

**子育てに関してさまざまな情報に関心があるママたちは、テーマごとに違う情報源を駆使して収集。**

- ママが子育てに関連する項目で、関心が高い情報は「子どものしつけ」や「発育・成長」だが、積極的に情報収集しているのは「料理レシピ」や「旅行レジャー」。
- 子どもの年齢によってスマートフォンの使用用途が異なる。0-3歳のママは、「ネット検索」「写真や動画の管理」「ネット通販」。10-12歳のママは、「ゲーム利用」が高い。

2012年10月に設立された「博報堂こそだて家族研究所」は、子どもをもつ家族の消費やライフスタイルについて研究していますが、このたび、こそだて世帯に調査を実施し、ママたちの子育てに関する興味関心項目とその情報源、スマートフォン等の「デジタル情報機器への接し方」をまとめたレポートを作成いたしました。

今回のレポートは2014年1月17日～30日に実施した調査をまとめたもので、長子年齢12歳までの子どもがいるママに、興味関心の高い情報と、その情報源について聞いたものです。

その結果、ママたちが「興味関心が高い情報」と「積極的に情報収集している情報」が違うことが分かりました。興味があっても十分な情報が提供されているかどうかによって活用度が違うと考えられます。

また、子どもの長子年齢によって、スマートフォンの使用用途も異なり、0-3歳のママは、「ネット検索」「ブログやSNS」「写真や動画の管理」「ネット通販」が全体より5ポイント以上高く、一方で長子年齢10-12歳のママは、「ゲームの利用」が55.7%となり、全体より7.8ポイントも高いことがわかりました。

こそだて家族研究所では、子育てに関わるテーマや商品ごとの情報収集源を調査をもとに、子育てに関わる行政や企業に提案をしております。

- ◆調査手法：インターネット調査
- ◆対象者：20-40代既婚女性 妊娠中～12歳の同居する子ども(長子)が居る方 n=1079名 (長子年齢で割付)
- ◆調査エリア：全国
- ◆調査時期：2014年1月17日-30日

<調査結果ポイント>

- ママが興味関心の高い子育て関連項目は「子どものしつけ」や「発育・成長」。  
一方で、積極的に情報収集しているのは「料理レシピ」や「旅行レジャー」情報。
- 興味があるのに、情報収集できていないのは、「子どものしつけ」「歯に関すること」。
- 6割以上のママが利用しているスマートフォン。スマートフォンの利用頻度は、他の情報機器と比較しても群を抜いて高く、95.3%の人が「毎日複数回」利用。
- ママのスマートフォン使用用途は、1位：メール(95.6%)、2位：通話(94.0%)、3位：ネット検索(85.7%)、4位：写真・動画撮影(84.6%)と、上位4項目の使用方法が、8割を超え、マルチに利用されている。
- 長子年齢別ママのスマートフォン使用用途は、0-3歳のママは「ネット検索」「ブログやSNSの書き込み」「写真や動画の管理」「ネット通販」が、全体より5ポイント以上高く、一方で長子年齢10-12歳のママは、「ゲーム」の利用が55.7%となり、全体より7.8ポイント高い。
- テーマによって「情報源」を選択し、上手に使い分けるママたち。

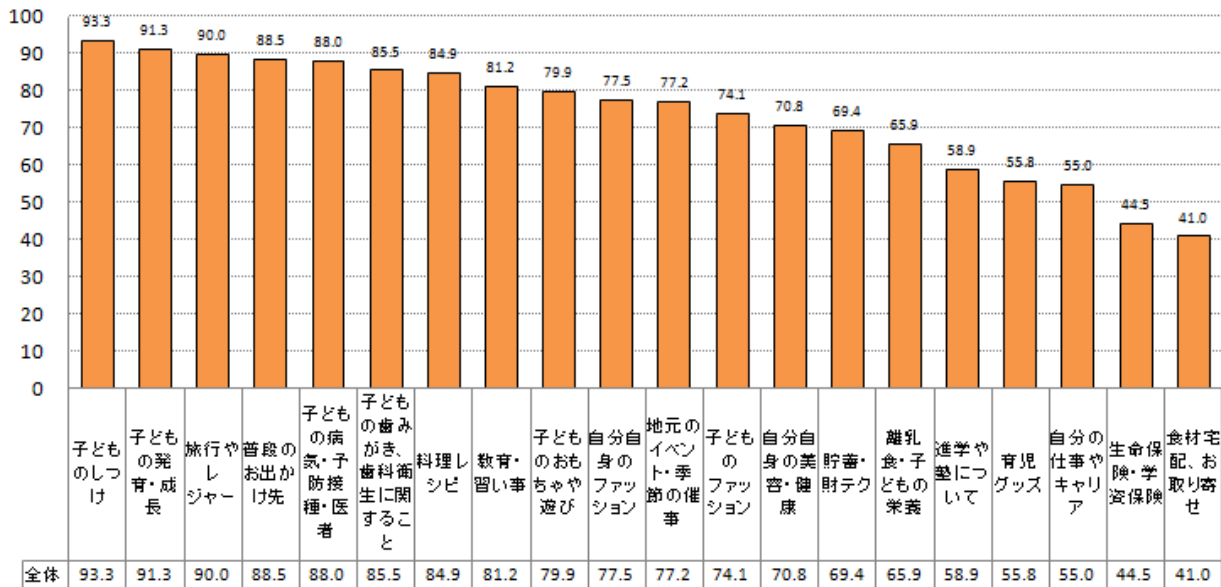
詳細データ

■ママたちが興味関心の高い子育て関連項目は「子どものしつけ」や「発育・成長」。  
一方で、積極的に情報収集しているのは「料理レシピ」や「旅行レジャー」情報。

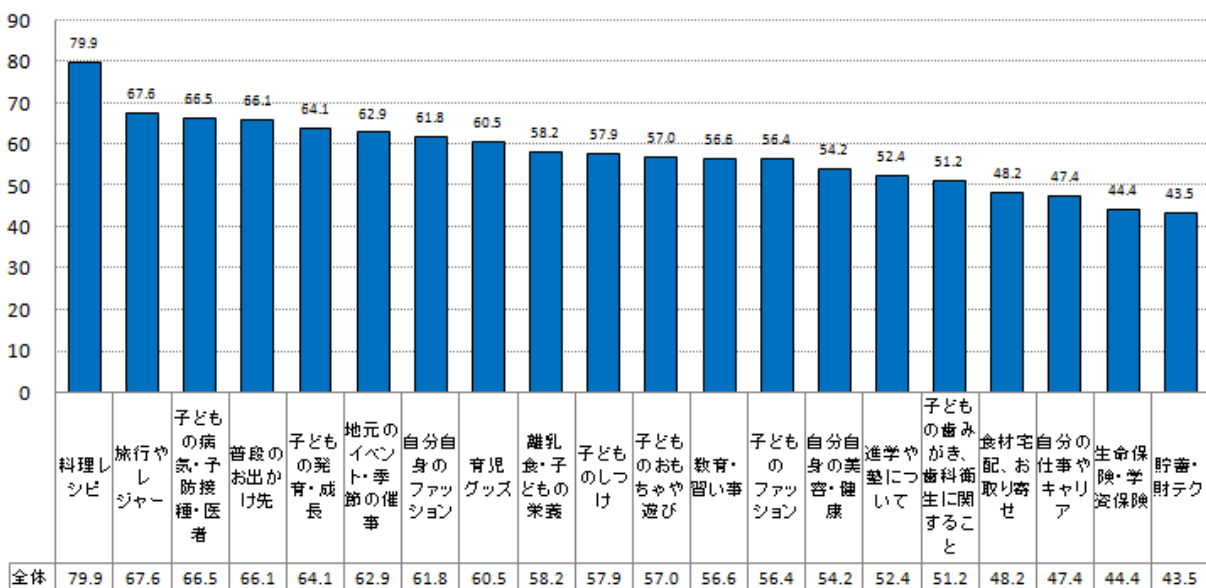
子育てに関連する様々なテーマについて、ママの興味関心度を見てみると、興味関心が高かったのは、「子どものしつけ」「子どもの発育・成長」「旅行やレジャー」「普段のお出かけ先」でした。「しつけ」や「発育」は育児の「方法」に関わるテーマで、「どうすればうまくできるのか」を知りたいと考えているようです。一方で、「旅行」「お出かけ先」は、子どもを持つことで変わった「行動」についての情報を求めていると言えます。

一方で、実際に「情報収集している」のは、「料理レシピ」「旅行やレジャー」「子どもの病気」「お出かけ先」となり、「明日どうしよう」「こんなときどうしよう」といった必要に迫られて情報収集をするケースが多いと考えられます。

■興味関心がある



■情報収集をしている



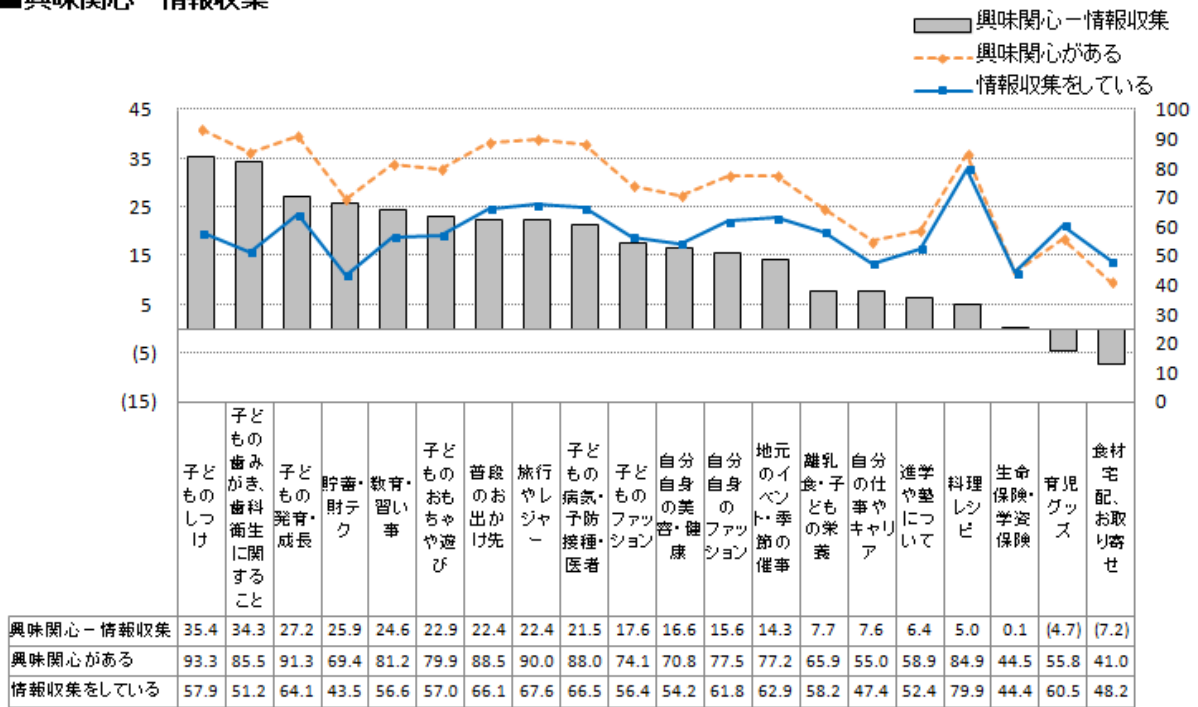
## ■ママたちが興味があるのに情報収集できていないのは、「子どものしつけ」「歯に関すること」。

「興味がある」としつつ「情報収集している」かどうかそれぞれのスコアの差を比較したところ、「興味がある」のに「情報収集」していないのは「子どものしつけ」「子どもの歯みがき、歯科衛生に関すること」の2つが30ポイント以上の差となりました。「気になってはいる」ものの「すぐに情報収集しないと困るわけではない」こと、また、実際の情報源も口コミなどが中心で、情報源が特定しにくく「情報収集しにくい」こともその理由としてあげられそうです。

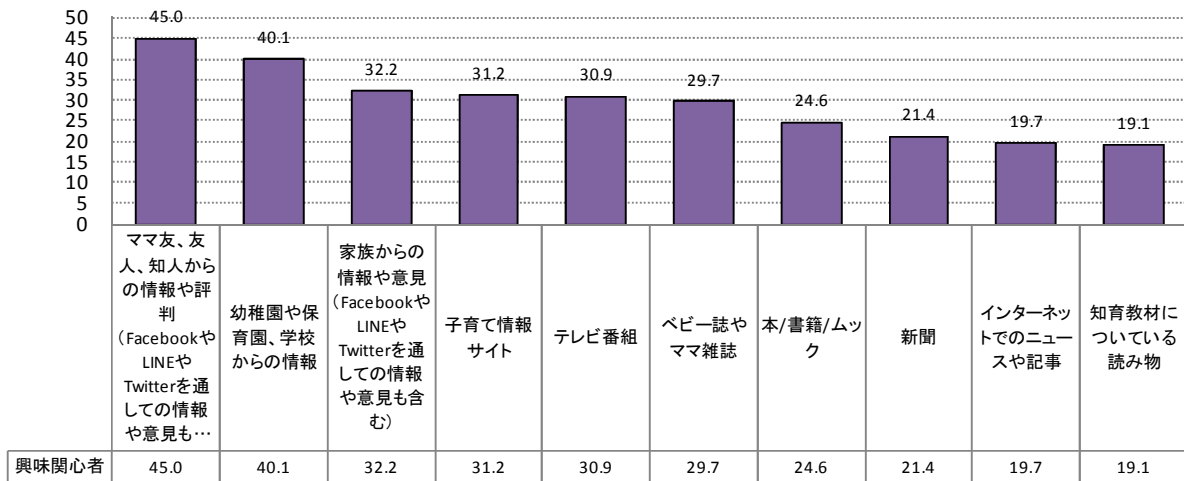
一方で「料理レシピ」や「生命保険・学資保険」などは、興味関心と情報収集のポイント差が小さく、『思い立ったらすぐ調べる』ことができる仕組みや行動ができています。

興味関心と情報収集のポイント差が大きい「子どものしつけ」に関して参考にする情報源は、「ママ友、友人からの情報」の口コミがトップ。

## ■興味関心－情報収集



## ■参考にする情報源－子どものしつけ



■6割以上のママが利用しているスマートフォン。

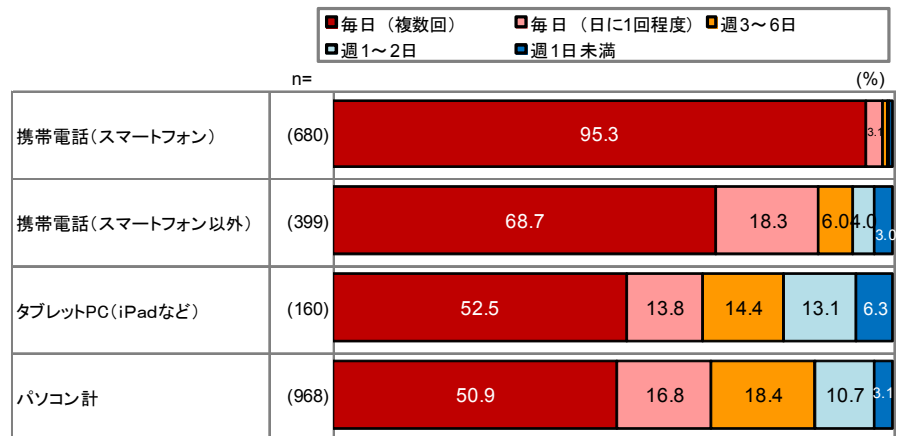
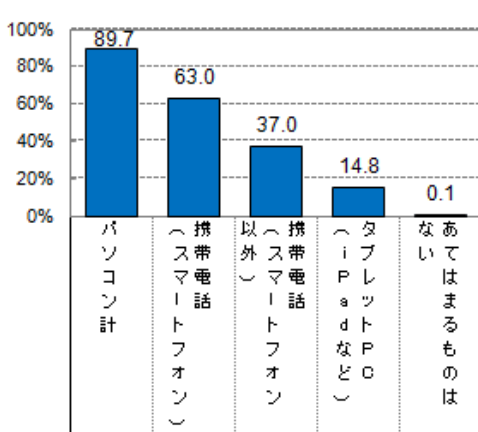
スマートフォンの利用頻度は、他の情報機器と比較して群を抜いて高く95.3%の人が「毎日複数回」利用。

ママが利用している情報機器は、「パソコン(ノートPC+デスクトップPC)」が89.7%、スマートフォンが63.0%となりました。

ママが使っている情報機器の利用頻度を尋ねると、スマートフォンの利用頻度が他と比較して群を抜いて高く、95.3%の人が「毎日複数回利用」と回答。その他の情報機器についても、携帯電話(スマートフォン以外)では68.7%、タブレットPCでは52.5%、パソコン計では50.9%が「毎日複数回利用」と回答しています。

ママが使っている情報機器(MA)

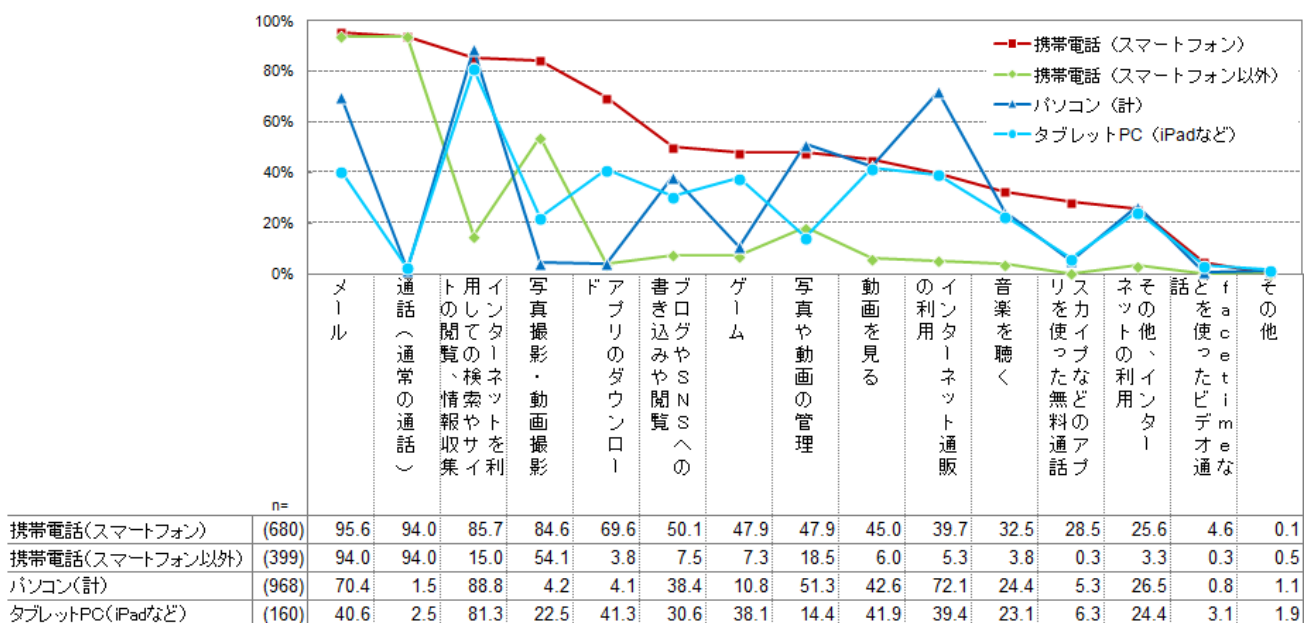
情報機器別 利用頻度(MA)



■ママのスマートフォン使用用途は、1位:メール(95.6%)、2位:通話(94.0%)、3位:ネット検索(85.7%)、4位:写真・動画撮影(84.6%)と、上位4項目の使用方法が、8割を超え、マルチに利用されている。

情報機器の使用用途を、それぞれの端末ごとに見てみると、スマートフォンは、1位:メール(95.6%)、2位:通話(94.0%)、3位:ネット検索(85.7%)、4位:写真・動画撮影(84.6%)と、上位4項目の使用方法が8割を超え、それ以降も、アプリ(69.6%)、ブログ・SNS(50.1%)、ゲーム(47.9%)、写真・動画の管理(47.9%)、写真・動画の管理(47.9%)等、全般的に他の情報機器端末と比較して、マルチな用途に使われている事がわかります。

ママの情報機器別の利用内容(MA)

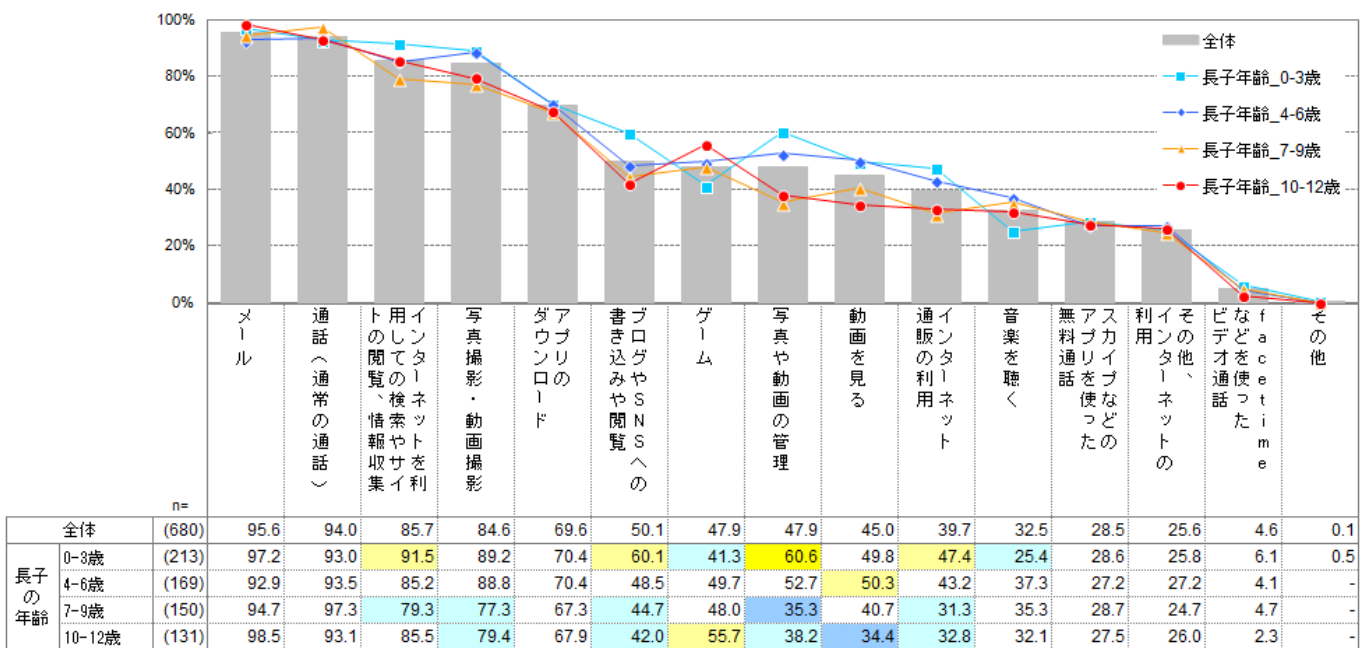


■長子年齢別ママのスマートフォン使用用途は、0-3歳のママは「ネット検索」「ブログやSNSの書き込み」「写真や動画の管理」「ネット通販」が、全体より5ポイント以上高く、一方で長子年齢10-12歳のママは、「ゲーム」の利用が55.7%となり、全体より7.8ポイント高い。

スマートフォンの使用用途を長子年齢別に見ると、0-3歳の間は「ネット検索」「ブログやSNSの書き込み」「写真や動画の管理」「ネット通販」が、全体より5ポイント以上高い結果となりました。一方で長子年齢10-12歳のママでは、「ゲーム」の利用が55.7%となり、全体より7.8ポイント高くなりました。

子どもが小さいうちは、あまり外との交流ができないママにとっては、スマートフォンを通じて情報を得たり、コミュニケーションをすることが重要になっていると考えられます。

長子年齢別 ママのスマートフォンの利用内容(MA)



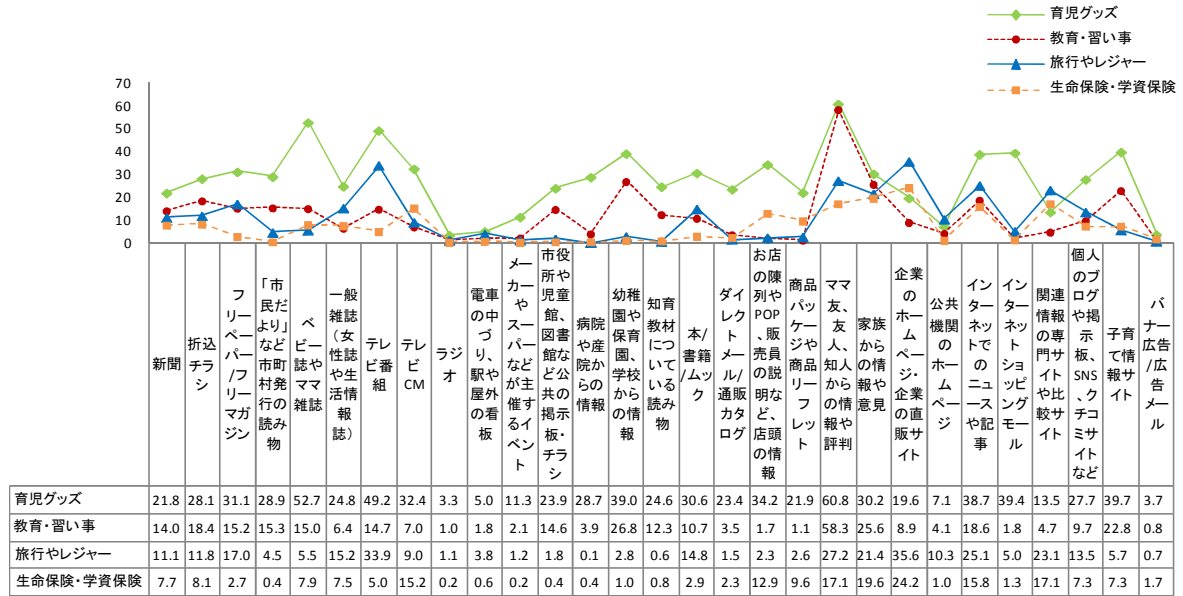
■子育てのテーマによって特徴がある「情報源」。さまざまな情報源を上手に使い分けるママたち。

それぞれのテーマについて「参考にする情報源」を聞いたところ、テーマによって特徴がありました。

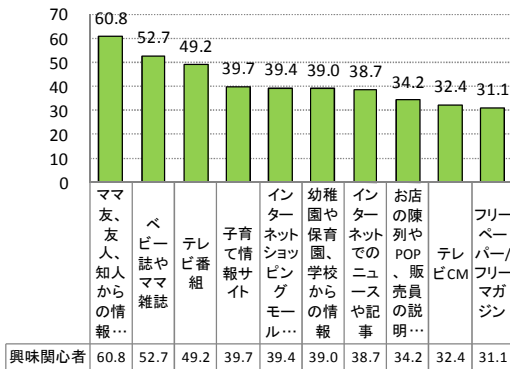
育児グッズは「ベビー誌・ママ誌」や「テレビ番組」などのマス情報と「ママ友などからの情報」の口コミを両方活用しています。教育・習い事は「ママ友などからの情報」の口コミが飛びぬけて多くなっています。

旅行やレジャーに関しては「企業のホームページ」や「テレビ番組」などマス情報を中心にしてしています。生命保険・学資保険に関しては「企業のホームページ」と「家族やママ友などからの情報」の口コミを中心にしており、案件によってさまざまな情報源を上手に使い分けるママたちの姿が見えます。

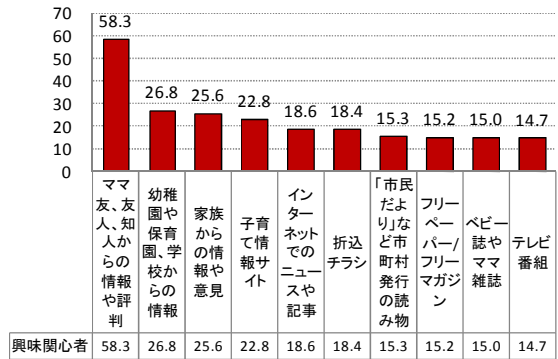
## ■参考にする情報源



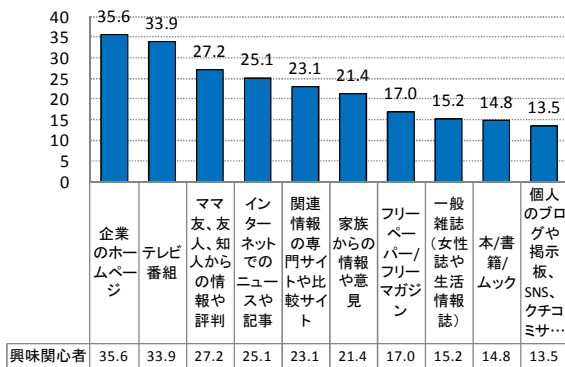
### ■参考にする情報源－育児グッズ



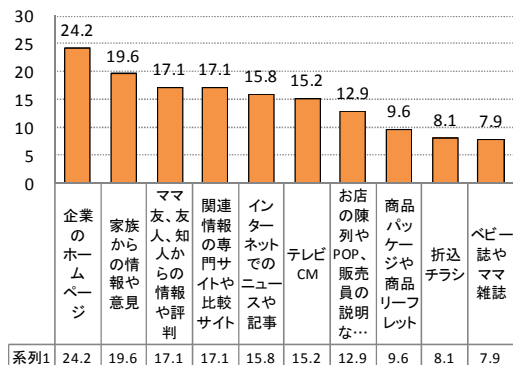
### ■参考にする情報源－教育・習い事



### ■参考にする情報源－旅行やレジャー



### ■参考にする情報源－生命保険・学資保険



## <博報堂 こそだて家族研究所とは>

晩産化・少子化、共働き世帯の増加、夫や祖父母の育児参加など、この10年で大きく変わってきた「子どものいる家族」について、研究・提案を行う専門組織。1996年より活動していたBaBUプロジェクトを発展改組し、2012年10月設立。「妊娠期から小学生の子どもを持つ家族」に関する専門知識を元に、調査、商品開発支援、広告などコミュニケーション支援、メディア開発、事業開発などを手掛ける。