



**幅広い世代に認知度の高い人気ゲームウノがコミュニケーション能力について調査  
子どもに身につけてもらいたい能力No.1は「コミュニケーション能力」  
中でも同世代だけでなく、年上、年下など「多世代」とのコミュニケーションも重要**

世界大手の玩具メーカー、米国マテル社の日本法人マテル・インターナショナル株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：石井恵三）は、20～69歳の男女1000名を対象に、お子さまの教育とウノの関連について調査を実施しました。その結果、現代社会で最もお子さまに身につけてもらいたいと思っている能力は「コミュニケーション能力」であり、中でも相手の世代を問わずコミュニケーションをとれるようになってもらいたいと考えられていることがわかりました。また、教育評論家の親野智可等さんからは「いま子供に求められる多世代交流力」とその中で「ウノがコミュニケーション能力の発達に関連できる可能性」などについてコメントをいただきました。

**【調査結果サマリー】**

- ◆ お子さまに身につけてもらいたい能力 = コミュニケーション能力・自制心・協調性の順
- ◆ 中でも同世代だけでなく年上・年下など世代関わりなくコミュニケーションの高い「多世代交流力」が必要と考えられている
- ◆ 「多世代交流力」を育てるためには子供のころからの世代を問わない多世代交流が必要
- ◆ 家族を含めた世代の違う人々と対等に接する機会が多いことで、大人になってからの「多世代交流力」を高められる可能性がある

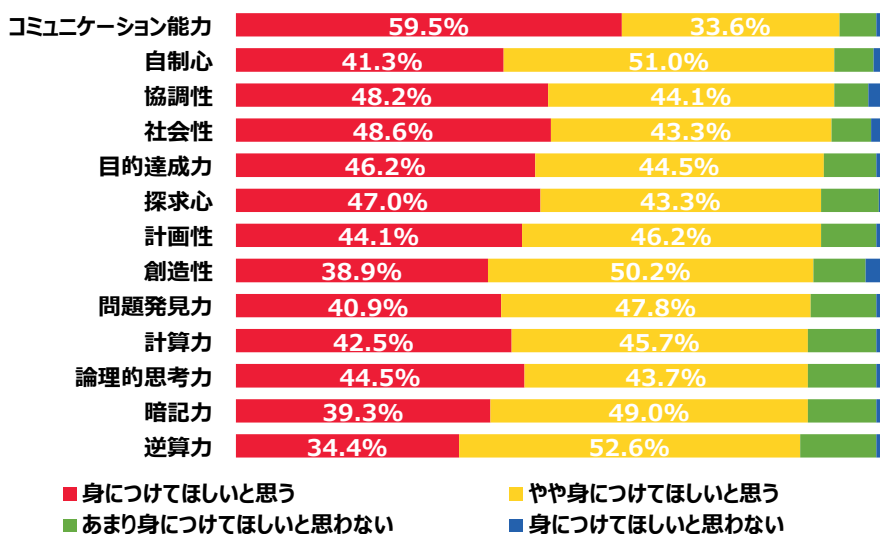
**【調査結果】**

■ **子供に身につけてほしいと思う能力第1位は「コミュニケーション能力」。**

**いろいろな世代とコミュニケーションをとる「多世代交流力」が必要と87.7%が回答！**

子供がいる247名に、子供に身につけてほしい能力を聞くと「コミュニケーション能力」と93.1%が回答し、1位となりました。ついで「自制心」「協調性」「社会性」と続く結果となりました。

**子供に身につけてほしいと思う能力（単数回答/n=247）**



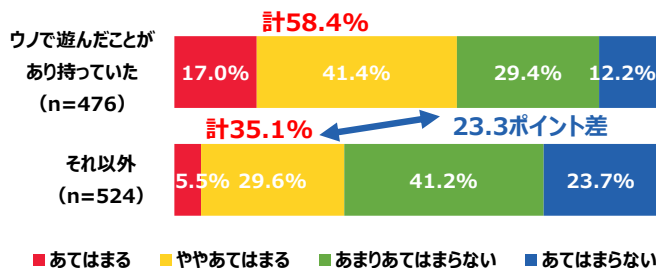
### 【実際のエピソード】

- ・何を出せば勝てるのか熟考するようになった。(男性 26歳)
- ・友達とワイワイ楽しく遊んだことで協調性を養った。(女性 49歳)
- ・身内が集まって何か一緒にすることがなかったので、仲良くなれた体験になった。(女性 60歳)
- ・普段話さなかったクラスメートとも話すようになった。(女性 47歳)
- ・いろいろな人と遊んでいたため、我慢することや協調性が身に付いたと思う。(女性 54歳)
- ・戦略的な思考回路ができた様な気がした。おもしろい楽しみながら能力が付く。(男性 53歳)
- ・年上のいとこが多く、容赦なく勝たれて泣いて、負けないぞという気持ちやコミュニケーションを学んだ。(女性 37歳)

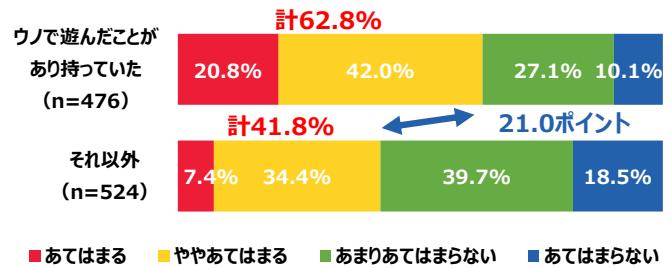
さらに、子供の頃ウノで遊んだことがあり、持っていた人は、「自分の意見を人に伝えられる力があつた」 「新しいことにチャレンジする力があつた」という項目でも大きな差となっています。

自分の意見を人に伝えることができ、新しいことにチャレンジする意欲の高い子供時代を送っていた傾向が見られます。

#### 子供の頃、自分の意見を人に伝えられる力があつた (単数回答/n=1000)



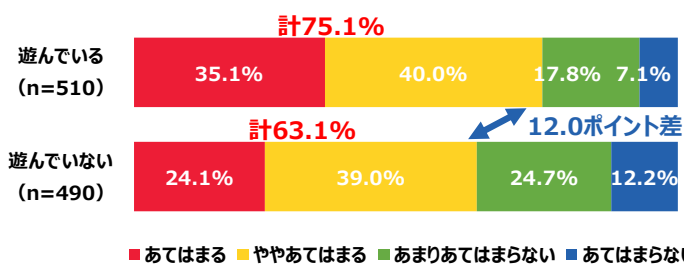
#### 子供の頃、新しいことにチャレンジする力があつた (単数回答/n=1000)



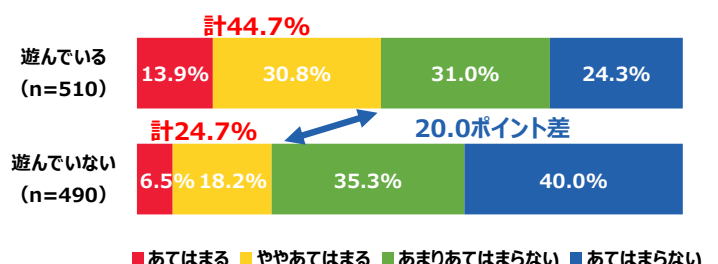
### ■ウノで遊ぶことは子供の能力だけでなく家族間の関係性にも影響

友達だけでなく家族や親戚などとウノで遊んだことがある人は多いのではないのでしょうか。ウノで大人になってからも遊んだ経験がある人は「家族とよく会話をする」と回答した人が多い結果となりました。また、「親戚でよく集まる」と親戚の仲も良好ことがわかります。

#### 家族とよく会話をする (単数回答/n=1000)



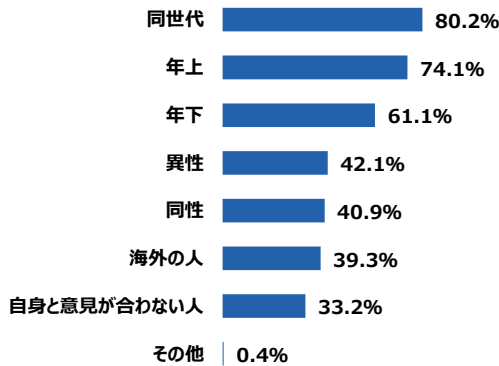
#### 親戚でよく集まる (単数回答/n=1000)



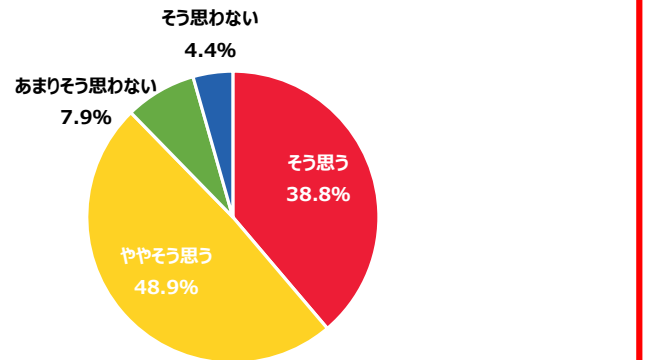
本調査の結果、子供に身につけてほしいと思う能力第1位は「コミュニケーション能力」となりました。なかでも、いろいろな世代とコミュニケーションをとる「多世代交流力」が必要と87.7%が回答しています。子供の頃にウノで遊んだことで身についたと思う能力では「コミュニケーション能力」が第1位となり、ウノで遊ぶことでコミュニケーション能力が育まれたのかもしれない。子供の頃ウノで遊んだことがあり、持っていた人の傾向を見ると、「大人と話すことに抵抗がなかった」と64.1%が回答。それ以外の人は42.2%と21.9ポイントの差となりました。また、「相手の年齢問わずコミュニケーション力があつた」という項目でも17.8ポイントの差があり、ウノで遊ぶことにより、多世代との交流力が育まれたといえるのではないのでしょうか。

また、ウノで大人になってからも遊んだ経験がある人は「家族とよく会話をし、親戚でよく集まる傾向にあることがわかりました。子供の能力だけでなく家族間の関係性にも影響があることが明らかになりました。」

### 子供にコミュニケーションをとれるようになってほしいと思う相手 (複数回答/n=247)



### 子供の頃からいろいろな世代とコミュニケーションをとる機会が大事だと思うか (単数回答/n=1000)



コミュニケーションをとれるようになってほしいと思う相手を聞くと、同世代はもちろん、年上、年下、異性、同性など様々な世代・性別の人とコミュニケーションをとれるようになってほしいと思っていることがわかります。

また、子供の有無にかかわらず、子供の頃からいろいろな世代の方とコミュニケーションをとる機会が大事だと思うと計87.7%が回答。「多世代交流力」が必要となってきていることが調査から判明しました。

「多世代交流力」を高めるためには、家族含めた世代の違う人達と対等に接する機会や、コミュニケーションを通じ、自信を持つ機会が必要なのではないでしょうか。

#### ■ウノで遊ぶと求めている能力に役立つ可能性が！

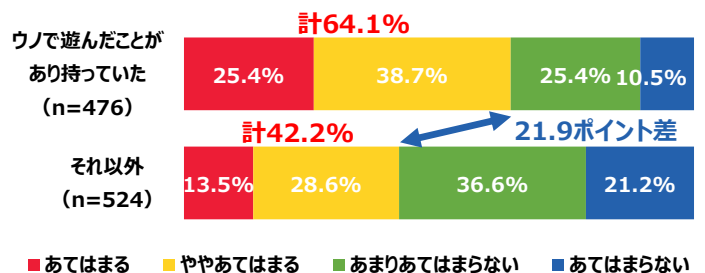
#### 子供の頃にウノで遊んだことで身に付いたと思う能力第1位は「コミュニケーション能力」！

子供の頃にウノで遊んだことで、身に付いたと思うことは「コミュニケーション能力」が第1位となりました。実際にエピソードを見ると年上の人と遊ぶことで、負けないぞ！という気持ちやコミュニケーション力を学んだ。と言う回答や、普段話さなかったクラスメートとも話すようになった。など「コミュニケーション力」と言っても様々な人とのコミュニケーションを生みかっけたことがわかります。

### 子供の頃にウノで遊んだことにより身に付いたと思うランキングTOP10 (複数回答/n=1000)

1位	コミュニケーション能力
2位	計算力
3位	計画性
4位	暗記力
5位	論理的思考力
6位	逆算力
7位	協調性
8位	目的達成力
9位	探求心
10位	社会性

### 子供の頃、大人と話すことに抵抗がなかった (単数回答/n=1000)



子供の頃ウノで遊んだことがあり、持っていた人の傾向を見ると、[大人と話すことに抵抗がなかった]と64.1%が回答。それ以外の人は42.2%と21.9ポイントの差となりました。また、[相手の年齢問わずコミュニケーション力があった]という項目でも17.8ポイントの差があり、ウノで遊ぶことにより、多世代との交流力が育まれたといえるのではないのでしょうか。



## ■ 教育評論家の親野智可等さんのコメント

今はひと言で言うと変化の激しい時代です。仕事やライフスタイルの変化で国内移住する人が増えたり海外の人とのやりとりが増えたりしています。また、職場の雇用形態も様変わりして多世代にわたる多種多様な人とのやりとりが増えています。このような状況の中で生きていく子供たちには、同世代間のコミュニケーションはもちろんのこと多様な世代とコミュニケーションが取れる多世代交流力が求められます。

そのためアナログのゲームが果たす役割は大きいです。ウノは子供同士で遊べるだけでなく、家族や親戚など身近な大人とゲームを介して対等にコミュニケーションしたり勝敗を経験したりすることができます。これによって、子どものコミュニケーションの範囲と経験値が上がり自信にもつながります。つまり、「多世代交流力」を身に着けるのに最適なのです。また、自分の戦略や計画とは違う予期せぬ展開が起こるという点が、機転の利く判断力やコミュニケーション力の涵養に役立ちます。また、小さな子供にとってはルールや順番を守って遊ぶ経験ができますし、数・色を初めて学ぶツールとしても効果的です。

## ■ プロフィール

### 親野智可等（おやのちから）

教育評論家。本名、杉山桂一。長年の教師経験をもとに、子育て、親子関係、勉強法、学力向上、家庭教育について提案。『子育て365日』等ベストセラー多数。人気マンガ「ドラゴン桜」の指南役でも著名。オンライン講演、全国の小・中・高等学校、幼稚園・保育園PTA、市町村教育講演会、保育士や教師の研修会も大人気。



### 【調査概要】

1. 調査の方法：インターネット調査
2. 調査機関：マテル・インターナショナル株式会社
3. 調査の対象：ウノを知っている全国の20歳～69歳の男女
4. 有効回答数：1000名（性年代均等割り付け）
5. 調査実施日：2023年11月20日（月）～11月21日（火）

※集計時に小数点2位以下を四捨五入しているため、総計が100.0%とならない場合があります。

※引用・転載時には「マテル・インターナショナル株式会社」とクレジットを明記下さい。

本リリース内の画像素材は下記のリンクよりダウンロードいただけます。

[https://drive.google.com/drive/folders/1sfidMmrkkfL\\_6PmCi3vSxBdGiWh4Ls0v?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1sfidMmrkkfL_6PmCi3vSxBdGiWh4Ls0v?usp=drive_link)





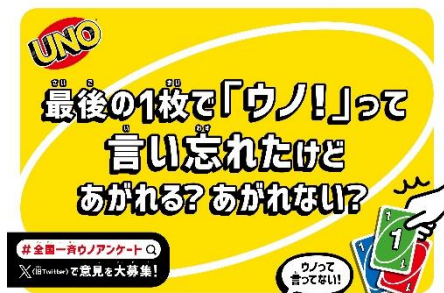
## ■ あなたが知っているウノのルールは、公式ではないかも？！「#全国一斉ウノアンケート」

ウノは認知度が73.1%と高く、子供の頃に遊んでいたと答える人は76.6%となりました。認知度が高くみんなが遊んだことがあるゲームだからこそ、実はたくさんのローカルルールが生まれています。ウノで遊んでいる時、「ドロ-2って重ね出しできるのか」「記号カードで上がることができるのか」など、何が公式ルールで何がローカルルールかわからなくなる時があるのではないのでしょうか。

そこで、「#全国一斉ウノアンケート」としてX（旧Twitter）上にて皆さんがプレイしているウノのルールを調査いたします。このキャンペーンに参加してくださった方には4月末発売予定の新商品「ウノハンパねえ！」を抽選でプレゼントいたします。

### 【#全国一斉ウノアンケート】

- 特設サイト：[https://mattel.co.jp/toys/mattel\\_games/campaign/](https://mattel.co.jp/toys/mattel_games/campaign/)
- 期間：2024年1月8日（月）～2024年2月16日（金）
- ウノ（UNO）公式アカウント：@unogame\_Japan
- アンケートで聞くローカルルール例



## ■ 「#全国一斉ウノアンケート」の駅広告を掲載

「#全国一斉ウノアンケート」を盛り上げ、より多くの回答を集めるために、1月11日のウノの日に合わせて渋谷/大阪/名古屋の3駅にて駅広告を掲出いたします。ウノのカードの特徴的なデザインとカラーリングでローカルルールを募集いたします。

### 【#全国一斉ウノアンケート駅広告概要】

掲出期間：2024年1月8日（月）～2024年1月14日（日）

#### 1. 京王井の頭線渋谷駅

- 渋谷駅改札内/ホーム上の丸柱

#### 2. 大阪・京都・三ノ宮・新大阪駅

- 大阪・京都・三ノ宮・新大阪駅

#### 3. JR名古屋駅

- 名古屋駅中央コンコース内デジタルサイネージ



※渋谷駅広告イメージ



※名古屋駅広告イメージ



### マテルゲームについて

1971年の誕生以来、不動の人気を誇るカードゲームの定番「ウノ」、子供向け教育コンテンツや社内研修コンテンツとしても取り上げられる戦略ゲーム「ブロックス」、シンプルなルールにはまる人続出の新感覚ゲーム「バウンス・オフ」など、大人から子供まで家族や友達みんなで楽しめるゲームを提供しています。

公式サイト：[https://mattel.co.jp/toys/mattel\\_games/](https://mattel.co.jp/toys/mattel_games/)

Twitter：[https://twitter.com/unogame\\_japan](https://twitter.com/unogame_japan)

YouTube：<https://www.youtube.com/user/mattelgamesjapan>



### マテル社について

マテル (Mattel) グループは、玩具およびファミリー向け製品のデザイン、製造、マーケティングにおける世界的リーディング企業です。マテル社のベストセラー・ブランドとして、史上最も有名なファッションドールバービー (Barbie®)のほか、ホットウィール (Hot Wheels®)、きかんしゃトーマス (Thomas & Friends®)、フィッシャープライス (Fisher-Price®)、メガブロック (MEGA® BLOKS)に加え、様々なエンターテインメントから着想を得た玩具ラインがあります。マテル社は、2015年に『Ethisphere Magazine』の「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)」に選ばれ、2014年に『Corporate Responsibility Magazine』の「100 Best Corporate Citizens」で第5位に選ばれています。全世界の事業を統括する本社をカリフォルニア州エルセグンドに置くマテル・グループは、150以上の国で製品を販売しています。

公式サイト：<http://www.mattel.co.jp/>

本リリース内の画像素材は下記のリンクよりダウンロードいただけます。

[https://drive.google.com/drive/folders/1sfidMmrkkfL\\_6PmCi3vSxBdGiWh4Ls0v?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1sfidMmrkkfL_6PmCi3vSxBdGiWh4Ls0v?usp=drive_link)