

## 乳児をもつ母親の育児情報ニーズ —ソーシャルメディア上における発言の分析—

井田 歩美<sup>1)</sup>，猪下 光<sup>2)</sup>

### 抄 録

本研究の目的は乳児をもつ母親のソーシャルメディア上の発言内容を分析し、母親の育児情報ニーズを明らかにすることである。分析対象は株式会社ベネッセコーポレーション『ウイメンズパーク』における「0～6カ月ママの部屋」「7～11カ月ママの部屋」での母親の発言43,109件である。分析の結果、母親の育児情報ニーズは、子どもの生命に直結する栄養や予防接種に関するものに対して高く、同時に自分と同月齢の子どもをもつ母親からのリアリティあふれた発言を求めていることが明らかとなった。また、ソーシャルメディアでの発言は、母親が育児情報を得るための身近な手段のひとつとして大きな役割を果たしていることが示唆された。医療専門職者はこのような現状を把握した上で、適切な支援を考える必要がある。

キーワード：母親、乳児、育児情報、ソーシャルメディア、ビッグデータ

### I. 緒言

場所を問わず好きな時間にアクセスできるインターネットは、育児期の母親にとって利便性に優れたものであり、育児に関する情報収集や意見交換のためのツールとして活用されている<sup>1)</sup>。特に、スマートフォンの普及<sup>2)</sup>に伴い情報発信、コミュニケーションを目的としたソーシャルメディアの利用者は急増している<sup>3)</sup>。ソーシャルメディア上に書き込まれた内容は、多量性、多種性、リアルタイム性などを特徴とするビッグデータのひとつとして位置づけられ<sup>4)</sup>、マーケティング・リサーチをはじめ様々な分野での活用が期待が高まっている<sup>5)</sup>。ソーシャルメディア上には、母親達の普段の日常的な様子が飾らない言葉で語られ<sup>6)</sup>、日々感じたことや健康状態・ライフスタイルや行動など直接面と向かっては言いにくいことが多く書き込まれている<sup>7)</sup>。そこで、ソーシャルメディア上における1歳までの児をもつ母親の1年間の発言内容を定量的に分析し、育児情報ニーズを明らかにするとともに、効果的な育児支援のあり方の方向性を検討した。

### II. 方法

#### 1. 対象

株式会社 ベネッセコーポレーションが管理する Web

1) Ayumi Ida  
関西福祉大学看護学部

2) Hikari Inoshita  
岡山大学大学院保健学研究科

サイト『ウイメンズパーク』<sup>8)</sup>内「0～6カ月ママの部屋」「7～11カ月ママの部屋」に書き込まれた内容（以下、発言とする）のうち“教えて”マークの付記された43,109件を対象とした。なお、本サイトを対象とした選定条件は以下の点である。本サイトは日本最大級の女性口コミ情報サイトで、2013年1月現在の登録会員数は420万人となり、20～30代既婚女性の3人に1人以上の利用に相当すること。また、会員には事前にサイトの利用規約を提示した上での会員登録を義務付けており、健全なサイト管理が徹底されていること。さらに、個人情報に関する保護が遵守されていることである。

#### 2. 期間

2011年4月1日から2012年3月31日の1年間

#### 3. データの入手方法

データの入手にあたり、株式会社ベネッセコーポレーションに研究趣旨を説明して賛同を得たのち、情報データ提供に関する契約書をベネッセコーポレーションと著者所属（大学院博士後期課程）学長により締結した。

#### 4. 倫理的配慮

1) 本サイトは個人情報の保護に関して万全の体制を取っており、匿名化、守秘義務、利益不利益の回避、入会・退会の自由などに関する厳密な規約を定めている<sup>8)</sup>。またサイト上のデータを統計資料および研究企画開発に利用する場合には、個人が特定できな

い資料とした上で、利用する旨が明記されている。さらに、入会時にはこれらの規約に同意した上で会員として登録され、同時にいつでも退会できることを保障している。したがって、本研究に対する発言者個々からの同意は不要であると判断した。

2) 分析には、発言内容を単語で切片化し個人が特定できないようにした。なお、本研究の実施にあたり、岡山大学大学院保健学研究科看護学分野倫理審査委員会での承認を得た（承認番号：D11-12）。

### 5. 分析方法

- 1) データの解析：株式会社数理システムText Mining Studio4.2 for Windowsを使用し、定量的言語解析を行った。
- 2) 単語頻度分析：タイトルについて、品詞〔名詞〕〔動詞〕〔形容詞〕の出現頻度をカウントし、母親が教えてほしい育児の疑問や育児情報を分析した。
- 3) 係り受け頻度分析：タイトルを主語と述語の関係で分析した。さらに、係り受け頻度解析におけることば間の関係をことばネットワーク分析によりクラスターを抽出した。また、主要なクラスターについてはそれぞれの係り元単語を抽出するとともに原文

を参照し、その内容を確認した。

### III. 結果

分析の結果、出現した単語は「 」で、原文参照して確認を行った発言内容は『ゴシック体』で表記した。

#### 1. 0～6か月の児をもつ母親の発言内容

単語頻度解析を行った結果、〔名詞〕では「赤ちゃん」「離乳食」「母乳」「予防接種」「ミルク」の順で頻度が高かった（図1）。特に、「離乳食」「母乳」「ミルク」「おっぱい」「授乳」「完母」といった児の栄養に関する単語が多くみられた。なお、「完母」とは母親の間で通常的に使用されている「完（全）母（乳）」を略した単語であった。

〔動詞〕では、「教える+したい」「する+?」「いる+?」「寝る」「飲む」の頻度が高かった（図2）。中には、「悩む」「迷う」「困る」といったネガティブな意味合いをもつ単語の出現がみられた。さらに、これらの単語との係り受け関係を分析した結果、「悩む」の係り元単語は、「ベビーカー」「抱っこ紐」「購入」「チャイルドシート」など育児用品に関する単語と「授乳」「体重伸び」「母乳」など授乳に関する単語が多くを占めていた。また、「迷う」も同様であり「ベビーカー」「購入」「コラン」「ス

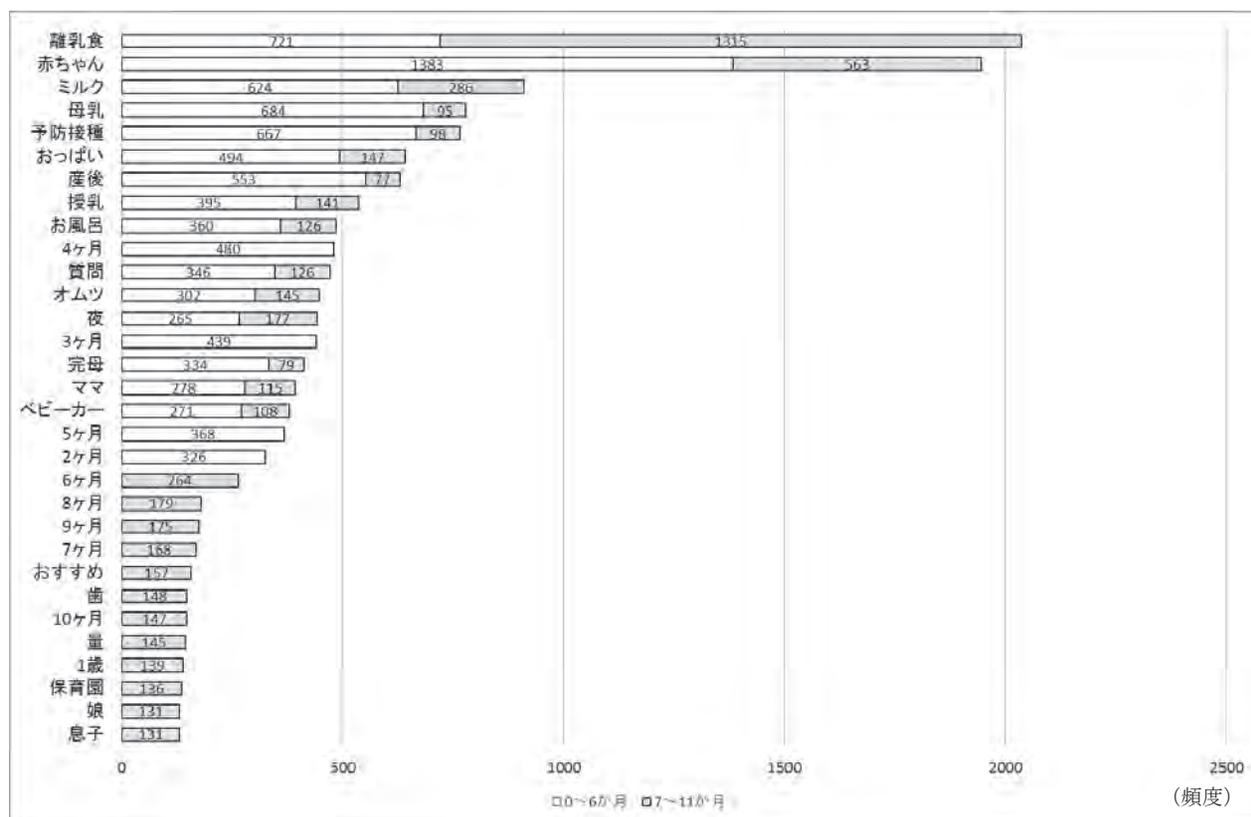


図1. 単語頻度解析（名詞）

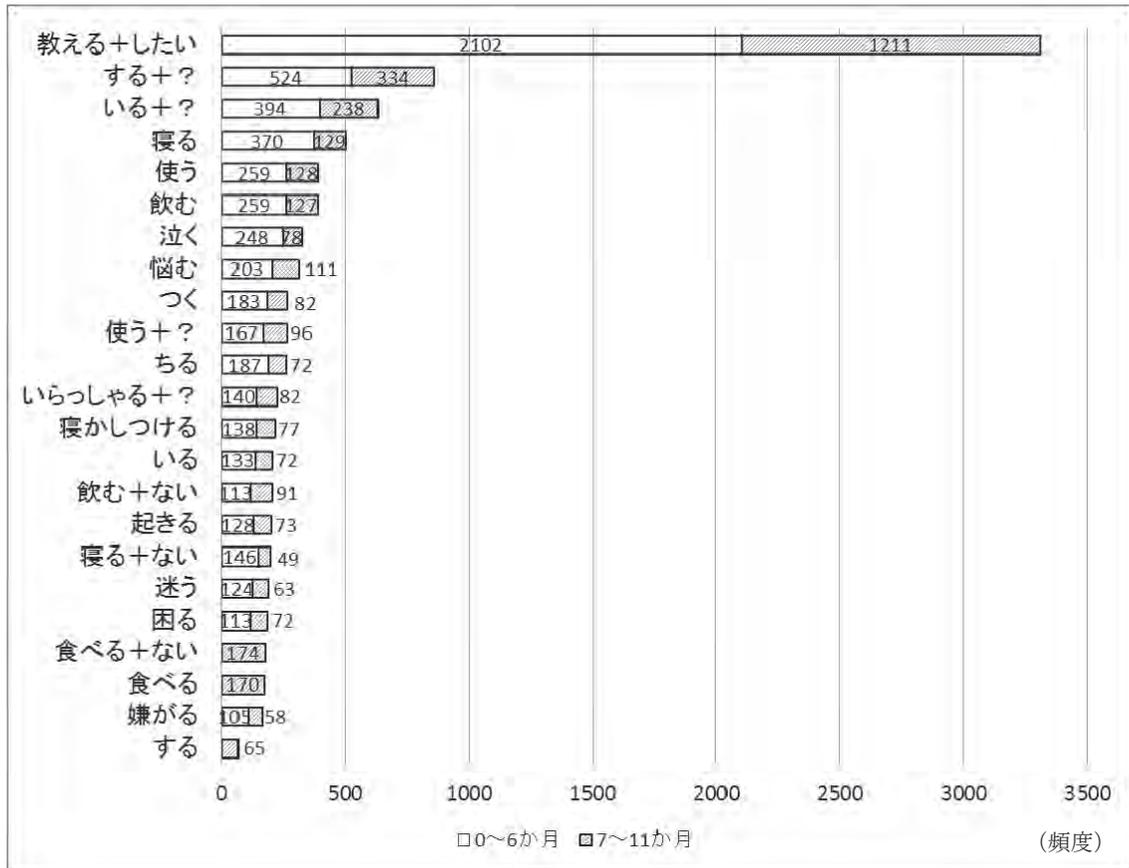


図2. 単語頻度解析 (動詞)

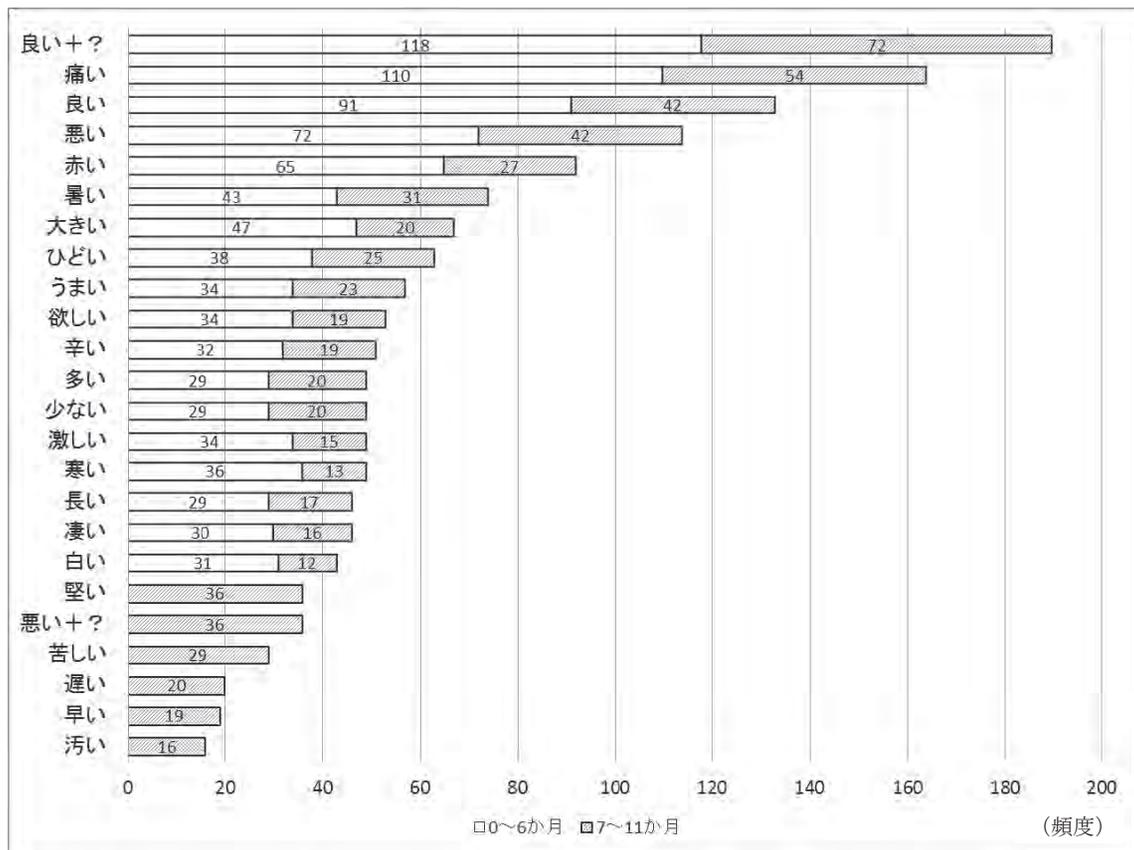


図3. 単語頻度解析 (形容詞)

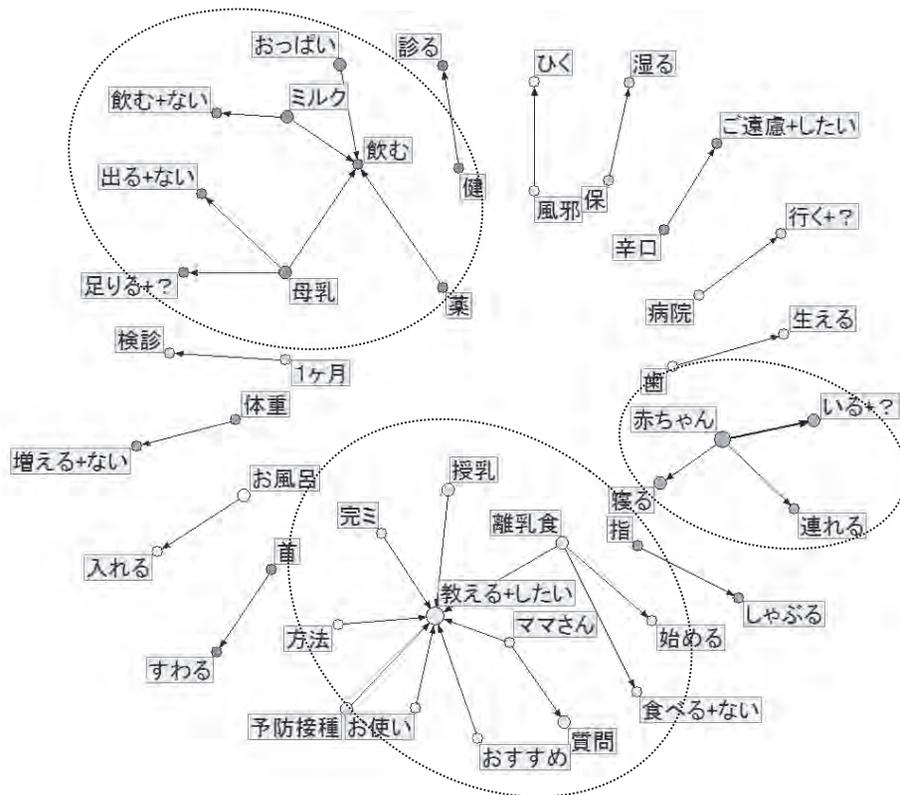


図4. ことばネットワーク (0～6か月児)

リング」など育児用品に関する単語が大部分であった。

〔形容詞〕では、「良い+?」「痛い」「良い」「悪い」「赤い」の頻度が高かった(図3)。中には、「痛い」「悪い」「悪い?」「辛い」「苦しい」といったネガティブな意味合いをもつ単語の出現がみられた。さらに、これらの単語との係り受け関係を分析した結果、「痛い」の係り元単語は、「乳首」「おっぱい」「(おっぱいを) 嘔む」「(おっぱいが) 張る」など授乳に関する単語が多くを占めていた。また、「悪い」「悪い?」の単語の係り元単語は「出」が多く、原文を参照すると『母乳の出が悪くなった』というようにすべてが母乳分泌の不良な状態を表していた。逆にポジティブな意味合いをもつ単語「良い+?」「良い」にも着目したが、同様に『母乳の出を良くするためには?』といった母乳分泌に関連する発言であった。

次に、係り受け頻度解析における単語間の関係をことばネットワークにより分析すると、14のクラスターが抽出された(図4)。最も大きなクラスターは、動詞「教える+したい」を係り先単語とするもので、係り元には「おすすめ」「お使用」「ママさん」「予防接種」「離乳食」といった単語が出現した。次いで大きなクラスターは、動詞「飲む」を係り先単語とするもので、係り元には「ミルク」「母乳」「おっぱい」「薬」といった単語が出現した。3番目に大きなクラスターは、名詞「赤ちゃん」を係り先単語とするもので、係り元には「いる+?」「連れる」

「寝る」の単語が出現した。

これらのクラスターとして出現した主要な単語をそれぞれに原文参照した結果、「教える+したい」の係り元単語は、「お使用」「ママさん」「予防接種」「離乳食」「方法」「完ミ」「授乳」などの教えて欲しい内容そのものを示していた。「お使用」を原文参照すると、「〇〇をお使用の方」というように、特定の育児用品を使用している母親に対しその使用感を確認する発言であった。「ママさん」は、『一人でお風呂に入れているママさん』『赤ちゃん幼稚園児のママさん、一日の流れを教えてください』などのように、自分と同じ状況の母親に対し質問を投げかける発言であった。「予防接種」は、『予防接種について教えてください』という呼びかけがタイトルそのものになっていた。「方法」は、『寝返りが始まった赤ちゃんをお風呂時洗面所で待たせる方法』『ゲップを上手にさせる方法』などのように具体的な場面を提示しながら育児方法を質問する発言だった。「完ミ」は、『完ミの方、授乳回数と量について教えてください』というように完全(全)ミ(ルク)で哺育している母親に向けての質問だった。さらに、このクラスターには、「離乳食」から「始める」に係ったものが合一しており、その内容は『離乳食を始めるにあたり必要なものとあると便利なものを教えてください』というように離乳食開始に伴う疑問を投げかける発言がみられた。

次いで大きいクラスターは、「ミルク」を「飲む」「飲む+ない」「足す」「母乳」が「足りる+?」「出る+ない」「飲む」「出る+?」、「おっぱい」を「飲む」となり、いずれも授乳に関するものであった。

「赤ちゃん-いる+?」は、ほとんどが『泣かない赤ちゃんいますか』『小さ目の細身赤ちゃんいますか』というように“～な赤ちゃん”という表現で発言されており、自分の児の特徴を挙げた上で質問を投げかける内容であった。さらに、「赤ちゃん」は「連れる」に係り、原文を参照すると、『上の子の保育園の送迎に生後2週間の子を連れて行くのはダメですか』『3ヶ月の赤ちゃんを一人で連れて新幹線』といった赤ちゃん連れでの具体的な行動の良し悪しへの意見やアドバイス提供を求める発言であった。

単独でのクラスターとしては大きくないものの係り受けの頻度として高いものに「指-しゃぶる」があり、原文を参照すると『指しゃぶりをやめさせるべきか』という発言だった。また、「首-すわる」の原文を参照すると、『首のすわりの確認の仕方』『首すわり前の寝返りについて』『首すわり前の縦抱き』など児の首すわり(定頸)という発達を確認する方法や発達に伴った抱き方など育児方法についての意見を求める内容であった。

## 2. 7～11か月の児をもつ母親の発言内容

単語頻度解析を行った結果、[名詞]では「離乳食」「赤ちゃん」「ミルク」の順で頻度が高く(図1)。児の栄養

に関する単語が多くみられた。

[動詞]では、「教える+したい」「する+?」「いる+?」「食べる+ない」「食べる」の頻度が高かった(図2)。中には、「悩む」「迷う」といったネガティブな意味合いをもつ単語の出現がみられた。さらに、それらの単語との係り受け関係を分析した結果、「便秘」「嫌い」「離乳食」「哺乳瓶拒否」などの単語が出現し、原文を参照すると「嫌い」は『ベビーフード、ストローマグやコップが嫌いで困っています』など離乳食に関して困っている発言であった。また、「迷う」では「離乳食」「ミルク」「便秘」など栄養に関する単語と「ポリオ」「インフルエンザ」といった予防接種に関する単語が出現した。

[形容詞]では、「良い+?」「痛い」「悪い」「良い」「堅い」の頻度が高かった(図3)。中には「痛い」「悪い」「悪い?」「辛い」といったネガティブな意味合いをもつ単語の出現がみられた。さらにそれらの単語との係り受け関係を分析した結果、「痛い」の単語の係り元単語は、「おっぱい」「膝」「首」「乳首」「胸」の順に多かった。また、「悪い」「悪い?」の単語の係り元単語は、「寝相」「機嫌」「体調」といった児に関連する発言であった。

次に、係り受け頻度解析における単語間の関係をことばネットワークにより分析すると、12のクラスターが抽出された(図5)。最も大きいクラスターは、名詞「離乳食」を係り元単語とし、係り先単語「教える+したい」とするものと合一したクラスターが最も大きかった。他に「教える+したい」の係り元には「おすすめ」「方法」「マ

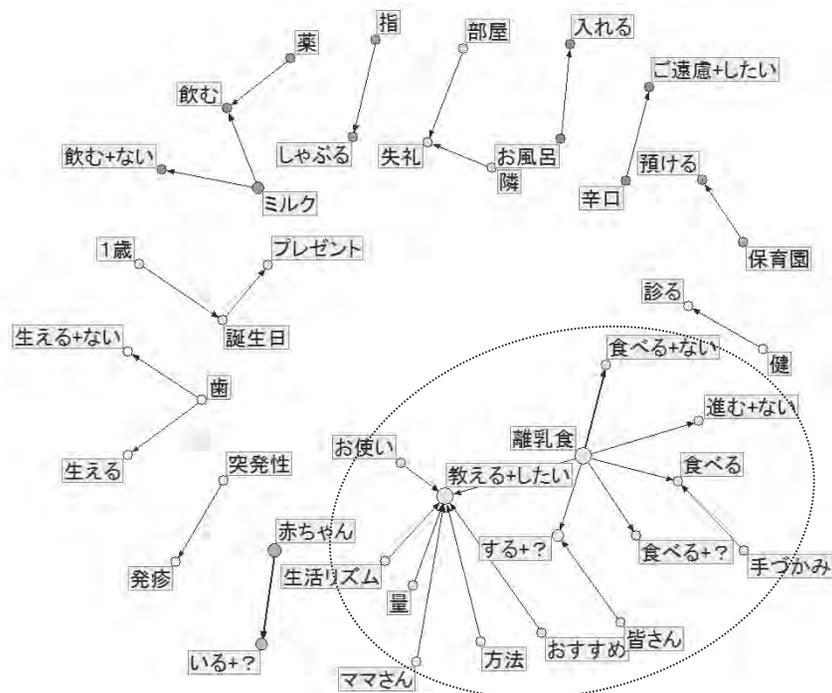


図5. ことばネットワーク (7～11 か月児)

マさん」といった単語が出現した。これらの原文を参照した結果、「おすすめ」は『B型ベビーカーのおすすめ』『フォローアップミルクのおすすめ』というおすすめの育児用品を尋ねる発言が大部分であった。「方法」は、『卒乳の方法』『寝かしつけの方法』といった何かの具体的な方法を尋ねる発言が大部分であった。「ママさん」は、『アレルギーっ子のママさん』『働いているママさん』などのように、自分と同じ状況の母親に対し質問を投げかける発言であった。

単独でのクラスターとしては大きくないものの係り受けの頻度として高いものに、「歯-生える」「突発性-発疹」があり、原文を参照すると「歯-生える」では、歯の生え方や順序、歯が生えてからの授乳などの発言がほとんどであった。「突発性-発疹」は児が突発性発疹に罹患したことに関連した発言であった。

#### IV. 考察

##### 1. 乳児をもつ母親の育児情報ニーズ

###### (1) 児の栄養に関する情報

ソーシャルメディアでの発言内容を分析した結果、乳児をもつ母親の育児情報ニーズは、乳児健診時や電話による育児相談内容と同様<sup>9), 10)</sup>に、児の栄養に関するものが多く、内容は授乳と離乳食に分けられた。授乳に関して、乳児期前半では「母乳」「ミルク」「おっぱい」「授乳」「完母」「哺乳瓶」と様々な〔名詞〕で表現されていた。そして、〔形容詞〕「悩む」や〔形容詞〕「痛い」「悪い」の単語もほとんどが授乳に関する単語に係り受けられており、母乳育児の確立を目指し試行錯誤しながら奮闘する母親の様子がうかがわれた。中でも「完母」という単語は「完(全)母(乳)」が略されたものであり、反意語としての「完(全)ミ(ルク)」という単語も存在した。これらは、「完母ママ」のようにママを修飾した1つの単語としても使われており、乳児をもつ母親が母乳かミルクかという自分の哺乳形態に拘りをもって育児を行っていることが示唆された。母親の母乳で育てたい思いは十分に尊重すべきであるが、母乳にとらわれすぎるとは育児ストレスの要因になることも考えられる。母親が母乳のメリットデメリットを理解した上で自己決定し、無理のない範囲で心穏やかに母乳育児が継続できるよう支援する必要がある。一方、母親の授乳や食事に関する不安な時期は、出産後をピークに減少した後4~6か月で再び増加し、1歳前後で高くなるといわれている<sup>11)</sup>。本研究において、離乳食について、乳児期前半では開始

時期をいつにするか、開始にあたり必要な物品は何かなど詳細な情報の提供を求めていることがわかった。そして、乳児期後半になると内容は児が離乳食を食べてくれない、好き嫌いがあるなど順調に進まないことに悩む母親の様子が表現される内容に変化することが明らかとなった。離乳食の開始時期や進め方の目安は育児雑誌、インターネット上など様々なかたちで情報提供されている。また、進め方においても具体的な食材や時間短縮のための調理方法など情報は溢れている。しかし、母親にとっては一般論でしかなく、わが子の状況に応じた個別のかつ具体的な情報を求めていると考えられた。

###### (2) 児の成長発達に関する情報

乳児期の指しゃぶりは正常な発達経過のひとつであるにもかかわらずやめさせるべきかと悩んだり、定額の確認の仕方、歯の生え方、突発性発疹など児の成長発達に関連したことに不安を抱く母親の様子が明らかとなった。また、育児情報を求める際には、“~のママさん”“~な赤ちゃん”はいますかと投げかける母親の多いことがわかった。インターネット・コミュニティの利用者は同じ境遇の人や気持ちが共有できる人を求めている<sup>12)</sup>といわれている。児の成長発達において、同じような児の存在を確かめることは、我が子だけではないという不安の軽減とともに自分と同じ境遇の人の存在が励みとなり<sup>13)</sup>、所属感獲得につながると考える。一方で、少子傾向と地域連帯感の希薄化などにより実社会において同月齢の児をもつ母親を見つけることの困難さも浮かび上がり、妊娠中の母親学級や産後入院中の集団指導の場など母親同士の接点の場を設けることの必要性が示唆された。

###### (3) 育児用品の購入を決断するための情報

育児用品の購入を検討する際に、実際に使用している母親の感想を求め、具体的な使い心地を知ることが、購入のポイントとなっている。購入後に後悔したくない、無駄な消費をしたくないという母親の思いが反映されていると考えられる。今までであれば、近所の先輩ママやママ友達との井戸端会議で情報収集、意見交換していたことが、インターネット上のソーシャルメディアによるコミュニケーションに変化してきていることが考えられる。

##### 2. 乳児をもつ母親にとってのソーシャルメディアでの

## 発言の意義

1歳までの児をもつ母親にとってのソーシャルメディアでの発言は、育児上の疑問や不安など聞きたいことを不特定多数の第三者に発信し、同月齢の児を育児する母親のリアリティあふれた発言を情報として得るための身近な手段のひとつとして大きな役割を果たしていることが示唆された。ソーシャルメディアの活用方法として、発言してフォローコメントを得るだけでなく、そのやりとりを閲覧することで情報を得られることもある。1年間で数十万超の発言がある一方で、どれだけ多くの母親が閲覧のみで情報収集し、共感し、育児に奮起しているのか、現時点において想像はし難い。ソーシャルメディアを閲覧する、発言する、発言に対しフォローするという母親の一連の行動については、さらなる考究が必要である。

### 3. 看護実践への提言と本研究の限界

本研究は、ソーシャルメディア上での母親の発言であり、あくまでもインターネットを利用し書き込みを行った母親の心理、行動特性に限定されたものである。しかし、ビッグデータの分析により、乳児をもつ母親の育児におけるソーシャルメディア活用により得たい育児情報の内容が明らかとなった。今後は、タイトルだけでなく発言内容を詳細に分析することで、より具象的な育児情報ニーズを把握し、さらに具体的な育児支援の方策を立てることが重要である。

## V. 結語

ソーシャルメディアにおける乳児をもつ母親の発言を分析した結果、以下のことが明らかとなった。

1. 母親の求める育児情報は、授乳や離乳食など子どもの生命に直結する児の栄養や予防接種に関する内容が多かった。
2. 児の成長発達に関する情報は、わが子と同じ状況の子どもをもつ母親からの情報を求めている。
3. 育児用品の購入決定に際し、実際に使用している母親からの情報を得たいというニーズは大きい。

以上より、ビッグデータのひとつであるソーシャルメディア上の母親の発言の分析は、母親の求める育児情報ニーズを把握するために有益であることが示唆された。しかし、現時点ではビッグデータからの俯瞰に過ぎず、今後はさらに焦点化した分析が必要である。

## 謝辞

本研究にあたり、データ使用を快諾くださったウィメンズパーク管理者である株式会社ベネッセコーポレーション様に、心より感謝申し上げます。なお、本研究は、科学研究費挑戦的萌芽研究（課題番号23660083）の助成を受けて実施した研究である。

## 文献

- 1) ベネッセ教育総合研究所：研究報告書 VOL.2 第1回乳幼児の親子のメディア活用調査報告書, 76-79, 株式会社ベネッセコーポレーション, 東京, 2014.
- 2) 総務省：平成25年版 情報通信白書, 331, ぎょうせい, 東京, 2013.
- 3) 総務省：前掲注2), 334.
- 4) 総務省：前掲注2), 143.
- 5) 稲田修一：ビッグデータがビジネスを変える, アスキー・メディアワークス, 194-199, 東京, 2012.
- 6) 井田歩美, 猪下光：特集 看護研究におけるテキストマイニング (II) ソーシャルメディア上のビッグデータを分析して－乳児をもつ母親の関心事, 看護研究, 46 (6), 543-551, 2013.
- 7) 中山和弘：[ソーシャルメディアと研究]ソーシャルメディアがつなぐ／変える研究と健康, 看護研究, 44 (1), 86-93, 2011.
- 8) 株式会社ベネッセコーポレーション：ウィメンズパーク～日本最大級の女性の口コミサイト～, 2014年6月11日, <http://women.benesse.ne.jp/>
- 9) 松尾泰孝：産院小児外来における電話相談の内容の検討, 小児保健研究, 62 (6), 640-646, 2003.
- 10) 神庭純子, 藤生君江：乳幼児をもつ母親の育児上の心配事－(第1報) 1か月から3歳の縦断的検討－, 小児保健研究, 62 (4), 504-510, 2003.
- 11) 厚生労働省 (2006)：平成17年度乳幼児栄養調査結果, 2014年6月11日, <http://www.mhlw.go.jp/houdou/2006/06/h0629-1.html>
- 12) 秋山智, 加藤匡宏：神経難病患者のインターネット・コミュニティ～神経筋難病情報サービス「読者の交流室」の分析を通して～, 日本難病看護学会誌, 7 (1), 129-134, 2003.
- 13) 片山佳代子, 坂口早苗, 坂口武洋：悲嘆緩和を目的とする某インターネットセルフヘルプグループの現状調査, 日本公衆衛生雑誌, 53 (6), 424-431, 2006.