



子ども調査2024 実施要綱



2024年7月

株式会社キャラクター・データバンク

 CHARACTER  ATABANK_{TM}

2023年のキッズ（3-12歳）のキャラクターの商品市場は約6,446億円（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、22年比では106.9%と伸びました。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。

少子化が進む中、逆に少子化に歯止めをかけるために、日本の子育て・教育環境の整備が急務とされる中、こども家庭庁が発足し、“こどもまんなか社会”というキーワードが提示され、今後、子どものWell-Beingや子どもの幸福感などを意識した方向でさまざまな子ども政策がますます進んで行くと思われます。

子どものメディア環境は、スマートフォンやタブレットの急速な普及を背景に子どものネット動画視聴の日常化し、コロナ禍の在宅の影響などで大人向けのコンテンツを子どもが見る習慣の常態化、コンテンツの視聴行動や嗜好年齢のフラット化・ボーダレス化など、接触するコンテンツの多様化し体験も大きく変化しつつあります。

そして物価高や円安が続く中、所得による体験格差や進学やイベントなどにおける地域格差、インバウンドの増加によるコンテンツ消費の変化など、今後子どもコンテンツにおいてもさまざまな課題や新しい嗜好が出てくると考えられます。

「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。24年の子ども調査ではこうした背景をふまえ、子どもたちにいかに多様なコンテンツの接触・体験機会を提供し、子どもの幸福感をベースにしたコンテンツを開発、供給について、最近の家族のライフスタイルやコンテンツ嗜好、情報行動などの変化などとも絡めて明らかにしていきたいと考えています。

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れば幸いです。

■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

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. テーマと仮説：子どもの価値観と志向の変化



24年の子ども調査では、主に6つのテーマと仮説をクローズアップし、調査を実施いたします

1 コンテンツ嗜好のフラット化・エイジレス化

- ・コロナ禍の在宅での家族視聴や、録画・配信によるいつでも視聴、スマホやタブレットによるどこでも視聴など、子どもが大人コンテンツ接触に対する機会も増え親の許容度も変化
- ・学校、家庭以外で接する身近な大人のレコメンドなども含めて子どもが視聴するコンテンツは多様化し、エイジレス化し、親の許容度も低くなってきている

2 子どものコンテンツ情報収集・伝播経路のエイジレス化・多様化

- ・かつて子どもの新しいコンテンツや流行などの認知経路は、兄弟、塾・習い事・スポーツチーム、身近な年長者など上から下へという流れ
- ・YoutubeやTikTokなど子どもが自由に見られる動画アプリの普及により、おもしろいものはインフルエンサーだけではなく、子ども同士でも伝え合うなど情報伝播構造が変化

3 関心領域の分化による子どもの個性化・多様化

- ・インターネットの検索や動画視聴によって、子どもがこれまで知らなかった世界や深い専門情報などに触れることができる環境
- ・図鑑や歴史など知識コンテンツのエンタメ化により、特定の領域の知識や特化した情報を持ち、多様な個性を持った子どもが育ちつつある

4 所得や地域による体験格差

- ・続く物価高や東京一極集中などの中で、所得や居住地域の特性、親の職業によるテレワーク比率などにより子どもの体験格差が生まれつつある
- ・コンテンツ体験でも、有料の動画視聴や施設・空間のある地域や入場料なども影響している体験格差は許容し、他の楽しみで代替する発想も生まれている

5 子どもにもストレス解消や癒やしニーズ

- ・学校の放課後クラブや学童保育、習い事など学校と家庭以外の場所で過ごす時間が増え、複数の相手とのコミュニケーションによる緊張感や不安などストレスが増大
- ・子どもたちの癒やしやストレス解消ニーズに合った新しい感覚や従来のコンテンツでも有効に機能している

6 子ども・家族の幸福感の変化

- ・共働きが増加する中でも家族を大切にしたいという意識が生まれている
- ・親子ともに忙しく、物価・教育やレジャーなどの費用も高騰している
- ・現在の生活や子どもの体験、家族・子どもの将来などに日々向き合い、子どもと親との幸福感にも微妙なズレが出てきている

2. 子ども調査2024の調査概要

子ども調査2024～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： 2024年8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

NO	キャラクター	NO	キャラクター
1	あつまれ！どうぶつの森	23	ハローキティ
2	ウルトラマン	24	美少女セーラームーンシリーズ
3	おさるのジョージ	25	ふしぎ駄菓子屋銭天堂
4	おしりたんてい	26	ポケットモンスター
5	仮面ライダー	27	星のカービィ
6	きかんしゃトーマスとなかまたち	28	マイクラフト
7	鬼滅の刃	29	ミッキーマウス
8	クレヨンしんちゃん	30	ミニオンズ
9	スーパーマリオブラザーズ	31	名探偵コナン
10	スヌーピー	32	リカちゃん
11	SPY×FAMILY	33	リラックマ
12	すみっコぐらし	34	ワンピース
13	セサミストリート	35	トイ・ストーリー
14	ちいかわ	36	ブルーロック
15	ちびまる子ちゃん	37	ミニーマウス
16	ディズニー・プリンセス	38	【推しの子】
17	プリキュアシリーズ	39	僕のヒーローアカデミア
18	ドラえもん	40	ハイキュー!!
19	ドラゴンボール	41	逃走中 グレートミッション
20	パウパトロール	42	ティニピン
21	戦隊シリーズ	43	チキップダンサーズ
22	はなかつぱ	44	新幹線変形ロボシンカリオン

[illegible]

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、習い事)以外で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。(3A)

調査対象者の自由時間の過ごし方をみると、全体で毎日行っているのが最も多いのが「習い事」と「テレビを見る」です。また、毎日行っている割合が最も低いのは「読書をする」です。また、毎日行っている割合が最も低いのは「読書をする」です。また、毎日行っている割合が最も低いのは「読書をする」です。

自由時間の過ごし方	毎日行っている	毎週1回以上行っている	毎週1回以下行っている	ほとんど行っていない
習い事をする	36%	20%	40%	4%
テレビを見る	36%	20%	40%	4%
読書をする	11%	11%	58%	20%
友達と遊ぶ	36%	20%	40%	4%
家族と過ごす	36%	20%	40%	4%
散歩やジョギングをする	11%	11%	58%	20%
お風呂に入る	36%	20%	40%	4%
歯を磨く	36%	20%	40%	4%
食事をする	36%	20%	40%	4%
寝る	36%	20%	40%	4%

[illegible][illegible]

4. お申込書

6

調査名：キッズのキャラクターとライフスタイル調査 2024年8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 …	2024年8月8日
調査実施 …	2024年8～9月
レポートご納品 …	2024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5期 子どもコンテンツフォーラム(CCF)」
「子どもコンテンツビジネス講座【基礎編】／【実践ビジネス編】」全10回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。

◆URL:

https://www.charabiz.com/seminar_theme.php?tab=news&article_id=14133