



子ども調査2023 実施要綱

2023年8月
株式会社キャラクター・データバンク

0. はじめに

2022年のキッズ（3-12歳）のキャラクターの商品市場は約6,028億円（キャラクター・データバンク調べ）とキャラクター商品市場全体の約4割を占め、21年比では101.6%と伸長しました。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ます。また、ここ近年は、コロナ禍での生活スタイルやメディアやコンテンツ接触が大きく変化し、23年はいよいよwithコロナ・脱コロナに向けて社会が本格的に始動しはじめました。

また6月に発表された「男女共同参画白書」（令和5年版）によると、女性の仕事志向、男性の家事・育児志向は高まりつつあります。特に、コロナ前の働き方改革やコロナ禍で生じたテレワークの増加などによって、父親、母親の生活時間や意識、役割などが徐々に変わりつつあります。それに伴い、子どもや家族の生活環境や意識、嗜好なども変化してきていると考えられます。

「子ども調査」は、10年以上に渡り継続して、子どもコンテンツのトレンドやライフスタイルの変化など、定量的にキッズ市場を把握してきました。2023年の子ども調査では、そうした家族の変化とそれらをふまえた子どもの生活やコンテンツ嗜好の変化にフォーカスを当て、アフターコロナ、withコロナ社会における新しい子どもコンテンツの方向性や予兆を探ってまいります。

また本調査はみなさまに安価にご参加いただけるよう、情報をシェアしていただく“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いただけましたら幸甚です。

■1000名対象の定量調査でキッズ層のメディア接触やキャラクタートレンドを把握

1000サンプルの定量調査を実施。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

■子どもの遊びやコンテンツの価値観とその変化を把握

コロナ禍の生活やメディア環境の変化で起こっている子どもたちの遊びやコンテンツへの意識、価値観を、コロナ後を見据えて探っていきます



1. 仮説：子どもの価値観と志向の変化

23年の子ども調査では、
主に7つの仮説を
クローズアップし調査
を実施いたします



2

親が子どもコンテンツを、 子どもが大人コンテンツを志向

- ・親子でのアニメやドラマ視聴、絵本の読み聞かせ、親公認で子どもが深夜アニメを見たり、大人が子どもコンテンツに癒やされる、おもしろさを発見
- ・子どもは親のコンテンツや商品におもしろさを見出したり、大人並みの高度な知識を持つ

4

子どもの社会課題への関心

- ・学校教育や地域活動などの周辺環境から、子どもたちが自ら、環境問題やジェンダーや多様性といった社会課題に関心を持ち、活動に参加するような環境
- ・子どもたちの社会意識も高まっていく

6

子どもへの自立志向・支援活動

- ・日本の教育の方向性や共働きの増加を背景に、子どもの自立性を求める動きが強まる
- ・子どもが自分で考えるために、哲学など知的コンテンツ志向やことばの表現について考えるコンテンツにも注目

1

仕事観・家族観・幸せ観の変化

- ・コロナ禍における時間や不安の共有により、家族の大切さを知ったり、現場感に根ざした役割分担意識や、自分のやりたい仕事・収入・地位などへの欲求、幸せ観などが変化
- ・子どもも、親の職業観や家族の価値などを見直し始める

3

子どもの癒やし優先志向⇒子どもらしさ

- ・コロナ禍で子どもにたくさんの我慢をさせたという大人たちの思いは強い
- ・当面、コンテンツやレジャーの目的は、ためになるといった学習より、子どもの癒やしやストレス解消、やる気・前向きな気持ちづくりや元気づけ要素を優先させる傾向が強い

5

子ども自身の創造欲求

- ・コロナ禍での閉塞感は、それがおさまった時に、音楽イベントやスポーツなど外へ向かう動きがある
- ・一方で、感情の表出という形で現れ、手芸、工作、映像、音楽、料理などといったクリエイティブな活動が見直される

7

子ども自身のリアル体験志向

- ・ネット空間やオンラインが日常のデジタルネイティブ世代の新しい体験には自然や職業現場などでのリアルな体験
- ・ジャンプや触るなどリアルな身体感覚、キャンプのようなリアルな自然を全身で感じることなどに新しさを感じ始めている

2. 子ども調査2023の調査概要

子ども調査2023～キッズのキャラクター・ライフスタイル受容性調査～

【目的】

コンテンツ開発、商品開発、メディア、流通、プロモーション等の参考となる子どものコンテンツトレンド情報の収集と、コロナ後の子どもの価値観の変化と今後の予兆をさぐる

- (1) いまの子どもの遊びとコンテンツのトレンドを探る
- (2) これからの子どもコンテンツトレンドの予兆を探る
- (3) 子ども・家族・親のライフスタイルや価値観を定点的に把握
- (4) 前頁の仮説の検証と整理

調査対象： 3～12歳の男女 定量調査 1000ss
※親の代理回答

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

調査実施時期： 2023年9月

調査実施機関： 株式会社キャラクター・データバンク

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

【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、新しいメディア、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）／お小遣い金額と使い／興味・関心ごと・エンタテインメント／生活満足度やストレス 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心理的な評価／ 等

【コンテンツ】 メディア接触／コンテンツ接触（アニメ・ゲーム・動画・ネット・雑誌）／コンテンツトレンドに対する子ども、親の意識／子ども遊びやコンテンツ嗜好 など

	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

4. お申込書

調査名：キッズのキャラクターとライフスタイル調査 **2023年9月実施**

① Membership価格：25万円 / ②一般価格：35万円 ※○をつけてください

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

スケジュール

参加お申込み締切 … 2023年8月21日
 調査実施 … 2023年9月
 レポートご納品 … 2023年9月末日

■ お問い合わせ・お申し込み 株式会社キャラクター・データバンク

〒105-0004
 東京都港区新橋5-10-6 川村ビル3F
 電話：03-5776-2061
 Fax：03-5776-2062
 E-Mail：info@charabiz.com

※「第4期 子どもコンテンツフォーラム(ccf)～いま子どもコンテンツの新しい役割とは？～」を開催しております。あわせて、ご参加をご検討ください。
 ※詳細は、CharaBiz.Com 内、セミナーをご覧ください。