

働く母親たちが参加するオンライン・コミュニティ の基礎調査

尾石, 智美
九州大学大学院統合新領域学府

杉山, 高志
九州大学大学院人間環境学研究院

<https://doi.org/10.15017/7347443>

出版情報：ポリモルフィア. 10, pp.64-70, 2025-03-21. 九州大学男女共同参画推進室
バージョン：
権利関係：



研究ノート

働く母親たちが参加するオンライン・コミュニティの基礎調査

尾石智美 九州大学大学院統合新領域学府

杉山高志 九州大学大学院人間環境学研究院

1. はじめに

近年、地域の子育てサークルや地域の子育て支援センターおよび児童館などに代表される、物理的な場所に存在する対面式のコミュニティの利用者数が年々減少している。その理由として、「近年の保育所等利用率の上昇にも表れているように、子どもが低年齢時期から共働き家庭が増加していることも、結果的に拠点利用者の減少に拍車をかける要因となっている（厚生労働省, 2021）」と指摘されている。共働き家庭の母親は、日中は働きに出ているため、子どもを連れて地域の子育てサークルや地域の子育て支援センターおよび児童館に向くことが難しくなった。加えて、日本では、共働き家庭であっても、母親が主に家事育児に対応する傾向があり（久保, 2017）、仕事と家事育児に追われて、時間的余裕もなければ、対面形式のコミュニティに出入りすることが難しくなることは想像に難くない。

このように対面式のコミュニティの利用者数が年々減少する一方で、近年では、新たな居場所として、インターネット空間に存在するオンライン・コミュニティの利用者数が急増している（総務省, 2018）。オンライン・コミュニティとは、「コンピュータ通信を介した人々の相互行為を通じて

形成される集まり（平井, 2017）」のことであり、SNSやオンライン上に形成されたツールやプラットフォームを通じて多様な興味や関心を共有する人々が集まるコミュニティを示す。オンライン・コミュニティは、地理的制約がないがゆえに、広い地域から構成員を集めることができ、そのため「興味関心を共有する人が対象の制約、場所的制約、距離的制約、時間的制約、立場的制約から解放され、既存の集団の枠を超えて自由に情報発信、情報受信、コミュニケーション、相談を行いうる（熊井ら, 2003）」を可能とする。前述した、働く母親のように、時間的制約を伴うライフステージにある者にとって、オンライン・コミュニティとは、新たな育児の情報共有や交流の場となることが推察できる。実際、子育て中の母親に焦点を当てた、インターネット空間におけるコミュニティを対象とした研究は複数存在している（狩野ら, 2003; 久木元, 2013; 外山ら, 2010; 高谷, 2019）。

そこで本稿では、オンライン・コミュニティの利用実態調査の一つとして、働く母親が多く参加しているオンライン・コミュニティで、参加者の基本属性や利用状況を対象とした調査結果について報告する。

2. 調査方法の概要

2022年夏に、働く母親が多く参加しているオンライン・コミュニティ A（個人情報保護のため仮名で表記）で、コミュニティ内の掲示板に質問紙（表-1）のリンクを貼りつけ、回答を集める形で調査を実施した⁽¹⁾。Aは、参加者がコメント記載を通じて相互間のやり取りを行うタイプのオンライン・コミュニティであり、参加者数は常時変

動するが、おおよそ500名～600名程度、参加者の性別は、おおよそ女性7割・男性3割、年代は30～50代が8割であった。Aと筆者の関係であるが、筆者は2019年から共働き母親向けオンライン・コミュニティの管理者をしており、その関係からオンライン・コミュニティ Aと数年来の交流があったため、データ取得のための承諾を筆者が管理者や利用者から得ることができ、本研究の実施が可能となった。

表-1 質問紙

質問項目	質問内容
1) フェイスシート	オンライン・コミュニティ Aの参加者属性と居場所感を調べる。
回答者の基本属性	性別、年代、婚姻状況、勤務形態、子どもの数、子どもの年齢、自宅の自室有無。
オンライン・コミュニティに対する居場所感	「居場所だと思う—思わない—わからない」の3件法で回答。
2) 所属しているオンライン・コミュニティの利用状況	回答者がどのようにオンライン・コミュニティを利用しているかを調べる。
① アクセス頻度	「ほぼ毎日」から「月1回より少ない」の5件法で回答。
② コミュニティの数	「1つ」から「5つ以上」の5件法で回答。
③ コミュニティの型	「SNS型」「プラットフォーム型」「チャットツール型」「メッセージツール型」「その他」から選択。
④ 参加目的	複数選択可。「趣味のため」「勉強のため」「交流のため」「応援のため」「仕事のため」「その他」。
⑤ 利便性の評価	利便性やメリットに関する5つの項目について、5件法で評価：「身支度不要」「移動不要」「時間制約がない」「アカウント削除可能」「匿名性がある」。

3. 調査結果

(1) 回答者の基本属性（表-2）

160名の回答のうち、155名の有効回答を得た。オンライン・コミュニティ Aの回答者は、主に30代から40代の子持ちの既婚女性であり、フルタイム勤務者が多く、自宅に自室を持たない者が多いことがわかった。

表-2 回答者の基本属性

	(n = 155) 人数 (%)
性別	
男性	49 (31.2)
女性	106 (68.3)
年齢	
20代	8 (5.1)
30代	64 (41.2)
40代	66 (42.5)
50代	15 (9.6)
その他	2 (1.2)
婚姻状況	
既婚	129 (83.2)
未婚	16 (10.3)
離婚	10 (6.4)
職種	
会社員・公務員（フルタイム）	87 (56.1)
会社員・公務員（時短勤務）	19 (12.2)
自営業・フリーランス	18 (11.6)
会社役員・経営者	9 (5.8)
アルバイト・パート	8 (5.1)
学生	0
専業主婦・主夫	11 (7.0)
その他	3 (1.9)

	(n = 155) 人数 (%)
子どもの有無	
無し	26 (16.7)
1人	45 (29.0)
2人	68 (43.8)
3人	15 (9.6)
4人	1 (0.6)
5人以上	0 (0)
子どもの年齢（複数回答、総数211）	
0～6歳	106 (50.2)
小学生	71 (33.6)
中学生	11 (5.2)
高校生	9 (4.2)
大学生	5 (2.3)
それ以上	9 (4.2)
自宅における自室の有無	
ある	59 (38.1)
ない	84 (54.2)
一人暮らし	12 (7.7)

(2) オンライン・コミュニティに対する居場所感（表-3）

オンライン・コミュニティを居場所だと思うかについては、回答者の約6割は、オンライン・コミュニティを居場所だと感じていることがわかった。参考数字ではあるが、子ども家庭庁が、2022年に行った、「こども・若者の意識と生活に関する調査」においても、同様の結果であった（インターネット空間にあるコミュニティを「居場所」と感じていると答えた人は56.6%）。

表-3 オンライン・コミュニティに対する居場所感

	(n = 155) 人数 (%)
オンライン・コミュニティを居場所だと思いますか	
思う	98 (63.2)
思わない	37 (23.8)
わからない	20 (12.9)

(3) 所属しているオンライン・コミュニティのアクセス頻度、数、型、参加目的（表-4）

回答者の8割以上は、週1回以上の頻度でオン

ライン・コミュニティにアクセスしていることがわかった。現在所属しているオンライン・コミュニティの数については、7割弱の回答者が、1つまたは2つのオンライン・コミュニティに所属していた。所属しているオンライン・コミュニティの型については、SNS型のオンライン・コミュニティに所属する者が最も多く、次いでプラットフォーム型、チャットツール型と続いていた⁽²⁾。

表-4 所属しているオンライン・コミュニティの利用状況

	(n=155) 人数 (%)
所属しているオンライン・コミュニティには、どのくらいの頻度でアクセスしていますか	
ほぼ毎日	63 (40.6)
週2～3回程度	45 (29.0)
週1回程度	28 (18.0)
2週間に1回程度	9 (5.8)
月1回程度	9 (5.8)
月1回より少ない	1 (0.6)
あなたは、現在、何個の「オンライン・コミュニティ」に所属していますか。	
1	57 (36.7)
2	48 (30.9)
3	28 (18.0)
4	7 (4.5)
5以上	15 (9.6)
所属しているオンライン・コミュニティはどの型ですか	
SNS型	71 (45.8)
プラットフォーム型	33 (21.3)
チャットツール型	31 (20.0)
メッセージツール型	7 (4.5)
その他	13 (8.4)
オンライン・コミュニティの参加目的はなんですか（複数回答可）	
趣味のため	52 (33.3)
勉強のため	81 (51.9)
交流のため	16 (10.3)
応援のため	1 (0.6)
仕事のため	6 (3.8)
その他	0 (0)

オンライン・コミュニティの参加目的については、最も多いものは、知的好奇心を満たす「勉強のため」であり、次いで「趣味のため」という結果であった。母親が多く参加していることから、「交流のため」という回答が多いことが予想されたが、最も多かったのは、知的好奇心を満たすことを目的とした「勉強のため」であった。次に多かったのは、読書や音楽鑑賞など「趣味のため」という結果であり、このことから、子育て中の参加者が多いコミュニティだからといって、参加者同士のコミュニケーションを目的とするような「交流のため」が上位にくるとは限らないことがわかった。

結果であり、このことから、子育て中の参加者が多いコミュニティだからといって、参加者同士のコミュニケーションを目的とするような「交流のため」が上位にくるとは限らないことがわかった。

(4) オンライン・コミュニティ利用における利便性の評価（表-5）

利便性やメリットについては、回答者はオンライン・コミュニティが持つ場所的・時間的制約がないといった特徴自体を利便性として捉えていることがわかった。一方で、オンライン・コミュニティの別の特徴となる「アカウントがいつでも消せる」「匿名性がある」に関しては、評価を二分する結果となった。「アカウントがいつでも消せる」に関しては、当てはまらないが41.9%（あまり当てはまらないが20.6%、ぜんぜん当て

はまらないが21.3%)と、当てはまるが30.6%(少し当てはまるが20.6%、とてもよく当てはまるが9.7%)に傾向が分かれていた。回答者は、アカウント消去がいつでもできることを、メリットとして捉えている層としない層の両方が存在することがわかった。また、「匿名性がある」に関して

も同様に、当てはまらないが41.9%(あまり当てはまらないが18.7%、ぜんぜん当てはまらないが23.2%)、当てはまるが36.8%(少し当てはまるが25.8%、とてもよく当てはまるが11.0%)であり、メリットとして捉えている層としない層の両方が存在することがわかった。

表-5 オンライン・コミュニティ利用における利便性の評価

	身支度（化粧や着替えなど）が不要		移動（時間や交通費）が不要		時間の制約がない（24時間アクセス可能）		アカウントがいつでも消せる		匿名性がある	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%
1 ぜんぜん当てはまらない	8	5.2%	4	2.6%	2	1.3%	33	21.3%	36	23.2%
2 あまり当てはまらない	20	12.9%	2	1.3%	16	10.3%	32	20.6%	29	18.7%
3 どちらでもない	15	9.7%	4	2.6%	14	9.0%	43	27.7%	33	21.3%
4 少し当てはまる	64	41.3%	48	31.0%	42	27.1%	32	20.6%	40	25.8%
5 とてもよく当てはまる	48	31.0%	97	62.6%	81	52.3%	15	9.7%	17	11.0%
計	155	100.0%	155	100.0%	155	100.0%	155	100.0%	155	100.0%

4. おわりに

本調査における回答者の大半は、子どもを持つ親（83.7%）であり、特に30代から40代の働く母親が大半を占めていた。回答者の多くがそのような属性であるがゆえに、時間的余裕が限られており、オンライン・コミュニティの参加頻度は低いと予想された。しかし、実際には、回答者の8割以上が週1回以上アクセスしており、約7割が週2～3回以上の頻度で参加していたことが判明した。2021年に消費者庁が実施した「オンラインサロンの利用状況に関するアンケート調査」では、週2～3回以上の参加者は37.9%であったため、本調査の回答者は、より高頻度でコミュニティにアクセスしていることが確認された。質問紙をオンライン・コミュニティの掲示板に貼り付けて

回答を収集した方法が、頻繁にオンライン・コミュニティを利用するような層の目に留まりやすかった可能性も考えられるが、それでも想定外の結果であったと言える。

回答者が、高頻度でオンライン・コミュニティにアクセスしていた理由として、オンライン・コミュニティの特徴でもある時間的・場所的な制約がない点が挙げられる。この点は、特に働く母親が多い本調査の参加者にとって、高頻度にアクセスする環境設定に寄与していた。実際に、本調査の結果から、「身支度が不要」「移動が不要」「24時間アクセス可能」といった特徴を、7割以上の回答者がメリットであると感じていた。これらの特徴が、時間や場所に制約のある回答者のコミュニティ利用の利便性の後押しとなり、高頻度の参加を促進した可能性が示唆される。もし、これが

対面式のコミュニティであれば、これほどの頻度で参加することは困難だったであろう。「1. はじめに」で触れたように、対面式の子育てサークルなどは、過去の時代背景に応じて増加してきたものの、近年では参加者減少の傾向が報告されている。子育てサークルの解散要因を分析した研究（品川, 2004）によれば、子どもと親双方のサークルへの欲求が時間と共に低下したことが解散の要因とされている。しかし、本調査の結果からもわかるように、働く母親たちのコミュニティへの参加ニーズが減少しているとは考えにくい。共働き世帯数の増加に伴う、働き方の変化によって、物理的な場へのアクセスが制約され、対面式コミュニティの利用が難しくなっている一方で、オンライン・コミュニティのように時間的・場所的制約がない場であれば、参加のハードルを下げ、コミュニティ参加の機会を増やす可能性が見えてきた。

また本調査からは、働く母親たちのコミュニティへの別のニーズも浮かび上がった。対面式コミュニティに関する先行研究では、子育て中の親が「子どもの遊び仲間を求めて」や「自身の話し相手や仲間を求めて」といった理由で参加する傾向が報告されている（横川・小田, 2012）。このように、これまでの母親が参加するコミュニティへのニーズは、育児情報の収集やソーシャル・サポート、他の参加者との交流が主なニーズとされてきた。しかし、本調査では、予想に反して「勉強のため」（51.9%）や「趣味のため」（33.3%）を目的にする参加者が多く、「交流のため」と回答した者は10%に過ぎなかった。このことから、育児中でも「交流」を、コミュニティ参加の主目的としない層が存在することが明らかになっ

た。本調査で対象としたオンライン・コミュニティAは「子育て」や「育児支援」を強調するものではなく、主催者によるセミナーの開催等で学習機会も提供していた。それゆえに、学習や趣味を目的とする参加者が多かったことは推測できるが、オンライン・コミュニティが持つ地理的制約を超える、世界中どこからでもアクセスできるという特徴が、類似のニーズを持つ働く母親たちを、自然とこのオンライン・コミュニティに引き寄せる結果となった可能性がある。この点からも、従来の「育児支援」などのキーワードでは引き寄せられなかった層を集める場となっており、働く母親たちが持つコミュニティへの新たなニーズが可視化される結果となったと考えられる。

本調査では、オンライン・コミュニティが、親たちの多様なニーズを明らかにする要素となり得ることが示唆された。今後、働く母親が参加するオンライン・コミュニティの実態をさらに詳細に分析するために、複数のコミュニティや対面形式のコミュニティとの比較も重要である。また筆者は、関連するオンライン・コミュニティ研究を継続し、アクティブなユーザーや、ROM（Read only member）といった利用者属性についての追加調査を行う予定である。

注

- (1) 複数のオンライン・コミュニティに所属している回答者には、自分が主に参加しているオンライン・コミュニティをイメージの上、回答してもらうように教示した。
- (2) 複数のオンライン・コミュニティに所属している場合には、自分が主に参加しているオンライン・コミュニティをイメージの上、回答してもらうように教示しているため、回答がばらける結果となった。

引用文献

- 平井智尚, 2017,「インターネット利用の大衆化とオンライン・コミュニティの変容:「都市化」の観点からの考察」『メディア・コミュニケーション: 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要』67, pp.37-49.
- 狩野かおり・無藤隆, 2004,「地域の子育てサークルとオンライン育児関連サイトのネット掲示板における親の子育てに対するサポートの比較」『お茶の水女子大学子ども発達教育研究センター紀要』1, pp.19-31.
- こども家庭庁, 2022,「こども・若者の意識と生活に関する調査」<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12927443/www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/ishiki/r04/pdf/s2-2.pdf> (2024年8月10日アクセス)
- 厚生労働省, 2021,「利用親子組数が少ない地域子育て支援拠点の利用促進等に関する調査研究」<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000897552.pdf> (2024年8月10日アクセス)
- 久保桂子, 2017,「共働き夫婦の家事・育児分担の実態」『日本労働研究雑誌』689, pp.17-27.
- 久木元美琴, 2013,「東京圏における子育て期の母親のインターネット利用とオンライン・コミュニティの役割 (シンポジウム デジタル時代の情報生成・流通・活用, 2012年度秋季学術大会)」『地理科学』68 (3), pp.177-189.
- 熊井正之・渡部信一・三石大, 2003,「育児支援のためのオンラインコミュニティ構築の試み」『教育情報学研究』(1), pp.31-37.
- 総務省, 2018,「情報通信白書」<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd143510.html> (2024年10月30日アクセス)
- 品川ひろみ, 2004,「子育てサークルの解散要因に関する研究——活動の経緯と成員の意識. に注目して」『北海道大学大学院教育学研究科紀要』93,197-223
- 外山紀子・小館亮之・菊地京子, 2010,「母親における育児サポートとしてのインターネット利用」『人間工学』46 (1), pp.53-60.
- 高谷邦彦, 2019,「サード・プレイスとしてのTwitter—子育て主婦ユーザの場合—」『名古屋短期大学研究紀要』(57), pp.1-13.
- 横川和章・小田和子, 2012,「子育てサークルへの参加による子育て意識の変化」『兵庫教育大学研究紀要: 学校教育・幼年教育・教育臨床・障害児教育・言語系教育・社会系教育・自然系教育・芸術系教育・生活・健康系教育・総合学習系教育』40, pp.19-27.