

「遊びメディア」を通じた家庭内男性と子どもの関わりについてのアンケート調査とその考察

芝田圭一郎・弘田 陽介

序 調査の趣旨

1. 目的

私たちは大阪府・兵庫県の公立・私立幼稚園の保護者を対象として、幼い子どものいる男性の育児場面の実態をアンケート調査した。本稿は、その調査結果とその分析、考察で成り立っている。本稿は、また芝田と弘田が共同で行なっている研究の成果の一部である。研究立案・実施は共に行なっているが、本稿の文章に関しては、以下のような分担になっている。

芝田分担部	序-1、第1章、第2章-1、2
弘田分担部	序-2、3、第2章-3、結びにかえて

このアンケートの目的は、特に家庭内男性（父・祖父など）と幼児（あえて男女の区別をしない）の関係に焦点を絞り、男性が子育てにおいて担う役目や役割について、TV、映画、雑誌、書籍、キャラクター商品などを包括する「遊びメディア」という新たな概念から考察することである。この「遊びメディア」とはTV番組、映画、雑誌、書籍、キャラクター商品、おもちゃなどを包括する新たな概念であるが、それは単なる概念にとどまらず、一般的な家庭環境においては、子育ての必要不可欠なツールであり、それをどのように活かしていくかを、保護者が日々実践しているようなものである。

ただし単に日常的に用いられている概念であり、ツールであるならば、それら自体について考察を改めてする必要はないのかもしれない。例えば、各種調査で子どもの好きなキャラクターやおもちゃなどは明らかにされている。しかし、それらを使って、家庭内男性と子どもがどのように遊んでいるか、またはその遊びがどのような経験を生んでいくのかなどという実際の子育て現場にまで踏み込んだ調査は管見では行なわれていない。

そこで、家庭環境において男性と幼児が共通して触れ合う「遊びメディア」の分析を通して、家庭内男性と幼児の関係性や育児課題について考察していくことが本稿の課題となる。「イクメン」という言葉が現れて久しいが、まだまだ家庭内男性の育児への参画は少ないと思われる。このアンケートでは家庭環境にある男性と子どもの関係性に焦点を絞り、男性が子育てにおいて担う役目や役割について考察する。この研究は、より大きな視座からは、家庭および保育現場への多様な子どもへの関わりの提案ともなっている。

2. 「遊びメディア」とは

本稿で提示している「遊びメディア」とは以下のような包括的な概念である。一般に子どもが一人もしくは複数で遊ぶ遊具、おもちゃ、キャラクター商品などの具体物や、TV番組、映画、雑誌、書籍などの情報媒体、そして遊びや関わり合いの一定の慣習や活動を包括する概念である。この「メディア」概念については、すでに別稿¹⁾で、日本の今日の代表的な教育学のメディア論者の論考をあげて、規定しているが、再度簡略化してまとめ、さらに「遊びメディア」概念についても定義すると次のようになる。

A) メディアとは、一般的には、情報伝達的手段・媒体といった意味をもつ。英語のmedia (mediumの複数形) は、そのラテン語の語源に遡ると「間にあるもの」を意味する。近年、メディアという言葉は情報の意味伝達作用全体、つまりその情報の意味内容を生み出していく人々や人と物体のコミュニケーションの経路全体へと拡大解釈されるようになった。

B) 遊び道具（すなわち物質的なもの）と、イメージ（すなわち観念的なもの）の間に位置し、両者の間を行き来しつつ、その行き来こそを遊びという活動として捉えようとする。つまり、単純に物質や観念のみに縛られるものではなく、その間の往還こそを「遊び」とする。このような「遊び」観および物質と観念が生み出す、保護者と子ども、または子ども同士で営まれる活動を総称して「遊びメディア」と呼ぶ。

C) いわゆる、おもちゃは、その場にある現実の素材であれ、またおもちゃが生み出したイメージであれ、現実には存在しないようなイメージであれ、身体や精神を使った遊びを動かしていく媒介、つまり先にメディアの原義で見たような「間にあるもの」の働きをしていることになる。

上記のように「遊びメディア」概念は規定されるが、難しく考えなくても、それらは、一般的な家庭環境においては、子育ての必要不可欠なツールである。本稿では、第2章-3で見えるように、「公園」、「自転車」、「ボール」、「収集」などと並んで、「電子ゲーム類」、「戦隊ヒーロー」、「電車」、「妖怪ウォッチ」などと本来ならば一つの平面に並べることのできないキーワードを一つの「遊びメディア」という概念に包含している。というのも、今回は質問の特質に沿って、キーワード抽出し、ある程度重なり合う項目をまとめている。この分類は整合性は欠けるかもしれないが、今回のような自由度の高い記述を分析する際には有効な方法であると考えている。例えば、「公園」と「ボール」での遊びは、重なり合うものかもしれないし、また「妖怪ウォッチ」というキーワードには、そのグッズの「収集」やそれを題材にした「電子ゲーム類」などが含まれることは承知している。しかしながら、例えば、保護者が子どもの育成を思い浮かべながら、「妖怪ウォッチを好きになった」や「公園でボールでよく遊ぶようになった」などと書く際、その記述からは、あるジャンル、活動に特定できない総体としての「妖怪ウォッチ」、「公園」といったイメージが脳裏にあるのではないかと想定している。したがって、本稿では、あえて厳密にキーワードなどを切り分けずに、出てきたキーワー

ドを単純にその言葉通り集計する、もしくは類似する語を一つのキーワードにまとめて集計するという手法をとった。そのため、「遊びメディア」とは、おもちゃ、キャラクターとそのイメージが輻輳的に生み出す遊びの媒体という包括的な捉え方を本稿ではしたい。

3. 先行調査事例と比べて本研究の特色

子どもと保護者の関わりなど多岐にわたる生活実態は、官公庁が実施する調査や、ベネッセ教育総合研究所、サンケイリビング新聞社アンファン編集部などの調査が明らかにしてくれている。ただし、おもちゃ、キャラクターなど、実際に子どもが興味を示すものについて、定評がある調査は、それらを扱う株式会社バンダイの行なう「バンダイこどもアンケート」である。毎年5月には「お子さまの好きなキャラクターに関する意識調査」を行い、その年毎の、子ども好きなキャラクターの動向を探っている。2015年の最新の調査では、0～12歳の子どもを持つ親800人に子どもの好きなキャラクターを聞いているが、その結果は以下のようにになっている。

【好きなキャラクターランキング】

男女総合TOP10		
1位	妖怪ウォッチ	19.9%
2位	それいけ！アンパンマン	12.9%
3位	アナと雪の女王	5.3%
4位	プリキュアシリーズ	4.1%
5位	ドラえもん	3.8%
6位	ポケットモンスター	3.6%
7位	いないいないばあ！	3.5%
8位	アイカツ！	3.1%
9位	スーパー戦隊シリーズ	2.9%
10位	きかんしゃトーマスとなかまたち	2.8%

(単一回答)

【好きなキャラクターランキング】(男女・年齢別)

男子0～2歳TOP3			女子0～2歳TOP3		
1位	それいけ！アンパンマン	45.0%	1位	それいけ！アンパンマン	39.0%
2位	きかんしゃトーマスとなかまたち	13.0%	2位	いないいないばあ！	22.0%
3位	いないいないばあ！	各6.0%	3位	しましまとらのしまじろう	6.0%
	しましまとらのしまじろう				
男子3～5歳TOP3			女子3～5歳TOP3		
1位	妖怪ウォッチ	25.0%	1位	プリキュアシリーズ	26.0%
2位	スーパー戦隊シリーズ	13.0%	2位	アナと雪の女王	16.0%
3位	それいけ！アンパンマン	各9.0%	3位	妖怪ウォッチ	11.0%
	仮面ライダーシリーズ				
	きかんしゃトーマスとなかまたち				
男子6～8歳TOP3			女子6～8歳TOP3		
1位	妖怪ウォッチ	50.0%	1位	妖怪ウォッチ	25.0%
2位	ポケットモンスター	11.0%	2位	アナと雪の女王	15.0%
3位	仮面ライダーシリーズ	6.0%	3位	アイカツ！	11.0%
男子9～12歳TOP3			女子9～12歳TOP3		
1位	妖怪ウォッチ	25.0%	1位	妖怪ウォッチ	16.0%
2位	ポケットモンスター	11.0%	2位	リラックマ	9.0%
3位	ドラえもん	各10.0%	3位	アナと雪の女王	8.0%
	ドラゴンボールシリーズ				

出典 <http://www.bandai.co.jp/kodomo/pdf/question222.pdf>

これらの調査では、2015年5月の段階では、それまで長年総合首位を保ってきた「それいけ！アンパンマン」から、昨今子どもたちの間ですさまじいブームとなっている「妖怪ウォッチ」へとトップの交代が見られ、まさに実際の子どもの興味の動向を示すものとなっている。このようなバンダイなどの調査と比べて、本稿は関西圏の小規模な調査であるが、次のような先行研究事例との差異をもっている。まず、保護者、特に家庭内男性（今回の調査ではほぼ父親）と子どもの関わりにおける「遊びメディア」についての調査は管見ではない。また年齢別の関わりの変化を捉えようとする調査もない。

したがって、本稿の研究の特色は次のようになる。

- ・家庭内男性と子どもの関わりの中で作用し、またおもちゃなどの媒介物を通して新たに創造される「遊びメディア」について調査している。
- ・子どもの年齢によつての、この「遊びメディア」の変化について調査している。

第1章 調査概要

1. 調査方法

本稿ではこれらの「遊びメディア」が生んできた子育てや世代間コミュニケーションを抽出する。前半では特に遊びメディアの特質を、後半では発達に応じた「遊びメディア」の変化を通して、保護者が期待する「遊びメディア」の効果や、今後の子育て・保育における「遊びメディア」の展望に関して考察していく。

対象：大阪府・兵庫県の大阪総合保育大学・大阪城南女子短期大学の学外実習などでの協力幼稚園（公立・私立）11園の保護者。ただし保護者の特性については記入を求めている。また子どもの年齢を指定することもしていない。

送付数：563

有効回答：305（ただしすべての設問に答えているわけではない）

*アンケート現物は次頁以降で示す。

分析手法：キーワードの抽出、統計処理などのテキストマイニングによって、各年齢時期における「遊びメディア」の変遷を辿ることで家庭内男性と子どもとの関わり傾向を明らかにする。特に共有している「遊びメディア」の具体的な内容については、問2) ①では、12項目に分け、当てはまるもの全てに対して具体的な名称も含めて回答を求めている。

2. アンケート回答概観

回答保護者が記述した幼児の年齢的なデータは以下のようにになっている。

平均 5.6歳（月齢：67.56）

最も年上 6.8歳（月齢：82）

最も年下 3.3歳（月齢：40）

最頻値 5.9歳（月齢：71）

中央値 5.9歳（月齢：71）

*実際に使用したアンケート（95頁～98頁）

アンケート

家庭における男性とお子様の趣味の共有について

本アンケートは、家庭における男性（お父様・おじい様等）と、お子様・お孫さんとの関係を趣味の共有という観点から、近畿圏の幼稚園・保育所の在園児の保護者の方にお伺いするものです。趣味の共有とは、趣味の対象を一緒に楽しんだり、会話の題材にしたりすることを指します。

お書きいただいた内容は、個人情報保護の観点から、本調査分析およびその調査報告以外には一切使用いたしません。また報告には個人情報やご所属の園の情報などは掲載しません。

本研究は、一般財団法人・前川財団の学術研究助成を受けているものであり、以下の二名で進めさせてもらっているものです。父親の育児参加や家庭内での男性と子どもとの趣味の共有を研究テーマとしております。本研究やアンケートについてお問い合わせなどございましたら遠慮なくお伝えください。

学校法人城南学園・大阪総合保育大学、大阪城南女子短期大学

弘田 陽介

芝田圭一郎

Tel. 06-6702-5138

Fax. 06-6704-0996

E-mail: byu00616@gmail.com

では次のページからアンケートにお答えください。アンケートはこの用紙
お答えくださる方は、お子様の生育状況がわかる保護者の方でしたらどなたでも結構です。
保護者の方の情報を書いていただく必要はございません。

- () コレクション (物の収集)
具体的内容 ()
- () 旅行・ドライブ・サイクリング
具体的内容 ()
- () 飼育 (動植物)
具体的内容 ()
- () 遊園地・アミューズメントパーク
具体的内容 ()
- () 知的ゲーム類 (将棋・囲碁など)
具体的内容 ()
- () 各種研究 (歴史・古典文化・天文など)
具体的内容 ()

その他、上記に当てはまらないものや上記をいくつかにまたがるものをご自由にお書きください。

()

② 上記①で選択された趣味にまつわる具体的なエピソードがあれば、お書きください。

(例) 父親とよく・・・に出かけて、***を楽しんでいる。○○○と●●●の違いに5歳になってから興味をもっているようだ。

裏面もごさいます。

3) お子様の趣味の変遷を以下の枠の中に年齢と対応する形でお書きください。
ご記憶の限りで結構です。

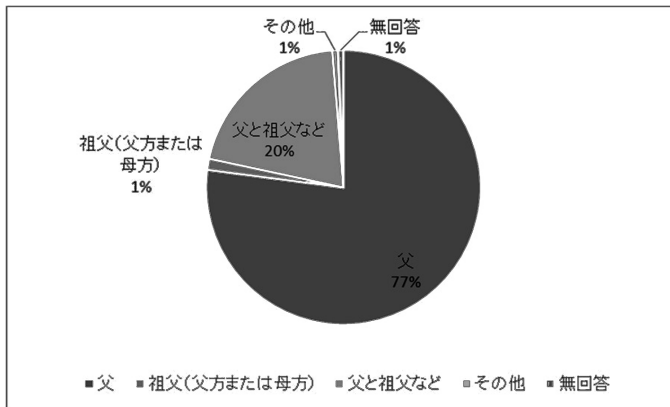
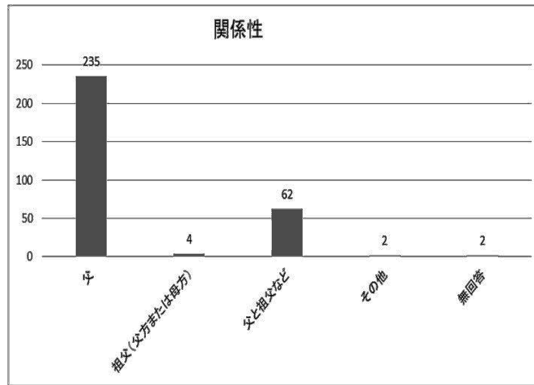
誕生	例	記入欄
1 歳	1 歳半くらいから父親 と・・・を一緒に楽しむよ うになる	
2 歳		
3 歳	3 歳くらいから・・・には 興味がなくなり、***に 興味を持ち出す	
4 歳		
5 歳	5 歳くらいから父親と○○○ に出かけ、●●●を一緒に楽し むようになる	
6 歳		

どうもありがとうございました。これでアンケートは終了です。アンケートにお答えくださった方は
byu00616@gmail.comまで住所、氏名をお伝えくだされば、報告書を完成次第郵送いたします。

第2章 アンケート結果とその分析

1. アンケート問1) 趣味を共有する家庭内男性の内訳

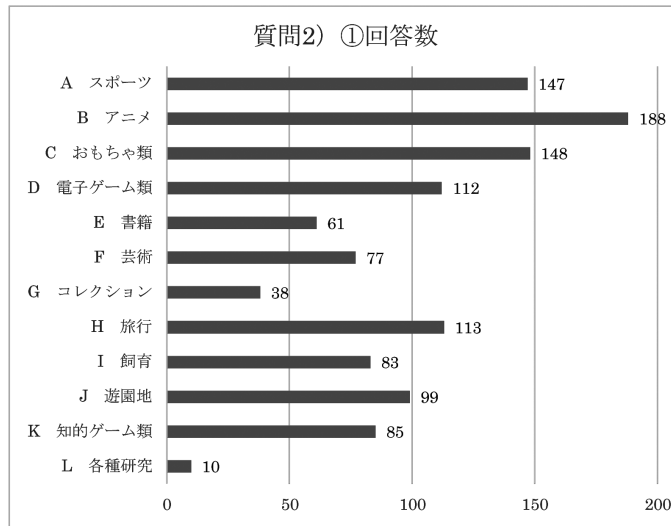
趣味を共有する家庭内男性は誰かということを質問した。結果として子どもと趣味を共有する家庭内男性は「父親」が最も高く77% (235)、次いで「父親と祖父」が20% (62) となった。「祖父」だけや「叔父」など、その他の家庭男性との趣味の共有は低い数値であった。



図表1)－1、2 趣味を共有する家庭内男性の実数とその割合

2. アンケート問2) ①の結果と分析

次に共有している趣味の内容を項目ごとに複数での選択も含めて質問した。そして、具体的な内容も質問している。結果は以下の通りである。実際のアンケートには項目を示すアルファベットは入っていないが便宜上A、B、C・・・とアルファベットをつけている。



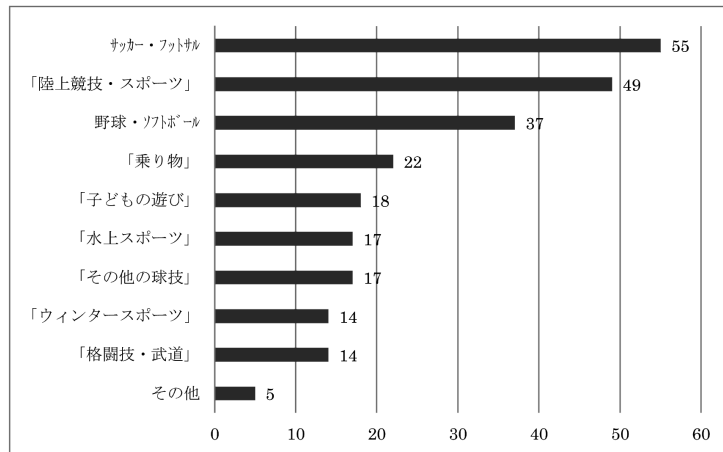
12の設問の内の 選択平均数	3.79	同中央値	4
同最頻値	2	同最大数	12
A スポーツ	49% (147)	B TVアニメ	62% (188)
C おもちゃ類	49% (148)	D 電子ゲーム	37% (112)
E 書籍	20% (61)	F 芸術・音楽	25% (77)
G コレクション	13% (38)	H 旅行	37% (113)
I 飼育	28% (83)	J 遊園地	32% (99)
K 知的ゲーム	28% (85)	L 各種研究	3% (10)

図表2) - 1、2 共有している趣味の内容の実数とその割合

分野別で見ると、「B TVアニメ・番組」が最も高く、次いで「C おもちゃ類」「A スポーツ」と高くなっている。この結果から子どもが興味を持ちやすいものが多く、趣味として共有されているように思う。また、前述の質問から趣味にまつわる具体的なエピソードを聞いた。回答の中で「同じ趣味の共有というよりは子どもがその時、興味のあるものに祖父がずっと付き添ってやりとげるかんじです。」というものがあつた。これは趣味の出発点が子どもか家庭内男性かによつての違いを示していると思われる。また共有している趣味の主導は誰が行っているかという点の解析は今後の課題であらう。

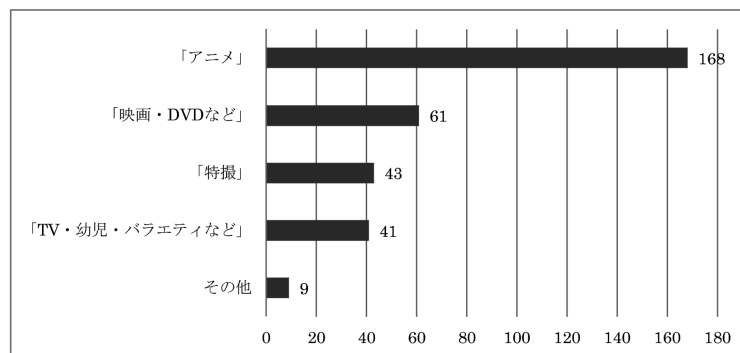
各分野の具体的な回答数は以下の通りである。尚、回答者が「具体的内容」欄に記述した事柄については、内容的及び数値的にまとまりがあるものは一つの分野で合算している。その際、グラフにおいて複数のキーワードをまとめたものは「 」で示している（例：テニスなどを「その他の球技」

にまとめている)。また記述通りのキーワードは「 」なしで示している。他に「C おもちゃ類」のように、日本おもちゃ協会の構成カテゴリーでまとめた項目もある。



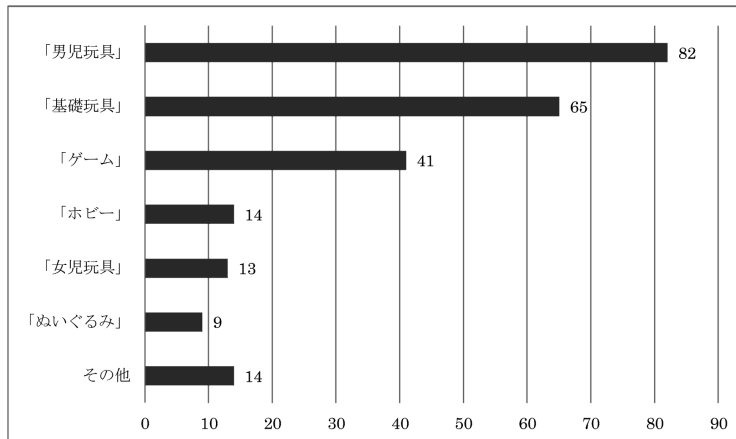
図表2)－3 A：スポーツ（実践・観戦）

単体で高い数値を出しているサッカー・フットサルや野球・ソフトボールは、日本で特に人気が高いことが要因と思われる。今回、観戦を含んでいるので、サッカーと野球は観戦機会が多いことも関係しているだろう。実践や観戦を分けてみるとまた違った結果がでるのではないだろうか。2つ目にある「陸上競技・スポーツ」にはアウトドアスポーツとしての散歩や登山、ハイキングなども含まれる。



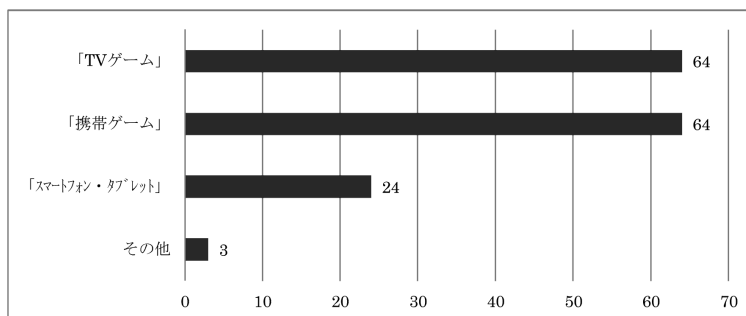
図表2)－4 B：アニメ・漫画・TV番組・映画

「アニメ」の中でも妖怪ウォッチの人気は高く、アニメ全体の168記述中68記述（40.1%）がそれであった。また「映画・DVDなど」ではディズニー関連（32記述・52.4%）とジブリ関連（14記述・22.6%）でほとんどを占めている状況であった。



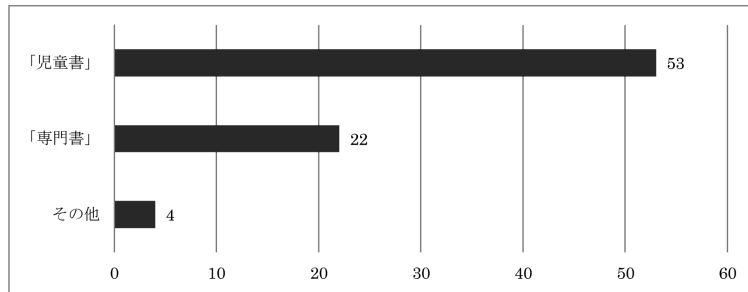
図表2)－5 C：おもちゃ類・ホビー

回答の具体的な項目を日本おもちゃ協会が示している分類方法で分けた結果である。やはり家庭内男性との趣味の共有であるので、「男児おもちゃ」(プラレール・トミカなど)と「基礎おもちゃ」(レゴ・ブロックなど)が高くなっている。またここでも妖怪ウォッチの人気は高く、「男児おもちゃ」の中で82記述中17記述(20.7%)となっている。



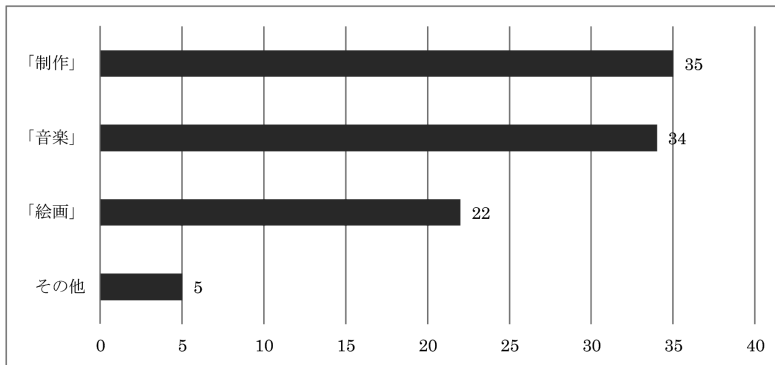
図表2)－6 D：電子ゲーム類

この設問は、面白い結果となった。「TVゲーム」(Wiiなど)と「携帯ゲーム」(ニンテンドーDSなど)の数値が同じになった。「携帯ゲーム」はゲーム機と対面し、個々で遊ぶ形式が多く、「TVゲーム」は集団で遊ぶ形式が多い。形はどうであれ、家庭内男性と媒体は違うが、趣味を共有しているようである。しかし、タブレットやスマートフォンのアプリで遊び、家庭内男性と趣味を共有しているケースも増えてきているのではないだろうか。



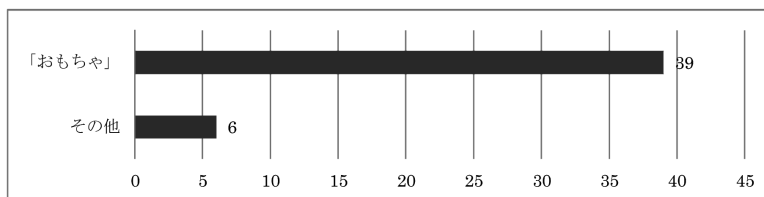
図表2)－7 E：書籍

やはり子どもとの趣味の共有なので「専門書」(図鑑など)より、「児童書」(絵本など)が高い。中でも絵本が高く、53記述中36記述(67.9%)であった。



図表2)－8 F：芸術・音楽・制作・造形

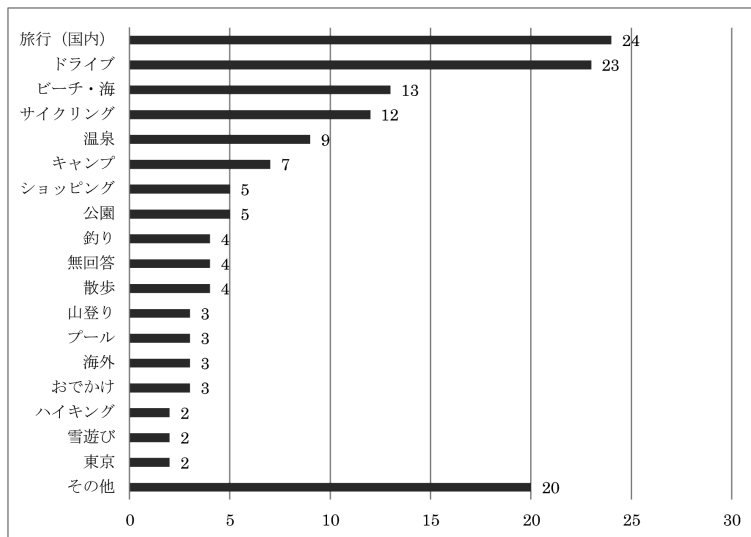
この分野では全体的な数値も低く、「絵画」(描画など)「音楽」(ピアノなど)「制作」(工作など)それぞれに大きな差異はみられなかった。



図表2)－9 G：コレクション(物の収集)

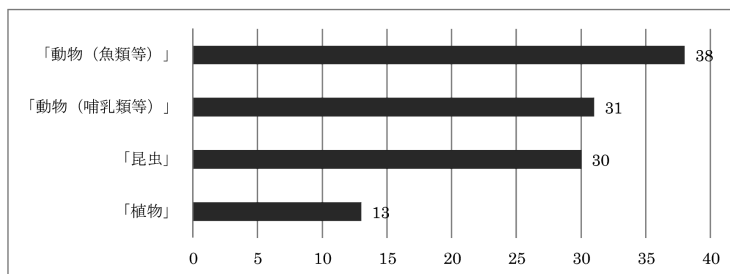
この分野でも全体的な数値は低い。しかし、「おもちゃ」の中の妖怪ウォッチメダルが多く答えられていた。39記述中16記述(41%)であり、コレクション全体でみると、妖怪ウォッチメダルは

35.6%であった。



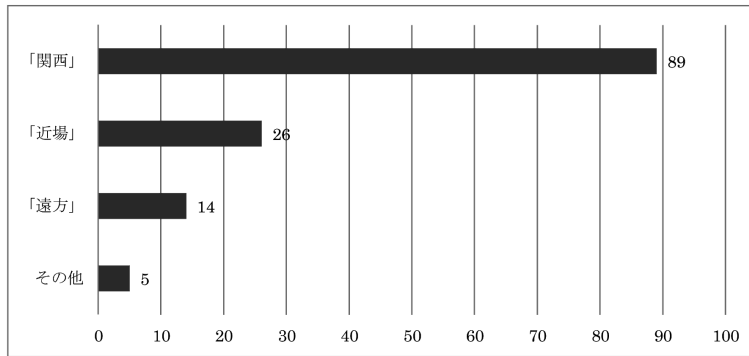
図表2)－10 H：旅行・ドライブ・サイクリング

具体的な行き先を答えたものや、その目的を書いた回答もあり、分析が難しい項目である。行き先の具体名や目的、手段など多種多様であり、その内容からカテゴライズすることも考えたが、記述を尊重し、見送った。



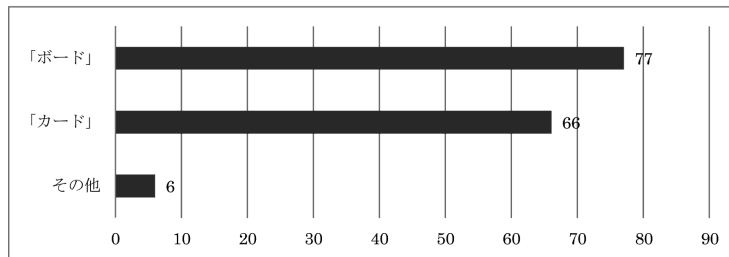
図表2)－11 I：飼育(動植物)

「植物」のように動かないものは数値が低い結果となった。「動物」や「昆虫」のように動き、また触れ合いがあるものは高くなるように思う。それぞれの中で具体的なもので高かったものはイヌ(15)、キンギョ(13)、カブトムシ(16)であった。



図表2)－12 J：遊園地・アミューズメントパーク

この分野でも「H 旅行」同様に多岐に渡っていたので、地域別に分けてみると、「関西」が最も高い結果となった。要因としてUSJ、鈴鹿サーキット、おもちゃ王国などの施設が関西近辺に多いことが考えられる。特にUSJは最も高く、89記述中31記述（34.8%）であった。大人や子どもが共に共有できるアミューズメント施設であるからであろう。



図表2)－13 K：知的ゲーム類（将棋・囲碁など）

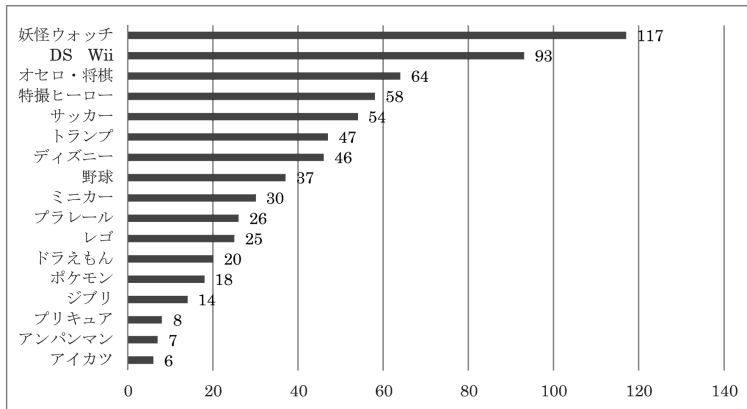
「ボードゲーム」が若干高い結果となっている。内訳でみるとオセロ（33）、将棋（28）、トランプ（37）が特に高い結果となった。

図表2)－14 L：各種研究（歴史・古典文化・天文学など）

寺院を見る	2
天体望遠鏡	2
化学	2
武士	1
刀	1
鎧	1
月の観察	1
動物園	1
水族館	1
宇宙	1

この分野は、回答総数が最も少なく、13記述であった。よって内訳のみ提示する。左の表のようにになっているが、これは内容的に次のようにまとめられるかもしれない。寺院を見る、武士、刀、鎧を「歴史」とすると、総数5。天体望遠鏡、月の観察、宇宙を「宇宙」とすると、総数4になる。

分野毎に具体的なキーワードが多く挙がっているが、いくつ答えられているかを分野を越えて集計したのが以下のグラフである。抽出したキーワードは具体的であるもの、数値がある程度高いものに絞った。



図表2)－15 キーワードの実数（分野を問わない）

この結果から妖怪ウォッチ関連が圧倒的に高く、全体の7%（1739記述中117記述）を占めている。また反面、アイカツやプリキュアといった女子おもちゃ関連は低い。同様にアンパンマンも低い結果となっている。これは趣味を共有している子どもの年齢が5歳児が多いことが関係しているのではないだろうか。この年齢に応じた趣味の変化は後半の分析に譲ることにする。また、「スポーツ（野球：37 サッカー：54）」や「ボードゲーム（オセロ・将棋：64）」といった大人向けの遊びメディアも高い。

3. アンケート問2) ②の結果と分析

この欄の回答は回答総数305のうち、49記述(約16%)に記述があった。量的にはあまり多くなく、またその大半が具体的な趣味の内容の補足説明であった。補足となるが、「父親と関わりがない」というような記述が3記述あり、アンケートにも記述がまったくないものがあったことも記しておく。以下に、興味深いものを原文のまま抜粋し、分析を加えている。

(下線は分析者によるもの)

- ・公園に行き一緒に遊ぶ。年に1回キャンプをする
- ・父が子を抱いてまわす飛行機、スーパーへいっしょに買い物
- ・父または祖父の背中に乗り、お馬ごっこ遊び、組体操
- ・お風呂やさん(銭湯)に男3人で行く
- ・体操(ダンス)を2人で部屋でしています。
- ・単に部屋の中を父親と手足を伸ばしたまま歩いて回ることが2人するのが楽しいようです。
- ・ほぼ毎日、父親と空手の練習をしています。週末には家族で山歩きを楽しんでいます。最近、父親に囲碁を教えてもらい始めました。父親とよく映画を観に出かけています。

上記は、触れ合い遊び、からだ遊びと呼んでもよい項目かもしれない。このような項目の有無をアンケートで聞いてもよかったのかもしれない。

- ・趣味というより遊びですが父親とごっこ遊びをよくしています。

アンケートに趣味と書いてあるので、回答者は日常的な気軽な遊びを書きにくかったのかもしれない。「遊びメディア」には、いわゆる趣味だけではなく、日常での関わり全般も含みこまれることを回答者にわかりやすく伝えるべきだったのだろう。

- ・同じ趣味の共有というよりは子供がその時、興味のあるものに祖父がずっと付き添ってやりとげる感じです。

この記述は、すでに取り上げたが、共有する趣味の発信者、そして主導(先導)者が幼児か家庭内男性かによって、関わり方の質に違いが生まれるのかもしれない。そこで、今後は、発信者と主導(先導)者によって選択される遊びメディアに違いがあるのかどうかについても検討していきたい。

4. アンケート3)の記述と分析について

さて、ここからは個別の回答事例において、子どもの発達段階に合わせて、どのように「遊びメディア

ア」が変化していったかについて、アンケートの3)「お子様の趣味の変遷を以下の枠の中に年齢と対応する形でお書きください。ご記憶の限りで結構です。」の記述に基づき、分析していきたい。

この3)の問いは、各年齢の表に、保護者が、子どもの趣味の変遷を回顧的に書き込んでいく形になっている。アンケート対象者は幼稚園の年少～年長児とその保護者であるが、保護者にはその子どものそれまでの生育歴を書いてもらい、0～6歳の「遊びメディア」の出現傾向と変化傾向を抽出することになる。

保護者の記述は、大半は例に沿ったものであるが、自由記述になるために、その記述をデータ化する。実際には枠はないが、0, 1, 2, 3, 4, 5, 6歳の区分を一枠とすると、305の回答にはそれぞれの年齢区分で305枠、そして全体では2135の枠がある。その記述の枠に含まれるキーワードを数量的に把握した。例えば、「妖怪ウォッチ」などカテゴリーが多岐に亘る記述の場合、その記述の重層性(TV、ゲーム、メダルなどのジャンル混交状態)を重視し、ジャンルを分けずに把握している。また、一つの記述に複数のキーワードが含まれているため、一回答および一枠の中から複数のキーワードが抽出されていることがある。具体例として、月齢37～48ヶ月(3歳)の記述では、「車・ウルトラマン・仮面ライダー・昆虫・なわとび・鉄棒」、「おえかき、材料を使って何かをつくることに興味を持つ。レゴなどブロックでもよくあそぶ。」などがあり、多くの回答では一つの枠に複数のキーワードが記述されている。

この枠ごとの回答数(=記述がある。意味が不明なものも含む)は以下のようにになっている。

図表3)－1 各年齢別の回答数

月齢	0～12 (0歳)	13～24 (1歳)	25～36 (2歳)	37～48 (3歳)	49～60 (4歳)	61～72 (5歳)	72～ (6歳)	総回答
回答数	23	158	171	200	187	145	74	958
回答割合 (%)	7.5	51.8	56	65.5	61.3	47.5	24.2	44.8

この表において、0歳と6歳の枠の回答割合が低いのは以下のように推測される。まず0歳児には趣味らしい趣味がまだ見られないこと、またすでに見たように、このアンケートに回答してくれた方の子どもはすでに見たように5.6歳が平均であるため、まだ迎えていない6歳時の記述が少なくなっていることがその理由だろう。0歳、6歳の枠を除けば、1～5歳の5枠で47.5%～65.5%の記述が得られているため、記述の量としては一定に揃っており分析の条件としては整っていると言えるだろう。

また、各枠に書かれた記述から、「遊びメディア」を示す単語として認められる言葉を抽出している。それぞれのキーワードは、同じ内容を示しながらも別の言葉になっているものもあるため、内容から勘案して、まとめている。その際、細目説明で示したような編集を加えてある。

図表3)ー2 頻出キーワード(全2135枠の中から、キーワードとして10記述以上のものを抽出した)

キーワード	数	細目説明
「公園」	80	公園(77記述)に、屋外(3記述)を加えている
「自転車」	71	自転車(61記述)に、サイクリング(10記述)を加えている
「ボール」	67	ボール(66記述)に、ボール遊び(1記述)を加えている
「本」	56	本(51記述)、図鑑(4記述)、雑誌(1記述)を「本」と総称
「収集」	51	集める(20記述)、カード(12記述)、ぬいぐるみ(8記述)、メダル(3記述)、フィギュア(3記述)、コレクション(2記述)、ソフビ(2記述)、スタンプ(1記述)
「電子ゲーム類」	47	DS(23記述)、Wii(10記述)、マリオ(7記述)、スマホ(4記述)、電子ゲーム(3記述)を「電子ゲーム類」と総称
「戦隊ヒーロー」	43	戦隊(29記述)、ヒーロー(9記述)、・・・ジャー(5記述)を「戦隊ヒーロー」と総称
「電車」	41	電車を指す記述(41記述。出てくる全ての電車種などを含む。「プラレール」は除く)
「音楽」	38	歌(18記述)、音楽(10記述)、ピアノ(10記述)を「音楽」と総称
「プラレール」	37	プラレール(36記述)に「トーマスのプラレール」(1記述・以下の「トーマス」の項目と重複)を加えている
「アンパンマン」	36	それいけ!アンパンマンを指す記述(36記述。出てくる全てのキャラクターやTV番組・本などすべてを含む)
「車」	36	車を指す記述(36記述。出てくる全ての車種などを含む。「ミニカー」は除く)
「仮面ライダー」	30	仮面ライダーを指す記述(30記述。出てくる全てのキャラクターやTV番組・本などすべてを含む)
「アニメ」	29	総称としてのアニメを指す記述(29記述。タイトル名はなく、「アニメが好きになった」などの記載)
「妖怪ウォッチ」	27	妖怪ウォッチを指す記述(27記述。出てくる全てのキャラクターやTV番組・本などすべてを含む)
「絵本」	25	絵本を指す記述(25記述。出てくる全てのタイトルなどを含む)
「散歩」	24	散歩(18記述)に、お出かけ(6記述)を加えている
「おもちゃ」	24	総称としてのおもちゃを指す記述(24記述。例えばおもちゃ名ではなく、「おもちゃで遊ぶようになった」などの記載)
「動植物」	23	魚(7記述)、飼育(4記述)、カブトムシ(3記述)、猫(4記述)、犬(2記述)、ザリガニ(2記述)、植物(1記述)を「昆虫・動植物」と総称

「旅行」	21	ドライブ（9記述）、旅行（5記述）、スキー（3記述）、キャンプ（2記述）、ハイキング（2記述）を「旅行」と総称
「ブロック」	21	名称通り
「レゴ」	18	名称通り
「プリキュア」	17	プリキュアシリーズの総称を指す記述（17記述。出てくる全てのキャラクターやTV番組・本などすべてを含む）
「幼児向け番組」	15	おかあさんといっしょ（6記述）、しまじろう（6記述）、幼児番組（2記述）、NHK子ども向け番組（1記述）を「幼児向け番組」と総称
「将棋」	15	名称通り
「造形」	15	工作（13記述）と粘土（2記述）の総称
「釣り」	14	名称通り
「ポケモン」	14	ポケットモンスターシリーズの総称を指す記述（14記述。出てくる全てのキャラクターやTV番組・本などすべてを含む）
「きかんしゃトーマス」	13	きかんしゃトーマスとなかまたちシリーズの総称を指す記述（13記述。出てくる全てのキャラクターやTV番組・本などすべてを含む）
「トランプ」	12	名称通り
「動物園・テーマパーク」	11	動物園（3記述）、遊園地（3記述）、USJ（2記述）、海遊館（2記述）、水族館（1記述）を「動物園・テーマパーク」と総称
「ミニカー」	10	ミニカーを指す記述（10記述。出てくる全ての車種などを含む）
「野球」	10	名称通り（「ボール」とは別）
「プール」	10	名称通り
「オセロ」	10	名称通り

このようにして編集した頻出キーワードを、次の表のように一覧にしている。それぞれの「遊びメディア」の人気度合いと、年齢別の出現件数が見て取れる。上位は、「公園」、「自転車」、「ボール」、「本」、「収集」、「電子ゲーム類」、「戦隊ヒーロー」、「電車」、「音楽」、「プラレール」、「アンパンマン」、「車」、「仮面ライダー」(30記述以上)となっている。

図表3)－3 「遊びメディア」の人気度合い・合計順

(ピークの枠を灰色で示している。ピークは、各年齢を通しての最高の数字を指す。複数のピークがある場合もある。)

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「公園」	3	19	16	14	16	10	2	80

「自転車」	0	2	4	9	30	21	5	71
「ボール」	1	9	12	10	15	15	5	67
「本」	5	10	11	11	7	10	2	56
「収集」	1	8	9	10	9	9	5	51
「電子ゲーム類」	0	0	2	6	16	13	10	47
「戦隊ヒーロー」	0	4	7	14	14	5	0	44
「電車」	2	6	19	9	4	0	1	41
「音楽」	0	6	7	10	10	2	3	38
「プラレール」	0	5	13	12	6	1	0	37
「アンパンマン」	1	13	9	10	3	0	0	36
「車」	1	15	4	8	1	7	0	36
「仮面ライダー」	0	1	10	10	5	4	0	30
「アニメ」	0	2	5	9	6	6	1	29
「妖怪ウォッチ」	0	0	0	3	8	9	7	27
「サッカー」	0	1	3	4	10	6	2	26
「絵本」	5	9	3	3	3	2	0	25
「散歩」	1	11	8	0	3	1	0	24
「おもちゃ」	1	11	8	0	3	1	0	24
「動植物」	1	0	3	7	4	4	4	23
「旅行」	2	3	3	3	3	5	2	21
「ブロック」	1	6	2	7	4	1	0	21
「レゴ」	0	0	2	6	6	2	2	18
「プリキュア」	0	0	1	11	4	1	0	17
「幼児向け番組」	0	6	4	5	0	0	0	15
「将棋」	0	0	0	1	3	5	6	15
「造形」	0	0	1	7	3	4	0	15
「釣り」	0	1	2	1	7	2	1	14
「ポケモン」	0	1	2	6	3	1	1	14
「きかんしゃトーマス」	0	3	8	1	1	0	0	13
「トランプ」	0	0	0	3	6	0	3	12
「動物園・テーマパーク」	0	1	5	3	2	0	0	11
「野球」	0	0	0	0	7	3	0	10
「ミニカー」	0	4	4	0	2	0	0	10
「プール」	0	1	0	2	3	4	0	10
「オセロ」	0	0	0	0	6	2	2	10

この一覧表から、各年齢別の傾向を明らかにするために、ピークの枠が5つ入るまでの表を各年齢別に示す。

図表3)－4 0歳上位

「本」	5
「絵本」	5
「公園」	3
「電車」	2
「旅行」	2

(0歳をピークにするものはなし)

0歳時に関しては、すでに述べたように、趣味らしい趣味が見られないため、全体的に記述も少なかった(すべての枠の7.5%)。その中でも一般に保護者と一緒に行なうであろうと事前に予想していた趣味が数を集めている。0歳にとっては、「本」と「絵本」は同じ内容の乳児向き絵本を指すと思われるため、この0歳時においては、絵本が圧倒的に多く記述されたことになる。

図表3)－5 1歳上位

「公園」	19
「車」	15
「アンパンマン」	13
「散歩」	11
「おもちゃ」	11

(灰色の枠はピークの数字)

1歳時では、ピークの5つで上位が占められているように、この1歳児に初めて現れながらも、その後減少していくものが現れてきている。後に類似するものの比較で示すように、「車」、「アンパンマン」はこの後、3～4歳頃には見られなくなるキーワードである。また、ここでトップの「公園」は、その後も安定して記述されている。

図表3)－6 2歳上位

「電車」	19
「公園」	16
「プラレール」	13
「ボール」	12
「本」	11
「仮面ライダー」	10
「アンパンマン」	9
「収集」	9
「きかんしゃトーマス」	8

2歳時では、「電車」がトップとなり、また「プラレール」がピークの2つ目、「きかんしゃトーマス」もピークの5つ目として入っているように、鉄道関係のキーワードが多く書かれるようになってきている。また、全ての年齢でも人気になる「ボール」、「収集」も入ってきている。男の子に人気であろう「仮面ライダー」もここをピークとしてランクに入っている。

図表3)－7 3歳上位

「公園」	14
「戦隊ヒーロー」	14
「プラレール」	12
「本」	11
「プリキュア」	11

この時期では、「戦隊ヒーロー」、「プリキュア」、「仮面ライダー」がピークで記述されている。「音楽」というキーワードもここで頻出しているが、やはり楽器を始めるには3歳というのが定説なのだろうか。概ね2歳時と似通っているが、ここでの「アンパンマン」は後に見るように「ア

「ボール」	10
「仮面ライダー」	10
「収集」	10
「音楽」	10
「アンパンマン」	10

ンパンマンには興味を示さなくなった」などのマイナスの記述がその記述の内半数（5記述）含まれている。

図表3)－8 4歳上位

「自転車」	30
「公園」	16
「電子ゲーム類」	16
「ボール」	15
「戦隊ヒーロー」	14
「音楽」	10

4歳では、「自転車」が始めてランクに入るが、これは多くの子どもが4歳から自転車の練習をし始めること、また家庭内男性ともその練習を行なうことを示しているだろう。また「電子ゲーム類」もここでピークとして記述されている。

図表3)－8 5歳上位

「自転車」	21
「ボール」	15
「電子ゲーム類」	13
「公園」	10
「本」	10
「収集」	9
「妖怪ウォッチ」	9
「車」	7
「サッカー」	6
「アニメ」	6
「戦隊ヒーロー」	5
「旅行」	5
「将棋」	5
「仮面ライダー」	4
「動植物」	4
「造形」	4
「プール」	4

5歳時でも「自転車」がピークである。この自転車には、サイクリングという記述も含まれているため、この自転車の練習から発展して、親子で一緒に自転車で出かけることまで想定されよう。また、この時期になってくると、ピークが4つ登場するまでに、17個のキーワードを待たなければならない。全てがピークのキーワードで占められていた1歳時と比べると、5歳時は趣味が多様になっていることが示されているのだろう。

(5歳でピークなのは上の4つのみ)

図表3)－9 6歳上位

「電子ゲーム類」	10
「妖怪ウォッチ」	7
「将棋」	6
「自転車」	5
「ボール」	5
「収集」	5

(6歳でピークなのは「将棋」のみ)

この時期は、まだ迎えていない子どももいるのでそれほど記述が多くない。5歳時に出現しているキーワードと重なるが、「電子ゲーム類」が1位になるといった変動も見られる。

ここまで、年齢毎に、どのような「遊びメディア」が好まれるのかについて見てきた。ここからは、多く記述された「遊びメディア」が、家庭内男性と子どもたちにどのように受け入れられていくかを見ていくことで、それぞれの特徴を分析していきたい。

次の表は、合計数の多いものから2位の「自転車」を除いた1位、3～5位の項目である。

図表3)－10 基礎的な「遊びメディア」

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「公園」	3	19	16	14	16	10	2	80
「ボール」	1	9	12	10	15	15	5	67
「本」	5	10	11	11	7	10	2	56
「収集」	1	8	9	10	9	9	5	51

この4つは、上位1～5位に入るものであり、各年齢においても満遍なく、回答されている「遊びメディア」である。「公園」は1～5歳の5枠において、10記述以上の回答を得ており、各年齢で継続的に用いられていることがわかる。他の3つもほぼ10記述程度、1～5歳の5枠で書かれていることから、ここで取り出した4つは家庭内男性と幼児期の子どもが関わる際の基礎的な「遊びメディア」と呼んでも差支えがないだろう。また、「公園」が全ての項目を通して、トップであった理由は、公園でボール遊びや収集をするなどといった遊びも考えることが可能で、この「公園」が包括的なカテゴリーとして多く記述されたといったことも推測できる。また、この「公園」の項目から見ると、いわゆる「公園デビュー」といった親子の課題が主に1歳より始められることも窺える。これは「散歩」の項目を見ても、やはり1歳をピークにしていることから、外遊びのスタートは1歳時にあることがわかる。

図表3)－11 「散歩」

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「散歩」	1	11	8	0	3	1	0	24

さらに「ボール」とその類似項目と考えられる、「サッカー」、「野球」について比べてみる。

図表3)－12 「ボール」とその類似項目「サッカー」、「野球」

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「ボール」	1	9	12	10	15	15	5	67
「サッカー」	0	1	3	4	10	6	2	26
「野球」	0	0	0	0	7	3	0	10

この比較については、「サッカー」、「野球」といった球技の出現は、「ボール」に比べると遅くなるということが見て取れる。言うまでもないことであるが、社会性、ルールの理解などが必要になる球技は3～4歳を待たなければ、スタートできないということであろうが、それに比べると「ボール」という「遊びメディア」は幼児期においては年齢を超えた汎用性があることがわかる。

また、この「サッカー」、「野球」と同じ傾向を見せるのが、「電子ゲーム類」である。4歳をピークに6歳まで10記述以上、記載されている。このデータを見ると、5歳、6歳と年齢を経るごとに記述が減っていつている。これは4歳以降、継続されているため、特記事項でなくなっているということであろうが、これも上の「サッカー」、「野球」と同じ傾向である。

図表3)－13 「電子ゲーム類」

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「電子ゲーム類」	0	0	2	6	16	13	10	47

続いて、子どもにとって人気強い、TVキャラクターも比較検討しておこう。

図表3)－14 TVキャラクター

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「戦隊ヒーロー」	0	4	7	14	14	5	0	44
「アンパンマン」	1	13	9	10	3	0	0	36
「仮面ライダー」	0	1	10	10	5	4	0	30
「アニメ」	0	2	5	9	6	6	1	29
「妖怪ウォッチ」	0	0	0	3	8	9	7	27
「プリキュア」	0	0	1	11	4	1	0	17
「ポケモン」	0	1	2	6	3	1	1	14
「きかんしゃ トーマス」	0	3	8	1	1	0	0	13

比較のために、「アニメ」以下、30記述未満の項目も取り上げる。このカテゴリーはほぼ一般的な保護者が考えるような事前の予想を裏切らないデータが得られている。それは、「アンパンマン」が1歳時にピークを迎え、その後は人気を保ちながら、4歳頃からは記述されなくなってくることや、「戦隊ヒーロー」、「仮面ライダー」、「プリキュア」は、2～3歳時にピークがある、といった予想である。

また、記述の内容も含めて考えてみると、「アンパンマン」に関しては次のようなデータも浮かび上がってくる。「アンパンマン」は1歳～3歳時をピークとし、5、6歳児にはその記述もなくなるが、その2～4歳時の記述には、記述例に示したような、「『アンパンマン』には興味がなくなる」というマイナスの記述も含まれている。具体例としては以下の記述である。

具体的な記述より

- | | |
|----|--|
| 1歳 | シールをはる、てるてる坊主を作る、スタンプをペタッンすることに興味を持った。 |
| 2歳 | アンパンマンに興味をもつようになった。 |
| 3歳 | おりがみに興味をもつようになった。アンパンマンに興味なくなり、ドラえもんが好きになった。 |
| 6歳 | 宝塚歌劇など観劇に興味が出てきた。よしもと新喜劇にもはまっている。 |

また、このような「アンパンマン」のマイナス記述に関しては、以下のような数値となる。

図表3)－15 「アンパンマン」

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「『アンパンマン』に興味がなくなる」などのマイナス記述	0	0	1	5	3	0	0	9
「アンパンマン」という言葉を含む記述（上のマイナス記述を含む）	1	13	9	10	3	0	0	36

この「アンパンマン」に関しての記述を分析すると、1歳児のピークでは、「興味をもつ」などの「アンパンマン」についてのプラス記述であるが、3歳以降では、半分が「興味なくなる」などのマイナス記述であり、4歳ではすべてそのようなマイナス記述である。つまり、これは子どもをもつ親なら誰もが経験することであるが、「アンパンマン」は1～2歳でその関心のピークを迎え、3歳～4歳にかけて、その関心は消失していくことが、このデータから裏付けられている。このことは先述の「バンダイこどもアンケート2015」でもはっきりと見つけられる傾向である。ちなみに、この2015年のアンケートで初めて総合首位を獲得し、また本アンケートの2)の設問で多く書かれていた「妖怪ウォッチ」が、この3)の記述ではそれほど奮わないのは、この記述が最大過去6年間の対象とした回顧的な記述であり、そのため、2013年以降に人気が出てきた「妖怪ウォッチ」には不利な形式の設問であると言えるだろう。

また男の子に人気があると言われる、「・・・ジャー」(2015年11月現在では、「手裏剣戦隊ニンニンジャー」) シリーズである「戦隊ヒーロー」物と、1971年より一度の中断を含みながらもTVシリーズが更新されている「仮面ライダー」物についても見ておこう。比較のため、女子をターゲットにした「プリキュア」物の数字もあげている。

図表3)－16 「戦隊ヒーロー」「仮面ライダー」「プリキュア」

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「戦隊ヒーロー」	0	4	7	14	14	5	0	44
「仮面ライダー」	0	1	10	10	5	4	0	30
「プリキュア」	0	0	1	11	4	1	0	17

この三項目の比較で言えば、「戦隊ヒーロー」、「仮面ライダー」、「プリキュア」の順になっている。いずれもピークは3歳で（「仮面ライダー」は2歳と3歳が同じ記述数）、その後は減少傾向になる。当初の予想では、こちらも「アンパンマン」と同様に、「興味なくなる」などのマイナス記述が多く見られるかと思われたが、意外とそのような記述は少なかった。以下がそのまとめである（「プリキュア」についてはマイナス記述はなかった）。いずれもマイナス記述は、4歳で出現するが、

戦隊物やライダー物のいわゆる「卒業」については、興味深いテーマであり、今後の調査で詳細に調べてみたいとも考えている。すでに検討した「サッカー」、「野球」同様に、ある程度の社会性の成長と、戦隊物やライダー物の「卒業」というのが関わってくるのではないかという仮説は想定することができるだろう。

図表3) -17 「戦隊ヒーロー」「仮面ライダー」のマイナス記述

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「『戦隊ヒーロー』に興味 がなくなる」などのマイ ナス記述	0	0	0	0	1	0	0	1
「戦隊ヒーロー」という 言葉を含む記述（上のマ イナス記述を含む）	0	4	7	14	14	5	0	44
「『仮面ライダー』に興味 がなくなる」などのマイ ナス記述	0	0	0	0	2	0	0	2
「仮面ライダー」という 言葉を含む記述（上のマ イナス記述を含む）	0	1	10	10	5	4	0	30

さて、上のヒーロー物と並んで、男の子にとって人気があると言われる、乗り物についても見ておこう。以下、乗り物およびそのおもちゃとキャラクターを抽出している。興味深いことに、上に並べた鉄道系が2歳をピークにしているが、車系は1歳をピークにしている。

図表3) -18 乗り物

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「電車」	2	6	19	9	4	0	1	41
「プラレール」	0	5	13	12	6	1	0	37
「きかんしゃトーマス」	0	3	8	1	1	0	0	13
「車」	1	15	4	8	1	7	0	36
「ミニカー」	0	4	4	0	2	0	0	10

これは拙著で示した仮説となるが、車趣味より鉄道趣味の方がいくぶん複雑な世界であることが、この車のピークと鉄道のピークが少しずれていることの理由のように思われる。例えば、車も電車も日本では諸外国と比べ、車種が多く、子どもに人気の趣味ジャンルであることは確かであるが、鉄道には路線図、時刻表や地理、写真など派生的な関心が付け加わる。その分、鉄道趣味の方が車趣味よりも後で出現し、その後も持続されるというのが筆者の仮説であるが²⁾、数量的にはデータ

が乏しいため、このことはデータから実証されているとは言いがたい。ピークの数字の後も、「電車」、「プラレール」、「車」は、一定数の記述がある。特に「車」は5歳時に7記述も書かれている。

また、「ミニカー」では、1～2歳が共にピークである。1～2歳は1年の幅であるが、発達においては言語・行動面で目覚しい違いを見せる時期である。この1、2歳の間で起こる趣味のズレについては、今後の調査の課題としたい。

また、この乗り物系においても、「アンパンマン」と同様に、「興味がなくなる」などのマイナス記述が多く見られるかと思っていたが、それは予想外に少なかった。具体的には以下のようになっている。

図表3)－19 「電車」「プラレール」「トーマス」「ミニカー」のマイナス記述

項目	0歳	1歳	2歳	3歳	4歳	5歳	6歳	合計
「『電車』に興味なくなる」などのマイナス記述	0	0	0	1	0	0	0	1
「『プラレール』に興味なくなる」などのマイナス記述	0	0	1	1	1	0	0	3
「『トーマス』に興味なくなる」などのマイナス記述	0	0	0	0	1	1	0	2
「『ミニカー』に興味なくなる」などのマイナス記述	0	0	1	0	0	0	0	1

なお「車」にはマイナス記述はなかった。

上述のように、本稿での記述の分析は、キーワード抽出による量的分析によって行なわれてきた。ある種の数値的傾向などは現れているため、量的分析としては一定の成果を示せているとすることができよう。しかしながら、実際の記述は、キーワードの数値に還元できないほど豊かであり、育児経験の実感に満ちているものである。以下に2例ほど、具体的な記述をあげて、そのことを読者の方々にも知っておいていただければと思う。

A児

- 1歳 公園でブランコを父親にこいで（押して）もらったり、滑り台の上から支えてもらって滑ったりすることを楽しむ。
- 2歳 砂場に夢中でした。追いかけられることが大好きでした。
- 3歳 祖父に買ってもらった自転車に乗って遊ぶことが多かったです。ブランコをこいだりすべり台に自分で乗ったり、自分でできるようになってきましたが、そばに父親（or母親）がいることを望んでいました。「見てて」とよく言っていました。3歳ぐらいから父親と遠出ができるようになってきました。それまでは母親もいないと嫌がっていました。
- 4歳 ルールのある遊び（鬼ごっこ、かくれんぼ、かけっこ、ボールころがし（ドッジボール））などをしたがることが多かったです。
- 5歳 うんていや縄跳びなどちょっと練習の必要な遊びを好むようになりました。父親に教えてもらったり、はげまされたりして挑戦していました。
- 6歳 トランプやどうぶつ将棋、インラインスケート、竹馬に興味を持ってきた。神経衰弱は父親よりも強い。

B児

- 0歳 父親がよく絵本のよみかかせをしてくれるので、よろこんできている。
- 2歳 下の妹ができて、新生児のころはなかなか外出ができず、初めて父親と2人で海遊館に出かけた。
- 3歳までは動物園がとても苦手なわりに、水遊館がとても好きで年に10回以上でかけていたが、少しずつ動物のエサやりに興味が出てきた。ピクニックが大好きで、天気によければお弁当をもって出かけたがる。
- 4歳 自宅のジャングルジム、鉄棒、すべり台などで、夕食後、30分くらい体を動かすのが日課
- 5歳 父親と遊ぶときは、とんだり、走ったり、とにかく激しく動き回る。5歳になって、以前から（もの心ついたころから）好きだった料理をほぼ毎日するようになった。（お米洗い、炒め物、クッキー作りなど）

結びにかえて

さて、今後の検討課題などは上の分析にも付しているが、本稿を振り返ってみて、研究全体に対して反省を加える際、以下の2点を大きな課題として有しているように思われる。

まず一つは、関係性を抽出するようなアンケートであったかという疑問がある。先の章の終わりに2例ほど、具体的な記述をそのまま載せているが、本稿の結果考察の大部分は、量的調査に拠っ

ている。また、アンケート趣旨を回答者に徹底することができなかつたため、関わりについてではなく、子どもの好きなものを答えている回答が多いようにも思われる。また、その半面、関係性の質にまで踏み込んだ回答もあり、ばらつきが多いデータとなっている。

この課題の改善としては、アンケートにおける説明の工夫が必要であると思われる。今後予定されている調査では、家庭内男性と子どもの関係性について書いてもらえるような形を考案したいと考える。

また、もう一つの課題は、頻出ワードのジャンルが曖昧ではないかということである。例えば、「妖怪ウォッチ」、「電車」など、具体的なおもちゃなのか、ゲームなのか、実物なのか判別がつかないため、本稿では、その分類をせず、キーワードの形で抽出している。そのことは、TV、ゲーム機、アーケードゲーム、インターネット、雑誌、マンガなどを横断させるメディアミックス戦略が普及した今日の子ども向け市場の状況を反映したものになっている。その意味では、キーワードから具体物が判別されなかつたとしても批判を受けるものではないと思われるが、問題は、アンケート回答者にこちらが調査の背景として有していた「遊びメディア」についての考えが十分に伝わっていなかったことだろう。改善案としては、「遊びメディア」という概念をより整理し、身近でわかりやすい事例などを挙げながら、アンケート回答者にお伝えして、再度、本稿で課題となったことをアンケート調査していければと考えている。

註

- 1) 弘田陽介、永井久美子「子どもの発達と「メディア」としてのおもちゃ ——保育現場におけるおもちゃと家庭における「妖怪ウォッチ」の商品の狭間で——」(大阪城南女子短期大学編『大阪城南女子短期大学紀要』第49号、2015)。また同論文で、教育学におけるメディア論として取り上げたものは、以下の二つの著作である。今井康雄『ヴァルター・ベンヤミンの教育思想—メディアのなかの教育』世織書房、1998。矢野智司『幼児理解の現象学—メディアが開く子どもの生命世界』萌文書林、2014。
- 2) 弘田陽介『子どもはなぜ電車が好きなのか 鉄道好きの教育〈鉄〉学』(冬弓舎、2011)で、鉄道趣味と車趣味の違いについては論じている。

参考資料・文献

- ・バンダイこどもアンケート vol.216「お子さまの好きなキャラクターに関する意識調査」<http://www.bandai.co.jp/kodomo/pdf/question222.pdf> (2015年11月30日接続確認)。
- ・弘田陽介、永井久美子「子どもの発達と「メディア」としてのおもちゃ ——保育現場におけるおもちゃと家庭における「妖怪ウォッチ」の商品の狭間で——」大阪城南女子短期大学編『大阪城南女子短期大学紀要』第49号、2015
- ・安田裕子他編『TEA 実践編』新曜社、2015
- ・矢野智司『幼児理解の現象学—メディアが開く子どもの生命世界』萌文書林、2014

- ・サンケイリビング新聞社・あんふあん事業部編『園児とママのデータ vol.12』サンケイリビング新聞社、2014
- ・弘田陽介『子どもはなぜ電車が好きなのか 鉄道好きの教育〈鉄〉学』冬弓舎、2011
- ・今井康雄『ヴァルター・ベンヤミンの教育思想—メディアのなかの教育』世織書房、1998

付記 本研究は公益財団法人・前川財団平成27年度研究助成を受けて、行われている研究（「幼児の『遊びメディア』（乗り物・TVヒーロー）分析を通じた家庭内男性の文化伝承の歴史の変遷」）の成果報告である。また本稿のベースとなっているのは、芝田と弘田が行なった、全国保育士養成協議会第54回研究大会（2015年9月21～23日、於ロイトン札幌）でのポスター発表「幼児の「遊びメディア」分析を通じた家庭内男性の子育てへの参画分析（1）」「同（2）」、および芝田が行なった日本乳幼児教育学会第25回大会（2015年11月28～29日、於昭和女子大学）での研究発表「家庭内男性と幼児の趣味の共有について ～①アンケート調査から～」である。これらの発表の内容に、分析・考察を大幅に加えたものが本稿である。

（しばた けいいちろう：講師）

（ひろた ようすけ：大阪総合保育大学児童保育学部講師）