

第二部

青少年のテレビ視聴の特徴

7 テレビ視聴時間の3群比較

7.1 基本属性の比較

平日・休日ともにリアルタイムでも録画でもテレビ視聴がなかったのは約2割。“視聴なし”群には男子が多い。

日記票に記載を求めた平日1日・休日1日それぞれにおいて、①リアルタイム及び録画・オンデマンドでのテレビ番組の視聴がいずれもなかった群（“視聴なし”）、②行為者平均時間以下の群（“行為者平均以下”）、③平均以上の群（“行為者平均より長い”）の3群を構成し、その基本属性について検討した（表15）。平日・休日ともに、リアルタイムでも録画でもテレビ視聴がなかったのは約2割で、5人に1人の中高生はテレビを見ない日があったことがわかった。一方、平日29.3%・休日29.6%の行為者平均より長い視聴をしていた群では、平均視聴時間が3～4時間を超え、中高生のテレビ視聴時間は広い範囲に分布している傾向が伺われた。視聴なし群の男子の割合は、平日64.3%・休日65.5%で他2群よりも多くみられた。

表15 テレビ視聴時間3群の属性

【平日】			
	平均より長い	平均以下	視聴なし
標本サイズ	29.3%	50.6%	20.1%
TVリアルタイム視聴（分）	215.0	60.5	0.0
TV録画・オンデマンド視聴（分）	30.8	14.6	0.0
子どもの年齢（歳）	14.9	14.9	14.9
性別（男子%）	<u>38.5%</u>	50.6%	<u>64.3%</u>
中学生	58.0%	55.1%	53.6%
収入（400万円以上）	70.4%	82.6%	71.3%
親の学歴（大卒以上）	19.6%	27.2%	26.8%
大都市（23区含む）在住者	35.7%	21.1%	21.4%
【休日】			
	平均より長い	平均以下	視聴なし
標本サイズ	29.6%	47.2%	23.2%
TVリアルタイム視聴（分）	294.4	84.2	0.0
TV録画・オンデマンド視聴（分）	74.8	22.3	0.0
子どもの年齢	14.8	14.9	15.1
性別（男子%）	<u>40.3%</u>	48.3%	<u>65.5%</u>
中学生	58.3%	55.0%	51.3%
収入（400万円以上）	75.2%	80.5%	68.8%
親の学歴（大卒以上）	20.1%	28.4%	24.1%
大都市（23区含む）在住者	27.1%	24.3%	26.5%

注）下線部分は20ポイント以上差があった組み合わせ。

7.2 生活時間の比較

視聴時間が行為者平均より長い群は、家庭外学習(塾・図書館)の時間が少なく、休日のクラブ活動時間が長い。

視聴がなかった群と平均以下の群は、平日・休日での塾・図書館での学習時間が平均より長い群に比べてより長く(視聴なし: 43.0分・41.6分、平均以下: 38.3分・38.1分、平均以上: 20.1分・18.3分、平均以上と視聴なしで有意差あり: $p < .01$)、また休日のクラブ活動(視聴なし: 125.1分、平均以下: 127.8分、平均より長い: 75.5分、平均以上と平均以下で有意差あり: $p < .01$)にも同様な差がみられた(表16)。

起床・就寝時刻、平日に家を出た時間には3群でほとんど差が見られないが、平日の帰宅時間は平均より長い群では17:30であるのに対し、視聴なし・平均以下では18:17・18:16と45分以上の差があった。総じて、行為者平均より長いテレビ視聴があった群は他2群に比較して家庭外での活動時間が少なく、在宅時間が長い傾向にあることが示された。自宅で過ごす時間の多寡が中高生のテレビ視聴時間に影響していることが伺われる。

表16 テレビ視聴3群の生活時間

<生活時間>		平日テレビ視聴時間群		
		平均より長い	平均以下	2日間 視聴なし
平日	起床時刻	6:34	6:28	6:33
	就寝時刻	23:20	23:19	23:15
	家を出た時間	7:33	7:27	7:26
	帰宅時間	17:30	18:16	18:17
	クラブ活動	56.5分	75.6分	72.0分
	家庭学習時間	68.5分	63.6分	66.1分
	塾・図書館での学習	20.1分 ^a	38.3分	43.0分 ^b
		休日テレビ視聴時間群		
		平均より長い	平均以下	2日間 視聴なし
休日	起床時刻	7:50	7:32	8:00
	就寝時刻	23:25	23:17	23:22
	クラブ活動	75.5分 ^a	127.8分 ^b	125.1分
	家庭学習	101.3分	103.7分	90.9分
	塾・図書館での学習	18.3分	38.1分	41.6分

** $p < .01$; * $p < .05$

7.3 テレビ以外のメディア利用時間の比較

視聴なし群は、携帯・スマートフォンでの動画視聴時間がやや長い傾向がみられる。

平日のテレビ以外のメディア利用時間には3群で大きな差は見られなかったが（表17）、休日にテレビ視聴がなかった群は、他の2群にくらべて携帯・スマートフォンでのゲームや動画視聴がやや長い傾向が示された（ゲームは、視聴なし：56.7分・平均以下：32.2分・平均以上：34.9分、動画視聴は、視聴なし：70.0分、平均以下：41.0分、平均以上：41.9分）。映像視聴という点で考えると、視聴なし群はテレビ番組からスマートフォンでの動画視聴へとメディア・シフトしている可能性も考えられる。そのコンテンツがテレビ番組でないことは先述の通りであり（スマートフォンでのテレビ番組視聴は未だごくわずかである）、プロが制作するテレビ映像を離れ、素人を含むより多様な作り手によるインターネット映像コンテンツへの移動が起り始めていることも考えられ、テレビをあまり見ない層がどのようなインターネット動画を見ているのか、今後詳細な検討が求められる。

表 17 テレビ以外のメディア利用時間

＜テレビ以外のメディア利用＞		平日テレビ視聴時間群		
		平均より長い	平均以下	視聴なし群
平日	ラジオ	4.6分	3.9分	3.5分
	携帯・スマホ（動画視聴）	29.9分	25.1分	38.2分
	携帯・スマホ（ゲーム）	25.0分	20.5分	36.6分
	パソコン（動画視聴）	3.6分	3.2分	12.2分
	パソコン（ゲーム）	2.5分	4.7分	1.8分
	タブレット端末（動画視聴）	10.2分	9.2分 ^a	16.5分 ^b
	タブレット端末（ゲーム）	7.9分	2.7分	11.5分
	読書時間	11.2分	11.5分	17.4分
		休日テレビ視聴時間群		
		平均より長い	平均以下	視聴なし群
休日	ラジオ	4.4分	1.2分	3.1分
	携帯・スマホ（動画視聴）	41.9分	41.0分	70.0分
	携帯・スマホ（ゲーム）	34.9分	32.2分	56.7分
	パソコン（動画視聴）	8.4分	10.5分	11.6分
	パソコン（ゲーム）	8.0分	7.0分	5.6分
	タブレット端末（動画視聴）	16.4分	14.5分	22.5分
	タブレット端末（ゲーム）	9.8分	11.3分	14.1分
	読書時間	9.6分	10.6分	17.8分

** a<b

** p<.01; * p<.05

8 テレビ視聴中のスマートフォンの使用

8.1 テレビを見ながらの携帯・スマートフォン利用

テレビ視聴中のスマホ使用者は63.7%。スマホの“ながら視聴”は中高生のなかで定着しつつある。

63.7%がテレビを見ながら同時に携帯・スマートフォンを「よく(34.4%)」「ときどき(29.3%)」利用していると回答しており、非所有者を除くとその割合は7割以上に達する。「まったくない」と回答したのは8%に過ぎず、携帯・スマートフォンを手にしながらのテレビ視聴は中高生の間で定着しつつあるといえよう(表18)。

表18 テレビ視聴中の携帯・スマートフォン利用

	%
よくある	34.4%
ときどきある	29.3%
あまりない	7.0%
ほとんどない	9.0%
まったくない	8.0%
持っていない	12.1%
無回答	0.2%

「よくある」・「ときどきある」と回答した割合は中学生より高校生が多く(中学生51.2%・高校生79.0%)、休日・平日ともに行為者平均以上群では7割以上がテレビを見ながらスマホをしており、5割前後の視聴なし群と差がみられた(図3)。

男子	59.8%	平日	平均より長い	71.1%
女子	67.8%		平均以下	61.2%
			視聴なし	55.7%
中学生	51.2%	休日	平均より長い	72.2%
高校生	79.0%		平均以下	65.4%
			視聴なし	46.8%

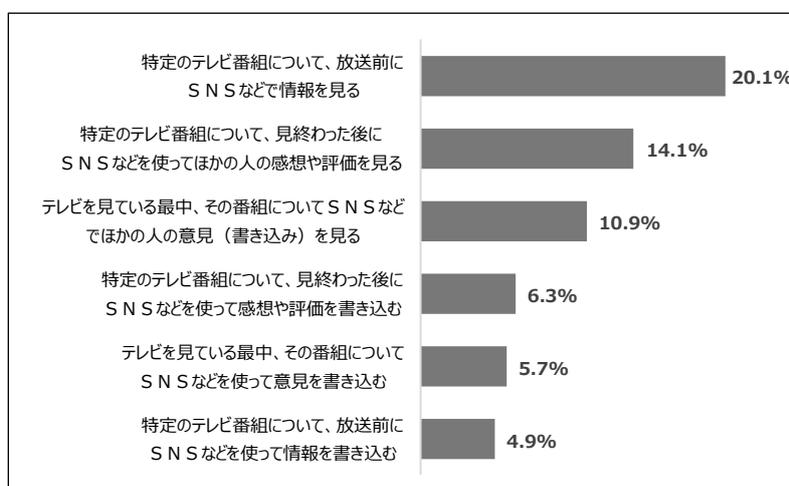
注)「よくある」+「ときどきある」と回答した割合

図3 テレビ視聴中の携帯・スマートフォン利用
(性別・学校種別、平日・休日のテレビ視聴時間別による比較)

8.2 テレビ番組をめぐる SNS 利用

テレビ番組の放送前・放送中・放送後の SNS 発信は 1 割未満、閲覧は 1～2 割。

青少年記入調査票において、特定のテレビ番組について SNS で情報を収集したり他人の感想や評価を閲覧したりするかどうか尋ねたところ、「頻繁にする」・「時々する」と回答したのは、放送前の情報収集が 2 割、放送中あるいは事後の他者の感想の閲覧が 1 割程度、書き込みは、放送前、放送中、放送後いずれも 1 割以下と比較的少数であった（図 4）。男子より女子のほうが、また中学生より高校生のほうが、SNS の利用度が高い傾向がみられたが（図 5、6）、テレビ視聴時間に関する 3 群（平日・休日にテレビ視聴なし群・平均以下群・平均以上群）ではほとんど差がみられなかった（図 7）。



注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合:回答の内訳の詳細は附録(p. 84)参照

図 4 特定テレビ番組の放送前・放送中・放送後の SNS 利用：全体

	男子	女子
放送前の閲覧	16.1%	24.6%
放送後の意見の閲覧	9.8%	18.6%
放送中の閲覧	7.8%	14.2%
放送中の書き込み	4.3%	7.1%
放送前の書き込み	3.5%	6.3%
放送後の書き込み	3.1%	9.5%

注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合

図 5 特定テレビ番組の放送前・放送中・放送後の SNS 利用：（性別による比較）

	中学生	高校生
放送前の閲覧	12.9%	29.4%
放送後の意見の閲覧	6.5%	23.3%
放送中の閲覧	5.7%	17.1%
放送中の書き込み	3.2%	8.3%
放送前の書き込み	2.9%	7.1%
放送後の書き込み	2.9%	10.6%

注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合

図6 特定テレビ番組の放送前・放送中・放送後の SNS 利用：（学校種別による比較）

【平日】	行為者平均 より長い	行為者平均 以下	視聴なし
放送前の閲覧	19.7%	20.6%	20.0%
放送後の意見の閲覧	17.6%	12.3%	12.6%
放送中の閲覧	13.4%	9.0%	11.6%
放送後の書き込み	7.0%	4.5%	7.4%
放送中の書き込み	4.2%	4.1%	8.4%
放送前の書き込み	3.5%	3.7%	7.4%

【休日】	行為者平均 より長い	行為者平均 以下	視聴なし
放送前の閲覧	22.4%	18.1%	22.0%
放送後の意見の閲覧	16.0%	13.2%	13.0%
放送中の閲覧	13.2%	10.6%	8.3%
放送後の書き込み	8.3%	4.4%	5.6%
放送中の書き込み	6.3%	4.0%	5.6%
放送前の書き込み	4.9%	4.0%	4.6%

図7 特定テレビ番組の放送前・放送中・放送後の SNS 利用：
（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

9 青少年がよく見ている番組・積極的に見たいと思う番組

9.1 ふだんよく見ているテレビ番組

中高生がよく見るジャンルとして選択したのは、バラエティ約 8 割、アニメ・ドラマ約 5 割、ニュース・歌/音楽・映画・クイズ/ゲームも約 4 割が選択。教養系は 1 割未満にとどまる。

青少年記入調査票において、普段よく見ているテレビ番組のジャンルについて複数選択で回答を求めたところ、バラエティを選択した者が 77.9%と圧倒的に多く、次いでアニメとドラマが 50%台だった。歌番組・音楽番組、ニュース・報道番組、映画、クイズ・ゲーム番組が各 4 割前後となり、ドキュメンタリー番組や語学等の教養系の番組は 1 割未満だった（図 8）。

男女とも一位はバラエティが占めていたが（表 19）、二位は男子がアニメに対して女子はドラマ、三位は男子がニュース・報道番組に対して女子は歌番組・音楽番組で、男女で異なる嗜好性があることが伺える。中高別では、中学生の二位にアニメが入ったが、高校生ではトップ 3 にアニメは入っていない。視聴なし群（表 20）では、休日・平日ともに他 2 群に比較して好きな番組の選択率そのものが低めであり、一位のバラエティ番組においても、他 2 群は平日・休日ともに 8 割以上の高率であるのに対し、視聴なし群では 6 割台にとどまっている。

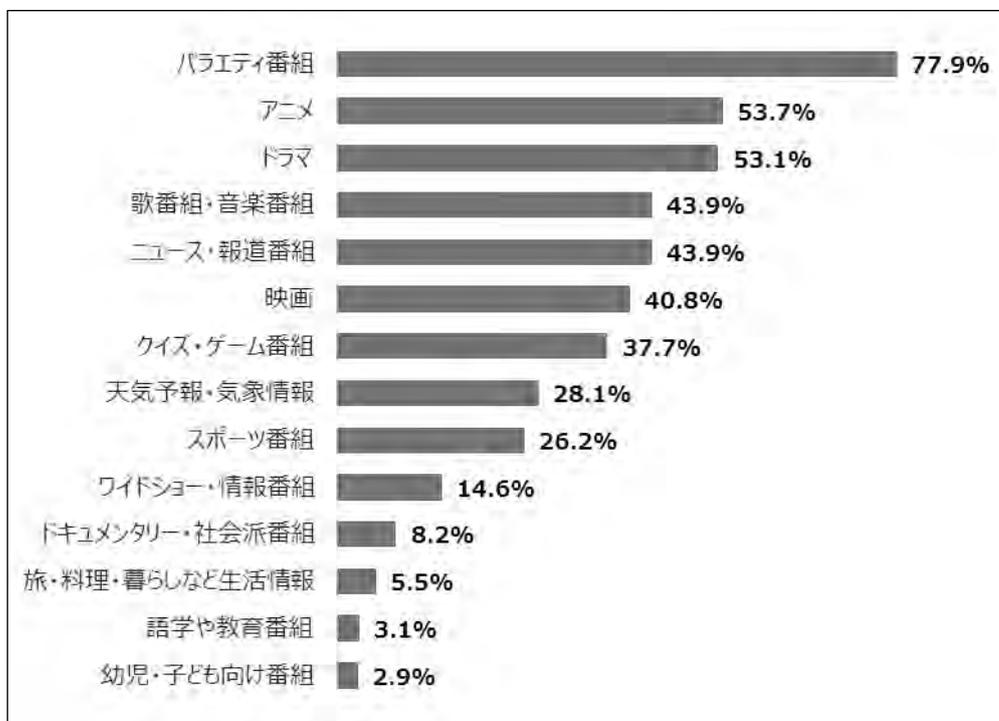


図 8 よく見る番組のジャンル（複数選択）：全体

表 19 よく見る番組のジャンル：性別・学校種別のトップ3

男子		女子	
バラエティ番組	75.8%	バラエティ番組	82.9%
アニメ	59.9%	ドラマ	69.3%
ニュース・報道番組	45.2%	歌番組・音楽番組	60.2%

中学生		高校生	
バラエティ番組	82.0%	バラエティ番組	75.9%
アニメ	61.2%	ドラマ	48.2%
ドラマ	59.0%	歌番組・音楽番組	46.9%

表 20 よく見る番組のジャンル：平日・休日のテレビ視聴時間別のトップ3

【平日】テレビ使用時間の3群	平均より長い		平均以下		見ていない	
	バラエティ番組	85.8%	バラエティ番組	81.1%	バラエティ番組	69.6%
	ドラマ	66.0%	ドラマ	56.8%	アニメ	52.2%
	アニメ	56.7%	アニメ	54.3%	ドラマ	32.6%

【休日】テレビ使用時間の3群	平均より長い		平均以下		見ていない	
	バラエティ番組	90.7%	バラエティ番組	81.1%	バラエティ番組	64.8%
	ドラマ	70.7%	ドラマ	54.6%	アニメ	51.9%
	歌番組・音楽番組	60.0%	アニメ	53.3%	ニュース・報道番組	36.1%

ふだんよく見ているジャンルとして選択率が相対的に高かった7つのジャンル（ニュース・報道、ドラマ、映画、クイズ・ゲーム番組、バラエティ番組、歌番組・音楽番組、アニメ）について、よく見ていると選択した者としなかった者（非選択）の平日・休日のテレビ視聴時間の平均値を比較したところ（表 21）、ニュース・報道およびアニメ以外において、ジャンル選択者のほうが平日・休日ともに非選択者よりテレビ視聴時間が有意に長いことが示された（いずれも $p < .01$ ）。とくに休日では、ドラマは 79.452 分、バラエティ番組でも 64.10 分と大きな差がみられている。中高生の場合、ドラマ・映画・クイズ/ゲーム番組・バラエティ番組・歌/音楽番組については、好みのジャンルのなかで番組を探し、“（特定の）この番組が見たい”という積極的な動機付けがあればテレビに向かい合って諸活動で忙しい日常のなかでもテレビ視聴が実現するが、見たい番組がないときにはテレビを離れる時間が増える、といったジャンル・番組ベースの視聴スタイルが存在しているのかもしれない。さらに長期的な視聴実態調査のなかで、個人内の変動のあり方について検討していく必要がある。

表 21 ジャンルの好みとテレビ視聴時間との関連（平均値の差の t-検定, 単位：分）

【平日：ジャンル嗜好とテレビ視聴時間との関連】

	よく見ているとして選択			非選択			
	度数	平均値（分）	標準偏差	度数	平均値（分）	標準偏差	
ニュース・報道番組	215	118.884	103.061	261	104.741	106.875	<i>n.s.</i>
ドラマ	261	128.851	104.761	215	89.616	102.115	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
映画	196	127.270	106.943	280	99.830	102.817	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
クイズ・ゲーム番組	184	126.929	107.429	292	101.173	102.871	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
バラエティ番組	382	117.349	105.879	94	85.851	99.484	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
歌番組・音楽番組	214	128.026	109.252	262	97.328	100.058	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
アニメ	260	114.635	106.357	216	106.910	104.093	<i>n.s.</i>

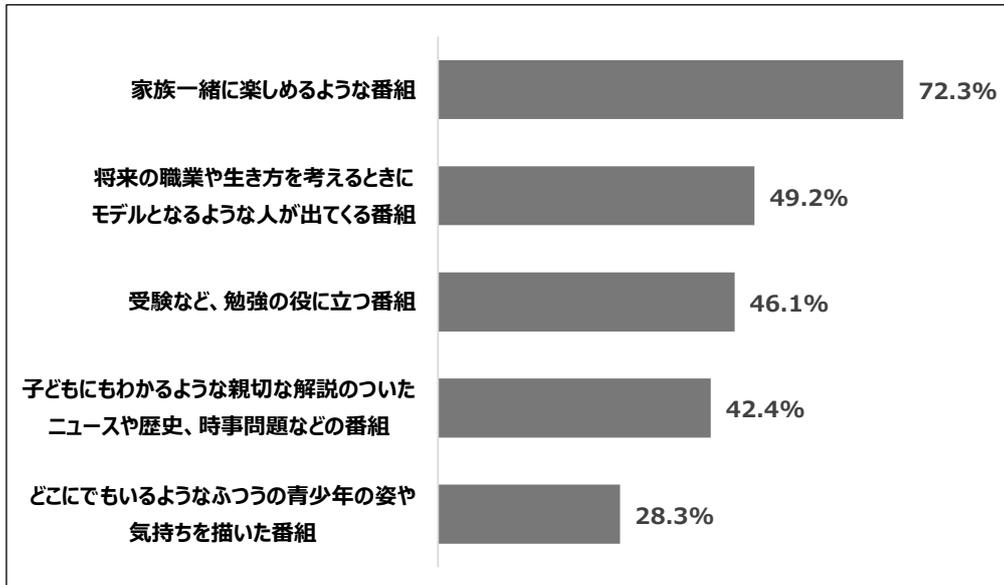
【休日：ジャンル嗜好とテレビ視聴時間との関連】

	よく見ているとして選択			非選択			
	度数	平均値（分）	標準偏差	度数	平均値（分）	標準偏差	
ニュース・報道番組	215	161.930	157.818	260	157.096	188.089	<i>n.s.</i>
ドラマ	258	195.581	185.336	217	116.129	150.980	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
映画	195	185.615	181.035	280	140.946	168.358	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
クイズ・ゲーム番組	185	193.216	182.325	290	137.638	166.690	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
バラエティ番組	381	171.969	171.930	94	107.872	178.194	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
歌番組・音楽番組	216	192.118	174.705	259	131.902	170.570	** <i>p</i> < .01 選択 > 非選択
アニメ	259	167.925	176.529	216	148.924	172.709	<i>n.s.</i>

9.2 積極的に見たいテレビ番組

「家族一緒に楽しめるような番組」を積極的に見たいと思っている中高生は 7 割以上。

BPO 青少年委員会では毎年、全国の中学 1 年生から高校 3 年生までの 30 名程度の青少年モニターに月一度のテレビ・ラジオ番組に関するモニターレポートを依頼している。毎月、様々な番組に対する感想や意見が寄せられているが、そのなかで度々寄せられる“こんな番組が見たい”という代表的な意見をもとに、図 9 の 5 項目（家族で楽しめる・勉強に役立つ・子ども向けのニュース/報道・職業/生き方のロールモデル・等身大の主人公）を作成し、今回の調査対象の中高生に、5.ぜひ見たいと思う～1.見たいとは思わない、の 5 件法で回答を求めた。また、この 5 項目以外に“こんな番組があったら積極的に見たいと思う番組”について自由に回答を求めた。計 125 名が自由記述欄に記載し多くの意見が寄せられたが、その抜粋を表 22 に示す。



注)「ぜひ見たいと思う」+「見たいと思う」と回答した割合:回答の内訳の詳細は附録(p. 84)参照

図9 中高生が積極的に見たい番組：全体

図9に示すとおり、「家族一緒に楽しめるような番組」を「ぜひ見たいと思う」・「見たいと思う」と回答した者は7割を超えて多く、男女・中高別でもほぼ同率となっている(図10)。視聴3群の比較(図11)では、平均以上の群では8割を超え、視聴なし群の6割台と差がみられた。家族とテレビ番組を共有できるかどうかは、中高生のテレビ視聴時間全体にもかかわる可能性があるのかもしれない。「将来の職業や生き方を考えるときにモデルとなるような人が出てくる番組」、「受験など、勉強の役に立つ番組」、「子どもにもわかるような親切な解説のついたニュースや歴史、時事問題などの番組」については、男女・中高・視聴時間の長短にかかわらず4割前後以上の支持が得られており、中高生のなかには、このような視点を含んだ番組に対する一定のニーズがあるといえよう。

表22の自由記述抜粋を見ると、『何も考えなくていい、ただただ笑える番組が見たい』、『老若男女だれもが楽しめるテレビ番組』、『みんなで共有できる番組』、『見ていて幸せになるドラマ』、『今の人たちが抱えている現実がリアルに表現されているドラマ』、『世間の評価や流れに縛られないニュース』、『時間をかけて作りこんだことが分かる面白い番組』、『人の心が少しでもずれた時に、心を戻してくれるような番組』、『どん底からはい上がってくるような内容』、『昔のようなエロくて、下品な番組』等多彩な意見がみられた。こうした青少年たちのニーズをすくい上げていく作業も、テレビと青少年の距離をもっと近いものにするために有効なのではないかと思われる。

	男子	女子
家族一緒に楽しめるような番組	68.8%	77.2%
将来の職業や生き方を考えるときにモデルとなるような人が出てくる番組	45.5%	54.2%
受験など、勉強の役に立つ番組	41.7%	51.8%
子どもにもわかるような親切な解説のついたニュースや歴史、時事問題などの番組	41.3%	44.7%
どこにでもいるようなふつうの青少年の姿や気持ちを描いた番組	26.5%	31.0%

	中学生	高校生
家族一緒に楽しめるような番組	76.7%	68.7%
将来の職業や生き方を考えるときにモデルとなるような人が出てくる番組	52.7%	46.5%
受験など、勉強の役に立つ番組	53.0%	39.1%
子どもにもわかるような親切な解説のついたニュースや歴史、時事問題などの番組	47.5%	37.6%
どこにでもいるようなふつうの青少年の姿や気持ちを描いた番組	30.5%	26.7%

注)「ぜひ見たいと思う」+「見たいと思う」と回答した割合

図 10 中高生が積極的に見たい番組（性別・学校種別による比較）

【平日の視聴3群】	平均より長い	平均以下	見ていない
家族一緒に楽しめるような番組	80.1%	75.2%	62.9%
将来の職業や生き方を考えるときにモデルとなるような人が出てくる番組	56.0%	53.9%	39.2%
受験など、勉強の役に立つ番組	49.6%	49.2%	41.2%
子どもにもわかるような親切な解説のついたニュースや歴史、時事問題などの番組	45.4%	44.0%	38.5%
どこにでもいるようなふつうの青少年の姿や気持ちを描いた番組	30.0%	30.7%	25.8%

【休日の視聴3群】	平均より長い	平均以下	見ていない
家族一緒に楽しめるような番組	80.3%	74.8%	62.2%
将来の職業や生き方を考えるときにモデルとなるような人が出てくる番組	58.9%	51.8%	41.4%
受験など、勉強の役に立つ番組	53.2%	48.0%	40.5%
子どもにもわかるような親切な解説のついたニュースや歴史、時事問題などの番組	49.6%	45.6%	29.7%
どこにでもいるようなふつうの青少年の姿や気持ちを描いた番組	28.6%	30.1%	27.9%

注)「ぜひ見たいと思う」+「見たいと思う」と回答した割合

図 11 中高生が積極的に見たい番組（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

表 22 中高生が積極的に見たいと思う番組（自由記述から抜粋）

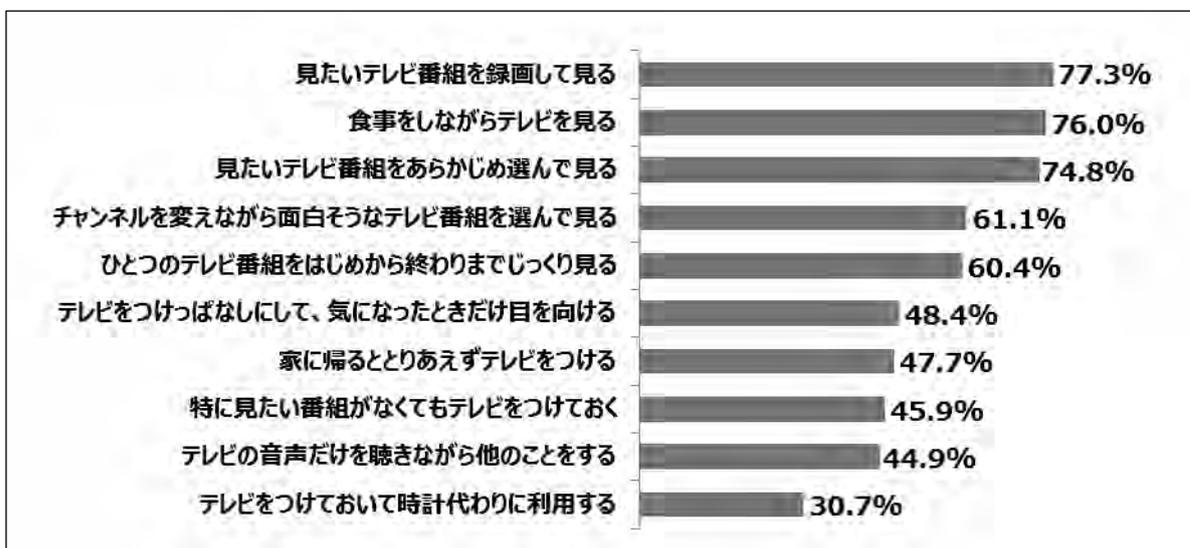
<p>【楽しさ・共有】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 見ていて楽しくなる番組 ● 見ていて幸せになるドラマ ● だれでも楽しめる番組 ● みんなで共有できる番組 ● 友達と楽しめるような番組 ● 老若男女だれもが楽しめるテレビ番組
<p>【お笑い・バラエティ関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 何も考えなくていい、ただただ笑える番組が見たい ● おわらい＝学校・宿題つかれるが気分転換になる ● 笑えばなしでおなかがいなくなるようなおもしろい番組 ● “笑育”が出来るような番組を見たい ● 勉強や学校の息ぬきになるようなおもしろい番組
<p>【アニメ・マンガ関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ラノベのアニメ ● 昔のアニメの再放送 ● 一時でも現実を忘れられるような番組 ex)アニメ ● 人生のような、重いテーマのある、アニメ
<p>【音楽・芸術番組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 音楽番組が少なすぎるので増やして欲しい ● まだ人気が出ていない人達を中心とした、音楽番組
<p>【情報・教育関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 子供のための質問コーナー ● 中学生向けの学習番組 ● 今の人達が抱えている現実がリアルに表現されているドラマ ● 服とかファッションのことを雑誌だけでなく見たい ● 歴史をおもしろく学べるドラマのような番組 ● 職業について分かりやすく、紹介されている番組 ● 将来の職業選択に役立つような番組 ● 理科、科学、実験番組をたくさん見たい(お笑い、クイズ形式でなくまじめな番組) ● パソコンや電子機器関係の詳しい解説や使い方についての番組
<p>【ドキュメンタリー関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 部活の番組 ● 様々な業界の人の討論会 ● 高校生のスポーツ、文化で頑張っている姿の番組 ● プロのスポーツ選手の生活に密着した番組 ● 古代日本史のマニアックなドキュメンタリーみたいな番組 ● 世界各国をただ旅する番組 ● 声優やマンガ家のドキュメント番組 ● 人生についての話や、あの時、こうしたら良かったとかそういう番組 ● いろいろな人の生き様を描いた番組 ● 様々な職種の人達に仕事内容や、やりがい等をインタビューする番組があれば見たい
<p>【ニュース・報道関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 公平、公正、中立な番組(ニュース) ● 変な編集をしていない日本の政治事情や世界の情勢などについてのニュース ● ネットより遅れている。ネットの情報をテレビで流すのは…どうかと思う ● 情報収集はネットの方が早いので、テレビではおもしろい番組が見たい ● 影響力のある人物達が、言いたいことを率直に討論する番組 ● 現実には無理だとは思いますが、日本国内のみならず、世界で起こった、もしくは起きている出来事・事件についての“真実”や裏の部分について規制をかけずに放送してほしい。真実を隠そうとして誤った情報が流れることがやはり多いから。 ● 世間の評価や流れに縛られないニュース ● 批判を覚悟であえて“タブー”に切りこむような、積極的なもの ● 立場を明確にした報道。中立である必要はない
<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 時間をかけて作り込んだことが分かる面白い番組 ● 人の心が少しでもずれた時に、心を戻してくれるような番組 ● どん底からはい上がってくるような内容 ● 昔のようなエロくて、下品な番組

10 青少年にとっての“テレビ”

10.1 テレビの視聴スタイル

「見たい番組」を選んでじっくり見るのが中高生多数派の視聴スタイル。視聴時間の長い群はバックグラウンド的にテレビを流し見ている時間も長いが、番組を選んでじっくり見ることもテレビ視聴時間の少ない群より多い。

ふだんどのようにテレビを見ることが多いか図12の10項目で尋ねたところ（4. 頻繁にする～1. ほとんどしないの4件法）、「頻繁にする」・「時々する」と回答した割合が高かったのは、「見たいテレビを録画してみる」・「見たいテレビ番組をあらかじめ選んで見る」でともに7割を超えており、見たい番組を決めてからテレビに向かい合う中高生が多数派であることが示された。「ひとつのテレビ番組をはじめから終わりまでじっくり見る」という者も6割を超えており、「テレビをつけっぱなしにして、気になったときだけ目を向ける（48.4%）」「家に帰るととりあえずテレビをつける（47.7%）」「特に見たい番組がなくてもテレビをつけておく（45.9%）」といった、“ながら視聴”やバックグラウンド的なテレビの視聴をする者より多かった。「食事をしながらテレビを見る」では76.0%が該当するとしており、食事時のテレビ視聴は中高生の家庭でも一般的な視聴スタイルであるといえる。



注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合:回答の内訳の詳細は附録(p. 85)参照

図12 テレビの視聴スタイル:全体

男女の比較では、全項目で女子のほうが高率となっているが、項目順位にはほとんど違いがみられない。中高では、高校生のほうが食事時のテレビ視聴やつけっぱなしで気になったときだけ見るという“ながら視聴”でより高率となっていた（図13）。

	男子	女子
見たいテレビ番組を録画して見る	72.3%	83.4%
食事をしながらテレビを見る	71.1%	81.5%
見たいテレビ番組をあらかじめ選んで見る	69.5%	80.7%
チャンネルを変えながら面白そうなテレビ番組を選んで見る	55.9%	67.2%
ひとつのテレビ番組をはじめから終わりまでじっくり見る	57.3%	64.4%
テレビをつけっぱなしにして、気になったときだけ目を向ける	41.6%	55.7%
家に帰るととりあえずテレビをつける	43.2%	52.4%
特に見たい番組がなくてもテレビをつけておく	40.6%	51.8%
テレビの音声だけを聴きながら他のことをする	41.6%	48.4%
テレビをつけておいて時計代わりに利用する	26.5%	35.2%

	中学生	高校生
見たいテレビ番組を録画して見る	81.4%	73.2%
食事をしながらテレビを見る	71.9%	81.6%
見たいテレビ番組をあらかじめ選んで見る	78.3%	71.5%
チャンネルを変えながら面白そうなテレビ番組を選んで見る	62.9%	60.1%
ひとつのテレビ番組をはじめから終わりまでじっくり見る	64.5%	56.6%
テレビをつけっぱなしにして、気になったときだけ目を向ける	46.3%	51.8%
家に帰るととりあえずテレビをつける	48.20%	47.40%
特に見たい番組がなくてもテレビをつけておく	46.40%	46.10%
テレビの音声だけを聴きながら他のことをする	41.1%	49.6%
テレビをつけておいて時計代わりに利用する	28.1%	34.2%

注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合

図13 テレビの視聴スタイル：男女・中高別

視聴時間 3 群の比較では（図 14）、今回の調査期間中にテレビを見なかった日があった“視聴なし群”はいずれの項目も低率であり、とくにバックグラウンド的な視聴や“ながら視聴”をしている者は少なく、他 2 群と大きな差がみられた。

【平日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	見ていない
見たいテレビ番組を録画して見る	85.2%	79.8%	67.0%
食事をしながらテレビを見る	91.5%	77.6%	51.0%
見たいテレビ番組をあらかじめ選んで見る	85.2%	76.7%	56.3%
ひとつのテレビ番組をはじめから終わりまでじっくり見る	73.8%	57.4%	49.0%
チャンネルを変えながら面白そうなテレビ番組を選んで見る	72.3%	62.0%	44.8%
テレビをつけっぱなしにして、気になったときだけ目を向ける	65.2%	46.5%	24.7%
テレビの音声だけを聴きながら他のことをする	52.1%	41.6%	37.1%
特に見たい番組がなくてもテレビをつけておく	70.2%	40.8%	18.8%
家に帰るととりあえずテレビをつける	69.7%	45.7%	14.4%
テレビをつけておいて時計代わりに利用する	40.4%	30.6%	17.5%

【休日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	見ていない
見たいテレビ番組を録画して見る	88.1%	80.6%	62.2%
食事をしながらテレビを見る	93.0%	76.9%	54.1%
見たいテレビ番組をあらかじめ選んで見る	85.3%	76.0%	60.4%
チャンネルを変えながら面白そうなテレビ番組を選んで見る	71.8%	60.3%	50.5%
ひとつのテレビ番組をはじめから終わりまでじっくり見る	73.2%	58.3%	48.6%
テレビをつけっぱなしにして、気になったときだけ目を向ける	67.6%	43.2%	30.6%
家に帰るととりあえずテレビをつける	66.4%	45.9%	22.5%
特に見たい番組がなくてもテレビをつけておく	70.4%	39.5%	24.3%
テレビの音声だけを聴きながら他のことをする	57.3%	37.1%	39.6%
テレビをつけておいて時計代わりに利用する	40.1%	28.4%	23.4%

注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合

図 14 テレビの視聴スタイル：平日・休日の視聴時間 3 群

こうした傾向をよりクリアに確認するために、選択的な視聴に関する4項目（見たい番組を録画・見たい番組を選択して視聴・チャンネルを変えながら番組選択・最初から最後までじっくり視聴）と、バックグラウンド的な視聴に関する6項目（食事中にテレビを見る・帰宅したらとりあえずテレビをつける等）についてそれぞれ主成分分析をおこなって次元性が確認できた項目について評定値を加算した合成得点を算出した（表23・表24、信頼性係数 α ：選択的な視聴=.613；バックグラウンド的な視聴=.808）。合成得点の平均値について、男女・中高・視聴時間の3群で比較をおこなったところ、選択的な視聴については男子より女子のほうが、高校生より中学生のほうが有意に高得点であることが示された（表25、ともに $p<.01$ ）。バックグラウンド的な視聴については男子よりも女子のほうが有意に高得点で男女差が見られたが（ $p<.01$ ）、中高では差がみられなかった。視聴時間の3群の比較では、平日・休日とも選択的な視聴・バックグラウンド的な視聴ともに見ていない群、平均以下群、平均より長い群の順で得点が低く、どちらのスタイルも視聴時間の多寡と比例した関係にあった（表26、いずれも $p<.01$ ）。視聴時間の長い群はバックグラウンド的にテレビを流し見ている時間も長い、番組を選んでじっくり見ることもテレビ視聴時間の少ない群より多いことが明らかになったといえよう。

表23 テレビの視聴スタイル—選択的な視聴—
因子分析結果と記述統計量

	成分	平均値	標準偏差
見たいテレビ番組をあらかじめ選んで見る	.822	3.12	0.996
ひとつのテレビ番組をはじめから終わりまでじっくり見る	.759	2.69	1.001
見たいテレビ番組を録画して見る	.672	3.23	1.071
α 係数		.613	

表24 テレビの視聴スタイル—バックグラウンド的な視聴—
因子分析結果と記述統計量

	因子負荷	平均値	標準偏差
特に見たい番組がなくてもテレビをつけておく	.920	2.33	1.165
テレビをつけっぱなしにして、気になったときだけ目を向ける	.830	2.36	1.143
家に帰るととりあえずテレビをつける	.770	2.38	1.185
テレビの音声だけを聴きながら他のことをする	.506	2.28	1.038
テレビをつけておいて時計代わりに利用する	.399	1.91	1.081
食事をしながらテレビを見る	.363	3.22	1.082
α 係数		.808	

表 25 テレビの視聴スタイル（性別・学校種別による比較）

		平均値	標準偏差	
選択的な視聴	男子(255)	8.65	2.491	** 男子<女子
	女子(252)	9.44	2.028	
バックグラウンド的な視聴	男子(255)	13.64	4.800	** 男子<女子
	女子(253)	15.34	4.634	

		平均値	標準偏差	
選択的な視聴	中学生(278)	9.29	2.202	** 中学生>高校生
	高校生(228)	8.75	2.396	
バックグラウンド的な視聴	中学生(279)	14.20	4.803	n.s.
	高校生(228)	14.84	4.765	

表 26 テレビの視聴スタイル（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

【平日】				
		平均値	標準偏差	
選択的な視聴	見ていない(96)	7.83	2.797	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(243)	9.10	2.126	
	平均より長い(141)	9.83	1.785	
バックグラウンド的な視聴	見ていない(95)	10.87	4.389	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(245)	14.19	4.420	
	平均より長い(141)	17.13	3.951	

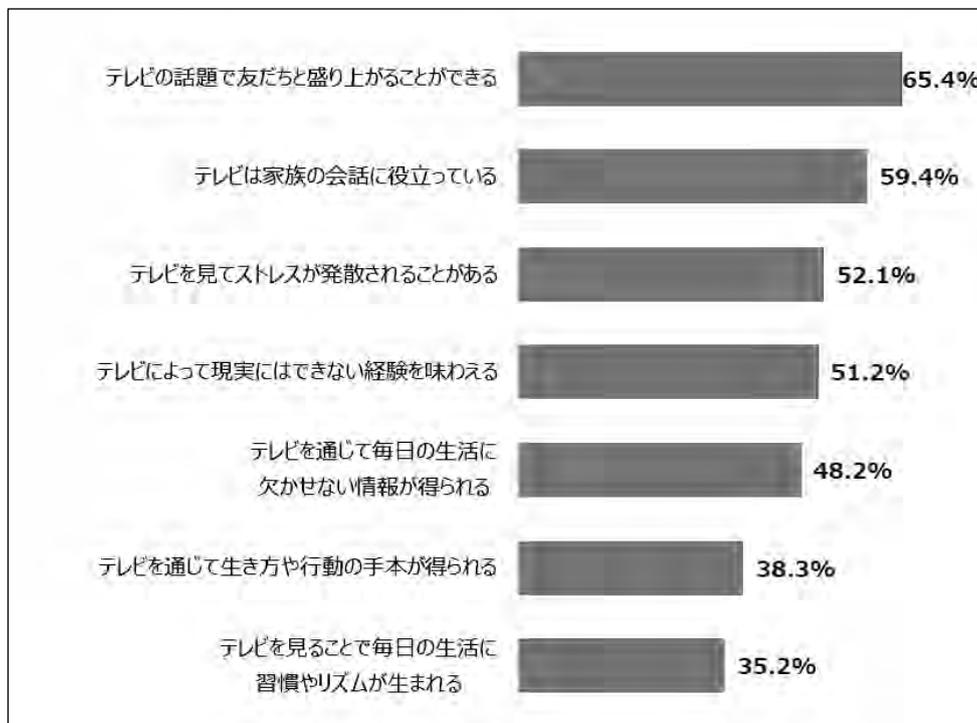
【休日】				
		平均値	標準偏差	
選択的な視聴	見ていない(111)	7.95	2.849	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(227)	9.08	2.037	
	平均より長い(142)	9.87	1.717	
バックグラウンド的な視聴	見ていない(111)	11.68	4.836	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(228)	13.96	4.228	
	平均より長い(142)	17.14	4.075	

10.2 テレビに対する効用感：

中高生の6割程度がテレビは対人関係を円滑にすることに役立っていると感じている。視聴なし群ではこの対人関係活性化の機能を感じている割合が3~4割と低い。

テレビが青少年の生活にとってどのような機能を果たしているか知るために、図15のような7項目を尋ねた。「テレビの話題で友だちと盛り上がることができる(65.4%)」「家族の会話に役立っている(59.4%)」という対人関係を円滑にする機能があるとする回答(「そう思う」「まあそう思う」の割合)が6割前後と最多であり、次いで「テレビを見てストレスが発散されることがある(52.1%)」「現実にはできない経験を味わえる(51.2%)」「毎日の生活に欠かせない情報が得られる(48.2%)」も5割前後であった。

男子より女子のほうが、また高校生より中学生のほうが総じて効用感が高めで、友人関係の活性化機能については女子および中学生で7割以上が肯定的に回答している(図16)。平日または休日にテレビ視聴がなかった群は視聴があった群と比較して効用感が低く、両日とも5割に達した項目はなかった(図17)。7項目の因子分析結果より(表27)一次元性が確認されたので($\alpha=.867$)、7項目の加算値を算出し男女・学校種・視聴時間3群で平均値の比較をおこなったところ、男女(女子のほうが効用感がより強い; $p<.01$)と視聴時間3群の間(長い群でより効用感が強い; $p<.01$)で有意な得点差が見られた(表28)。



注)「そう思う」+「まあそう思う」と回答した割合:回答の内訳の詳細は附録(p. 86)参照

図15 テレビに対する効用感：全体

	男子	女子
テレビの話題で友だちと盛り上がるができる	58.9%	73.8%
テレビは家族の会話に役立っている	58.5%	61.4%
テレビを見てストレスが発散されることがある	51.2%	54.5%
テレビによって現実にはできない経験を味わえる	49.4%	54.2%
テレビを通じて毎日の生活に欠かせない情報が得られる	44.7%	53.0%
テレビを通じて生き方や行動の手本が得られる	37.3%	40.3%
テレビを見ることで毎日の生活に習慣やリズムが生まれる	33.2%	37.9%

	中学生	高校生
テレビの話題で友だちと盛り上がるができる	70.6%	61.3%
テレビは家族の会話に役立っている	58.4%	62.1%
テレビを見てストレスが発散されることがある	51.1%	55.3%
テレビによって現実にはできない経験を味わえる	53.4%	50.0%
テレビを通じて毎日の生活に欠かせない情報が得られる	50.2%	47.3%
テレビを通じて生き方や行動の手本が得られる	39.6%	38.1%
テレビを見ることで毎日の生活に習慣やリズムが生まれる	36.9%	34.1%

注)「そう思う」+「まあそう思う」と回答した割合

図 16 テレビに対する効用感 (性別・学校種別による比較)

【平日】テレビ使用時間 (リアルタイム・録画・オンデマンド)	行為者平均より長い	行為者平均以下	視聴なし
テレビの話題で友だちと盛り上がるができる	78.6%	72.2%	35.1%
テレビは家族の会話に役立っている	69.5%	64.5%	38.1%
テレビを見てストレスが発散されることがある	53.9%	58.9%	40.6%
テレビによって現実にはできない経験を味わえる	56.0%	54.4%	41.2%
テレビを通じて毎日の生活に欠かせない情報が得られる	58.9%	52.3%	32.0%
テレビを通じて生き方や行動の手本が得られる	44.7%	41.3%	26.8%
テレビを見ることで毎日の生活に習慣やリズムが生まれる	49.6%	34.4%	19.6%

【休日】テレビ使用時間 (リアルタイム・録画・オンデマンド)	行為者平均より長い	行為者平均以下	視聴なし
テレビの話題で友だちと盛り上がるができる	83.0%	67.6%	43.2%
テレビは家族の会話に役立っている	71.1%	63.7%	41.4%
テレビを見てストレスが発散されることがある	63.8%	54.2%	40.5%
テレビによって現実にはできない経験を味わえる	58.9%	50.9%	46.8%
テレビを通じて毎日の生活に欠かせない情報が得られる	59.6%	50.4%	36.9%
テレビを通じて生き方や行動の手本が得られる	46.1%	40.0%	29.7%
テレビを見ることで毎日の生活に習慣やリズムが生まれる	45.4%	34.5%	26.1%

注)「そう思う」+「まあそう思う」と回答した割合

図 17 テレビに対する効用感 (平日・休日のテレビ視聴時間別による比較)

表 27 テレビに対する効用感 因子分析結果と記述統計量

	因子負荷	平均値	標準偏差
テレビを通じて生き方や行動の手本が得られる	.751	3.18	1.108
テレビを見ることで毎日の生活に習慣やリズムが生まれる	.715	3.01	1.241
テレビによって現実にはできない経験を味わえる	.713	3.38	1.198
テレビを通じて毎日の生活に欠かせない情報が得られる	.712	3.36	1.141
テレビを見てストレスが発散されることがある	.695	3.39	1.245
テレビの話題で友だちと盛り上がるができる	.651	3.75	1.219
テレビは家族の会話に役立っている	.633	3.56	1.090
α係数		.867	

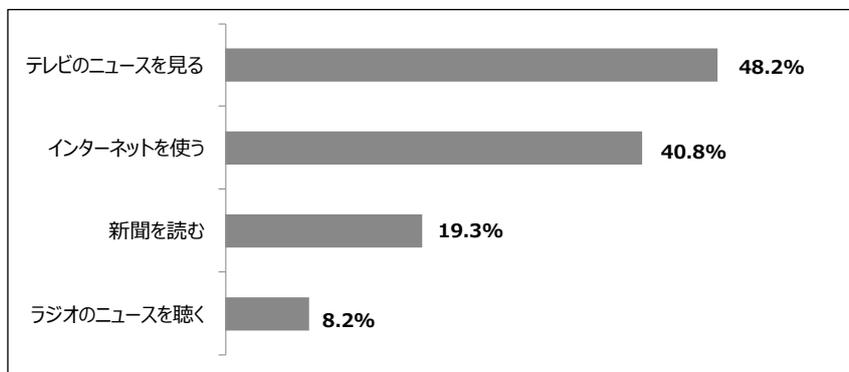
表 28 テレビに対する効用感
(性別・学校種別、平日・休日のテレビ視聴時間別による比較)

		平均値	標準偏差	
テレビに対する効用感	男子(251)	22.88	6.308	** 男子<女子
	女子(252)	24.35	5.921	
		平均値	標準偏差	
テレビに対する効用感	中学生(277)	23.98	5.948	n.s.
	高校生(225)	23.24	6.330	
【平日】				
		平均値	標準偏差	
テレビに対する効用感	見ていない(96)	19.77	7.506	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(240)	24.14	5.555	
	平均より長い(140)	25.72	4.621	
【休日】				
		平均値	標準偏差	
テレビに対する効用感	見ていない(111)	20.83	7.107	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(223)	23.75	5.838	
	平均より長い(141)	25.99	4.493	

10.3 社会の問題に関する情報収集源

国際・政治・社会問題などに関する情報を集める媒体として、「頻繁に」「時々」テレビを利用するのは48.2%で、他の媒体より多い。

国際・政治・社会問題などの情報を集める媒体として、「頻繁に」「時々」テレビを利用するのは48.2%で、他の媒体より多い(図18)。テレビを利用する割合は男子のほうが、また高校生のほうが高く5割を超える(男子51.2%・女子45.8%、中学生45.9%・高校生52.0%、図19)。視聴3群間の差も大きく、平均以上群で平日・休日ともに5割以上であるのに対し、視聴なし群では3割台に留まっている。視聴なし群では新聞が若干多いが(22.5%)、インターネットは他2群より少なく(36.4%)、テレビ以外の媒体への依存度が高いという様子は伺えなかった(図20)。



注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合:回答の内訳の詳細は附録(p. 86)参照

図18 国際・政治・社会問題などに関する情報を集める媒体:全体

	男子	女子
テレビのニュースを見る	51.2%	45.8%
インターネットを使う	42.4%	39.8%
新聞を読む	25.3%	13.4%
ラジオのニュースを聴く	10.9%	5.5%

	中学生	高校生
テレビのニュースを見る	45.9%	52.0%
インターネットを使う	32.3%	52.0%
新聞を読む	18.9%	20.1%
ラジオのニュースを聴く	7.1%	9.6%

注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合

図19 国際・政治・社会問題などに関する情報を集める媒体
(性別・学校種別による比較)

【平日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	視聴なし
テレビのニュースを見る	58.5%	49.0%	32.0%
インターネットを使う	48.3%	39.1%	37.5%
新聞を読む	17.5%	20.1%	21.6%
ラジオのニュースを聴く	8.4%	7.4%	9.3%

【休日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	視聴なし
テレビのニュースを見る	56.3%	48.7%	38.7%
インターネットを使う	46.5%	41.0%	36.4%
新聞を読む	18.1%	20.2%	22.5%
ラジオのニュースを聴く	6.9%	9.6%	7.2%

注)「頻繁にする」+「時々する」と回答した割合

図 20 国際・政治・社会問題などに関する情報を集める媒体
 (平日・休日のテレビ視聴時間別による比較)

11 家族・友人とのテレビ視聴の共有

11.1 家族とのテレビ共有

テレビは「ほとんど」「たいてい」家族と一緒に見ている中高生が6割。

ふだんの生活のなかでの家族とのテレビ視聴の共有について尋ねたところ、60.6%が「ほとんど」「たいてい」家族と一緒に見ると回答し、「半分くらい」以上では83.6%と高い割合を示した（表29）。平日1日・休日1日のテレビ視聴に関する日記票においても、視聴全体の平均時間に対する親・家族と一緒に見た平均時間の割合をみると、平日のリアルタイム視聴で71.9%・録画/オンデマンド視聴で47.6%、休日のリアルタイム視聴で64.9%・録画/オンデマンド視聴で42.6%であり、実態としても家族と一緒にテレビを共有していた中高生が多めであったことがわかる。

表29 家族とのテレビの共有傾向

	%
ほとんど家族と一緒に見る	25.8%
たいてい家族と一緒に見る	34.8%
半分くらいは家族と一緒に見る	23.0%
あまり家族と一緒に見ない	10.0%
ほとんど家族と一緒に見ない	2.5%
テレビは見ない	2.1%
無回答	1.8%

11.2 子どものテレビ視聴に対する親のかかわり: 保護者回答票から

「いつも」「時々」お互いの好きな番組を一緒に見たりテレビを見て一緒に笑ったりする親子は8割～9割以上。

家庭内で親が子どものテレビ視聴にどのようにかかわっているか知るために、子どもと一緒に視聴（共有視聴: co-viewing）の程度と、見る時間や内容に関する制限（restriction）の程度について保護者自身に尋ねた。お互いの好きな番組を一緒に見たりテレビを見て一緒に笑ったりするという項目に「いつも」「時々」と回答した者は8割～9割以上となり、親の好きな番組を子どもも見る、という項目にも7割近くが肯定的に回答している（図21）。



注) 「いつも」 + 「時々」と回答した割合

図 21 子どもとの共有視聴（保護者票）：全体

若干男子のほうが女子より低い割合を示す項目（「あなたの好きな番組を子どもと一緒に見る」で約 10%の差あり）もあるが、中高間でも大きな差はなく、思春期以降の子どもも親と日常的にテレビを共有し番組を楽しんでいる姿が一般的であることがうかがえる（図 22）。

一方、テレビ視聴時間の 3 群では差がみられ、全体的に視聴なし群が他 2 群に比較して共有度が低いことが示された。「あなた（親）の好きな番組を一緒に見る」では、視聴時間が行為者平均以上だった群が 80%以上であるのに対し、視聴なし群では 50%台であり、大きな差がみられた（図 23）。

< テレビ視聴の親子共有（保護者回答） >

	男子	女子
テレビを見て○○さんと一緒に笑う	91.4%	95.7%
○○さんもあなたも好きな番組を一緒に見る	82.3%	88.3%
○○さんもあなたも興味を持っている番組を一緒に見る	80.5%	87.2%
ただ楽しむために○○さんと一緒にテレビを見る	69.1%	75.8%
あなたの好きな番組を○○さんと一緒に見る	65.0%	75.1%
	中学生	高校生
テレビを見て○○さんと一緒に笑う	95.0%	92.2%
○○さんもあなたも好きな番組を一緒に見る	86.0%	84.8%
○○さんもあなたも興味を持っている番組を一緒に見る	85.4%	82.3%
ただ楽しむために○○さんと一緒にテレビを見る	73.6%	71.4%
あなたの好きな番組を○○さんと一緒に見る	70.5%	69.8%

注) 「いつも」 + 「時々」と回答した割合: 回答の内訳の詳細は附録(p. 87) 参照

図 22 子どもとの共有視聴（性別・学校種別による比較）

< テレビ視聴の親子共有（保護者回答） >

【平日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	視聴なし
テレビを見て○○さんと一緒に笑う	97.9%	94.7%	84.7%
○○さんもあなたも好きな番組を一緒に見る	93.7%	86.1%	72.2%
○○さんもあなたも興味を持っている番組を一緒に見る	93.7%	84.6%	68.0%
ただ楽しむために○○さんと一緒にテレビを見る	86.0%	68.6%	62.2%
あなたの好きな番組を○○さんと一緒に見る	83.9%	69.9%	52.0%

【休日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	視聴なし
テレビを見て○○さんと一緒に笑う	98.6%	96.5%	81.3%
○○さんもあなたも好きな番組を一緒に見る	89.5%	91.7%	67.6%
○○さんもあなたも興味を持っている番組を一緒に見る	88.9%	90.0%	65.2%
ただ楽しむために○○さんと一緒にテレビを見る	81.9%	75.5%	51.8%
あなたの好きな番組を○○さんと一緒に見る	82.6%	72.2%	50.9%

注)「いつも」+「時々」と回答した割合

図 23 子どもとの共有視聴（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

子どものテレビ視聴の内容や時間に関する制限に関する項目では、「不適切な番組を見ていたら消すように言う」「テレビを見てよい時間帯を決めている」の2項目で4割前後が「いつも」「時々」と回答しており、思春期以降の子どもに対しても統制的なかかわりをしている親が少なからず存在していることがわかった。中学生のほうが高校生より高率であり、発達に沿った親の制限の変化がうかがわれる（図 24）。テレビ視聴時間の3群の間で大きな差はなく、親の制限度と中高生のテレビ視聴時間の多寡との関連はあまりないと思われる（図 25）。

<親によるテレビ視聴の制限（保護者回答）>

	男子	女子
不適切な内容のテレビ番組を見ていたら、消すように言う	44.9%	45.5%
テレビを見てよい時間帯を決めている	39.7%	36.3%
テレビを見てよい時間量（一日〇〇分など）を決めている	22.2%	23.5%
特定の番組を見ることを禁じている	11.4%	11.4%
見てよい番組を事前に指定している	9.4%	12.2%

	中学生	高校生
不適切な内容のテレビ番組を見ていたら、消すように言う	50.4%	39.2%
テレビを見てよい時間帯を決めている	45.0%	29.7%
テレビを見てよい時間量（一日〇〇分など）を決めている	28.7%	15.9%
特定の番組を見ることを禁じている	16.2%	5.6%
見てよい番組を事前に指定している	13.3%	7.8%

注)「いつも」+「時々」と回答した割合:回答の内訳の詳細は附録(p. 87)参照

図 24 子どもに対する視聴制限（性別・学校種別による比較）

【平日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	視聴なし
不適切な内容のテレビ番組を見ていたら、消すように言う	43.0%	45.7%	48.5%
テレビを見てよい時間帯を決めている	37.8%	38.4%	39.8%
テレビを見てよい時間量（一日〇〇分など）を決めている	16.9%	24.5%	27.6%
見てよい番組を事前に指定している	8.5%	8.6%	16.5%
特定の番組を見ることを禁じている	10.6%	13.1%	9.3%

【休日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	視聴なし
不適切な内容のテレビ番組を見ていたら、消すように言う	42.0%	48.2%	42.9%
テレビを見てよい時間帯を決めている	34.0%	41.9%	36.6%
テレビを見てよい時間量（一日〇〇分など）を決めている	18.9%	24.5%	25.0%
特定の番組を見ることを禁じている	7.7%	15.7%	8.9%
見てよい番組を事前に指定している	8.4%	11.8%	9.8%

注)「いつも」+「時々」と回答した割合

図 25 子どもに対する視聴制限（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

共有視聴、視聴制限それぞれについて構成項目の因子分析を実施したところ、いずれも一次元性が確認された（表 30・表 31、信頼性係数 α : 共有 = .877; 制限 = .839）。

表 30 子どもとの共有視聴—因子分析結果と記述統計量—

	因子負荷	平均値	標準偏差
〇〇さんもあなたも興味を持っている番組を一緒に見る	.930	3.10	.730
〇〇さんもあなたも好きな番組を一緒に見る	.907	3.14	.740
テレビを見て〇〇さんと一緒に笑う	.688	3.34	.640
あなたの好きな番組を〇〇さんと一緒に見る	.674	2.79	.767
ただ楽しむために〇〇さんと一緒にテレビを見る	.587	2.83	.768
α 係数		.877	

表 31 子どもに対する視聴制限—因子分析結果と記述統計量—

	因子負荷	平均値	標準偏差
テレビを見てよい時間量（一日〇〇分など）を決めている	.839	1.77	.953
テレビを見てよい時間帯を決めている	.748	2.14	1.041
特定の番組を見ることを禁じている	.731	1.58	.799
見てよい番組を事前に指定している	.677	1.46	.738
不適切な内容のテレビ番組を見ていたら、消すように言う	.602	2.44	.941
α 係数		.839	

合成得点の平均値の差の検定から、共有視聴は女子のほうが、視聴制限は中学生のほうがより高い得点であることが示された（表 32、いずれも $p < .01$ ）。保護者票の記載者はほとんどが母親であり（82.3%、p.9）、同性である娘とのほうが興味や関心がより近く、好きな番組を共有することが多いのではないだろうか。視聴制限の得点が中学から高校へと低下するのは、子どもの成長に伴ってテレビ視聴においても子どもの自主性をより尊重するようになってきていると考えられよう。

視聴時間の3群については、3群間で視聴制限の得点には有意な差が見られず、親のコントロールの強さと中高生の視聴時間の多寡には関連がないことが明らかになった。一方、共有視聴には平日・休日ともに有意な差が観測され（いずれも、 $p < .01$ ）、テレビ番組を親子で共有する程度が大きいほど視聴時間が長くなることが示唆される結果となった（表 33）。背景に親子関係の良好さや子どもの自立の程度などが関連することも考えられ、今後さらに検討を深めていく必要があるだろう。

表 32 子どものテレビ視聴に対する親のかかわり（性別・学校種別による比較）

		平均値	標準偏差	
共有視聴	男子(252)	14.81	3.106	** 男子<女子
	女子(256)	15.58	2.820	
視聴に対する制限	男子(253)	9.47	3.430	n.s.
	女子(255)	9.31	3.597	
		平均値	標準偏差	
共有視聴	中学生(278)	15.29	2.974	n.s.
	高校生(229)	15.13	2.938	
視聴に対する制限	中学生(276)	10.09	3.639	** 中学生>高校生
	高校生(231)	8.57	3.170	

表 33 子どものテレビ視聴に対する親のかかわり
（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

【平日】				
		平均値	標準偏差	
共有視聴	見ていない(96)	13.82	3.671	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(243)	15.07	2.693	
	平均より長い(143)	16.41	2.487	
視聴に対する制限	見ていない(95)	9.66	3.921	n.s.
	平均以下(244)	9.54	3.493	
	平均より長い(142)	9.02	3.304	
【休日】				
		平均値	標準偏差	
共有視聴	見ていない(111)	13.38	3.516	** 見ていない<平均以下, 平均より長い
	平均以下(227)	15.47	2.441	
	平均より長い(143)	16.14	2.695	
視聴に対する制限	見ていない(111)	9.29	3.748	n.s.
	平均以下(227)	9.72	3.639	
	平均より長い(142)	9.04	3.178	

11.3 友人とのテレビ共有

中高生の8割近くが週1～2回以上友人とテレビ番組についての会話をしている。

表34より、テレビで見たことの内容に関して、毎日あるいは一週間に5～6日以上の頻度で友人と話す者の割合は2割以下だったが、1週間に1～2回以上の頻度で友人と会話する者は77.4%と多数を占め、中高生にとってテレビの話題は友人関係のなかでも一定の役割を果たしていることがうかがわれた。

表34 友人とのテレビの共有傾向：共有視聴、内容に関する会話

	％
毎日	8.4%
一週間に5～6日	11.3%
一週間に3～4日	22.9%
一週間に1～2日	34.8%
めったに、または全くしない	21.5%
無回答	1.2%

男子		16.9%
女子		23.1%

中学生		26.4%
高校生		12.0%

平日	平均より長い		26.2%
	平均以下		19.0%
	視聴なし		13.5%

休日	平均より長い		28.6%
	平均以下		17.5%
	視聴なし		14.5%

注)「毎日」+「5～6回/週」と答えた人の割合

図26 友人とのテレビ共有傾向

(性別、学校種別、平日・休日のテレビ視聴時間別による比較)

毎日あるいは週 5～6 日以上話題にする割合は中学生のほうが高校生より多く（図 26、中学生：26.4%・高校生：12.0%）、またテレビ視聴が平均より多い群は視聴がなかった群の 2 倍近い値を示している（図 26、平均より多い群：平日 26.2%・休日 28.6%、視聴なし群：平日 13.5%・休日 14.5%）。評定平均値の差の検定でも同様な結果が確認され（表 33）、友人とのテレビの共有傾向は男子よりも女子のほうが、また高校生より中学生のほうが有意に高く、テレビ視聴時間が平均より長い群のほうが見なかった群・平均以下の群よりも高い値であることが示された（表 35・36、 $p < .01$ ）。

表 35 友人とのテレビ共有傾向（性別・学校種別による比較）

		平均値	標準偏差	
友人との テレビ共有傾向	男子(255)	2.34	1.156	** 男子<女子
	女子(251)	2.66	1.214	
		平均値	標準偏差	
友人との テレビ共有傾向	中学生(280)	2.68	1.234	** 中学生>高校生
	高校生(225)	2.28	1.105	

表 36 友人とのテレビ共有傾向（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

【平日】				
		平均値	標準偏差	
友人との テレビ共有傾向	見ていない(96)	1.161	0.118	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(242)	1.128	0.072	
	平均より長い(141)	1.202	0.101	
【休日】				
		平均値	標準偏差	
友人との テレビ共有傾向	見ていない(110)	2.12	1.225	** 見ていない<平均以下<平均より長い
	平均以下(228)	2.46	1.116	
	平均より長い(140)	2.84	1.203	

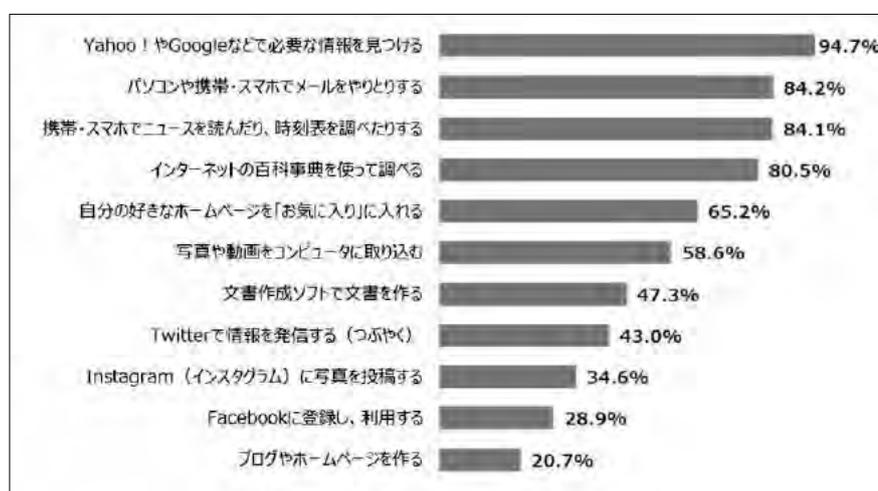
12 メディア・リテラシー

12.1 メディア操作スキル

操作可能な中高生の割合は文書作成ソフトが5割未満に対し、Yahoo!・Googleでの情報検索は9割以上。

メディア操作スキルについて「できるし、よくする」「できる」と回答した割合は、文書作成ソフトでの文書作成が47.3%に留まったのに対し、インターネットでの情報検索やメールのやりとりは8割以上となり、Yahoo!・Googleでの情報検索は9割を超えている。PC操作上のスキルより携帯やスマートフォンに特化した情報収集スキルの発達が進んでいるといえよう。Twitterは4割、Instagram・Facebook、ブログ・ホームページを作成可能な者は2割～4割であった(図27)。

全般に女子のほうが、また中学生より高校生のほうがスキル操作が可能な者の割合が高かったが(図28)、テレビの視聴時間3群間では大きな差はみられなかった(図29・30)。11項目の因子分析をおこなった結果一次元性が確認され(表37, $\alpha = .876$)、11項目の加算値を算出して平均値の差の検定を実施した(表38・39)。女子のほうが男子よりも($p < .05$)、中学生よりも高校生のほうが有意に高得点だったが($p < .01$)、視聴時間の3群間には有意な差は認められず、テレビに接する時間の多寡によってメディア操作スキルの巧緻には違いが生じない可能性が示唆された。



注)「できるし、よくする」+「できる」と答えた人の割合:回答の内訳の詳細は附録(p.88)参照

図27 メディア操作スキル:全体

	男子	女子
Yahoo!やGoogleなどで必要な情報を見つける	94.9%	94.9%
パソコンや携帯・スマホでメールをやりとりする	77.4%	91.3%
携帯・スマホでニュースを読んだり、時刻表を調べたりする	81.7%	86.6%
インターネットの百科事典を使って調べる	80.9%	80.6%
自分の好きなホームページを「お気に入り」に入れる	68.5%	62.2%
写真や動画をコンピュータに取り込む	56.6%	61.3%
文書作成ソフトで文書を作る	47.7%	47.2%
Twitterで情報を発信する（つぶやく）	38.3%	48.0%
Instagram（インスタグラム）に写真を投稿する	26.8%	42.7%
Facebookに登録し、利用する	34.4%	23.7%
ブログやホームページを作る	23.3%	18.1%

	中学生	高校生
Yahoo!やGoogleなどで必要な情報を見つける	92.2%	98.3%
携帯・スマホでニュースを読んだり、時刻表を調べたりする	74.4%	96.5%
パソコンや携帯・スマホでメールをやりとりする	74.7%	96.1%
インターネットの百科事典を使って調べる	74.7%	88.6%
自分の好きなホームページを「お気に入り」に入れる	56.9%	76.0%
写真や動画をコンピュータに取り込む	46.8%	73.7%
文書作成ソフトで文書を作る	33.9%	64.2%
Twitterで情報を発信する（つぶやく）	22.1%	68.6%
Instagram（インスタグラム）に写真を投稿する	19.2%	53.5%
Facebookに登録し、利用する	18.1%	42.3%
ブログやホームページを作る	12.1%	31.0%

注)「できるし、よくする」+「できる」と答えた人の割合

図 28 メディア操作スキル（性別・学校種別による比較）

【平日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	視聴なし
Yahoo!やGoogleなどで必要な情報を見つける	95.8%	95.1%	93.8%
携帯・スマホでニュースを読んだり、時刻表を調べたりする	86.7%	82.4%	85.6%
パソコンや携帯・スマホでメールをやりとりする	87.4%	82.4%	84.5%
インターネットの百科事典を使って調べる	79.0%	82.0%	79.4%
自分の好きなホームページを「お気に入り」に入れる	60.8%	66.4%	68.0%
写真や動画をコンピュータに取り込む	59.4%	56.6%	59.4%
文書作成ソフトで文書を作る	47.6%	48.0%	44.8%
Twitterで情報を発信する（つぶやく）	45.5%	41.0%	42.7%
Instagram（インスタグラム）に写真を投稿する	36.6%	34.4%	29.9%
Facebookに登録し、利用する	30.1%	29.2%	24.7%
ブログやホームページを作る	21.7%	19.7%	22.7%

注)「できるし、よくする」+「できる」と答えた人の割合

図 29 メディア操作スキル（平日のテレビ視聴時間別による比較）

【休日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	視聴なし
Yahoo！やGoogleなどで必要な情報を見つける	95.1%	96.1%	92.8%
パソコンや携帯・スマホでメールをやりとりする	88.8%	83.4%	82.0%
携帯・スマホでニュースを読んだり、時刻表を調べたりする	88.1%	84.7%	79.3%
インターネットの百科事典を使って調べる	78.3%	81.2%	82.9%
自分の好きなホームページを「お気に入り」に入れる	61.5%	65.1%	69.4%
写真や動画をコンピュータに取り込む	57.3%	57.6%	60.4%
文書作成ソフトで文書を作る	44.8%	46.7%	52.3%
Twitterで情報を発信する（つぶやく）	44.1%	39.3%	48.6%
Instagram（インスタグラム）に写真を投稿する	38.0%	32.8%	32.4%
Facebookに登録し、利用する	28.7%	26.8%	32.4%
ブログやホームページを作る	21.0%	20.1%	23.4%

注)「できるし、よくする」+「できる」と答えた人の割合

図 30 メディア操作スキル（休日のテレビ視聴時間別による比較）

表 37 メディア操作スキル—因子分析結果と記述統計量

	因子負荷	平均値	標準偏差
Twitterで情報を発信する（つぶやく）	.757	1.56	0.944
Instagram（インスタグラム）に写真を投稿する	.675	1.37	0.860
Facebookに登録し、利用する	.667	1.20	0.732
写真や動画をコンピュータに取り込む	.652	1.81	0.962
携帯・スマホでニュースを読んだり、時刻表を調べたりする	.647	2.30	0.831
ブログやホームページを作る	.634	1.12	0.648
文書作成ソフトで文書を作る	.626	1.47	0.894
自分の好きなホームページを「お気に入り」に入れる	.584	1.81	0.968
パソコンや携帯・スマホでメールをやりとりする	.579	2.38	0.832
インターネットの百科事典を使って調べる	.543	2.06	0.853
Yahoo！やGoogleなどで必要な情報を見つける	.540	2.59	0.646
α 係数		.876	

表 38 メディア操作スキル（性別・学校種別による比較）

		平均値	標準偏差	
メディア操作スキル	男子(255)	19.04314	6.477862	* 男子<女子
	女子(252)	20.28968	5.811739	
		平均値	標準偏差	
メディア操作スキル	中学生(280)	17.25	5.908	** 中学生<高校生
	高校生(226)	22.65	5.140	

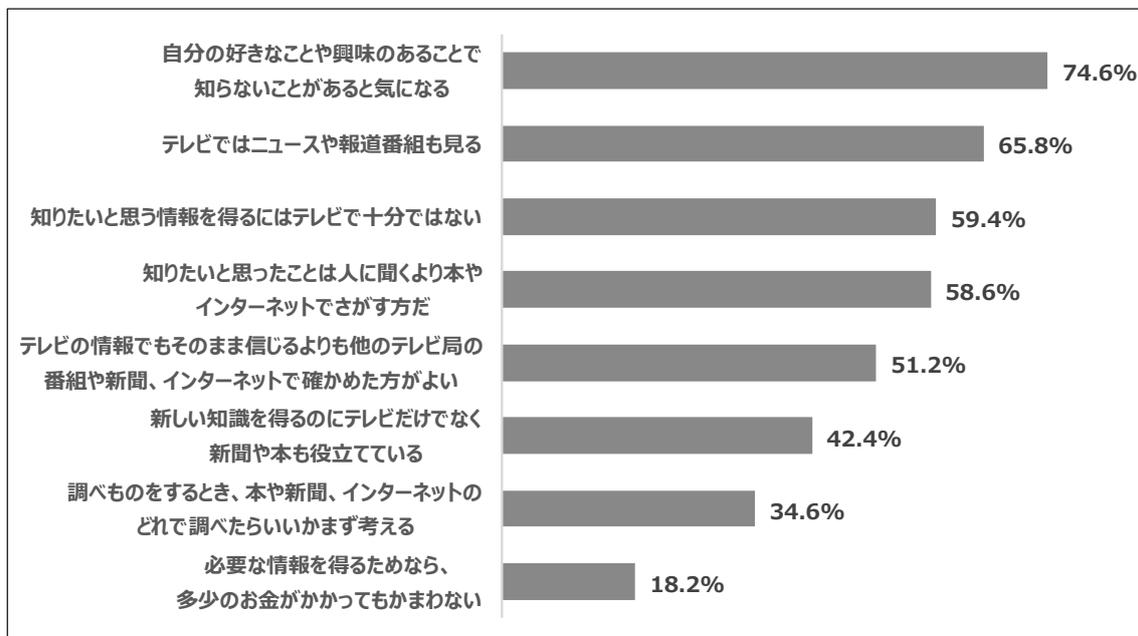
表 39 メディア操作スキル（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

【平日】				
		平均値	標準偏差	
メディア操作スキル	見ていない(96)	19.33	6.529	n.s.
	平均以下(244)	19.51	5.751	
	平均より長い(142)	19.99	6.580	
【休日】				
		平均値	標準偏差	
メディア操作スキル	見ていない(111)	19.78	6.787	n.s.
	平均以下(228)	19.37	5.738	
	平均より長い(142)	19.86	6.267	

12.2 メディアに対する主体的態度

「テレビでニュースや報道番組も見る」「知りたいと思う情報を得るにはテレビでは不十分」「知りたいと思ったことは人に聞くより本やインターネットで確かめる」者が約 6 割。長時間テレビ視聴群のメディア一般に対する主体的な態度得点はやや高め。

テレビやインターネット、本、新聞など多様なメディアを使って情報収集することに対する積極性を尋ねる 8 項目について、「そう思う」「ややそう思う」と回答した割合を求めた（図 31）。「テレビではニュースや報道番組も見る」と回答した者は 6 割を超え、「知りたいと思う情報を得るにはテレビでは十分ではない」「知りたいと思ったことは人に聞くより本やインターネットでさがす方だ」「テレビの情報でもそのまま信じるよりも他のテレビ局の番組や新聞、インターネットで確かめたほうがよい」と考える者も 5 割を超えており、情報に対して多様な媒体で確認しながら慎重に接しようとしている中高生が少なくないことが明らかになった。



注)「ややそう思う」+「そう思う」と答えた人の割合: 回答の内訳の詳細は附録(p. 89) 参照

図 31 メディアに対する主体的態度：全体

男女差や中高差はあまり明確ではなく、全体と同様な傾向がみられた（図 32）。テレビ視聴時間の 3 群の比較では、視聴なし群において、「テレビではニュースや報道番組も見る」で他の 2 群より低い割合だったが（視聴なし群：平日 50.5%・休日 51.8%、平均以下群：平日 66.8%・休日：69.4%、平均以上群：平日 77.3%・休日 73.2%）、他の項目では大きな差はみられなかった（図 33）。

項目の主成分分析をおこなったところ、8項目中6項目が第1主成分に0.4以上の負荷量を示し（表40）、この6項目の評定値を加算した得点の比較を男女・中高・視聴時間3群でおこなった（表41・42）。有意な差が見られたのは休日の視聴時間3群間で、視聴なし群の得点が平均以上群より有意に低く（ $p < .05$ ）、有意には至らなかったが平日でも同様な傾向が見られ、相対的に長時間テレビを視聴している群の多様なメディア一般に対する主体的な態度は、むしろ高い傾向にあることが示唆される結果となった。

	男子	女子
自分の好きなことや興味のあることで知らないことがあると気になる	71.4%	79.1%
テレビではニュースや報道番組も見	64.3%	68.1%
知りたいと思う情報を得るにはテレビでは十分ではない	59.6%	59.8%
知りたいと思ったことは人に聞くより本やインターネットでさがす方だ	58.4%	59.4%
テレビの情報でもそのまま信じるよりも他のテレビ局の番組や新聞、インターネットで確かめた方がよい	53.7%	49.4%
新しい知識を得るのにテレビだけでなく新聞や本も役立っている	43.9%	41.3%
調べものをするとき、本や新聞、インターネットのどれで調べたいいかまず考える	38.0%	31.5%
必要な情報を得るためなら、多少のお金がかかってもかまわない	22.7%	13.8%

	中学生	高校生
自分の好きなことや興味のあることで知らないことがあると気になる	73.1%	78.1%
テレビではニュースや報道番組も見	66.8%	65.8%
知りたいと思ったことは人に聞くより本やインターネットでさがす方だ	53.2%	65.8%
知りたいと思う情報を得るにはテレビでは十分ではない	58.6%	61.0%
テレビの情報でもそのまま信じるよりも他のテレビ局の番組や新聞、インターネットで確かめた方がよい	45.9%	58.8%
新しい知識を得るのにテレビだけでなく新聞や本も役立っている	46.1%	38.6%
調べものをするとき、本や新聞、インターネットのどれで調べたいいかまず考える	38.6%	30.3%
必要な情報を得るためなら、多少のお金がかかってもかまわない	16.1%	21.1%

図32 メディアに対する主体的態度（性別・学校種別による比較）

【平日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	行為者平均より長い	行為者平均以下	見ていない
自分の好きなことや興味のあることで知らないことがあると気になる	73.0%	81.6%	66.0%
テレビではニュースや報道番組も見	77.3%	66.8%	50.5%
知りたいと思う情報を得るにはテレビでは十分ではない	53.9%	61.1%	63.9%
知りたいと思ったことは人に聞くより本やインターネットでさがす方だ	56.0%	57.8%	61.9%
テレビの情報でもそのまま信じるよりも他のテレビ局の番組や新聞、インターネットで確かめた方がよい	53.2%	52.5%	49.5%
新しい知識を得るのにテレビだけでなく新聞や本も役立っている	44.7%	43.9%	40.2%
調べものをするとき、本や新聞、インターネットのどれで調べたいいかまず考える	32.6%	34.8%	40.2%
必要な情報を得るためなら、多少のお金がかかってもかまわない	16.3%	16.4%	24.7%

【休日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	行為者平均より長い	行為者平均以下	見ていない
自分の好きなことや興味のあることで知らないことがあると気になる	76.8%	80.3%	64.5%
テレビではニュースや報道番組も見	73.2%	69.4%	51.8%
知りたいと思ったことは人に聞くより本やインターネットでさがす方だ	66.2%	51.1%	61.8%
知りたいと思う情報を得るにはテレビでは十分ではない	54.2%	62.0%	59.1%
テレビの情報でもそのまま信じるよりも他のテレビ局の番組や新聞、インターネットで確かめた方がよい	52.1%	52.8%	48.2%
新しい知識を得るのにテレビだけでなく新聞や本も役立っている	48.6%	43.2%	36.4%
調べものをするとき、本や新聞、インターネットのどれで調べたいいかまず考える	35.9%	33.6%	38.2%
必要な情報を得るためなら、多少のお金がかかってもかまわない	19.0%	17.0%	18.2%

図33 メディアに対する主体的態度（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

表 40 メディアに対する主体的態度の主成分分析結果と記述統計量

	第1主成分	平均値	標準偏差
新しい知識を得るのにテレビだけでなく新聞や本も役立てている	.690	3.13	1.256
必要な情報を得るためなら、多少のお金がかかってもかまわない	.639	2.39	1.230
調べものをするとき、本や新聞、インターネットのどれで調べたらいいかまず考える	.609	2.95	1.308
テレビではニュースや報道番組も見る	.601	3.71	1.279
自分の好きなことや興味のあることで知らないことがあると気になる	.579	4.09	1.040
テレビの情報でもそのまま信じるよりも他のテレビ局の番組や新聞、インターネットで確かめた方がよい	.567	3.56	1.130
α 係数	.670		

表 41 メディアに対する主体的態度（性別・学校種別による比較）

		平均値	標準偏差	
メディアに対する主体的態度	男子(255)	20.09	4.446	<i>n.s.</i>
	女子(253)	19.58	4.476	
		平均値	標準偏差	
メディアに対する主体的態度	中学生(279)	19.76	4.515	<i>n.s.</i>
	高校生(228)	19.99	4.334	

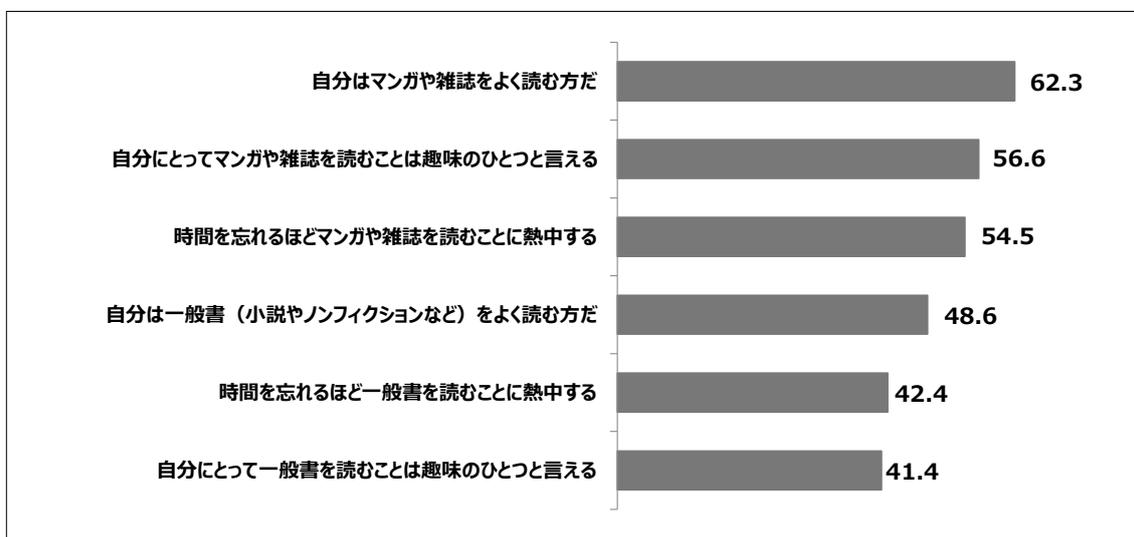
表 42 メディアに対する主体的態度（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

【平日】				
		平均値	標準偏差	
メディアに対する主体的態度	見ていない(97)	19.19	5.520	<i>n.s.</i>
	平均以下(244)	20.03	3.840	
	平均より長い(141)	20.21	4.532	
【休日】				
		平均値	標準偏差	
メディアに対する主体的態度	見ていない(110)	18.98	4.895	* 見ていない<平均
	平均以下(229)	19.97	4.043	
	平均より長い(142)	20.57	4.512	

13 読書習慣

マンガ/雑誌をよく読んでいるのは5～6割、一般書は4割以上。視聴なし群は一般書の読書習慣傾向がやや高かった。

読書（マンガ/雑誌、一般書：小説/ノンフィクションなど）の習慣について6項目で尋ねたところ、マンガ・雑誌については、図34の3項目（マンガ/雑誌をよく読む・マンガ/雑誌を読むことは趣味のひとつ・マンガ/雑誌に熱中する）について「かなりあてはまる」「ややあてはまる」と回答した者が5割～6割と半数を超えた。一般書（小説・ノンフィクション）についても、同様な3項目すべてで4割を超えており、半数前後の中高生はふだんの生活のなかで活字メディアにも親しんでいる様子が伺える結果となった。文科省の平成29年度「子供の読書活動推進計画に関する調査研究」調査報告書によれば、不読率（1か月で読んだ本の冊数が「0冊」と回答した生徒の割合。全国299校15,861人の児童・生徒からの回答）は、小学生が1割未満、中学生が約1～2割、高校生が約3～4割と報告されており、とくに高校生では読書から遠ざかっている者が少なくない。今回の調査ではよく読むかどうか、読書が趣味であるかどうかといった主観的な判断で尋ねたが、今後より正確な読書実態と他のメディア利用との関連について検討する必要があるだろう。



注)「かなりあてはまる」+「ややあてはまる」と答えた人の割合:回答の内訳の詳細は附録(p.90)参照

図34 読書習慣：全体（マンガ/雑誌、一般書）

読書習慣における男女差や中高差は明確ではなく（図 35）、6 項目の因子分析の結果抽出された 2 次元（表 43、マンガ・雑誌の読書習慣と一般書の読書習慣）の合成得点でも有意な差は見られなかった（表 44）。視聴時間の 3 群の比較では（図 36）、マンガ/雑誌ではほとんど差がみられなかったが、一般書については、見ていない群の割合がやや高く、平日について平均以下の群より有意に一般書の得点が高い傾向がみられた（ $p < .05$ 、表 45）。

	男子	女子
自分はマンガや雑誌をよく読む方だ	60.7%	65.4%
自分にとってマンガや雑誌を読むことは趣味のひとつと言える	55.2%	59.2%
時間を忘れるほどマンガや雑誌を読むことに熱中する	53.8%	56.7%
自分は一般書（小説やノンフィクションなど）をよく読む方だ	47.2%	51.4%
時間を忘れるほど一般書を読むことに熱中する	39.0%	46.9%
自分にとって一般書を読むことは趣味のひとつと言える	40.2%	43.7%

	中学生	高校生
自分はマンガや雑誌をよく読む方だ	60.9%	65.5%
自分にとってマンガや雑誌を読むことは趣味のひとつと言える	53.9%	61.1%
時間を忘れるほどマンガや雑誌を読むことに熱中する	53.2%	57.5%
自分は一般書（小説やノンフィクションなど）をよく読む方だ	53.1%	44.9%
時間を忘れるほど一般書を読むことに熱中する	45.2%	40.4%
自分にとって一般書を読むことは趣味のひとつと言える	45.3%	38.1%

注)「かなりあてはまる」+「ややあてはまる」と答えた人の割合

図 35 読書習慣（マンガ/雑誌、一般書、性別・学校種別による比較）

【平日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	見ていない
自分はマンガや雑誌をよく読む方だ	64.8%	60.9%	60.4%
自分にとってマンガや雑誌を読むことは趣味のひとつと言える	57.0%	56.0%	56.7%
時間を忘れるほどマンガや雑誌を読むことに熱中する	54.9%	52.3%	57.9%
自分は一般書（小説やノンフィクションなど）をよく読む方だ	50.7%	43.6%	64.2%
時間を忘れるほど一般書を読むことに熱中する	41.8%	39.8%	53.7%
自分にとって一般書を読むことは趣味のひとつと言える	40.8%	37.4%	55.8%

【休日】テレビ使用時間（リアルタイム・録画・オンデマンド）	平均より長い	平均以下	見ていない
自分はマンガや雑誌をよく読む方だ	62.2%	60.8%	66.4%
自分にとってマンガや雑誌を読むことは趣味のひとつと言える	58.3%	53.1%	63.1%
時間を忘れるほどマンガや雑誌を読むことに熱中する	52.1%	52.9%	61.8%
自分は一般書（小説やノンフィクションなど）をよく読む方だ	49.7%	44.9%	61.5%
時間を忘れるほど一般書を読むことに熱中する	41.3%	39.6%	54.1%
自分にとって一般書を読むことは趣味のひとつと言える	36.4%	38.8%	56.9%

注)「かなりあてはまる」+「ややあてはまる」と答えた人の割合

図 36 読書習慣（マンガ/雑誌、一般書、平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

表 43 読書習慣—因子分析結果と記述統計量

	因子負荷		平均値	標準偏差
	1	2		
自分にとってマンガや雑誌を読むことは趣味のひとつと言える	.954		2.67	1.154
自分はマンガや雑誌をよく読む方だ	.926		2.79	1.086
時間を忘れるほどマンガや雑誌を読むことに熱中する	.887		2.61	1.173
自分にとって一般書を読むことは趣味のひとつと言える		.983	2.30	1.141
自分は一般書（小説やノンフィクションなど）をよく読む方だ		.919	2.49	1.100
時間を忘れるほど一般書を読むことに熱中する		.849	2.30	1.158
α係数	.945	.942		

表 44 読書習慣（性別と学校種別による比較）

		平均値	標準偏差
読書習慣（マンガ・雑誌）	男子(248)	7.92	3.223
	女子(253)	8.21	3.270
読書習慣（一般書）	男子(246)	6.93	3.223
	女子(253)	7.21	3.204

		平均値	標準偏差
読書習慣（マンガ・雑誌）	中学生(274)	8.02	3.293
	高校生(226)	8.12	3.201
読書習慣（一般書）	中学生(273)	7.34	3.275
	高校生(225)	6.76	3.110

表 45 読書習慣（平日・休日のテレビ視聴時間別による比較）

【平日】			
		平均値	標準偏差
読書習慣（マンガ・雑誌）	見ていない(94)	8.07	3.207
	平均以下(241)	7.95	3.285
	平均より長い(141)	8.13	3.319
読書習慣（一般書）	見ていない(94)	7.87	3.338
	平均以下(243)	6.72	3.111
	平均より長い(139)	7.16	3.233

* 見ていない > 平均以下

【休日】			
		平均値	標準偏差
読書習慣（マンガ・雑誌）	見ていない(109)	8.42	3.178
	平均以下(223)	7.87	3.250
	平均より長い(143)	8.08	3.339
読書習慣（一般書）	見ていない(108)	7.71	3.247
	平均以下(226)	6.89	3.124
	平均より長い(141)	6.91	3.266

14 テレビ視聴時間と関連する要因

平日では、女子である・大都市在住者である・世帯収入低い・性格(好奇心の強さ)、クラブ活動や塾等の自宅外での活動時間が短い、テレビに対する効用感が強い、友人・親とのテレビ共有度が高いことがより長いテレビ視聴時間に関連。休日は、クラブ活動や塾等の自宅外での活動時間が短い、番組を一緒に共有してくれる人がいることが関連。平日・休日ともにスマホ・携帯の使用時間は関連なし。

平日と休日それぞれのテレビ視聴時間(リアルタイムテレビ時間+録画テレビ時間)の多さと関連する要因について検討するため、①基本属性：性別、在住する地域の都市規模、世帯収入、②個人の特性に関する要因：性格的な特徴、認知的な特徴(批判的思考態度)、メディア・リテラシー、③テレビを見る時間と競合することが予想される要因：自宅外での活動時間(クラブ活動、塾・図書館での学習時間)、スマホ・携帯の使用時間、読書習慣、④テレビを視聴することの動機づけとなることが予想される要因：テレビに対する効用感の強さ、他者とのテレビ番組の共有度(親、友人)の4つの要因カテゴリーに関する変数を投入した重回帰分析をおこなった(解析結果の詳細については表46・表47を参照、結果のまとめは図36・図37を参照)。

解析の結果、平日でのテレビ視聴時間の多さには、性別(女子である)・都市規模(大都市在住者である)・世帯収入(低い)・性格(物事に対する柔軟性があり新しい経験に対する好奇心が強い)といった個人的な特徴に関する変数と、クラブ活動や塾等の自宅外での活動時間が短いこと、テレビの様々な機能に関する効用感が強いこと、また友人・親とのテレビ共有度が高いことといった多くの変数が関連することが明らかになった(表46および図36)。一方、休日のテレビ視聴時間については、家庭外での活動時間の短さと親・友人との共有の多さの3変数のみに関連しており、休日については、青少年が外出せずに在宅していることと、番組を一緒に共有してくれる人(親については共有視聴、友人については内容について会話できること)がいることが、テレビ視聴の多寡に関連することが示された(表47および図37)。

休日・平日ともに、“家庭外活動時間(クラブ・塾や図書館等の家庭外学習時間)“と”親とのテレビ番組の共有“との関連が強めであり(家庭外活動時間の回帰係数 β は平日=-.250・休日=-.196、親との共有の回帰係数 β は平日=.211・休日=.295、いずれも $p < .01$)、性別や学年、子度も自身の性格や認知的態度、スマホ・携帯の使用時間の多寡等の多様な変数の効果を考慮したうえでも、中高生のより長いテレビ視聴は、自宅にいる時間の長さで親と楽しくテレビ番組を共有していることに相対的に大きく影響される可能性が示唆された。とくに、スマホ・携帯使用時間とは有意な関連が示されなかったことは興味深い結果であるといえよう。投入した変数全体(独立変数)の視聴時間(従属変数)に対する説明率が有意であったものの(両日ともに p

<.01、表 40・表 41) 平日・休日ともに 30%以下であったことから(平日:27.8%・休日:21.9%)、今回測定できなかった変数の効果が大きいこと、テレビの共有については母親が主な回答者であり父親やその他の家族についての情報が乏しいことなど、今回の調査には様々な限界があり、今後さらに洗練化した研究が必要であろう。

表 46 重回帰分析の結果(従属変数:平日のテレビ視聴量)

	<i>B</i>	<i>s.e.</i>	β
(定数)	13.266	68.775	
基本属性			
子どもの性別(男子=1、女子=2)	22.700	9.826	.107*
子どもの年齢	-5.171	3.369	-.085
保護者の最終学歴(1=中卒~5=大学院卒)	-8.451	6.522	-.065
世帯年収(1=200万未満~8=1,400万以上)	-7.162	3.195	-.112*
都市規模(1=人口10万未満の市・郡部~3=大都市(23区含む))	19.604	6.556	.140**
本人の特徴			
批判的思考態度	-0.912	0.596	-.094
メディア・リテラシー:メディアに対する主体的態度	1.186	1.426	.048
メディア・リテラシー:メディア操作スキル	1.145	1.020	.065
パーソナリティ:外向性	-0.463	1.709	-.014
パーソナリティ:協調性	-0.916	2.091	-.021
パーソナリティ:勤勉性	-2.294	2.089	-.054
パーソナリティ:神経症傾向	-2.525	2.293	-.054
パーソナリティ:開放性	6.593	2.207	.146**
テレビに対する効用感	3.473	0.941	.199**
生活時間			
平日の家庭外活動時間(クラブ・家庭外学習時間)	-0.274	0.051	-.250**
平日のスマホ・携帯使用時間	-0.025	0.045	-.028
読書習慣(一般書・マンガ/雑誌)	-1.152	0.940	-.059
他者とのテレビ共有			
友だちとのテレビの共有	8.587	4.130	.105*
親との番組共有	7.319	1.709	.211**
親のテレビに関する制限的介入	-2.241	1.496	-.074
	R^2	.278**	

* $p < .05$. ** $p < .01$.

注)パーソナリティに関する項目:回答の内訳の詳細は附録(p.91)参照

表 47 重回帰分析の結果（従属変数：休日のテレビ視聴量）

	<i>B</i>	<i>s.e.</i>	β
(定数)	-41.633	126.188	
基本属性			
子どもの性別（男子 = 1、女子 = 2）	-1.563	18.280	-.004
子どもの年齢	-5.961	6.342	-.057
保護者の最終学歴（1=中卒～5=大学院卒）	-26.648	12.240	-.121 *
世帯年収（1=200万未満～8=1,400万以上）	-6.544	5.986	-.061
都市規模（1=人口10万未満の市・郡部～3=大都市（23区含む））	20.718	12.170	.087
本人の特徴			
批判的思考態度	-0.017	1.106	-.001
メディア・リテラシー：メディアに対する主体的態度	1.728	2.639	.042
メディア・リテラシー：メディア操作スキル	0.118	1.901	.004
パーソナリティ：外向性	2.020	3.309	.034
パーソナリティ：協調性	-4.609	4.028	-.060
パーソナリティ：勤勉性	4.506	3.985	.060
パーソナリティ：神経症傾向	-0.262	4.219	-.003
パーソナリティ：開放性	3.838	4.142	.050
テレビに対する効用感	2.579	1.770	.086
生活時間			
休日の家庭外活動時間（クラブ・家庭外学習時間）	-0.176	0.047	-.196 **
休日のスマホ・携帯使用时间	0.107	0.060	.100
読書習慣（一般書・マンガ／雑誌）	-2.898	1.742	-.088
他者とのテレビ共有			
友だちとのテレビの共有	5.978	7.721	.043
親との番組共有	17.297	3.185	.295 **
親のテレビに関する制限的介入	0.063	2.863	.001
	R^2	.219 **	

* $p < .05$. ** $p < .01$.

注) パーソナリティに関する項目：回答の内訳の詳細は附録(p. 91) 参照