

KIDS TREND RESEARCH FORUM

～ キッズのキャラクター・ライフスタイル受容性調査実施要綱 ～

株式会社キャラクター・データバンク

2019年3月

1. はじめに

2017年のキッズ（3-12歳）のキャラクター商品市場は約6,043億円と、キャラクター商品市場規模全体15,600億円の約4割を占める大きな市場です。（キャラクター・データバンク調べ）キッズのキャラクター商品市場は、キャラクターやコンテンツだけではなく、子どもたちを取り巻くさまざまな教育制度、子育て、メディアなど、子どもたちを取り巻くさまざまな環境の変化に大きく影響を受けています。

このような目まぐるしく変化するキッズ市場を捉えるため、3期を迎える“**KIDS TREND RESEARCH FORUM (KTRF)**”では、子どもたちの変化を捉え、実態を把握し、常に新しいトレンドやキャラクターやエンタテインメントへ影響を及ぼす現象を把握する活動を行っております。

本調査は、KTRFの活動の一環として、定量的に子どもたちの変化、実態、新しいトレンドやライフスタイル、キャラクター・エンタテインメントを捉えていく調査です。

みなさまに安価にご参加いただけるよう、情報をシェアいただく “ マルチクライアント型の調査 ”としておりますので、ぜひこの機会に調査へご参加をご検討ください。

■ 1000名を対象とした定量調査でキッズ層のメディア接触、コミュニケーション、キャラクタートレンド把握

定量調査では1000サンプルに対する調査を実施。定量データによる彼らのメディア接触、他者とのコミュニケーション、キャラクター受容などの現在のトレンドを把握いただけます

■ 昨年の調査結果との比較により、キッズ層の生活、意識の変化を解明

昨年に実施した調査結果と今回の結果を比較し、キッズ層の生活、コミュニケーション等がどのように変化し、それがキャラクター受容や消費行動にどのような影響を与えているか分析いたします

2. 調査概要

調査目的： 現在のキッズ層（3-12歳）のライフスタイル、コミュニケーション、キャラクター受容状況の把握
メディア接触状況、遊び、友人、家族との話題などのトレンドの把握

調査対象： 3歳～12歳の男女 定量調査 1000SS

	男性	女性	合計
3-4歳	100	100	200
5-6歳	100	100	200
7-8歳	100	100	200
9-10歳	100	100	200
11-12歳	100	100	200
総計	500	500	1000

調査手法： インターネット調査

調査項目（案）：

■フェイス 年齢／性別／地域／家族構成／兄弟の有無／興味（好きなこと、よく遊んでいること）

■ライフスタイル

【親】 親子の時間共有（行く場所）／育児・教育関心度／子どもに関する意識
（コミュニケーション、デジタル機器利用、コンテンツ接触、将来）／等

【子ども】 自由時間と過ごし方（遊び）／習い事の有無／デジタル機器の所有と利用頻度・利用者（スマホ、タブレット、ユーチューブ）／コンテンツ接触（アニメ・ゲーム・動画・ネット・雑誌）／お小遣い金額と使い道／興味・関心ごと・エンタテイメント／等

■キャラクター

【親】 キャラクター関与度／親子キャラクター許容／好きなキャラクター（FA）

【子ども】 指定キャラクターの受容度（認知度、好感度、商品所有度、商品欲求度）／キャラクター受容度
情報収集経路／好きなキャラクター（FA）／購入金額／購入頻度 等

調査実施機関： 株式会社キャラクター・データバンク

3. 調査対象キャラクターとアウトプットイメージ

調査対象キャラクター

NO	キャラクター名	NO	キャラクター名
1	アイカツ!	20	ちびまる子ちゃん
2	ウルトラマンシリーズ	21	ディズニー・プリンセス
3	L.O.L. サプライズ!	22	ドラえもん
4	おしりたんてい	23	ドラゴンボールシリーズ
5	カーズ	24	初音ミク
6	仮面ライダーシリーズ	25	ハローキティ
7	きかんしゃトーマスとなかまたち	26	ひつじのショー
8	機動戦士ガンダムシリーズ	27	プリキュアシリーズ
9	キュリアス・ジョージ	28	ベイブレード
10	くまのがっこう	29	ポケットモンスター
11	くまのプーさん	30	星のカービィ
12	クレヨンしんちゃん	31	ミッキー・マウス
13	しまじろう	32	ミニオンズ
14	新幹線変形ロボ シンカリオン	33	ムーミン
15	スーパー戦隊シリーズ	34	名探偵コナン
16	スーパーマリオブラザーズ	35	魔法×戦士 マジマジブリアーズ!
17	スヌーピー	36	妖怪ウォッチ
18	すみっコぐらし	37	リラクマ
19	それいけ! アンパンマン	38	リカちゃん

調査結果サマリー①

1-1. 定量調査結果サマリー

■定量調査から見える生活スタイル
定量調査を通じて見える、現代の若者の生活スタイルは、興味、趣味にもアニメ・萌えに対する関心が高く、それを背景とした7人への関心の高さが分かります。一方で、SNSや動画などの検索機能が普及しており、代わってインターネット、スマホ・タブレットの利用率が上昇。

■「アニメ・萌え」に対する興味は性別、年代を問わず高く、全体で顕著な傾向
子供たちの関心の対象として「アニメ・萌え」が注目を浴び、全世代で84.4%の関心を持つ。「アニメ」以外のキャラクターの関心は34.9%が関心を持っており、年代別にみると関心の差が顕著にあり、「アニメ」は44.3%、「マンガ」は31.4%にとり、年代に対する関心の差が顕著。

■テレビ番組は「ドラえもん」がトップ、動画にも注目、検索は「コロコロコミック」がトップ
よく観るテレビ番組では「ドラえもん」がトップ、動画にも注目、検索は「コロコロコミック」がトップ。インターネットの利用目的は、「YouTube」等での他コンテンツの検索が38.4%、「YouTube」でアニメを視聴が34.4%と上位を占め、需要はともに注目する傾向がある。他の利用目的としては、「YouTube」等の動画配信サービスの利用が、全体的に高水準を維持している。

■所有率は「3DS」が顕著でトップ、家族所有では「パソコン」が4割、「スマホ」が顕著
子供の所有率では「3DS」が38.4%でトップとなり、他のコンテンツに比べて顕著な傾向がある。一方、家族が所有し子供が利用する割合では、「パソコン」が38.4%でトップとなり、「スマホ」が28.4%と高い利用率を示している。また、「タブレット」の利用では、「日常的に遊んでいる」は18.4%、「暇で遊んでいる」は17.4%となる。

■友人との遊びを求めて、「3DS」がSNSでの利用機会が高い
「特定のキャラクター」は11.4%、「特定のキャラクター」は10.4%と比べて、「3DS」の利用機会が顕著となり、友人・グループで遊ぶ際の中心に位置している。一方、「スマホ」や「タブレット」は「遊ぶ」が「観る」よりも顕著で、「遊ぶ」が「観る」よりも顕著であるなど、ジャンルに応じて利用状況が異なる。

■友人との共通の話題は「アニメ・萌え」が顕著でトップ、「キャラクター」が顕著
子供たちの共通の話題として、「アニメ・萌え」が顕著でトップとなり、「特定のキャラクター」は14.4%、「特定のキャラクター」は13.4%の関心を持つ。また、「アニメ・萌え」は「特定のキャラクター」よりも顕著で、「特定のキャラクター」は「特定のキャラクター」よりも顕著であるなど、「アニメ・萌え」が関心の中心となっている。

定量：質問別結果詳細

3-2. 質問別結果詳細(ライフスタイル)

Q4. お子様の学校(幼稚園)、遊び場以外の自由時間の過ごし方として、以下のそれぞれに当てはまるものをお選びください。(複数)

調査対象者の自由時間の過ごし方を知る。子供が毎日行っている「観る」以外の「遊ぶ」人々と「観る」人々とを比較する。また、「遊ぶ」人々と「観る」人々とを比較する。また、「遊ぶ」人々と「観る」人々とを比較する。また、「遊ぶ」人々と「観る」人々とを比較する。

活動	性別	年齢	割合
テレビ番組を観る	男	3歳以下	34.7
テレビ番組を観る	女	3歳以下	31.4
テレビ番組を観る	男	3歳以上	24.4
テレビ番組を観る	女	3歳以上	24.4
テレビ番組を観る	男	全世代	28.4
テレビ番組を観る	女	全世代	24.4
テレビ番組を観る	男	小学生	24.4
テレビ番組を観る	女	小学生	24.4
テレビ番組を観る	男	中学生	24.4
テレビ番組を観る	女	中学生	24.4
テレビ番組を観る	男	高校生	24.4
テレビ番組を観る	女	高校生	24.4
テレビ番組を観る	男	大学生	24.4
テレビ番組を観る	女	大学生	24.4
テレビ番組を観る	男	社会人	24.4
テレビ番組を観る	女	社会人	24.4
テレビ番組を観る	男	高齢者	24.4
テレビ番組を観る	女	高齢者	24.4

調査結果サマリー②

2. 11年調査との比較による変化

■観ている雑誌の変化
11年と11年の定量調査結果を比較すると、よく観ている雑誌は、「週刊少年サンデー」「コロコロイチバイ！」、「ニッポン」などで増えているが、その他は減少傾向にある。特に「月刊コロコロイチバイ！」は減少傾向にある。また、「週刊少年サンデー」は増加傾向にある。また、「コロコロイチバイ！」は減少傾向にある。また、「週刊少年サンデー」は増加傾向にある。また、「コロコロイチバイ！」は減少傾向にある。

雑誌名	11年前	現在
週刊少年サンデー	10.0	12.0
コロコロイチバイ!	10.0	8.0
ニッポン	10.0	11.0
月刊コロコロイチバイ!	10.0	9.0
その他	10.0	10.0

5. 指定キャラクター別結果詳細

1. アイカツ!

調査対象者のアイカツ!に関する関心や利用状況を詳細に分析。年齢、性別、利用頻度、関心度などを示すグラフや表が提供されている。

項目	割合
関心度	85%
利用頻度	70%
所有率	60%
利用目的	50%

4. お申し込み書

FAX : 03-5776-2062

スケジュール

参加お申込み締切 … 2019年3月25日

調査実施 … 2019年4月1日～20月初旬

レポートご納品 … 2019年4月末日

参加費用

- ・CharaBiz Membership価格：25万円
- ・一般の方：35万円
- ・第3期KTRFLレポート：25万円

※第3期KTRFLレポートは、エキスパートインタビュー、母親のグループインタビューなどの調査結果レポートです。①、②と組み合わせでのお申込みとなります。

貴社名	
部署名	
お役職	
お名前	
〒	
住所	
電話番号	
電話 / FAX	
E-Mail	

	価格	CharaBiz Membership	一般
①受容性調査申込み	25万円 / 35万円 (※)		
②第3期KTRFLレポート	25万円		
③CharaBizMembership	6万円		

※会員の方は「CharaBiz Membership」、一般の方は、「一般」の欄に「○」をお付けください。

※CharaBizMembership会員では無い方は、CharaBizMembershipにお申込みいただくと、会員価格の費用で承ります。

②のお申込みは、①とあわせてお申込みください。
②のみのお申込みは受け付けておりません。