



KADOKAWA



角川アスキー総合研究所

KADOKAWA ASCII Research Laboratories, Inc.

NEWS RELEASE

報道関係各位

2014年3月14日

株式会社KADOKAWA アスキー・メディアワークス ブランドカンパニー
株式会社角川アスキー総合研究所

女子小4～6年生の37%は 「電子書籍・雑誌」の利用経験あり。 非利用者も38%は「今後読んでみたい」。 『子どもライフスタイル調査2014冬』結果のお知らせ

株式会社KADOKAWA アスキー・メディアワークス ブランドカンパニー(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:佐藤辰男、ブランドカンパニー長:塚田正晃、以下アスキー・メディアワークス)は、株式会社角川アスキー総合研究所(本社:東京都文京区、代表取締役社長:角川歴彦)と共同で『子どもライフスタイル調査2014冬』を実施いたしましたので、調査結果をお知らせいたします。

今回の調査結果は、アスキー・メディアワークスが発行する女の子向けゲーム&キャラクター情報誌「キャラぱふえ」の読者を対象に実施し、回答者から女子小学生を抽出して、集計分析したものです。

調査結果のポイント

- 女子小4～6年生の「スマートフォン」使用率は6%。一方、45%が今後ほしいと回答。(P.2)
- 女子小1～3年生19%に対して女子小4～6年生の37%が電子書籍・雑誌を読んだことがあると回答。(P.3)
- また、女子小4～6年生の非利用者の38%は、今後電子書籍・雑誌を読んでみたいと回答。(P.5)
- 電子書籍・雑誌を読んだことがある女子小4～6年生のうち69%が「コミックス・マンガ本」の電子書籍・雑誌を読んだことがあると回答。女子小1～3年生は「コミックス・マンガ本」が55%、「絵本・童話」が43%。(P.3)
- メディア接触時間が最も長いのは「テレビ」で、女子小1～3年生の平均は2時間14分、女子小4～6年生の平均は2時間58分。(P.4)

◇調査概要◇

- | | |
|---|---|
| (1) 調査期間：
2013年11月30日～2014年1月20日 | (4) 集計サンプル数：合計 541件
女子 小1～3年生 395件
女子 小4～6年生 146件 |
| (2) 調査方法：雑誌添付ハガキによるアンケート | |
| (3) 調査対象：女子小学生
雑誌「キャラぱふえ」の読者を対象に調査を実施し
回答者から女子小学生のみを抽出して集計した。 | |

【本件に関する報道関係からのお問い合わせ先】

株式会社KADOKAWA アスキー・メディアワークス ブランドカンパニー
事業推進部

TEL:03-5216-8123 FAX:03-5216-8124 E-mail: amw-pr@ml.kadokawa.jp

※なお、本リリースに掲載しておりますデータを記事にて引用される場合は、「株式会社KADOKAWA /アスキー・メディアワークス調べ」と出典を明記していただきますようお願いいたします。

『子どもライフスタイル調査 2014 冬』

株式会社KADOKAWA アスキー・メディアワークス ブランドカンパニー
株式会社角川アスキー総合研究所

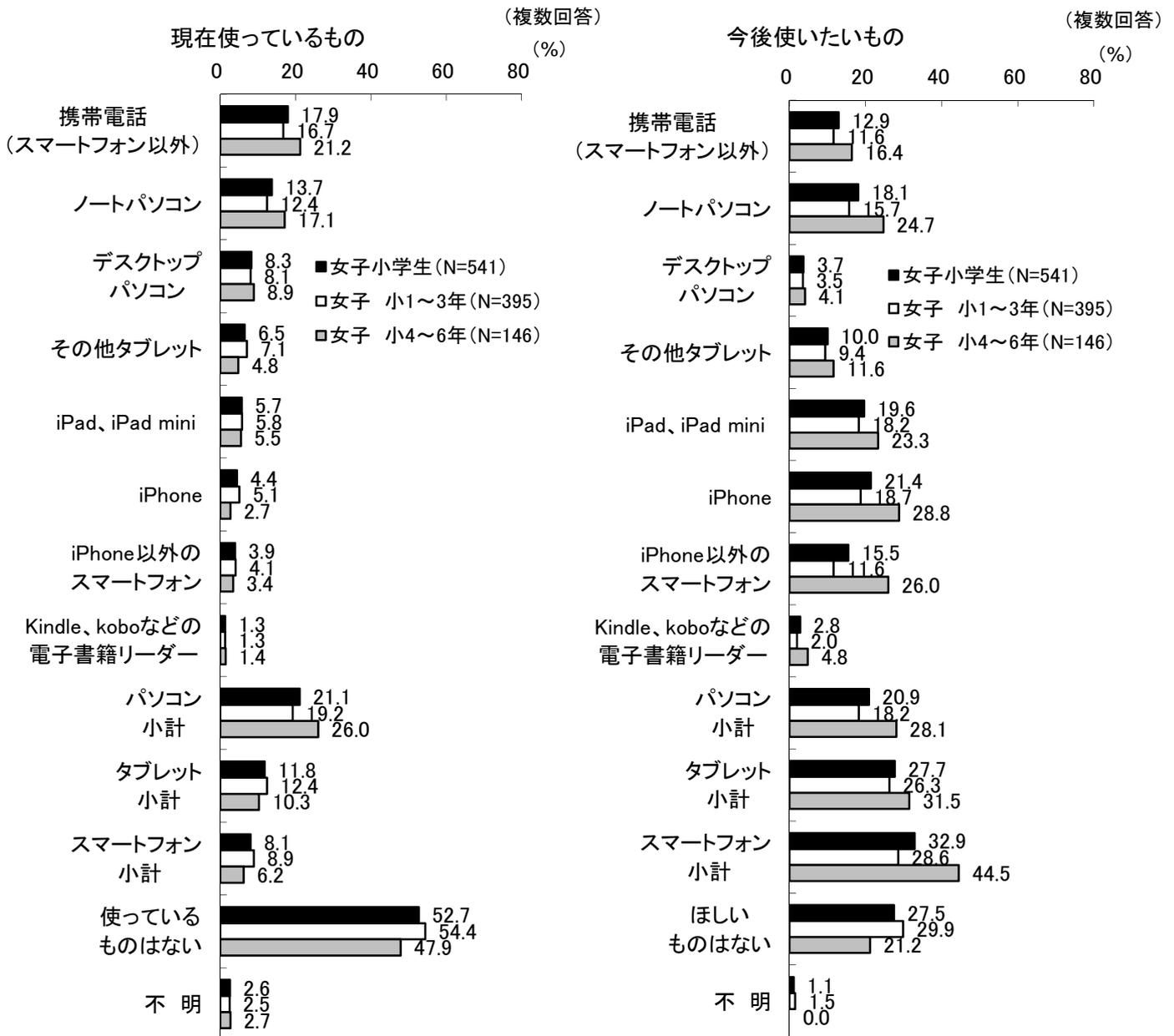
(1) デジタル情報機器について

○自分で使っているもの、今後使いたいもの

女子小4～6年生の「スマートフォン」使用率は6%、一方、45%が今後使いたいと回答。

自分で使っているデジタル情報機器を聞いたところ、女子小4～6年生の「スマートフォン」使用率は6%、「タブレット」の使用率は10%にとどまっている。一方、今後使いたいものは、「スマートフォン」が45%、「タブレット」が32%となり、「パソコン」の28%を上まわる結果となった。

※デジタル情報機器：パソコン、携帯電話、スマートフォン、タブレット。



※パソコン小計は、「ノートパソコン」と「デスクトップパソコン」のいずれかを選択した人の比率。

※タブレット小計は、「iPad、iPad mini」と「その他タブレット」のいずれかを選択した人の比率。

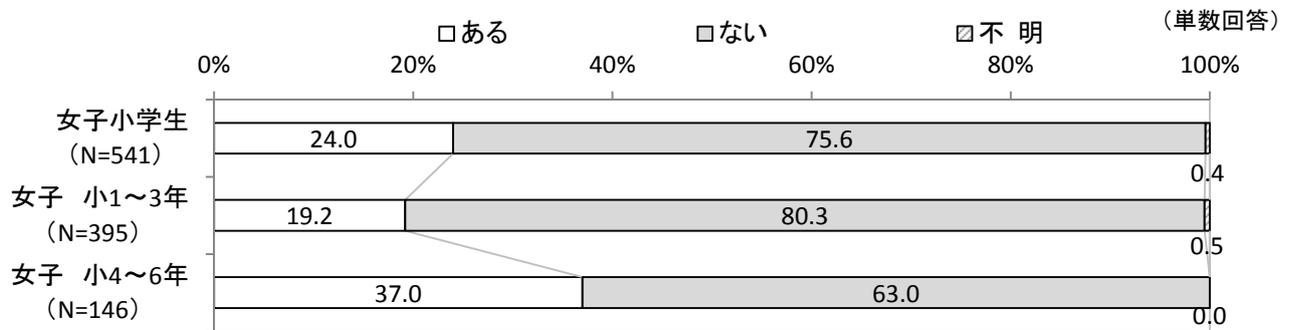
※スマートフォン小計は、「iPhone」と「iPhone以外のスマートフォン」のいずれかを選択した人の比率。

(2)電子書籍・雑誌について

○電子書籍・雑誌の閲読の有無

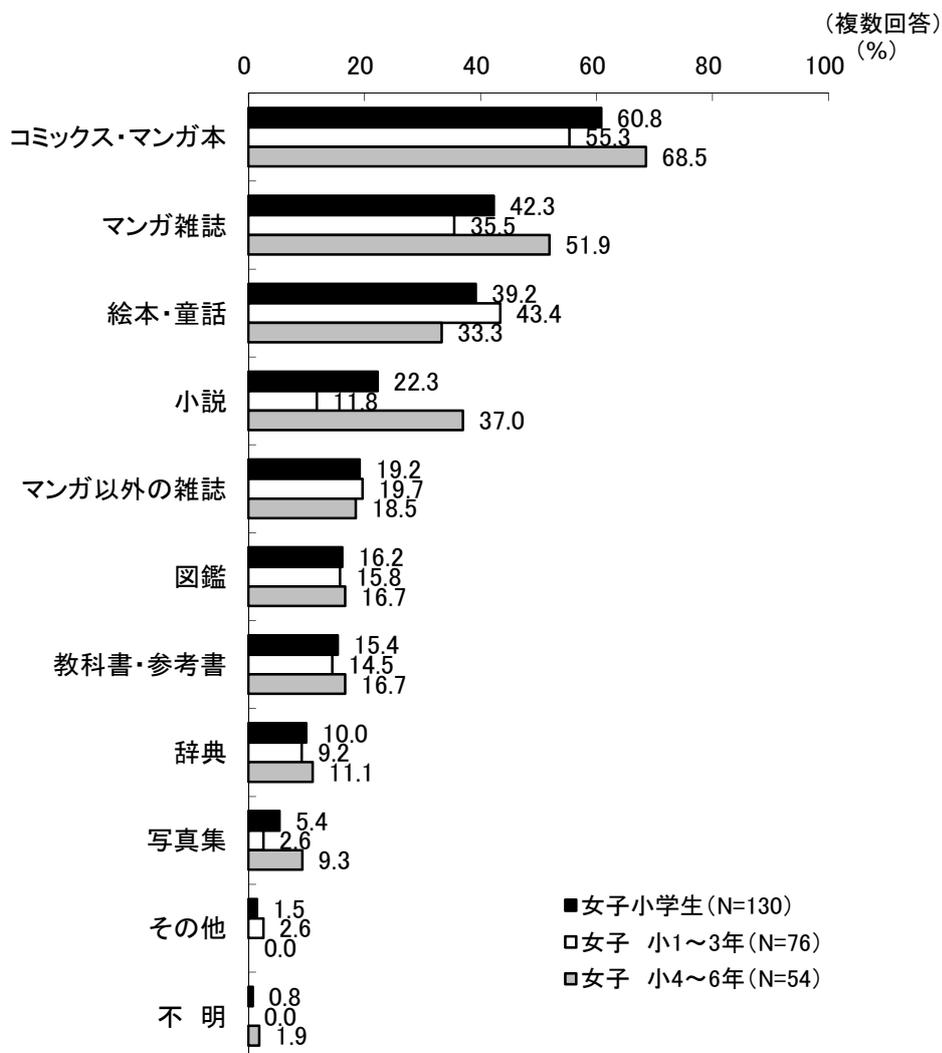
女子小1～3年生19%に対して女子小4～6年生の37%が電子書籍・雑誌を読んだことがあると回答。

電子書籍・雑誌を読んだことがあるかどうか聞いたところ、女子小1～3年生の19%に対して女子小4～6年生の37%が、「ある」と回答。



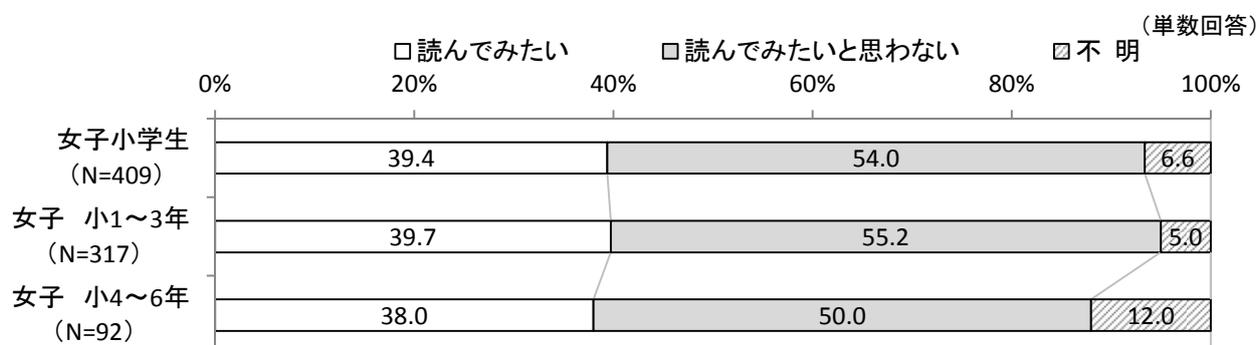
○読んだ電子書籍・雑誌のジャンル(「電子書籍・雑誌を読んだことがある」との回答者)
**「コミックス・マンガ本」の電子書籍・雑誌を読んだことがあると女子小4～6年生の69%
 が回答。女子小1～3年生は、「コミックス・マンガ本」55%に次いで「絵本・童話」が
 43%。**

電子書籍・雑誌を読んだことがあると回答した女子小学生に読んだジャンルを聞いたところ、女子小4～6年生
 では、「コミックス・マンガ本」が69%、「マンガ雑誌」が52%、「小説」が37%と高い比率。女子小1～3年生は、「コ
 ミックス・マンガ本」55%に次いで「絵本・童話」が43%と高い比率。



○電子書籍・雑誌を今後読んでみたいか(「電子書籍・雑誌を読んだことがない」との回答者)
**電子書籍・雑誌を読んだことのない女子小1～3年生の40%、女子小4～6年生で38%
 が、「今後読んでみたい」と回答。**

電子書籍・雑誌を読んだことがないと回答した女子小学生に電子書籍・雑誌を今後読んでみたいか聞いたところ、女子小1～3年生で40%、女子小4～6年生で38%が電子書籍を「読んでみたい」と回答。

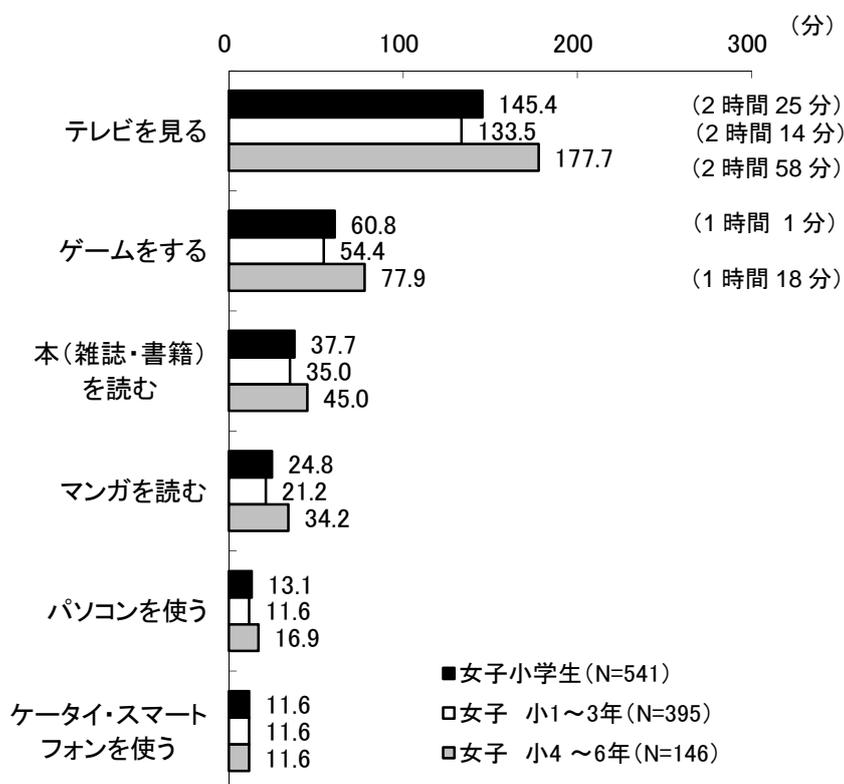


(3)ライフスタイルについて

○メディア接触時間(1日あたり)

最も接触時間が長いメディアは「テレビ」で、女子小1～3年生は、1日あたり2時間14分、女子小4～6年生は、1日あたり2時間58分。

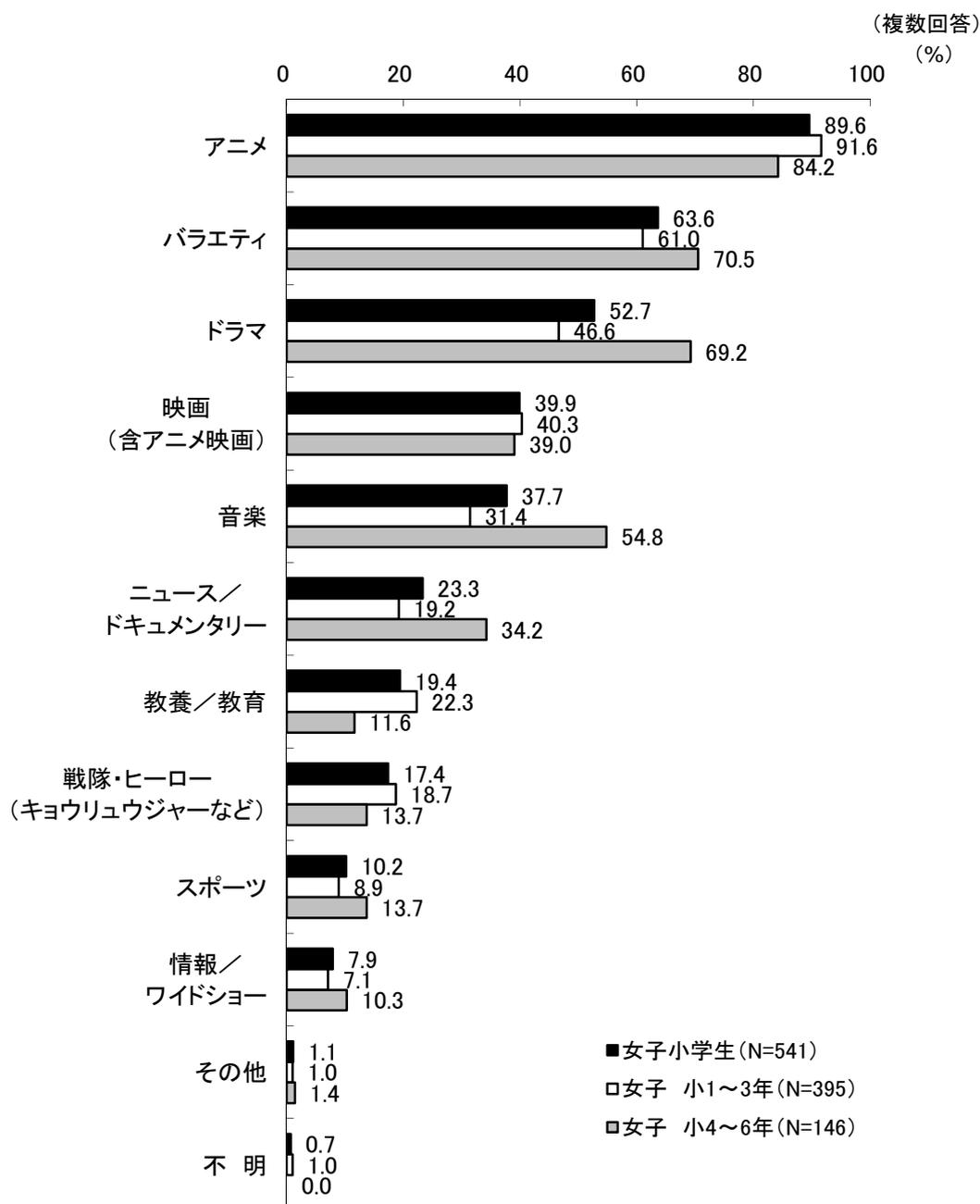
1日あたりそれぞれのメディアにどのくらい時間を使っているかを聞いたところ、最も接触時間が長いのは「テレビ」で、女子小1～3年生は2時間14分、女子小4～6年生は2時間58分。次いで長いのが「ゲームをする」で女子小4～6年生で1時間18分使っている。「本を読む」時間が最も長いのは、女子小4～6年生で1日あたり45分。



※上記の平均時間は、それぞれの項目で見えていない、使っていないなど“0分”の回答を含めた平均時間。

○よく見るテレビ番組のジャンル 女子小1～3年生の92%が「アニメ」と回答。

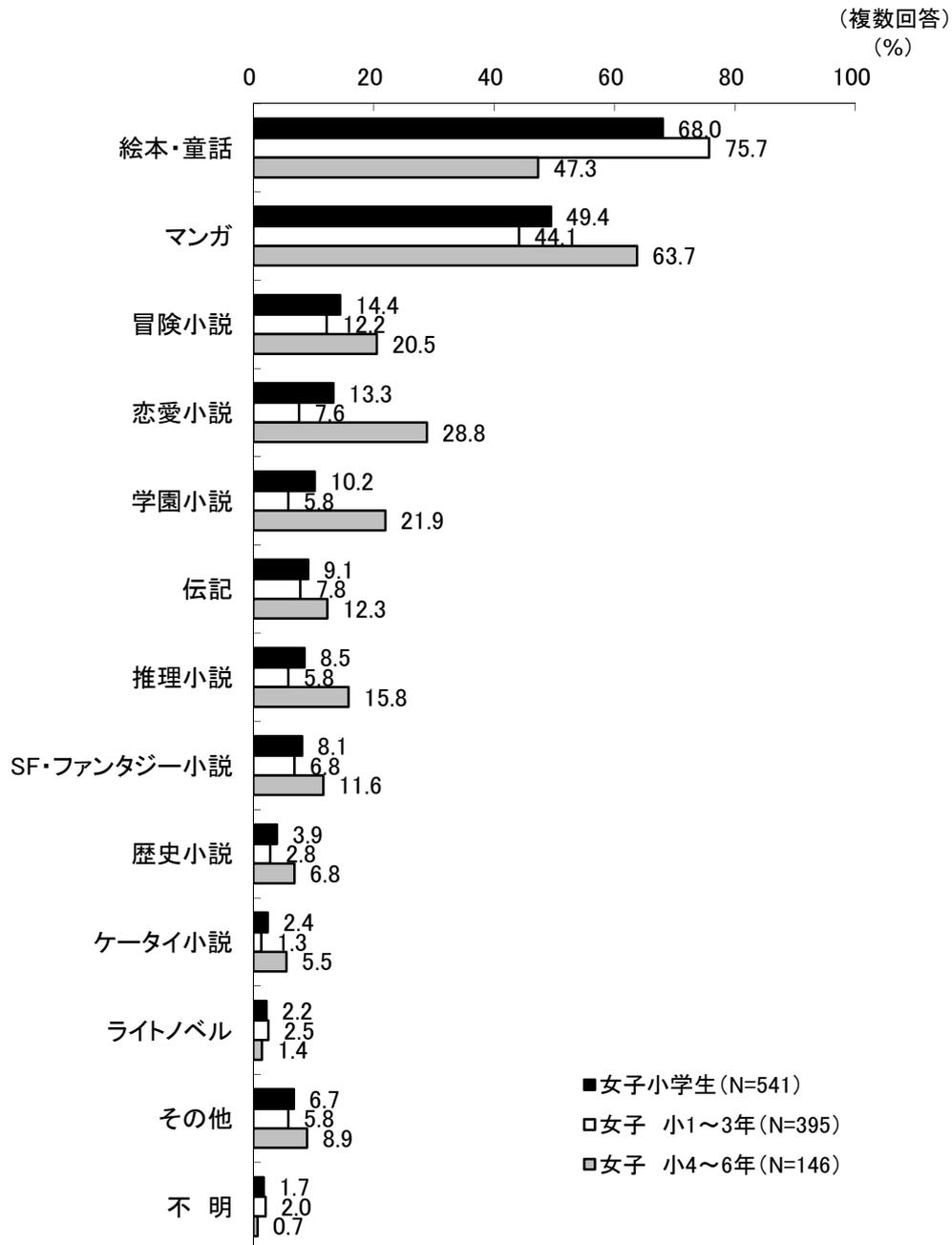
どのようなジャンルのテレビを見るかについて聞いたところ、女子小1～3年生の92%が「アニメ」と回答。次いで「バラエティ」が61%。女子小4～6年生は「アニメ」「バラエティ」に次いで「ドラマ」が69%、「音楽」が55%と高い比率。



○よく読む本のジャンルについて

よく読む本のジャンルは、女子小1～3年生は「絵本・童話」、女子小4～6年生は「マンガ」。

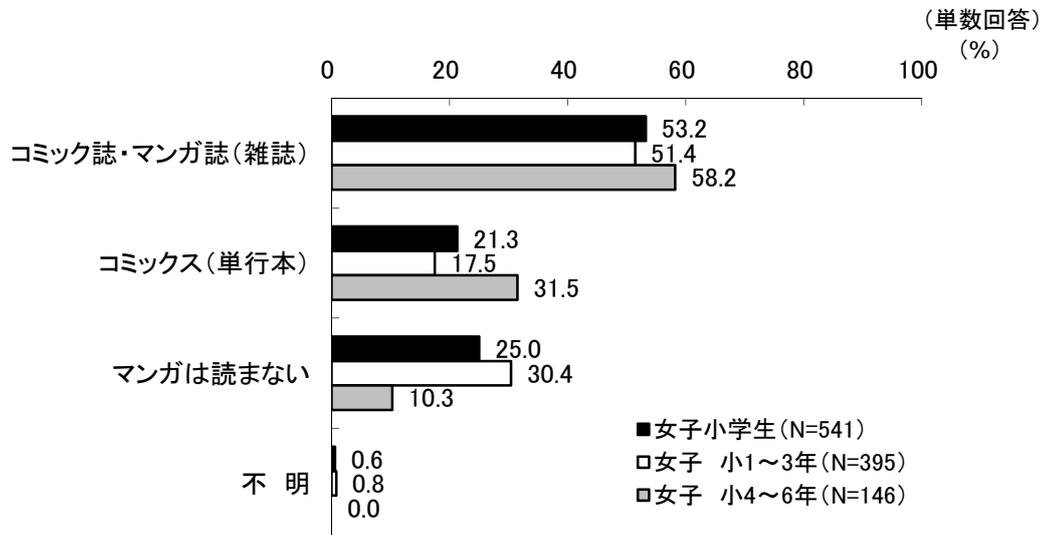
よく読む本のジャンルを聞いたところ、女子小1～3年生は「絵本・童話」が76%を占め最も高い。一方、女子小4～6年生は「マンガ」が64%と最も高い。また、女子小4～6年生は、「マンガ」「絵本・童話」に加えて、「恋愛小説」「学園小説」「冒険小説」「推理小説」などいろいろなジャンルの本が読まれている傾向がある。



○マンガについて

マンガは「コミック誌・マンガ誌(雑誌)」を読むが53%。

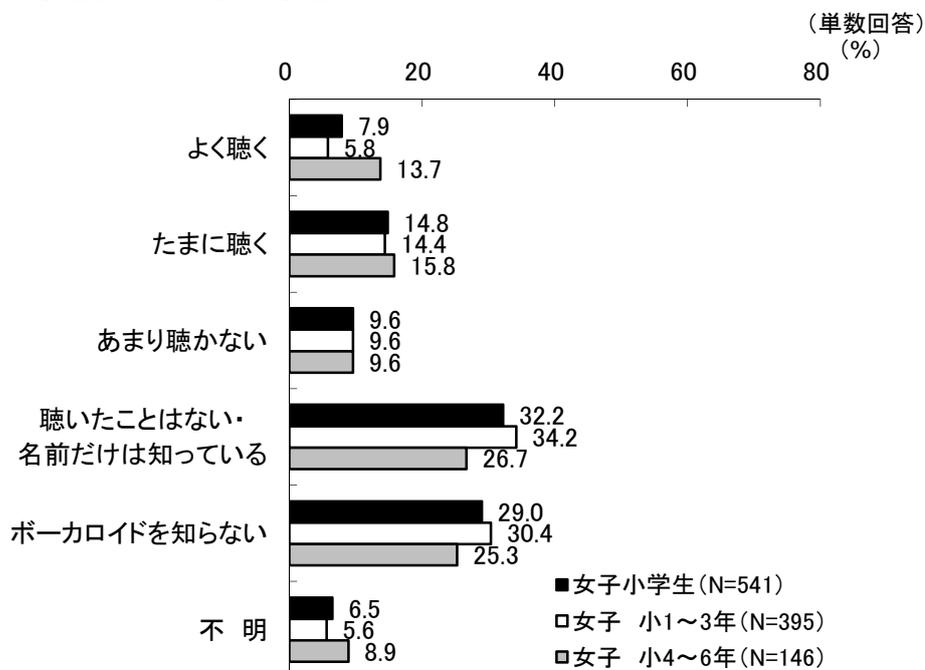
マンガを読む際に「コミック誌・マンガ誌(雑誌)」と「コミックス(単行本)」のどちらを読むか聞いたところ、「コミック誌・マンガ誌」をよく読むと女子小1～3年生の51%が回答。女子小4～6年生になると、「コミックス(単行本)」の比率も高くなり、32%を占める。



○ボーカロイド(初音ミクなど)の楽曲について

女子小4～6年生の30%が「よく聴く」または「たまに聴く」と回答。

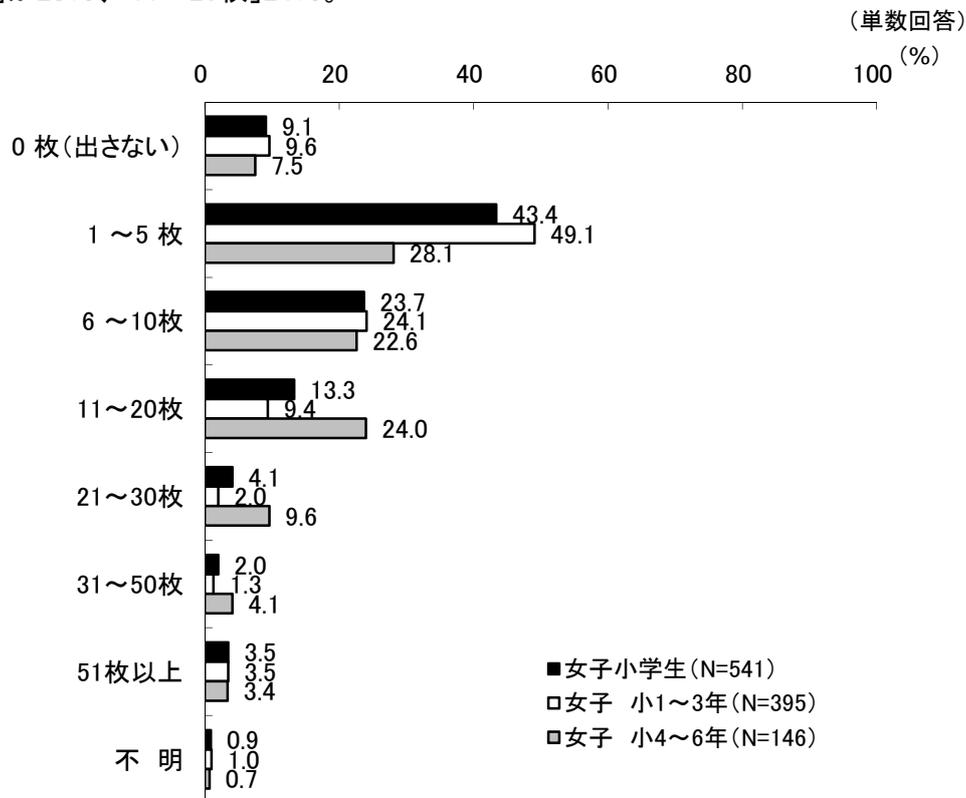
ボーカロイド(初音ミクなど)の楽曲について聞いたところ、女子小1～3年生の20%、女子小4～6年生の30%が「よく聴く」または「たまに聴く」と回答。



○年賀状を出す枚数

年賀状を出す枚数は、女子小1～3年生は「1～5枚」との回答が49%。

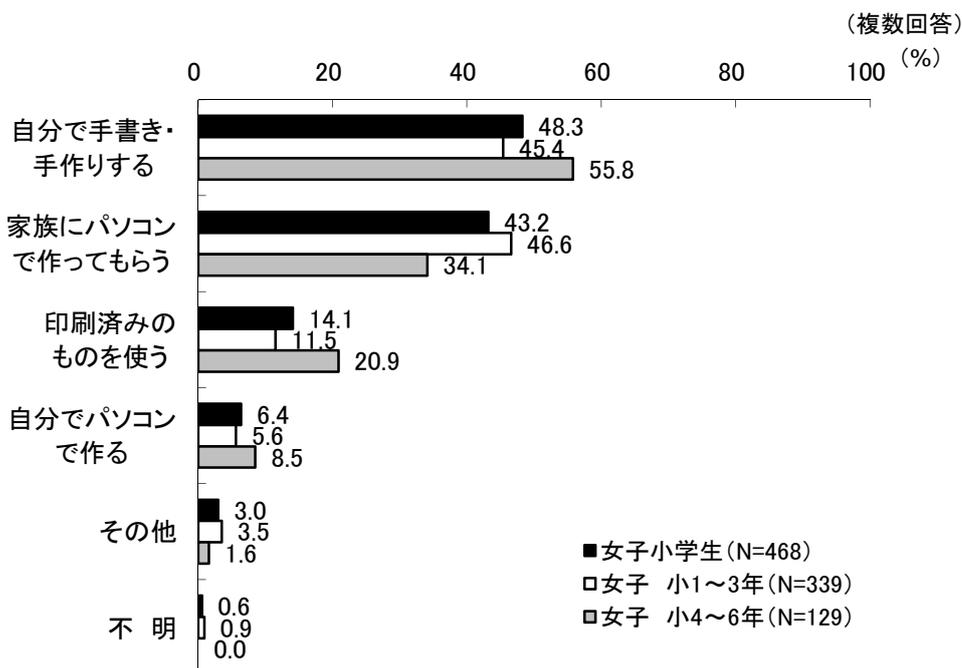
年賀状を出す枚数について聞いたところ、女子小1～3年生の49%が「1～5枚」と回答。女子小4～6年生は、「1～5枚」が28%、「11～20枚」24%。



○年賀状の作り方(「年賀状を出す」との回答者)

女子小1～3年生の47%が年賀状は「家族にパソコンで作ってもらう」と回答。女子小4～6年生の56%が「自分で手書き・手作りする」と回答。

年賀状を出すとの回答者に年賀状の作成方法を聞いたところ、女子小1～3年生の47%が「家族にパソコンで作ってもらう」と回答。一方、女子小4～6年生の56%が「自分で手書き・手作りする」と回答。「自分でパソコンで作る」は女子小学生の6%にとどまる。



【調査対象の雑誌媒体について】

今回の調査は、以下の1誌の読者を対象に行ったものです。



雑誌名	: 「キャラぱふえ」
内容	: 小学生の女の子に人気のゲームやキャラクターのコミックなどを多数掲載。文具セットやポーチなど、クオリティの高い付録がついています。
発行形態	: 雑誌／偶数月1日発売
発行部数	: 180,000部
特別価格	: 780円（税込）
判型	: AB判
発行	: 株式会社KADOKAWA アスキー・メディアワークス
男女比	: 女100
平均年齢	: 8.7歳
公式サイト	: http://cp.dengeki.com/

■株式会社角川アスキー総合研究所とは

KADOKAWAの法人向けの調査・コンサルティング事業や、出版事業、教育支援事業などを展開するシンクタンク会社。テクノロジー分野のイノベーターとして活躍している方々を主席研究員として招聘し、その方々の知見とKADOKAWAの持つコンテンツ力、メディア力、リサーチ力、技術力とを総合的に発揮することで、日本のメディア・コンテンツ産業全体の発展に貢献することを目指しています。

- 角川アスキー総合研究所公式サイト: <http://www.lab-kadokawa.com/>
株式会社角川アスキー総合研究所
TEL: 03-5216-8125

■アスキー・メディアワークス ブランドカンパニーとは

アスキー・メディアワークスなど事業会社8社が、KADOKAWA合併後もそれぞれのブランドのもとで自由に事業を展開、発展させていくための新しい組織概念が『ブランドカンパニー』です。

アスキー・メディアワークス ブランドカンパニーは、「電撃」「アスキー」「魔法のiらんど」の3つのブランドを軸に、エンターテインメント分野を中心とした事業を展開。出版を基盤に、ウェブ・モバイル、電子書籍、アプリ、映像、音楽、グッズ、ゲーム、イベントなど、メディアを超えてコンテンツをプロデュースしています。

- KADOKAWAオフィシャルサイト: <http://www.kadokawa.co.jp/>
- アスキー・メディアワークス ブランドカンパニー公式サイト: <http://asciimw.jp/>

※2013年10月1日、株式会社アスキー・メディアワークスは株式会社KADOKAWAと合併しました。

以上