



# 子ども調査2026 実施要綱



2026年7月

株式会社キャラクター・データバンク

 CHARACTER  ATABANK.

# 0.はじめに

21世紀も四半世紀を迎え、この間にはリーマンショックや東日本大震災など、社会に大きな影響を与えた出来事が数多くありました。なかでもコロナ禍以降は、育児休業取得の促進や在宅勤務の普及などにより、子育て世帯を取り巻く労働環境や生活環境が大きく変化しています。

また、オンラインでの仕事や学習用タブレットの普及、動画配信サービスをはじめとするデジタルコンテンツの浸透など、子どもたちを取り巻くメディア環境も大きく変わりました。さらに、ウクライナ侵攻以降は国際情勢の不確実性が高まり、AIやロボット技術の急速な発展・普及など、次の四半世紀を見据えるうえでも重要な社会変化が生じています。

子どものキャラクター商品市場に目を向けると、2025年の子ども（0～12歳）向けキャラクター商品市場は約9,138億円（キャラクター・データバンク調べ）となり、キャラクター商品市場全体の半数以上を占めています。また、前年比105.6%と堅調に拡大しています。子ども向け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の魅力だけでなく、教育、子育て、メディア環境など、子どもたちを取り巻くさまざまな社会環境の変化から大きな影響を受けています。

本調査は開始から約10年が経過しました。これまでの蓄積を活かしながら、「変わるもの」と「変わらないもの」、「急速に変化するもの」と「緩やかに変化するもの」を見極め、新しい時代を背景とした子どもたちの意識や行動の変化を捉えていきます。

特に2026年調査では、急速に変化する社会・生活環境を背景に、既存メディアやSNSに加え、AIなどの新たなテクノロジーとの接点に注目するとともに、子どもと保護者のコンテンツ嗜好や利用実態の現状、そしてその変化を把握します。

本調査は、調査結果を参加企業間で共有する「マルチクライアント型調査」として実施しており、個別調査と比較して低コストでご参加いただけます。ぜひこの機会にご参加をご検討いただけますと幸いです。

## ■ 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

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



26年の子ども調査では、キャラクターに関わる動向や変化に加え、親子の新しいツール・メディアの活用状況やキャラクターなどとの関係などについて調査を行います。

## 1 子どもも親もAIを活用しはじめている

- ・幼児も含めると子ども自身の利用率はまだそれほど高くないと思われるが、小学生ですですである程度の利用者は存在すると思われる。
- ・また、母親、父親の仕事での利用はかなり高まっていると思われ、子育てや子どもの教育関連でのAIへの相談なども増える可能性は高い。

## 2 子どものメディア依存はより高まっている

- ・子どものスマホ保有年齢はかなり低年齢化している。
- ・SNS動画の閲覧や、オンラインゲームなど、ソーシャルメディアへの子どもの接触率や接触頻度も高まっている。

## 3 子どもの地頭力が求められる（親は多様な子どもの能力を志向）

- ・デジタル機器が普及し、なんでもネットやAIが教えたり勧めてくれる時代。親は子どもに対して今後どんな能力を求めるのか。
- ・親の考え方も、よりデジタルやテクノロジーを学ぶ方向、子どもが自分で考えたり感じることを重視、世の中の流れに任せるといったさまざまな方向に分かれるのではないかと。

## 4 コロナ禍経験時の年齢で関心領域が異なる

- ・特に現在の幼児、低学年、高学年では、親子共にコロナ禍体験の有無や、年齢ごとのコロナ禍の特殊な環境における体験が異なっている。
- ・異なった体験によって、興味の範囲やコンテンツ嗜好なども多様化をみせる。

## 5 子どもの実体験志向

- ・子どものデジタル機器使用時間や頻度は高くなっているとはいえ、子どもの生活時間の中では学校行事や学童保育所や放課後クラブ、友だちとの遊びや雑談など、まだまだ実体験の割合は高い。
- ・シール交換ブームのように、メディアが日常になった世代の子どもたちには逆にリアル体験やリアルコミュニケーションを求める傾向も高まっていく。

## 2. 子ども調査2026の調査概要

### 子ども調査2026～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、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：** 2026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
<b>合計</b>	<b>600</b>	<b>600</b>	<b>1200</b>

**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／お小遣いの金額・用途

**【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、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／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

**【メディア】** 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）／デジタル機器利用／AIの利用率・子どもの利用内容 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／主人公キャラクターの心理効果 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／生活満足度 など



## 4. お申し込み書

調査名：子ども調査2026～キッズのキャラクターとライフスタイル調査～ 2026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 … 2026年7月22日

※お申し込み後、調査票の共有をされ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 … 2026年8～9月

レポートご納品 … 2026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2026」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](mailto:info@charabiz.com)

※EメールまたはFaxにてお申込みください。

※「第7期 子どもコンテンツフォーラム（CCF）」を開催いたします。  
※詳細は、CharaBiz.Com 内、セミナーをご覧ください。  
※CharaBizMembership会員は無料でご参加いただけます。

◆URL：2026年開催の「第7期子どもコンテンツフォーラム」  
[https://www.charabiz.com/seminar\\_detail.php?tab=news&article\\_id=15401](https://www.charabiz.com/seminar_detail.php?tab=news&article_id=15401)