画を視聴させることがあると回答している。
https://berd.benesse.jp/jisedai/research/detail1.php?id=5657