



2025年6月10日（火）

株式会社ボーネルンド

## 6月11日『国際あそびの日』を機に、子どもの「あそび」に関する母親の意識調査を実施 約9割の母親が子どものあそびについて「困っていることがある」と回答 コロナ禍を経てSNSによる情報収集が主流に。約3割は「身近に相談できる人はいない」

子どもの健やかな成長に「あそび」を通して貢献することを目的に、教育玩具の輸入・開発・販売とあそび場づくりを行う株式会社ボーネルンド（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：中西みのり）では、6月11日の「国際あそびの日」を前に、子どもの「あそび」について、1～4歳の子どもを長子に持つ全国の21歳～45歳の母親にインターネット調査を実施しました。

本調査は、2024年3月に国連で採択された「国際あそびの日（6月11日）」を前に、社会全体が子どもの「あそび」の大切さやあそび環境について改めて考えるきっかけになることを願って実施したものです。当社では、2012年にも1～4歳の子どもを長子に持つ母親を対象に調査を行っており、今回は13年前と比較してどのように母親の意識が変化したかも確認しました。

今回、子どものあそびに関して困っていることや情報の収集方法を調査したところ、9割近い母親が子どもとのあそびについて「困っていることがある」ことがわかりました。一方で、2012年の調査結果と比べて、あそびについての情報の入手先が多岐にわたっていることも明らかになり、あそびについて困り事を抱えながら、積極的に情報を求める母親の姿が浮かび上がってきました。

### 【 調査結果のポイント 】

#### ■約9割の母親が、子どもを遊ばせる際に困っている

- ・2025年調査では、子どもを遊ばせる際に困っていることが「特にない」と答えたのは約1割。残りの約9割の母親は困りごとを抱えている
- ・約3割の母親が、「同年齢の子どもたちと遊ばせる機会がない」「子どもにどんなあそびをさせてあげればよいのかわからない」と回答
- ・2012年の調査結果と比較すると、「安心して子どもを遊ばせる場所がない」割合は減少（2012年：30.5%、2025年：25.5%と5ポイント減少）

#### ■「子どものあそび」についての情報源は多岐にわたっている

- ・「子どものあそび」についての情報はどこから入手しているかを、インターネット、SNS、各クチコミなど16の情報源を示して聞いたところ、選択肢全体の平均を算出すると7割を超え、広く情報を入手していることが明らかに
- ・役に立った情報源は、1位：「インターネット」（61.6%）、2位：「SNS」（57.9%）、3位：「親や親族」（53.2%）となった
- ・役に立った情報源の「地域の子育て中の母親から」は大幅にランクダウン（2012年：2位、2025年：7位）
- ・SNS利用は、Instagramが76.8%、YouTubeが50.4%と、Instagram利用率が高い

## 【 調査概要 】

<2012 年>

調査方法：インターネット調査  
調査対象：20代から40代の母親（長子が1~4歳）  
有効回答数：合計1,044サンプル  
調査時期：2012年4月中旬

<2025 年>

調査方法：インターネット調査  
調査対象：20代から40代の母親（長子が1~4歳）  
有効回答数：合計216サンプル  
調査時期：2025年6月上旬

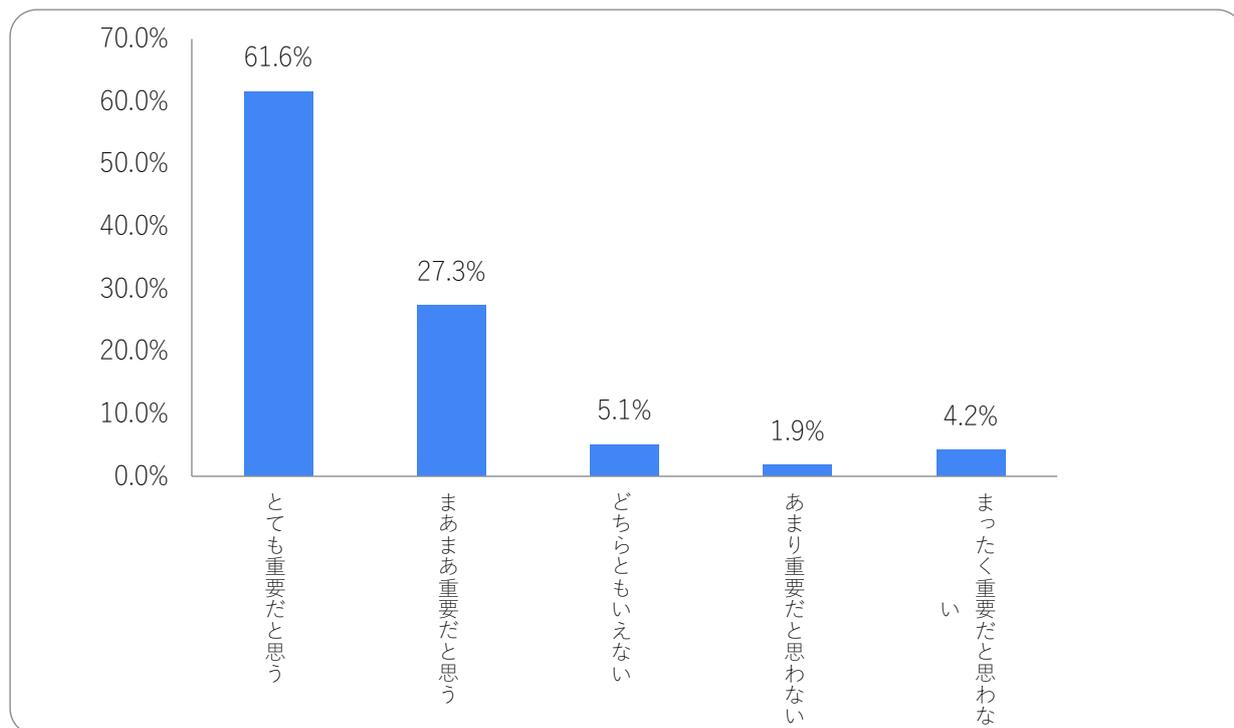
※本調査における構成比（%）は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

### 非常に高い「あそび」の重要性への意識

2025年調査では88.9%の母親が子どもの成長に「遊ぶこと」が重要だと思うと回答（とても重要61.6%、まあまあ重要27.3%）。子どもの「あそび」の重要性に対する意識が非常に高いことがわかりました。

#### Q1.子どもの成長にとって「遊ぶこと」は重要だと思いますか。

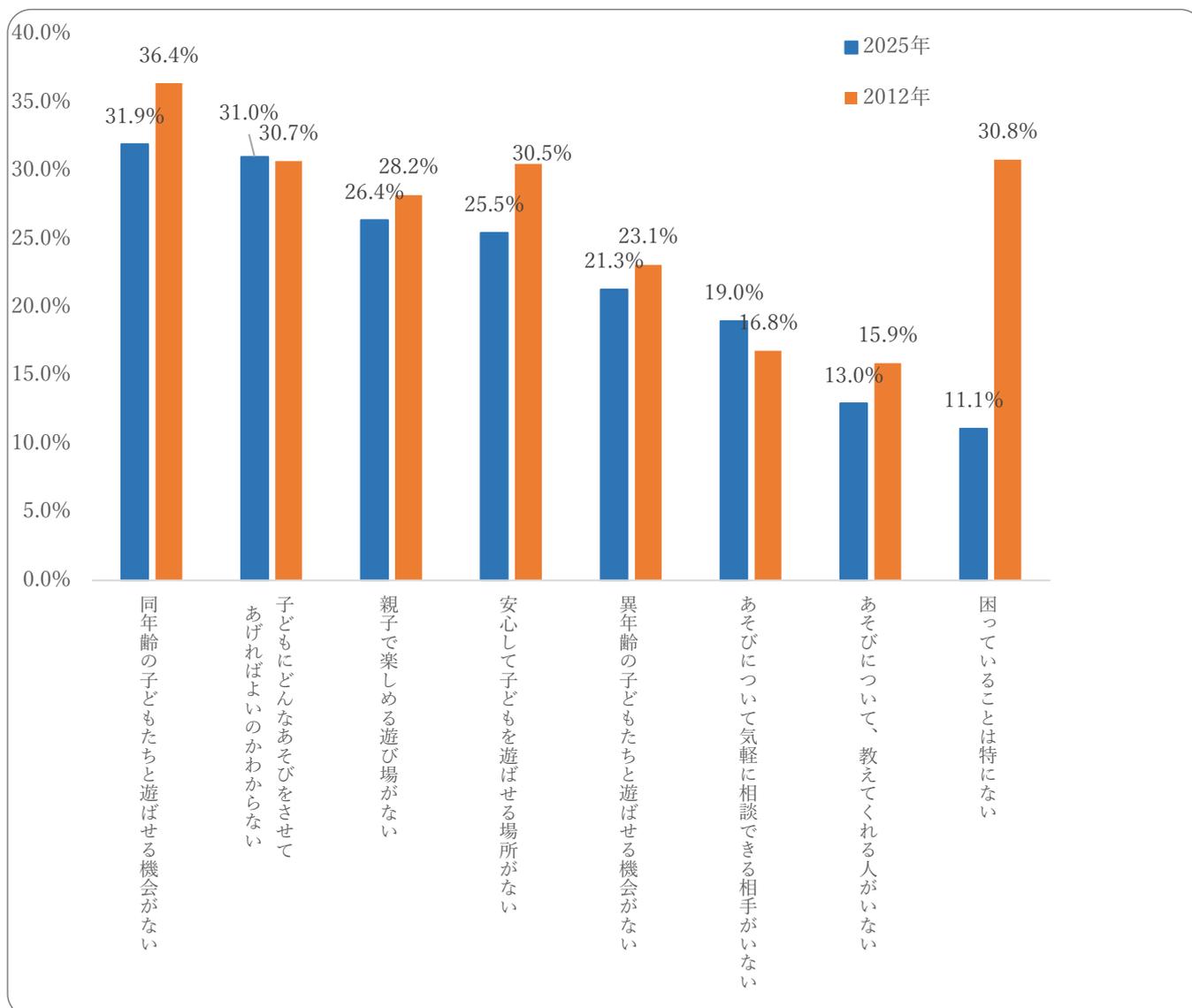
（「遊ぶこと」の定義に、テレビ・YouTube鑑賞は含みません）



### 子どものあそびについて「困っていることがある」という回答が、約7割から約9割に増加

子どもを遊ばせる際に困っていることを尋ねたところ、2012年は7割近い69.2%の母親があそびに関して何らかのことで困っていると回答していましたが、2025年は約9割の88.9%に増加していることが明らかになりました。具体的な困りごとの内容については、「同年齢の子どもたちと遊ばせる機会がない」、「子どもにどんなあそびをさせてあげればよいのかわからない」が3割超と、2012年と傾向に大きな変化がない中、「安心して子どもを遊ばせる場所がない」は25.5%に減少（2012：30.5%）。13年前に比べ、当社のキドキドをはじめ民間のあそび場や自治体のあそび場が増えていることや、自治体のあそび場整備が進んでいることも一因と考えられます。

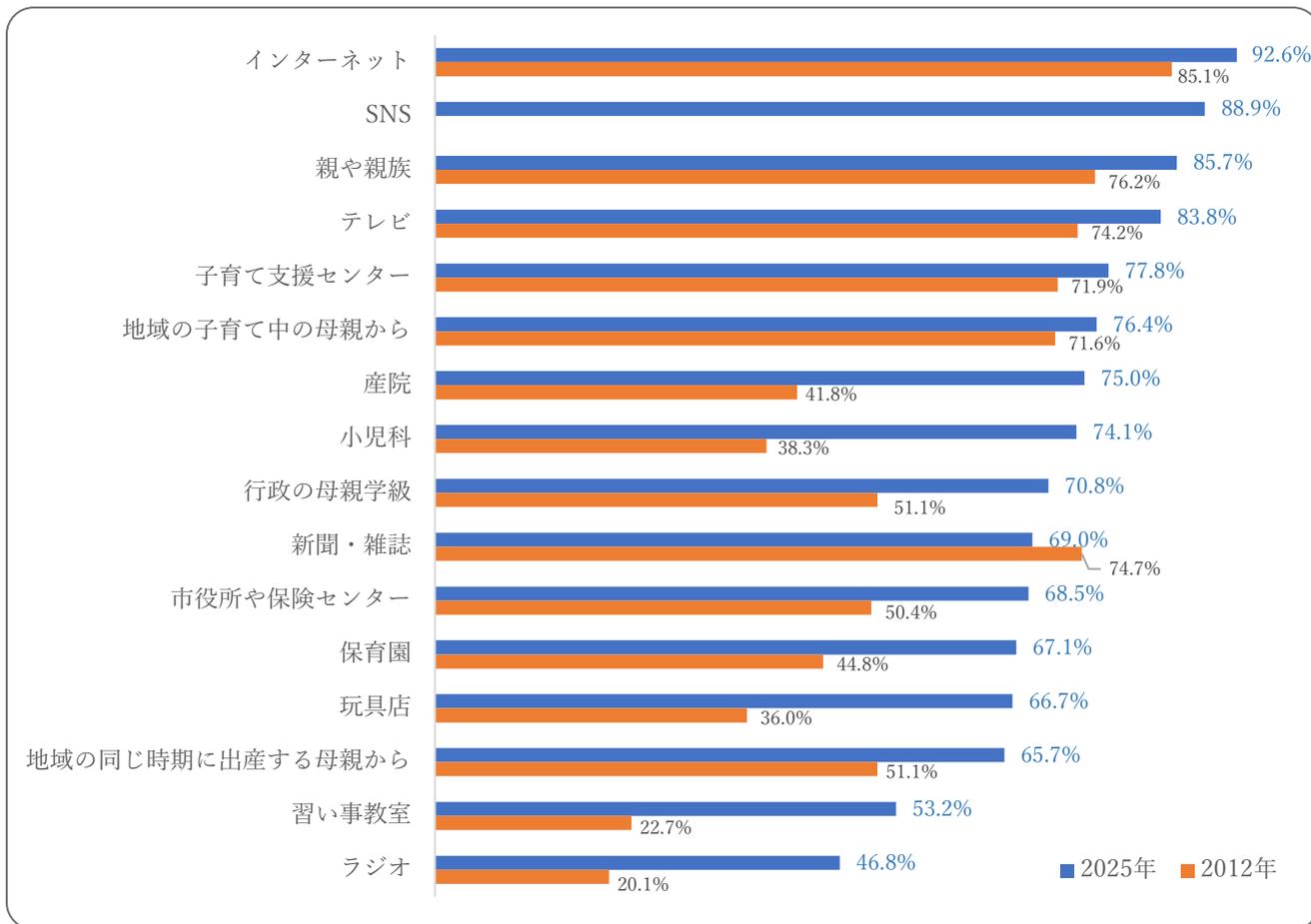
## Q2. お子様を遊ばせる際に困っていることは何ですか。（複数回答）



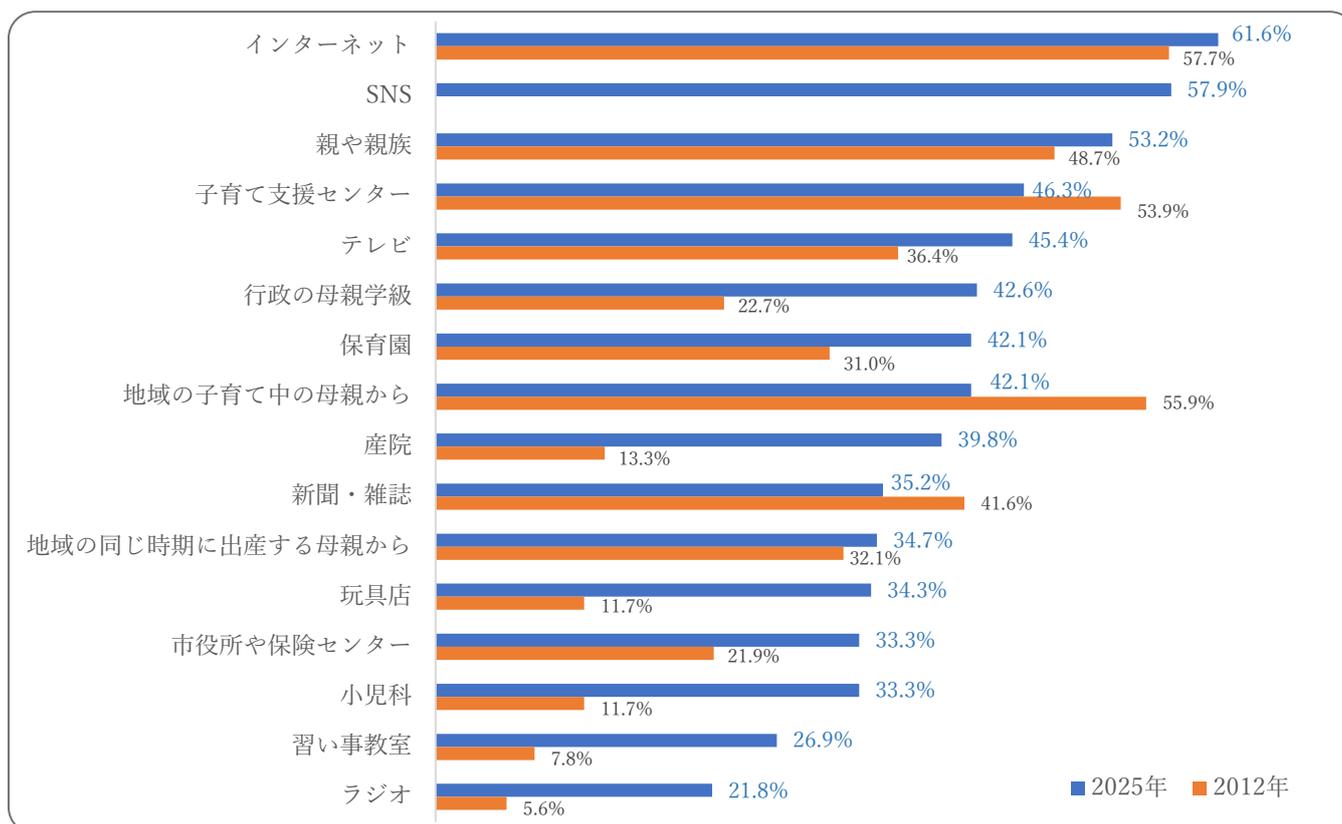
### あそびについての情報源は多岐に広がる。主流はインターネットや SNS

子どものあそびに関する情報源を尋ねたところ、1位「インターネット」（92.6%）、2位「SNS」（88.9%）、3位「親や親族」（85.7%）の順に回答が挙がりました（2012年は「インターネット」「親や親族」「新聞・雑誌」の順番）。さらに、情報の入手先として複数の選択肢を選ぶ人が多く、選択肢全体の平均を算出すると72.6%となり、さまざまなルートから積極的に情報を獲得しようとしていることがわかります。また、情報の有用度（『『とても』『まあまあ』役に立った』の回答の合計）も1位「インターネット」（61.6%）、2位「SNS」（57.9%）、3位「親や親族」（53.2%）と情報の入手先と同じ順になりました。2012年の回答が「インターネット」「地域の子育て中の母親から」「子育て支援センター」の順だったことと比べると、地域からの情報よりもインターネットや SNS の情報を役立てているようです。コロナ禍と第一子出産が重なった母親も多く、地域とのリアルな交流の機会が制限されたことも影響している可能性があります。

Q3. 「子どものあそび」についての情報はどのように入手しましたか。 ※2012年は「SNS」は未調査



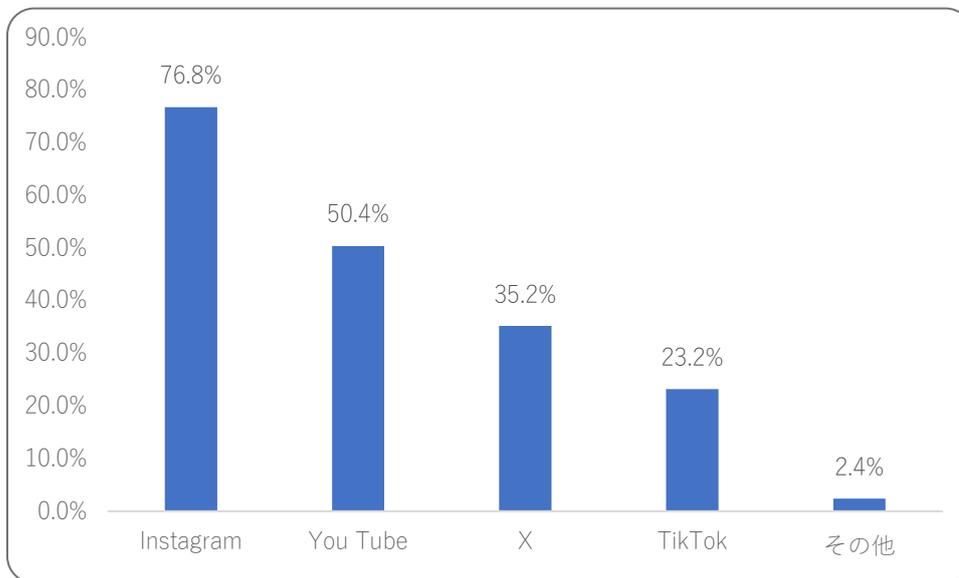
Q4. 「子どものあそび」についての情報はどの程度役に立ちましたか。 ※「とても役に立った」「まあまあ役に立った」と答えた人の合計。 2012年は「SNS」は未調査



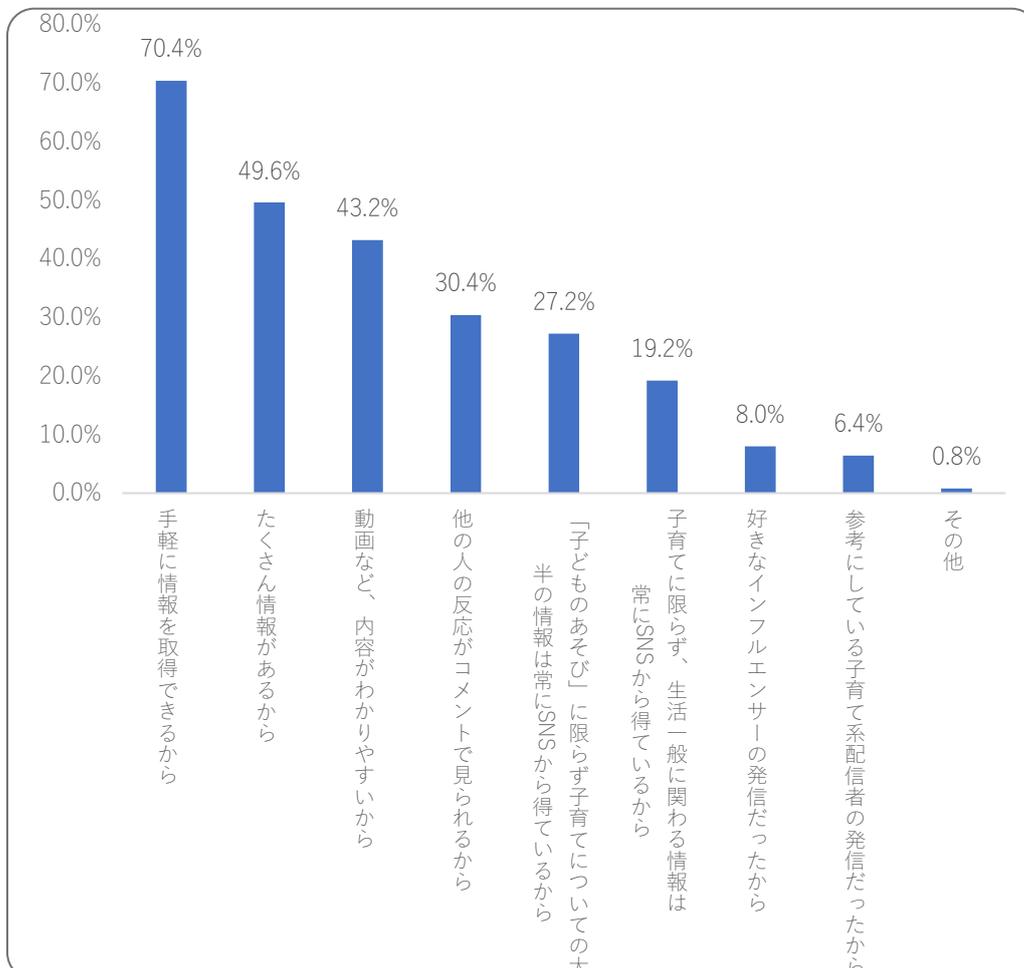
## 手軽に情報収集でき、動画コンテンツも充実している Instagram が人気

SNS の中では情報源として「Instagram」が大きな支持を得ていました (76.8%)。SNS であそびの情報を得る理由については、「手軽に」「内容がわかりやすい」「たくさん」手に入る事が挙げられました。

Q5.SNS で情報入手しており、「とても役に立った」「まあまあ役に立った」と答えた人に質問です。  
どの SNS で「子どものあそび」についての情報を入手しましたか？ (複数回答)



Q6.SNS で「子どものあそび」についての情報を入手した理由を教えてください。



## 子どもが好きなあそび、一緒によく遊ぶのは、ともに公園遊びが最多

子どもとよく遊んでいるあそびは、1位 公園遊び（遊具）、2位 絵本を読む、3位 積み木・ブロックでした。一方で、子どもが一番好きな（喜ぶ）あそびを重ねて尋ねたところ、1位 公園遊び、2位 ミニカー・電車のおもちゃ、3位 おままごとの結果になりました。

### Q7.子どもと何をして遊んでいますか。（複数回答）

1	公園遊び（遊具）	52.8%
2	絵本を読む	49.5%
3	積み木・ブロック	45.8%
4	おままごと	37.0%
5	お絵描き	35.7%
6	ボール遊び	33.8%
7	一緒に歌を歌う	32.4%
8	ミニカー・電車のおもちゃ	27.8%
9	砂場遊び	26.4%
10	お人形遊び	26.4%
11	かくれんぼ	25.9%
12	工作（折り紙やねんど）	22.7%
13	鬼ごっこ	19.9%
14	アナログのゲームやパズル	15.7%
15	デジタルのゲームやパズル	13.9%
16	その他	1.9%

### Q8.子どもが一番喜ぶ（好きな）あそびは何ですか？

1	公園遊び（遊具）	24.5%
2	ミニカー・電車のおもちゃ	11.1%
3	おままごと	8.8%
4	一緒に歌を歌う	6.9%
5	絵本を読む	6.5%
6	お絵描き	6.0%
7	砂場遊び	5.6%
8	積み木・ブロック	5.6%
9	工作（折り紙やねんど）	5.6%
10	デジタルのゲームやパズル	5.1%
11	お人形遊び	3.7%
12	ボール遊び	3.2%
13	かくれんぼ	2.8%
14	その他	2.8%
15	鬼ごっこ	1.4%
16	アナログのゲームやパズル	0.5%

## 【調査まとめ】

今回の調査から、令和の時代に子育てをする母親たちは、幼少期のあそびの価値について高い意識を持っていることがわかりました。その一方で、今回の調査対象にはコロナ禍や収束直後に出産した母親が対象に含まれ、その期間は地域との交流機会が限定された可能性もあります。こうした中で、初めての赤ちゃんをむかえた母親たちが、Instagramを始めとしたSNSやインターネット、親や親族、テレビのほかさまざまな方法で子どものあそびについての情報を求めながらも、子どものあそびについて困りごとを抱えている姿が浮かび上がってきました。

当社では、子どものあそびについてのお悩み解決の糸口となるよう、あそびのプロであるプレイリーダーやショップのインストラクター、そしてあそび環境づくりを通じ、それぞれのお子さまの発達に応じたあそびのご提案を一層推進してまいります。

### ● 主体的に遊べる室内あそび場「キドキド」とプレイリーダー

「キドキド」は、あそび不足に対する解決策の一つとして2004年にスタート。発達段階に応じた多様なあそびを存分に楽しめるよう工夫をこらして設計した、親子の室内あそび場です。常駐する「プレイリーダー」が、子どもの発達や特性に合わせたあそびを提案しています。あそびや子育ての身近な相談役にもなっています。子どもはのびのびと遊び育ち、大人は子育てがもっと楽しくなる場として支持されています。



### ● 自治体との協業によるあそび場をプロデュース：全国70ヶ所以上

ポーネルドが提供するあそび環境は、子どもののびのびとしたあそびや、人々のコミュニケーションを生むことから、地域活性化を目指す自治体から注目されています。当社では、こうした自治体と協業してあそび環境を作ることを、精力的に行っています。これらの施設には、キドキドの開発・運営の中で培われた、子どもが自身の成長に繋がるあそびを心から楽しむ、道具や仕掛けのノウハウが集約されています。



### ● あそびの情報をInstagramから発信

ポーネルドの公式アカウントをはじめ、各エリアのアカウントからショップのインストラクターやあそび場のプレイリーダーが、あそびのヒントやアイデアを日々発信しています。

@bornelund ポーネルド【公式】

@bornelund\_hokkaido ポーネルド北海道

@bornelund\_tokyo ポーネルド東京

@bornelund\_kanagawa ポーネルド神奈川

@bornelund\_nagoya ポーネルド名古屋

@bornelund\_kansai ポーネルド関西

@bornelund\_playville ポーネルドプレイヴィル

@playcube\_bornelund ポーネルド PLAY CUBE



### 【 ボーネルンドについて 】

ボーネルンドは、あそびを通して子どもの健やかな成長に寄与するため 1981 年に設立し、一貫して“あそびの道具と環境”を提供する事業を展開。一般家庭へ向け、子どもの成長に必要な生活道具としての“あそび道具”を提案、全国 49 ヶ所で直営店舗を展開しています。同時に幼稚園や保育園、公園などで、高品質な大型遊具や教育道具の提供を含めたあそび環境の開発を行っており、現在までに手掛けた実績は国内約 3 万 5 千ヶ所まで拡大しています。また、2004 年からは子どもが遊ぶ機会を増やすために、親子一緒に様々なあそびを体験できる屋内あそび場「キドキド」事業をスタートし、現在では「プレイヴィル」「PLAYLOT」を含む直営のあそび場 全国 22 ヶ所、年間 170 万人以上の親子にご利用いただいています。さらに「キドキド」のノウハウを取り入れた自治体のあそび場を全国に 70 ヶ所以上開発し、街の活性化にも寄与しています。

#### 【報道関係の方のお問い合わせ先】

株式会社ボーネルンド 広報部

担当：西山、岸辺

TEL：03-5785-0860、080-9868-7091

e-mail public-relations@bornelund.co.jp

#### 【一般の方のお問い合わせ先（ご掲載用）】

株式会社ボーネルンド

TEL:0120-358-518（月～金 10:00～17:00）