



子ども調査2025 実施要綱



2025年6月

株式会社キャラクター・データバンク

 CHARACTER  ATABANK_{TM}

2024年の子ども（0-12歳）のキャラクターの商品市場は約8,661億円（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5割以上を占め、23年比では100.1%と、少子化が進むなかで前年並みに推移しました。コロナ禍から脱し、ようやく正常な市場が戻ってきたと言っていると思います。しかしながら現在の子どものキャラクター商品市場は、キャラクターやコンテンツそのものだけではなく、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変化を影響を、これまで以上に受けていると言えるでしょう。

共働き社会のなかで、男性の育休やオンラインワークも定着し、子育て環境も新しい段階に入ろうとしています。家事や育児の分担といった生活活動と並行して、女性のビジネス志向、男性の家族志向が高まり、子育てに関する家族の考え方をはじめ、親子でのレジャー活動やコンテンツ嗜好など、文化面、精神面においても、家族での共有構造が微妙に変化しています。さらに、長期化する物価高のなかで、大人は生活防衛や我慢をしつつ日常を着実にこなしながら、一瞬の小さな楽しみを糧に次へのステップを模索している状況ではないかと思っています。子どもたち自身も、タブレットの普及や情報ソースの広がり、AI環境の浸透、そして小さい頃から親以外のさまざまな大人や社会と関わるなかで、情報接触や発達・成長の過程自体も、従来から大きく変化していると思われます。

2025年度の子ども調査では、そうした新しい子育て環境やメディア環境が定着するなかでの、家族や子どものライフスタイルの変化の兆し、そしてコンテンツ嗜好の変化とその要因等について明らかにします。特に、今年度は、少子化がさらに進むなかでの子育てやコンテンツ接触、嗜好、消費の状況について、調査対象の母親層を中心にしながら、乳幼児や父親、祖父母といった周辺家族の動向も含めた幅広い視点で分析します。

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。

■1200名を対象にした定量調査で、子どものメディア接触やキャラクタートレンドを把握 ※0-2歳を追加

1200サンプル（0-2歳を追加）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

日常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



25年の子ども調査では、0-2歳の動向、子どものコンテンツ嗜好への父親の影響、祖父母の参加度、新しい癒やしの形をポイントにした調査を行います。

1 子どもの居場所の多様化により活動や嗜好が分散化

- ・保育園や学童保育所の預かり以外に、幼稚園の時間外や学校の放課後クラブの夏休みや休日の預かり、児童館の多世代化、子ども食堂や行政のシッター支援など、子どもの居場所や預かり形態が多様化
- ・子どもがさまざまな場所の大人や子どもと接するなかで活動やコンテンツ嗜好も分散化

2 大人のコンテンツ嗜好が子どものコンテンツ嗜好にも影響

- ・共働き世帯の増加のなかで、父母の生活時間や在宅状況、子育ての役割分担などがより細分化。大人のライフスタイルが変化
- ・子どもが昼間ふだん過ごす場所の環境（そこにいる大人や同年代の子どもの嗜好など）の違いによって、子どものメディア接触状況やコンテンツ嗜好が多様化

3 子どもの情報収集能力やコミュニケーション能力が進化、子どもが大人の行動をリード

- ・学習タブレットの普及や探究的学習の推進、動画視聴の増加、AIの進化などによって、子どもの情報収集能力が進化
- ・YouTuberや流行コンテンツや好きな分野に特化した専門知識を、大人に教える機会も増えている

4 子どもの時間、空間、対人ストレスが増大

- ・子どもの預かり先の多様化により、ふだん過ごす時間や空間が多様化し、接する子どもや大人などの顔ぶれもめまぐるしく変化
- ・家庭内でも、時間や物価高での大人のタイパ・コスパ志向に、子どものストレスが増大している

5 ロングセラーコンテンツの家族観イメージの多様化

- ・1990年代以降のアニメでも、すでに20年、30年以上続くロングセラーコンテンツが増加し、子どもの頃に視聴した世代が親に
- ・認知率や好感度も高い反面、長い間の社会環境の変化で家族観が多様化。原作のあるアニメの家族観など視聴者のイメージも多様に

6 コンテンツ消費の多様化

- ・共働き社会化や、社会全体のコスパ、タイパ嗜好の影響もあり、子ども・家族向けコンテンツについても、視聴形態や内容に求める要素が変化

2. 子ども調査2025の調査概要

子ども調査2025～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期的に把握
- (4) 前頁の仮説の検証と整理

調査対象： 0～12歳の男女 定量調査 1200ss
※母親の代理回答

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： 2025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

年齢	男性	女性	合計
0-2歳	100	100	200
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
合計	600	600	1200

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

NO	キャラクター名	NO	キャラクター名
1	あつまれ！どうぶつの森	21	パウパトロール
2	ウルトラマン	22	戦隊シリーズ
3	おさるのジョージ	23	ハローキティ
4	おしりたんてい	24	ふしぎ駄菓子屋銭天堂
5	仮面ライダー	25	ポケットモンスター
6	きかんしゃトーマスとなかまたち	26	星のカービィ
7	鬼滅の刃	27	マイクラフト
8	クレヨンしんちゃん	28	ミッキーマウス
9	スーパーマリオブラザーズ	29	ミニオンズ
10	スヌーピー	30	名探偵コナン
11	ハイキュー!!	31	リカちゃん
12	すみっコぐらし	32	リラックマ
13	セサミストリート	33	ワンピース
14	アンパンマン	34	トイ・ストーリー
15	ちいかわ	35	【推しの子】
16	ちびまる子ちゃん	36	ギャビーのドールハウス
17	ディズニー・プリンセス	37	ガリガリ君
18	プリキュアシリーズ	38	たべっ子どうぶつ
19	ドラえもん	39	しまじろう
20	ドラゴンボール	40	新幹線変形ロボシンカリオン

[illegible][illegible]

2. 11年調査との比較による変化

■読んでいる雑誌の変化

11年と12年の読者の読雑誌傾向を比較すると、よく読んでいる雑誌は、「週刊少年サンデー」「週刊少年マガジン」「週刊少年チャンピオン」で増えているが、「週刊少年ジャンプ」は減少している。増えている雑誌は「週刊少年サンデー」「週刊少年マガジン」「週刊少年チャンピオン」で、減少している雑誌は「週刊少年ジャンプ」で、ほとんどは、キャラクターや文庫の扱いの悪い雑誌の減少が目立つ。

雑誌名	11年調査 (百万人)	12年調査 (百万人)
週刊少年サンデー	11.1	12.1
週刊少年マガジン	11.1	12.1
週刊少年チャンピオン	11.1	12.1
週刊少年ジャンプ	11.1	10.1
週刊少年エース	11.1	12.1
週刊少年マガジン	11.1	12.1
週刊少年チャンピオン	11.1	12.1
週刊少年ジャンプ	11.1	10.1
週刊少年エース	11.1	12.1
週刊少年マガジン	11.1	12.1
週刊少年チャンピオン	11.1	12.1
週刊少年ジャンプ	11.1	10.1
週刊少年エース	11.1	12.1
週刊少年マガジン	11.1	12.1
週刊少年チャンピオン	11.1	12.1

[illegible]

4. お申し込み書

6

調査名：子ども調査2025～キッズのキャラクターとライフスタイル調査～ **2025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 … 2025年7月31日

※お申し込み後、調査票の共有をするとともに調査対象キャラクターの追加も承ります

調査実施 … 2025年8～9月

レポートご納品 … 2025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
「子ども調査2025」事務局 宛

〒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

※EメールまたはFaxにてお申込みください。

※「第6期 子どもコンテンツフォーラム（CCF）」を開催する予定です。
詳細が決定し次第、改めてご案内いたします。
※詳細は、CharaBiz.Com 内、セミナーをご覧ください。

◆URL：2024年開催の「第5期子どもコンテンツフォーラム」
https://www.charabiz.com/seminar_theme.php?tab=news&article_id=14133