

## 情報化社会と子育てに関する研究(2)

—インターネットコンテンツにみる子育て情報—

母子保健研究部 齊藤 進・小山 修  
加藤忠明・高野 陽  
研究企画・情報部 中村 敬  
情報教育研究所 山岡テイ

**【要約】** 子育てにおけるインターネットの有効性は情報収集と情報発信機能と連絡や相談といったコミュニケーションツールとしての機能が考えられる。第一の機能は「情報の発信」と「情報の収集」であるが、インターネット上の情報は玉石混淆の状態で、膨大な情報量の中から自分に役立つ質のよい情報の検索は大きな課題である。情報源リスト作成のための基礎資料として、子育て情報検索用キーワードの整理と子育てホームページの内容と有効性の調査を実施した。

子育てを内容にしたインターネットコンテンツ（ホームページ）では、個人が開設したものが多く、内容は、簡単な家族紹介から情報提供まで様々であったが、情報源としての有効性はあまり期待できない。数は少ないが、子育てグループや患者家族会等のグループが比較的役立つ情報を掲載する傾向がみられた。同様に、少数だが電子掲示板やメーリングリストを中心に運営されているものは、コミュニケーション手段として有効で、子育て支援として期待できる。

今後、膨大な情報量のインターネットのコンテンツから、有効な情報を利用するためには、利用案内や内容別リストを作成し提供することが望まれる。

**【見出し語】** 子育て ホームページ 情報 電子掲示板 メーリングリスト

### A Study on Child Rearing in the Information-oriented Society (2) -- The Information of Internet Contents about Child Rearing --

Susumu SAITO, Osamu OYAMA, Tadaaki KATO  
Akira TAKANO, Takashi NAKAMURA, and Tei YAMAOKA

**[Abstract]** The internet contents (home pages) about child rearing were surveyed. There was a lot of individual contents including many kinds of information which were not expected effective. But there were a few groups of child rearing and of patient's family which tended to exhibit the useful contents. The net news and the mailing list are expected to communicate efficiently. It is hoped to offer the list separated about the contents, and to give the available information because there were enormous home pages.

**[Key Words]** Child rearing, Home page, Information, Bulletin Board System, Mailing list

## I. 目的

インターネットの普及は、情報通信の世界のみならず人々の生活を大きく変えようとしている。電子マネー、サイバーホスピタル、サイバーショッピングの普及をはじめ、子育て情報の収集や育児グループの活動や仲間づくり、また自分の子育て記録の公開など子育て世界にも影響を与えつつある。また、携帯電話や PHS 等の利便性の高いコミュニケーションツールが普及しており、共働き世帯には必携ツールとなりつつある。自宅や職場のみならず、携帯電話や PHS と情報携帯端末を組み合わせたモバイル環境が整備され、また携帯電話や PHS のみでインターネットの資源を活用できるようになってきているなど、いつでもどこでもインターネットを使用した情報収集やコミュニケーションが可能になってきている。

子育てとインターネットの関係を考えると情報収集と情報発信、連絡や相談といったコミュニケーションツールとしての機能が考えられる。その他、匿名性の長所短所などがあり、時間と空間を超えたコミュニケーションが可能である。これらから、第一の機能として、インターネットコンテンツ（ホームページ）は「子育て情報の発信源」、次いでホームページの電子掲示板（アクセスした人がメッセージを自由に書き込めるシステム）やメーリングリスト（メールの同報機能を使用した登録者全員の情報・意見交換システム）、チャット機能（キーボードから文字を入力し、メッセージをリアルタイムでやり取りする方法）を使用し、情報の共有と親睦や懇親を図る「コミュニケーションが可能」である点が大きな特徴である。

前者の機能は、「情報の発信」と「情報の収集」の二者が存在する。比較的ローコストでコンテンツを作成でき、自分の情報を公開できるメリットは大きい。また、リアルタイムに最新情報を手に入れることができる点も大きな長所である。今回

はインターネットを活用して、子育てに役立つ情報を入手する立場に立って、本研究を進めた。

一般的には検索エンジンを利用して、情報を探す方法が取られている。検索エンジンには、それぞれ特徴を備えたいくつもの種類がある。これらの特徴を知って利用することが上手な活用方法であると言われている。しかし、なかなか大量の情報から検索していくのは時間やコストがかかり大変なことも事実である。本研究では、役立つ情報源のリストを将来作成するために、まずインターネット上で利用可能な子育て関係のインターネットコンテンツの現状を調査し、その内容の評価と有効性について検討した。その結果を踏まえて、インターネット情報の活用と限界を明らかにし、今後のあり方を探る資料とする目的で実施した。

## II. 方法

インターネット情報の量を計るための方法として、キーワードによる検索がある。質の測定は、コンテンツを一定の基準により評価する方法がある。今回、量の測定に必要となるキーワードの検討、整理を研究者の討議によって実施した。質の測定として、ホームページの評価を行い、その内容を分析した。

ホームページの選定（検索）には、サーチエンジンのうち、ディレクトリ型サーチエンジンを選んだ。各エンジンにより登録されたホームページはまちまちであったので、今回は登録量が多い、NTTディレクトリを選定し、1998年10月から12月の3ヶ月に登録されたホームページをすべてアクセスし、「ホームページ開設者」「コンテンツ（ホームページ）の内容」「開設者あてのメールアドレスの有無」「メーリングリスト開設の有無」「他へのリンクの有無」「電子掲示板の有無」「表示やアクセススピードの状況」「全体の有効度」に

ついて評価した(調査時期1999年3月)。ただし、全体の有効度は、担当の研究者がコンテンツの内容等をもとに評価した。なお、専門的内容を掲載したものが少なかったため、医学や小児保健の専門的内容の厳密な確認を行ったわけではない。

### Ⅲ. 結果

#### <子育て検索用キーワード>

ロボット型検索エンジン(機械的にコンテンツの内容に含まれるワードを収集して登録するシステム)で検索を実施する場合は、キーワードを組み合わせて実施しないと、検索結果が多いのでなかなか必要な情報にたどり着けない。そこで、子育てに関する情報検索に使用するキーワードとして使用する言葉を別表のとおり整理した。これらのキーワードを適宜組み合わせて検索を実施するか、順次絞り込む方法を取ることが良いと考えられるが、具体的な検索による調査は、次年度に試みる予定である。

#### <コンテンツ(ホームページ)の状況調査>

NTTディレクトリの「趣味・生活」の一分野である「子育て」には約2000件が登録されている。このうち1998年の10月から12月の3ヶ月間に登録されたホームページは288件であった。これらを開設者別に見ると、表1のとおり、約6割が個人のホームページで、次いで「団体や社会福祉法人等」(18.7%)、企業(13.6%)、育児グループや患者会等の「グループ」(5.4%)、「教育機関」「地方自治体」「その他」「不明」(各0.8%)であった。また、閉鎖したホームページやアクセスできないサーバもあった。本人が登録するシステムの関係から分野外と思われるホームページが21件あった。

コンテンツの内容について、次の基準で分類した。

- ◆ 広告：個人や団体、営利企業の紹介と営業内容・販売広告を主としたもの
- ◆ 個人のPR：家族の紹介や子育て日記を中心とした内容のもの
- ◆ 情報提供：子育てに関するノウハウや情報提供を掲載したもの(個人のPRや広告がある場合も含む)
- ◆ コミュニケーション：情報交換や意見交換などを主な目的にしたもの(電子掲示板やチャット、メーリングリストページが主である)
- ◆ 情報源(高度)：情報提供を中心とし、かつ内容がかなり専門的であるもの

全体では「個人のPR」が45.4%で最も多く、次いで「広告」(30.3%)、以下「情報提供」(14.3%)、「コミュニケーション」(8.4%)、「情報源」(1.2%)、「その他」(0.4%)の順であった(表2)。

開設者別の検討は、開設数がある程度の数のある「個人」「グループ」「団体等」「企業」について実施した(以後同様)。開設数の最も多い「個人」では、「個人のPR」を内容としたものが75.7%で最も多く、以下「情報提供」(10.8%)、「コミュニケーション」(10.8%)、「広告」(2.0%)、「情報源」(0.7%)であった。次に「団体等」では、「広告」が87.0%とほとんどを占め、残りは「情報提供」(13.0%)であった。「企業」でも団体同様に「広告」が82.9%と多く、以下「情報提供」(11.4%)、「情報源」「その他」各2.9%であった。「グループ」では「情報提供」が最も多く42.9%で、次いで「コミュニケーション」(35.7%)、「広告」(14.3%)、「個人のPR」(7.1%)の順であった。

メールアドレスは、開設者へ連絡や質問する場合に必要である。コンテンツの信頼性の指標のひとつとしてメールアドレスの明示を確認した。このメールアドレスについて、98.4%がメールアドレスを表示またはクリックすることで送信できるようになっていた。開設者の違いによる差はあまり

なかった(表3)。

コミュニケーションをはかる指標として、電子掲示板の有無とメーリングリストの開設や案内の有無を調べた。全体では、47.8%が電子掲示板を準備していた。開設者別にみると、「個人」(66.2%)、「グループ」(64.3%)では6割以上が開設していたが、「企業」(20.0%)、「団体等」(13.0%)では少なかった(表4)。

「メーリングリスト」の開設や案内については、全体で3.2%(8件)と少なく、開設者別でみると個人は4.1%(6件)、「グループ」では7.1%、「企業」は2.9%(各1件)であった(表5)。

他のホームページへのリンクの有無について、全体では39.4%がリンクを設けていた(表6)。設置者別では、「グループ」(57.1%)、「個人」(49.3%)は半数以上がリンクを設けていたが、「企業」(25.7%)、「団体等」(15.2%)では少なかった。

表示やアクセス(接続時間)の状況を5段階で調べたが、全体では「普通」(73.3%)が多く、設置者別では「団体等」(43.5%)が比較的軽く、表示に時間がかかる状況であった(表7)。これらの原因は、写真やイメージ情報の量とプロバイダーの回線に影響されるが、アクセス者の増減や接続時間帯にも大きく関係するため、参考程度に考えたい。

内容の有効度は、コンテンツの情報内容とコミュニケーション機能等総合的な有効度を次の基準で5段階に分類した。

- ◆ 低い：簡単な開設者の紹介内容しかないもの
- ◆ やや低い：「低い」と「普通」の中間的なもの
- ◆ 普通：開設者紹介と情報提供、電子掲示板等の機能を備え、子育て支援的な内容のもの
- ◆ やや高い：「普通」と「高い」の中間
- ◆ 高い：内容が豊富で情報の質が高い情報提供と関係機関へのリンク、電子掲示板などによるコミュニケーション機能を備え、子育て支

援への効果が有効なもの

全体では、有効度が「低い」(38.2%)が多く、次いで「やや低い」(26.3%)、「普通」(22.7%)、「やや高い」(12.0%)、「高い」(0.8%)の順であった(表8)。設置者別では、「個人」については「やや低い」(33.1%)が多く、以下「普通」(27.7%)、「低い」(25.7%)、「やや高い」(12.2%)、「高い」(1.4%)で、有効度の高いものから低いものまで多種であった。「グループ」では、「普通」(42.9%)が多く、次いで「やや高い」(28.6%)、「やや低い」(21.4%)、「低い」(7.1%)で有効度の高い群の割合が多かった。有効度が「低い」ものは、「団体等」(69.6%)、「企業」(65.7%)で比較的有效度の低いものが多い傾向が見られた。

#### IV. 考察

手動登録ディレクトリ型検索エンジンで探したコンテンツ(ホームページ)は個人の開設したものが多かった。これは、インターネットの大きな特徴のひとつである「簡便な情報発信」機能が生かされたもので、ある程度パソコンを使用できるという条件はあるものの、費用や時間が少なく多彩な自己PRが可能である。家族のPRをしたいという考えの人や自分の体験を共有したいと望むものにとって有効なシステムといえるだろう。

内容は、簡単な家族紹介(写真)の内容からQ&Aや情報提供までいろいろであった。家族紹介は別として、自分の育児体験や双子の育児など少数の人の体験を紹介した内容は、同様な悩みや体験をする者にとって共有化が可能であり、有効な内容と考えられる。また、自分の体験のみならず専門書籍等からの情報を掲載したページもあり、数居の高い専門機関と近隣の友人や家族と間を埋める情報源として有効である。また、入手しにくい専門書籍との隙間を埋める役割を果たしている。

個人のコンテンツでは、メーリングリストは少ないものの、電子掲示板を充実させ、情報交換や意見交換などの仮想井戸端会議を意図したページなどのコミュニケーションを中心にしたものもあった。これはリアルタイムではないが多対多のコミュニケーションが可能な点で育児の不安を解消する力になっている。

メーリングリストはE-mailの同報機能(同時に多数の人にメールを送信する機能)を活用したもののだが、ホームページの電子掲示板より会員性が高く、メンバー意識が高くなる。なぜなら、メンバー登録が必要で、登録した場合は内容の如何、自分の都合とは関係無くメンバーのメールが送られてくるからである。そこで仲間意識や情報の豊富さでは電子掲示板以上のコミュニケーション機能を発揮する。ただ、注意すべき点は文字でのやり取りであることである。顔を見ない意見の交換は、大きな誤解を生みトラブルになる可能性もあることを忘れてはならない。

コミュニケーションを中心としたものではこの他、チャットができるものもあった。ICQ(インターネットでWWWからでなく、登録メンバーのオンライン状況を見てチャットが可能なシステムを備えたコミュニケーション専用ソフト)の利用者が急激に増加しているが、お互いの顔を見ないまま匿名でのリアルタイムのコミュニケーションが好まれつつある傾向を示している。

個人やグループで開設したものは、量の相違はあるものの半数が他のホームページにリンクを張っていた。このリンク自身が一種の情報データベースにもなる。しかし、団体等では少ない傾向が見られた。今回の調査では、団体として社会福祉

法人等の保育園が比較的多く存在したが、リンクは不十分で、内容もパンフレットの有効性にかけているなど、今後の改善、充実を望みたい。

表示やアクセス状況は、プロバイダーの回線の量にも関係するが、写真やイメージ情報をたくさん使用した凝ったコンテンツは表示が遅く、利用しにくい。その割に情報量は少なく、役立つ情報ソースとはいえないだろう。文字で表現できる情報は、イメージを使用しないコンテンツの作成が望まれる。

総合的な内容の有効性に関しては、発する情報の内容との関係でみなければならない。しかし、子育てグループや患者・家族会等のグループが比較的役立つ情報を掲載する傾向があり、情報交換機能も備えていると考えられる。この設置者のコンテンツは相対的に数が少ないので、リスト化すれば有効に利用できるだろう。共働き家庭など昼間家にいない家庭では、コミュニケーションを主体としたホームページは子育て支援として今後が大いに期待できる。

## V. 結語

インターネットのコンテンツ(ホームページ)上の子育て情報を調査した。有効なものはそれほど多くはないが、圧倒的な量があることでカバーされる傾向が見られた。従って、有効なインフォメーションやガイドが必要である。

今後は分野別の情報源やコミュニケーションページの存在を調査し、紹介していくことが必要であろう。

別表 子育て Key Word

【子どもの生活】	
子ども	赤ちゃん、乳児、幼児、乳幼児、きょうだい、新生児、未熟児、児童、小学生、学童、友達、ともだち、仲間
養育者	お母さん、お父さん、母親、父親、両親、親、保護者、祖母、家庭、家族、核家族、保育者、保育士、保母、教師
出産	分娩、お産、里帰り出産、誕生、出生、ふたご
子育て	育児、保育、生活、教育、育児書、健康、睡眠、排便、排尿、排泄
育児相談	育児支援、健康診査、保健指導、健康増進、保健、電話相談、育児不安、育児困難、心配事、困ったこと、ストレス、環境、社会、保健婦、小児科医、歯科医、栄養士
食事	栄養、間食、おやつ、おかず、好き嫌い、偏食、食欲不振、小食、給食
食品	牛乳、卵、大豆、野菜、果物、肉、魚、スナック、砂糖、甘いもの
乳児栄養	離乳、離乳食、母乳栄養、混合栄養、ミルク、育児用調製粉乳
習い事	ピアノ、音楽教室、幼児教室、運動、スイミング、野球、サッカー
遊び	おもちゃ、玩具、遊具、ファミコン、テレビ、ビデオ
遊び場	公園、児童館、児童センター、砂場、滑り台、ぶらんこ、広場
集団生活	保育所、保育園、乳児院、幼稚園、学校、小学校、塾
【子どもの健康】	
からだ	検尿、視力、聴力、体力、スクリーニング、予防、肥満、太り過ぎ、肥満度、カウプ指数、体つき、やせ
発育発達	体重、身長、頭囲、胸囲、身体計測、発育、成長、発達、成熟
こころ	気質、くせ、心理、しつけ、キレル、社会性、ゆとり、夜泣き、泣く
行動問題	いじめ、虐待、子ども虐待、不登校、登校拒否
皮膚炎	アトピー性皮膚炎、湿疹、汗疹、あせも、おむつかぶれ
病気	病院、アレルギー、ぜんそく、感染症、かぜ、上気道炎、肺炎、消化不良症、心身症、貧血、小児がん、神経芽細胞腫、虫歯、先天性、障害、くすり
症状	発熱、咳、鼻水、頭痛、腹痛、嘔吐、吐き気、下痢、便秘、けいれん、ひきつけ
事故防止	交通安全、安全教育、自動車事故、後遺症
予防接種	はしか、風疹、DPT、三種混合、ポリオ、BCG、日本脳炎、B型肝炎、インフルエンザ、水ぼうそう、おたふくかぜ、副反応、副作用

表1 ホームページの開設者

	度数	%	閉鎖・アクセス 不可・分野外を 除く%
個人	152	52.8	59.1
グループ	14	4.9	5.4
団体等	48	16.7	18.7
企業	35	12.2	13.6
教育機関	2	0.7	0.8
地方自治体	2	0.7	0.8
その他	2	0.7	0.8
不明	2	0.7	0.8
閉鎖・中止	3	1.0	257(100%)
アクセス不可	7	2.4	
分野外	21	7.3	
合計	288	100.0	

表2 開設者別コンテンツの内容

	広告		個人のPR		情報提供		コミュニケーション		情報源(高度)		その他		合計	
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
個人	3	2.0	112	75.7	16	10.8	16	10.8	1	0.7			148	100.0
グループ	2	14.3	1	7.1	6	42.9	5	35.7					14	100.0
団体等	40	87.0			6	13.0							46	100.0
企業	29	82.9			4	11.4			1	2.9	1	2.9	35	100.0
教育機関			1	50.0	1	50.0							2	100.0
地方自治体					2	100.0							2	100.0
その他	1	50.0			1	50.0							2	100.0
不明	1	50.0							1	50.0			2	100.0
合計	76	30.3	114	45.4	36	14.3	21	8.4	3	1.2	1	0.4	251	100.0

表3 開設者別メールアドレスの有無

	あり		なし	
	度数	%	度数	%
個人	146	98.6	2	1.4
グループ	13	92.9	1	7.1
団体等	46	100.0		
企業	34	97.1	1	2.9
教育機関	2	100.0		
地方自治体	2	100.0		
その他	2	100.0		
不明	2	100.0		
合計	247	98.4	4	1.6

表4 開設者別電子掲示板の有無

	あり		なし	
	度数	%	度数	%
個人	98	66.2	50	33.8
グループ	9	64.3	5	35.7
団体等	6	13.0	40	87.0
企業	7	20.0	28	80.0
教育機関			2	100.0
地方自治体			2	100.0
その他			2	100.0
不明			2	100.0
合計	120	47.8	131	52.2

表5 開設者別メーリングリストの有無

	あり		なし	
	度数	%	度数	%
個人	6	4.1	142	95.9
グループ	1	7.1	13	92.9
団体等			46	100.0
企業	1	2.9	34	97.1
教育機関			2	100.0
地方自治体			2	100.0
その他			2	100.0
不明			2	100.0
合計	8	3.2	243	96.8

表6 開設者別リンクの有無

	あり		なし	
	度数	%	度数	%
個人	73	49.3	75	50.7
グループ	8	57.1	6	42.9
団体等	7	15.2	39	84.8
企業	9	25.7	26	74.3
教育機関	1	50.0	1	50.0
地方自治体	1	50.0	1	50.0
その他			2	100.0
不明			2	100.0
合計	99	39.4	152	60.6

表7 表示・アクセスの状況

	重い		少し重い		普通		やや良好		軽い		合計	
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
個人	7	4.7	20	13.5	114	77.0	3	2.0	4	2.7	148	100.0
グループ	1	7.1			12	85.7			1	7.1	14	100.0
団体等	9	19.6	17	37.0	20	43.5					46	100.0
企業	1	2.9	3	8.6	30	85.7	1	2.9			35	100.0
教育機関					2	100.0					2	100.0
地方自治体					2	100.0					2	100.0
その他					2	100.0					2	100.0
不明					2	100.0					2	100.0
合計	18	7.2	40	15.9	184	73.3	4	1.6	5	2.0	251	100.0

表8 内容の有効度

	低い		やや低い		普通		やや高い		高い		合計	
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
個人	38	25.7	49	33.1	41	27.7	18	12.2	2	1.4	148	100.0
グループ	1	7.1	3	21.4	6	42.9	4	28.6			14	100.0
団体等	32	69.6	8	17.4	3	6.5	3	6.5			46	100.0
企業	23	65.7	5	14.3	4	11.4	3	8.6			35	100.0
教育機関			1	50.0	1	50.0					2	100.0
地方自治体					1	50.0	1	50.0			2	100.0
その他	1	50.0			1	50.0					2	100.0
不明	1	50.0					1	50.0			2	100.0
合計	96	38.2	66	26.3	57	22.7	30	12.0	2	0.8	251	100.0