

親子間ルール「スマホを使うのは決められた時間だけ」は7割以上が設定

～考えてみましょう！親子間のスマホルール～

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

◆ポイント◆

- ・スマホを利用する小中学生とその保護者の8割以上が親子間ルールを設定。
- ・「スマホを使うのは決められた時間だけ」は7割以上の親子が設定。
- ・親子間ルールを破った場合の対応は学年が上がるにつれ「子どもと話し合う」が減少。

1. 調査結果：

1-1. スマホ利用の親子間ルール設定率

スマホを利用している関東1都6県在住の小中学生の保護者に、スマホ利用の親子間ルールについて伺いました。その結果、8割以上が何かしらの親子間ルールを設定していました(図1)。続いて、親子間ルールを設定している保護者を対象に、親子間ルールの内容について伺ったところ(図2)、いずれの学年でも高い設定率だったのは「スマホを使うのは決められた時間だけ」が7～8割、「食事中にスマホを利用しない」というルールも高い割合を示していました。

図1. スマホ利用の親子間ルール設定率(SA・学年別)

[調査対象：スマホを利用している小中学生の保護者]

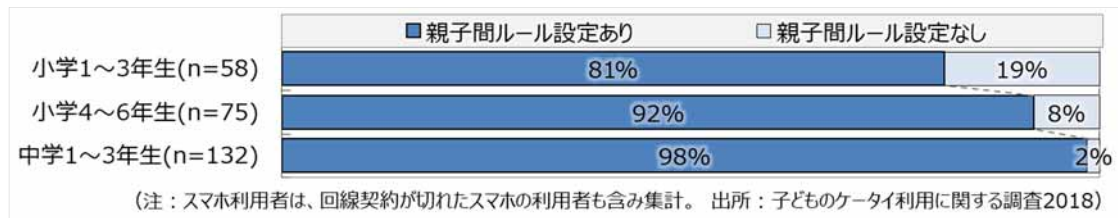
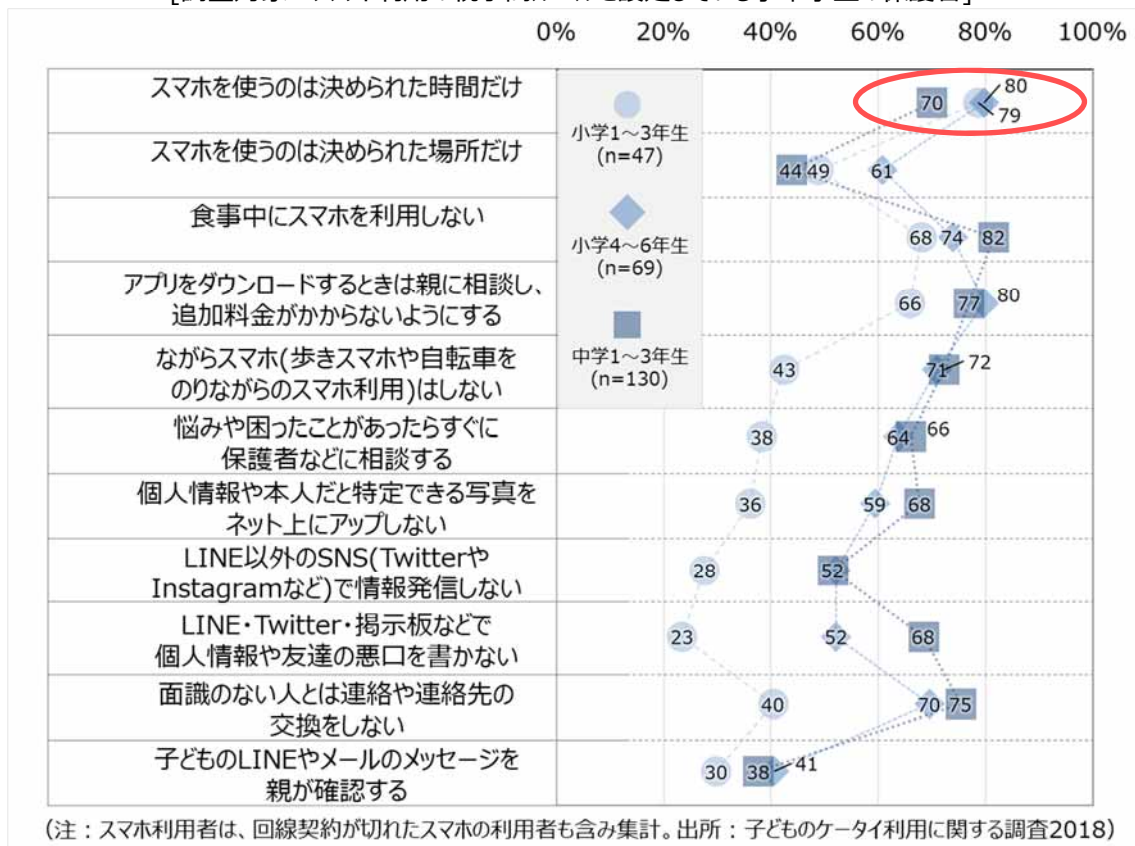


図2. スマホ利用の親子間ルールの内容(MA・学年別)

[調査対象：スマホ利用の親子間ルールを設定している小中学生の保護者]

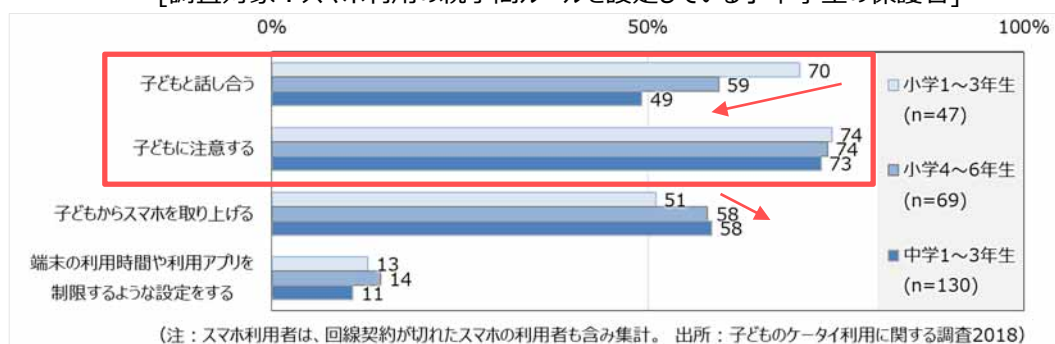


それぞれの親子間ルールは、スマホ利用が活発化する高学年になるほど設定率が高くなる傾向がありました。「ながらスマホはしない」「面識のない人とは連絡や連絡先の交換をしない」「アプリをダウンロードするときの相談」「悩みや困ったことがあったらすぐに相談」「LINE・Twitter・掲示板などで個人情報や友達の悪口を書かない」「LINE以外のSNSで情報発信しない」など、高学年になるほどより具体的な親子間ルールの設定率が上がり、親の子どもを心配で思いやる気持ちがよくわかります。中学生になると子どもの自主性が高まり、スマホの利用が活発化する中で、保護者の対応もそれに応じて変わっていることが伺えます。

1-2. 子どもがスマホ利用の親子間ルールを破ってしまった場合の対応

一方、親子間ルールを破ってしまった場合の対応も学年差が一部みられました。スマホ利用者で親子間ルールを設定している小中学生の保護者に「もしお子様がスマホ利用の親子間ルールを破ったらどうしますか。あてはまるものをすべてお選びください。」と伺いました(図 3)。

図 3. 子どもがスマホ利用の親子間ルールを破ってしまった場合の対応(MA・学年別)
[調査対象：スマホ利用の親子間ルールを設定している小中学生の保護者]



その結果、親子間ルールを破った場合には、「子どもと話し合う」「子どもに注意する」と答えた保護者が比較的多くおおよそ 5～7 割となっていました。しかし、「子どもと話し合う」と答えた保護者の割合は学年が上がるに伴い減少し、逆に「子どもからスマホを取り上げる」は学年が上がるやや拡大し、中学生になると 6 割程となりました。中学生になると、授業・部活・クラスメートとの交流や活動範囲も広がってきます。自分で自分の時間をコントロールすることも求められてきます。スマホの利用が活発化する中で、保護者の方が対応に苦慮されていることが拝察されます。

自分から情報発信できるがすぐに伝搬してしまうインターネットの怖さ、情報が正しいかわからないインターネットをはじめとしたメディアとの付き合い方、親子間ルールの見直しも含めて、お子様と話し合ってみてはいかがでしょうか。

2. 調査概要 —子どものケータイ利用に関する調査 2018—

調査方法	訪問留置調査
調査対象	関東 1 都 6 県に在住する小中学生の子どもとその保護者
有効回答数	500 組の親子
サンプリング	層化二段抽出[クォータサンプリング法(都市規模別性年代)] 7～15歳の都市規模別人口構成比に応じて、町丁目(50地点)を比例配分して抽出し、抽出された町丁目において、7～9歳、10～12歳、13-15歳の都市規模別性年代人口構成比に応じて個人を割り当て、該当者をランダムウォーク法で抽出
調査時期	2018年9月

小中学生の方が安心・安全にスマホを利用していただくためのガイドや、スマホ・ケータイ安全教室のご案内を下記の URL で公開しています。ぜひご家庭・学校でご活用下さい。

<<https://www.nttdocomo.co.jp/corporate/csr/safety/>>

■問い合わせ先

詳細なデータ、質問項目など、ご不明な点がございましたら、下記までご連絡ください。

株式会社 NTT ドコモ モバイル社会研究所 msri-inq-ml@nttdocomo.com