

子ども調査2020

～キッズのキャラクター・ライフスタイル受容性調査～
【実施要領書】

2020年9月

子どもコンテンツリサーチ研究所（CCRI）

（株式会社キャラクター・データバンク、ミッドポイント・ラボ）

1. はじめに

2019年のキッズ（3-12歳）のキャラクターの商品市場は約5,961億円、中学生まで含めると6,000億円を超え、キャラクター商品市場規模全体の4割以上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市場は、キャラクターやコンテンツそのものだけでなく、子どもたちを取り巻く教育、子育て、メディアなど、さまざまな環境の変化に大きく影響を受けています。特にコロナ禍におけるコンテンツやメディア接触の変化は顕著であり、テレビを中心に支持されてきた定番コンテンツやキャラクターだけでなく、YouTube等から生まれたキャラクターコンテンツへの支持も急激に高まり、キャラクタービジネスという視点でみると、多様化・競争激化の時代へと入ってきたといえるでしょう。

本企画は、そんなキッズ市場の変化を背景に、子どもコンテンツリサーチ研究所（CCRI）の活動の一環として、定量的に子どもコンテンツのトレンドや効果、子どもたちのライフスタイルの実態や変化、キャラクターを含めたコンテンツのトレンドを把握するための調査です。これまで10年以上に渡り実施してきましたが、本調査より中学生も調査対象に含めるなど調査設計も大幅にリニューアルし、次なるトレンドへの予測も行います。

また、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のご参加をご検討ください。

■ 1200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1200サンプルに対する調査を実施。定量データによるキッズのメディア接触、他者とのコミュニケーション、キャラクターの受容性など、現在のトレンドを把握いただけます

■ 今後の子どもコンテンツトレンドを予測

10年以上に渡り実施してきた「子ども調査」の経年変化と、本調査におけるメディアやコンテンツ接触、ライフスタイルなどの実態や変化から今後のコンテンツトレンドを予測します

■ 母親のコンテンツに対する評価を把握

キッズコンテンツに対して影響力が大きい母親層の各コンテンツに対する評価を把握いただけます

2. 調査概要

- 調査目的：**
- 1)子どもコンテンツのトレンド(商品、サービス開発のためのシーズ発見)
 - 2)子どもコンテンツの効果(一般の親の評価)
 - 3)子ども・親子の生活スタイル(子ども・親子コンテンツマーケティング環境の把握)
 - 4)親子のキャラクター意識と子どものキャラクター嗜好に関するトレンド (の把握)

調査対象： 3～15歳の男女 定量調査 1200ss

	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
13-15歳	100	100	200
総計	600	600	1200

調査手法： インターネット調査

調査地域： 全国 人口動態に準じて割付

調査項目： **フェイス** 性別／年齢／両親の年齢／住まい／家族構成／両親の職業／保育所等の利用状況／世帯収入／夏休みの日数

ライフスタイル 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）／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（スマートフォン、タブレット、YouTube）／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 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）／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／指定キャラクターに対する評価 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

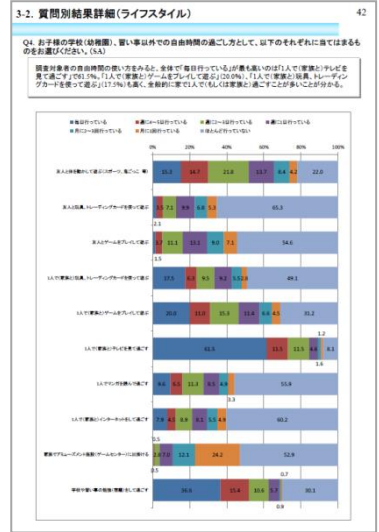
調査対象キャラクター（案）

	キャラクター名		キャラクター名
1	それいけ！アンパンマン	26	ゴジラ
2	ドラえもん	27	仮面ライダーゼロワン
3	ミッキー・マウス	28	ヒーリングっど☆プリキアラ
4	きかんしゃトーマスとなかまたち	29	魔進戦隊キラメイジャー
5	ミニオンズ	30	アイカツフレンド！
6	クレヨンしんちゃん	31	機動戦士ガンダムシリーズ
7	しまじろう	32	ウルトラマンZ
8	ちびまる子ちゃん	33	L.O.L. サプライズ！
9	ハローキティ	34	ボリス×戦士 ラブパトリーナ！
10	はなかつぱ	35	マイクラフト
11	ポケットモンスター	36	スプラトゥーン
12	スヌーピー	37	Dr. STONE
13	妖怪ウォッチ	38	鬼滅の刃
14	おさるのジョージ	39	あつまれ！どうぶつの森
15	名探偵コナン	40	まいぜんシスターズ
16	スーパーマリオブラザーズ	41	
17	ひつじのショーン	42	
18	おしりたんてい	43	
19	リラックマ	44	
20	ディズニー・プリンセス	45	
21	ムーミン	46	
22	すみっコぐらし	47	
23	リカちゃん	48	
24	くまのがっこう	49	
25	星のカービィ	50	

調査結果サマリー①



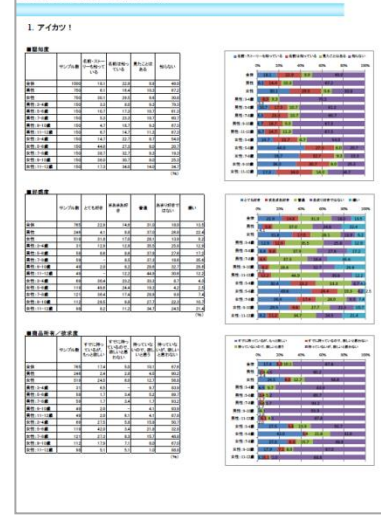
定量：質問別結果詳細



調査結果サマリー②



5. 指定キャラクター別結果詳細



4. お申込み書

FAX : 03-5776-2062

スケジュール

参加お申込み締切 … 2020年9月11日

調査実施 … 2020年9月中旬

レポートご納品 … 2020年10月末日

参加費用

- ・CharaBiz Membership価格：25万円
- ・一般の方：35万円

※「子ども調査2020」参加企業様は、10月から開催される「子どもコンテンツフォーラム」に無料で4名様までご参加いただけます

貴社名	
部署名	
お役職	
お名前	
〒	
住所	
電話番号	
E-mail	

	価格	CharaBiz Membership	一般
子ども調査2020申し込み	25万円／35万円(※)		
CharaBiz Membership	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。

5. 子どもコンテンツフォーラム (CCF) の概要

最近の子どもを取り巻くさまざまな環境変化の中で生まれている課題や問題点について、子どもの現状や子どもへの支援の状況などを理解、共有する場づくりを目指す。また子ども関連職、施設、団体などの子どもの現場のエキスパート、子ども向けコンテンツの製作や商品開発など子どもコンテンツビジネスのプロフェッショナル、子どもやコンテンツの研究に関わる有識者という三つの分野のエキスパート同士の交流をはかることを目的とします。

【開催概要】

名称：子どもコンテンツフォーラム
日時：2020年10月～2021年3月 全6回 16時～18時
会場：当初はオンラインでスタート
竹芝 CiP
定員：500名 (先着順。定員になり次第、締め切り)まで

対象者：子ども向けコンテンツ開発や商品開発などに関わる方
主催：子どもコンテンツリサーチ研究所 (CCRI) (キャラクター・データバンク、ミッドポイント・ラボ)
協力：世界オタク研究所 (CiP協議会)、幼年教育・子育て支援推進機構 KidsExpress21実行委員会
参加料 (聴講料)：「子ども調査2020」参加者 (4人まで)：無料
Membership企業：3万円 (4人まで) / 一般企業：5万円 (4人まで)

【プログラム (予定)】

* 2020年10月15日 (木) *キックオフセミナー

現在の子どもを取り巻く環境のなかで変化する「からだと心」について解説。子どもコンテンツの子どもに与える影響と可能性について考えます。

① 基調講演：子どもの心と体

日本体育大学体育学部健康学科教授・野井真吾氏

② 「子ども調査2020」結果にみるコンテンツを取り巻く環境変化

子どもコンテンツリサーチ研究所

③ キックオフセッション

* 2020年11月 テーマ「子どもと遊び」

子どもにとって遊びは、「生きること」そのものであり、好奇心、創造力、協調性、洞察力、コミュニケーション力など非認知能力を育てる大事なことです。変化する子どもの「遊び」をどのようにコンテンツに取り入れるべきかを考えます。

* 2020年12月 テーマ「子どもの居場所」

家庭や学校で安心できる居場所を見つけられず、孤立する子どもたちが増えています。それは貧困問題に限ったことだけではなく、忙しい親が増えるなかで、親子で過ごす時間の減少とも関連していると思われます。現代における子どもたちの居場所を考えます。

* 2021年1月 テーマ「子どもと体験」

子どもたちが「生きる力」を育むためには、自然や社会の現実に触れる実際の体験が必要です。特に幼少期の自然体験活動は、後に積極性・責任感・意欲・関心など、いわゆる「やる気」を高めるといわれています。危険なことは排除するような社会風潮のなかで、子どもたちの体験を考えます。

* 2021年2月 テーマ「子どもと食育コンテンツ」

子どもたちが「生きる力」を育むためには、自然や社会の現実に触れる実際の体験が必要です。特に幼少期の自然体験活動は、後に積極性・責任感・意欲・関心など、いわゆる「やる気」を高めるといわれています。危険なことは排除するような社会風潮のなかで、子どもたちの体験を考えます。

* 2021年3月 年度まとめシンポジウム

子どもたちは、発達プロセスに応じて求めるコンテンツが変わってきます。また現在のようにインターネットを通じて無数のコンテンツに触れることができる時代において、子どもが求めるコンテンツも変化しています。いま子どもたちにとって必要な物語やキャラクターとは何かをコンテンツ側の視点から考えます。

※各回の講師は順次発表いたします。

※子どもコンテンツリサーチ研究所 (CCRI):

令和2年9月にミッドポイント・ワークラボとキャラクター・データバンクが発足した、今後子どものための良質なコンテンツの企画、製作、供給に役立つデータや情報を提供し、共有の場を創造する活動を行っていくプロジェクト名です。