

NEWS RELEASE
報道関係各位2014年10月22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23%が すでにタブレットで勉強 『子どもライフスタイル調査2014秋』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:松原真樹、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秋』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・メディアワークスの女の子向けゲーム&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

- 女子小学生の17%は、すでにタブレットで勉強。女子小4～6年生では23%。(P.8)
- 女子小学生の24%が電子書籍を読んだことがある。(P.3)
- 女子小学生の11%がLINEなどの無料通話・メールアプリを利用中、今後使いたいのは33%。(P.5)
女子小学生のLINEなどの無料通話・メールアプリ利用者の59%が「メール・チャット」を利用。(P.6)
- 女子小学生の21%は、タブレットの使い方を教えなくても、自分で使い方を覚える。(P.7)
- 子どものLINEなどの無料通話・メールアプリの利用について、女子小学生の保護者の63%が「使わせたくない」と回答。(P.10)
- 子どもの無料通話・メールアプリの利用で心配なことは、女子小学生の保護者の56%が「依存症になりそう」。次いで「犯罪に巻き込まれそう」(49%)、「いじめにつながりそう」(47%)と回答。(P.11)

◇調査概要◇

- | | |
|--|--|
| (1) 調査期間： 2014年8月1日～2014年9月22日 | (4) 集計サンプル数：合計 401 件 女子 小1～3年生 256 件 女子 小4～6年生 145 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
事業推進局

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 秋』

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

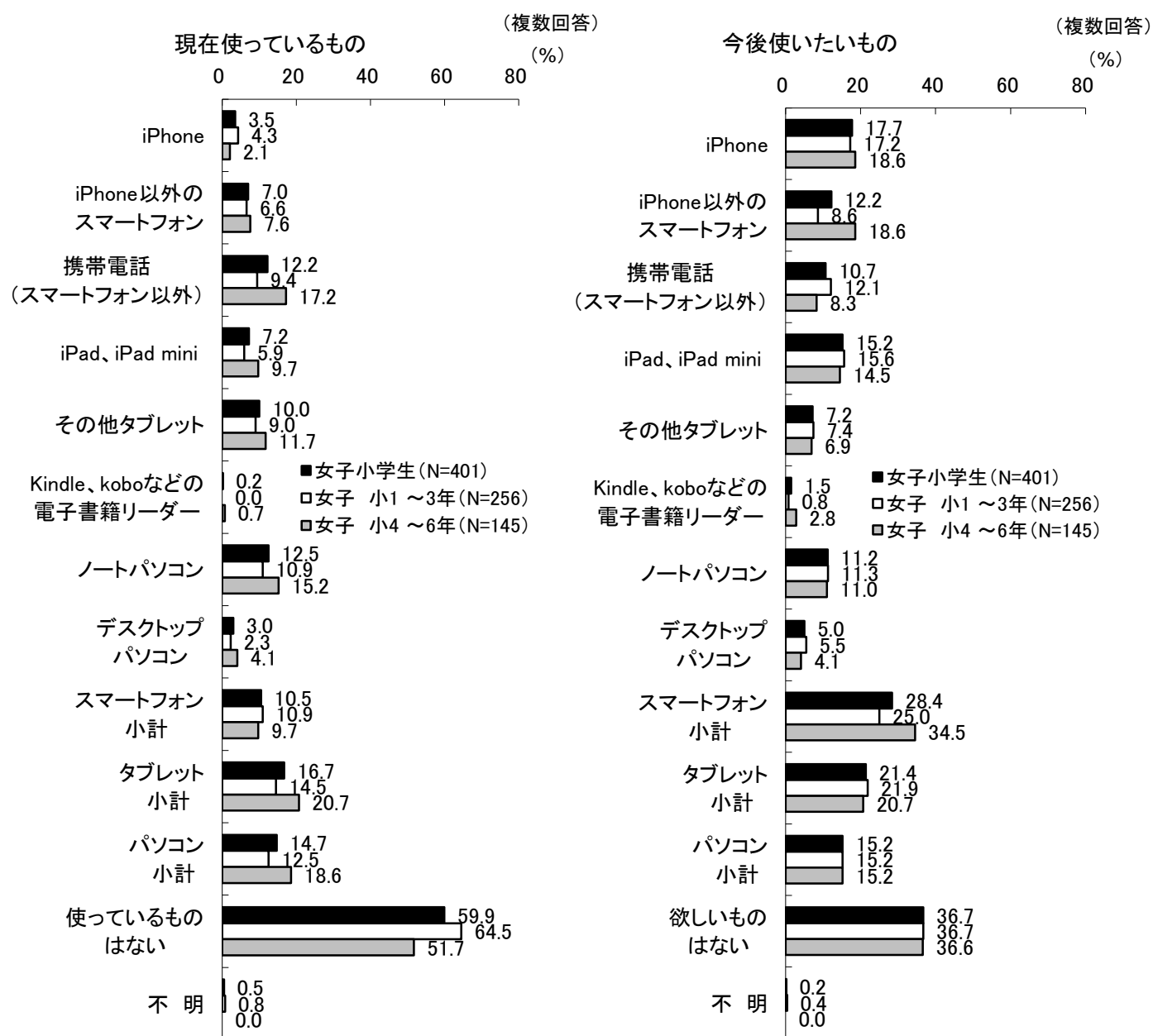
(1) デジタル情報機器について

○自分で使っているもの、今後使いたいもの

女子小学生の「スマートフォン」使用率は11%。今後使いたいのは「スマートフォン」28%、「タブレット」21%。

自分で使っているデジタル情報機器を尋ねたところ、女子小学生の「スマートフォン」使用率は11%、「タブレット」の使用率は17%。一方、今後使いたいものは、「スマートフォン」が28%、「タブレット」が21%となり、「パソコン」の15%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。

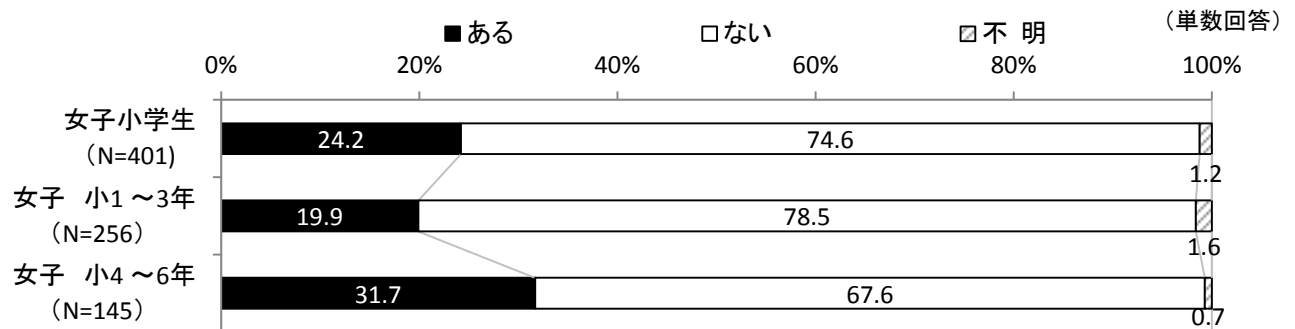
※スマートフォン小計は、「iPhone」と「iPhone以外のスマートフォン」のいずれかを選択した人の比率。

(2) 電子書籍・雑誌について

○電子書籍の閲読の有無

女子小学生の24%が電子書籍を読んだことがある。

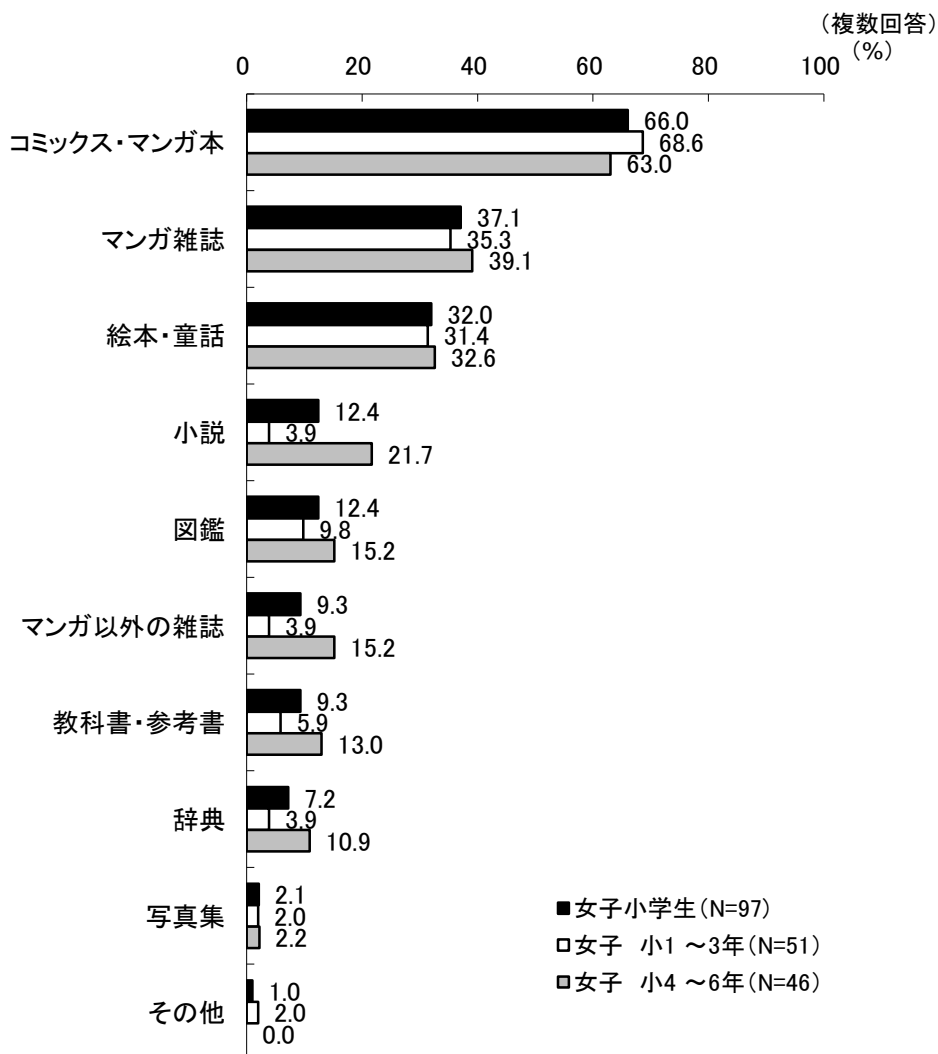
電子書籍(雑誌・コミックス)を読んだことがあるかどうか尋ねたところ、女子小学生の24%が電子書籍(雑誌・コミックスを含む)を読んだことがある。女子小1～3年生の20%に対して女子小4～6年生は32%が読んだことがあると回答。



○読んだ電子書籍のジャンル(電子書籍読者経験者)

女子小学生の66%が「コミックス・マンガ本」の電子書籍を読んだことがある。

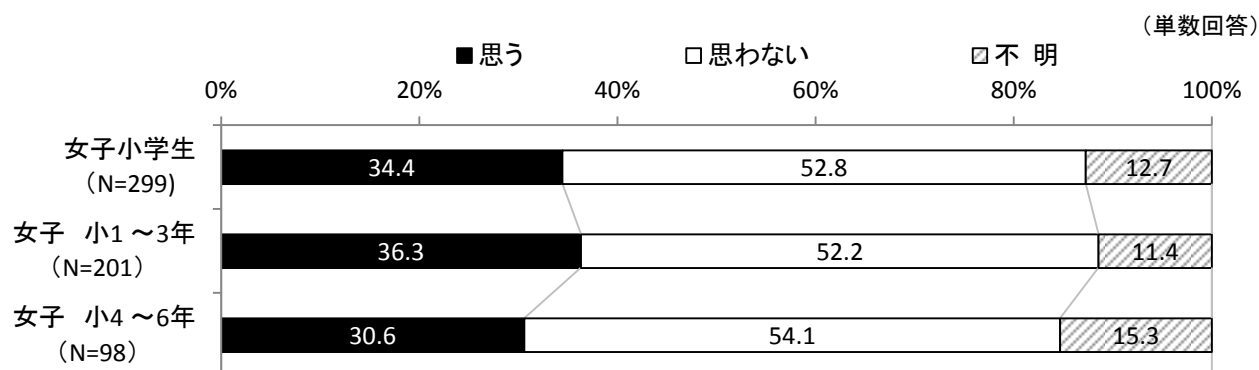
電子書籍(雑誌・コミックスを含む)を読んだことがあると回答した女子小学生に読んだジャンルを尋ねたところ、女子小学生の66%が、「コミックス・マンガ本」を読んだことがあると回答。女子小4～6年生は、ほかにも「小説」が22%、「図鑑」が15%、「マンガ以外の雑誌」が15%と高い。



○電子書籍を今後読んでみたいか(電子書籍読読未経験者)

電子書籍を読んだことがない女子小学生の読読意向は34%。

電子書籍(雑誌・コミックスを含む)を読んだことがないと回答した女子小学生に今後の読読意向を尋ねたところ、34%が読んでみたいと思うと回答。

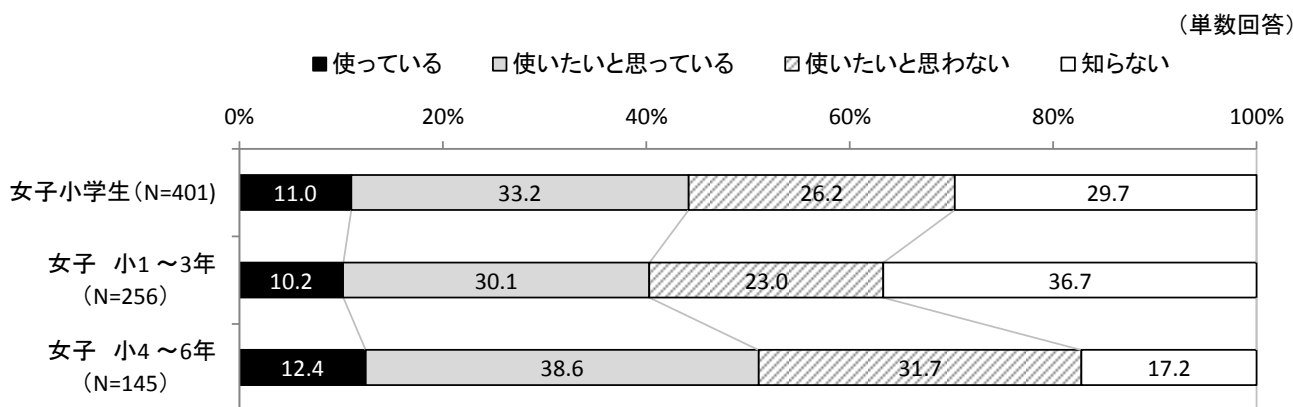


(3)LINE などの無料通話・メールアプリの利用について

○LINE などの無料通話・メールアプリの利用について

女子小学生の33%がLINE などの無料通話・メールアプリを使いたいと思っている。

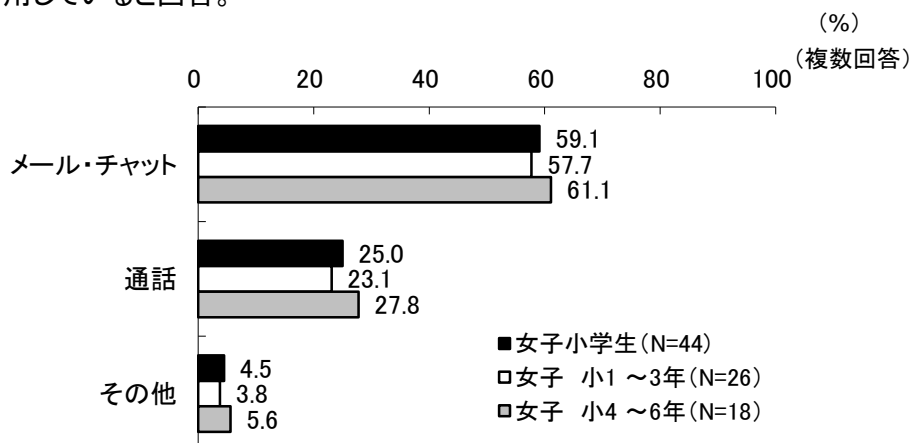
LINEなどの無料通話・メールアプリの利用率は、女子小学生の11%。女子小1～3年生が10%、女子小4～6年生が12%。今後の利用意向を尋ねたところ、女子小学生の33%が「使いたいと思っている」と回答。利用意向は、女子小1～3年生が30%、女子小4～6年生が39%で、女子小4～6年生の方が利用意向が高い。



○利用内容（「LINEなどの無料通話・メールアプリを使っている」との回答者）

女子小学生のLINEなどの無料通話・メールアプリ利用者の59%が「メール・チャット」を利用。

女子小学生のLINEなどの無料通話・メールアプリ利用者に利用内容を尋ねたところ、59%が「メール・チャット」を利用していると回答。



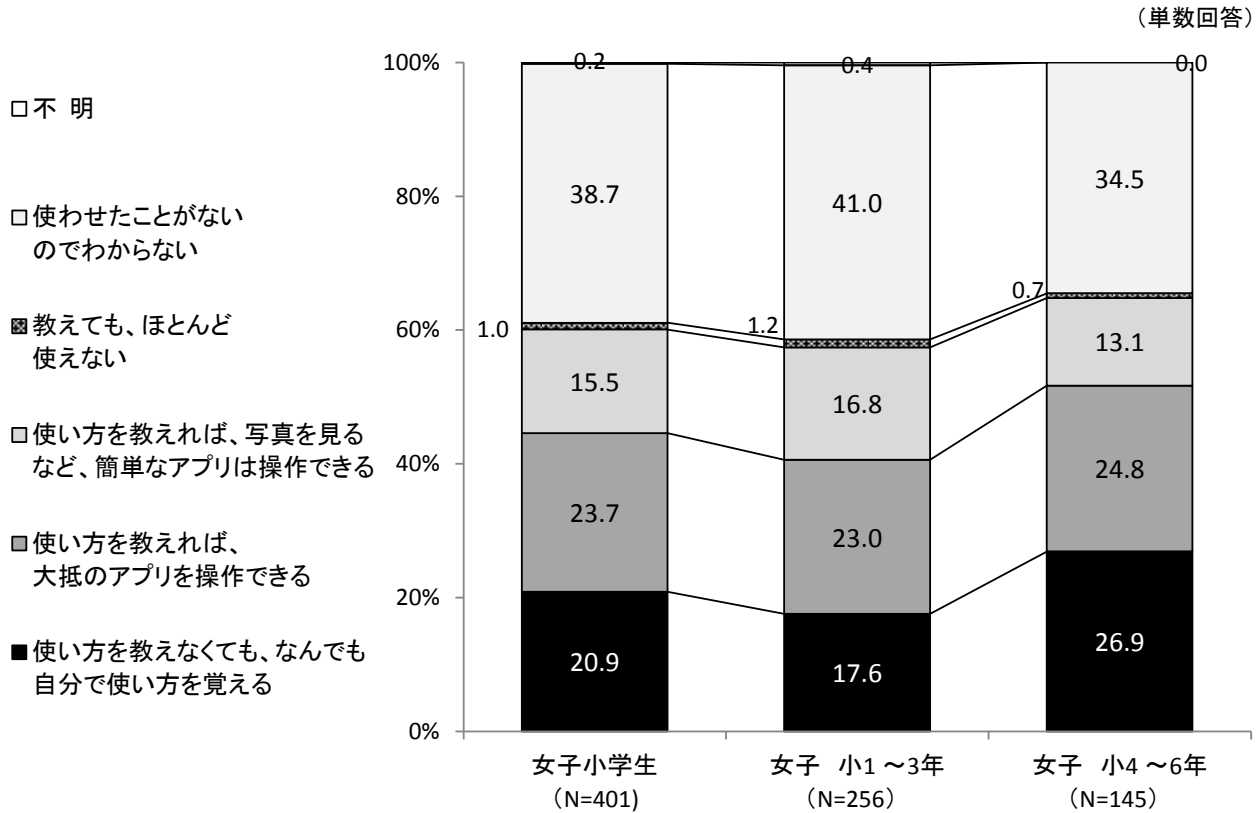
■保護者の方に質問

(4)子どものタブレット利用について

○子どものタブレットの習熟度

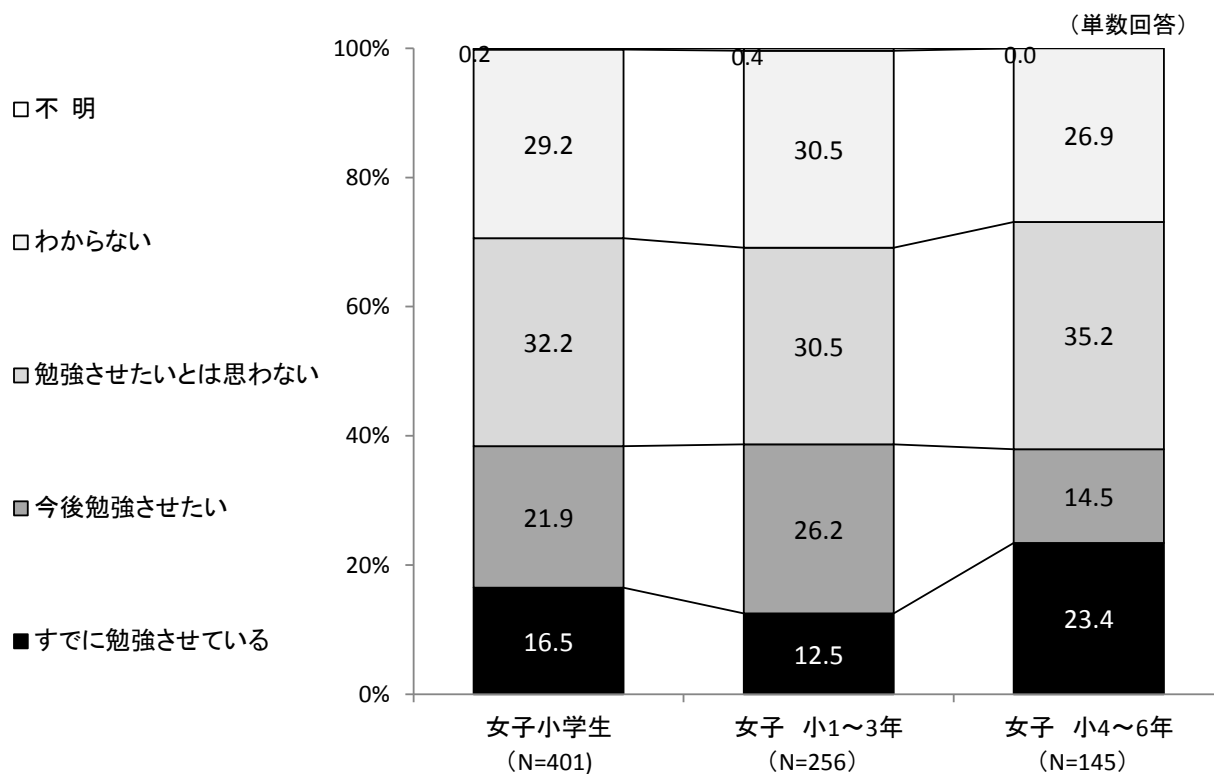
女子小学生の21%は、タブレットの使い方を教えなくても、自分で使い方を覚える。

女子小学生の保護者に子どものタブレットの習熟度を尋ねたところ、女子小学生の保護者の21%が「使い方を教えなくても、自分で使い方を覚える」と回答。女子小1～3年生の保護者は18%、女子小4～6年生の保護者が27%であり、高学年で高い。



○子どものタブレットでの勉強(知育)について 女子小4～6年生の23%はすでにタブレットで勉強。

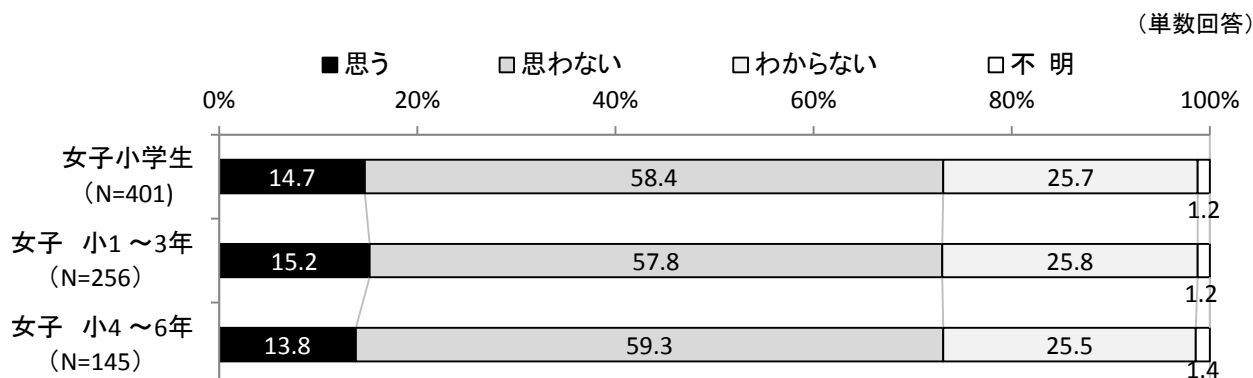
小学生の保護者に対して子どもにタブレットで勉強(知育)させたいか尋ねたところ、女子小学生の保護者の17%がタブレットで「すでに勉強させている」と回答。女子小4～6年生では、特に高く23%におよぶ。この割合は、自宅でのタブレットの利用率21%(P.2)を上回っており、塾や学校でのタブレットの利用が進んでいることがその理由として考えられる。



(5)子どもの電子書籍の閲読について

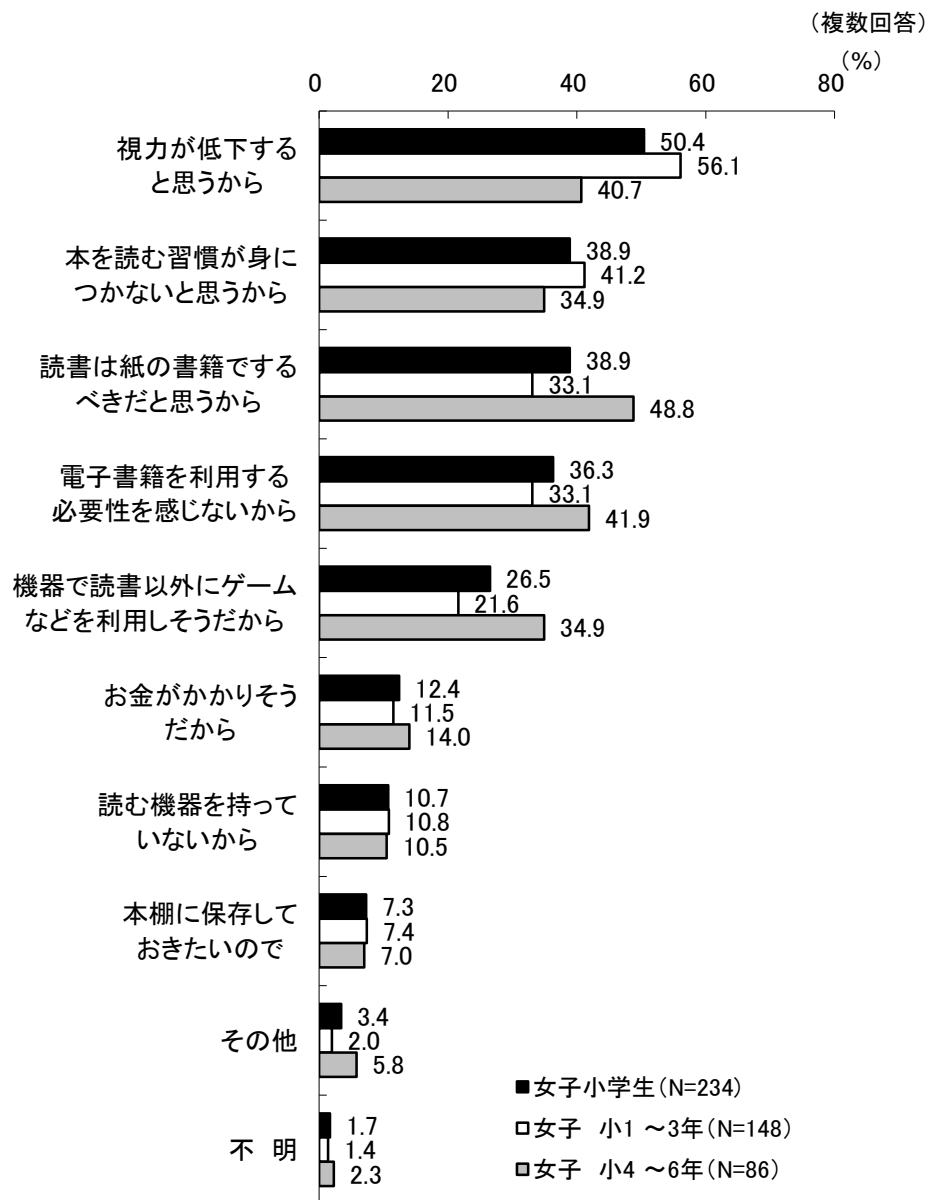
○電子書籍を子どもに読ませたいか 女子小学生の保護者の58%が「思わない」。

女子小学生の保護者に対して子どもに電子書籍(雑誌・コミックスを含む)を読ませたいか尋ねたところ、「思わない」が58%と過半数を占めた。



○電子書籍(雑誌・コミックスを含む)を「読ませたいと思わない」理由
 女子小学生の保護者の50%が「視力が低下する」と回答。

電子書籍を読ませたいと思わないと回答した女子小学生の保護者に子どもに電子書籍を読ませたいと思わない理由を尋ねたところ、「視力が低下すると思うから」が50%と最も高く、次いで「本を読む習慣が身につかない」(39%)「読書は紙の書籍ですべき」(39%)と回答。また、女子小4～6年生の保護者では、「機器で読書以外にゲームなどに利用しそう」が高く35%となった。

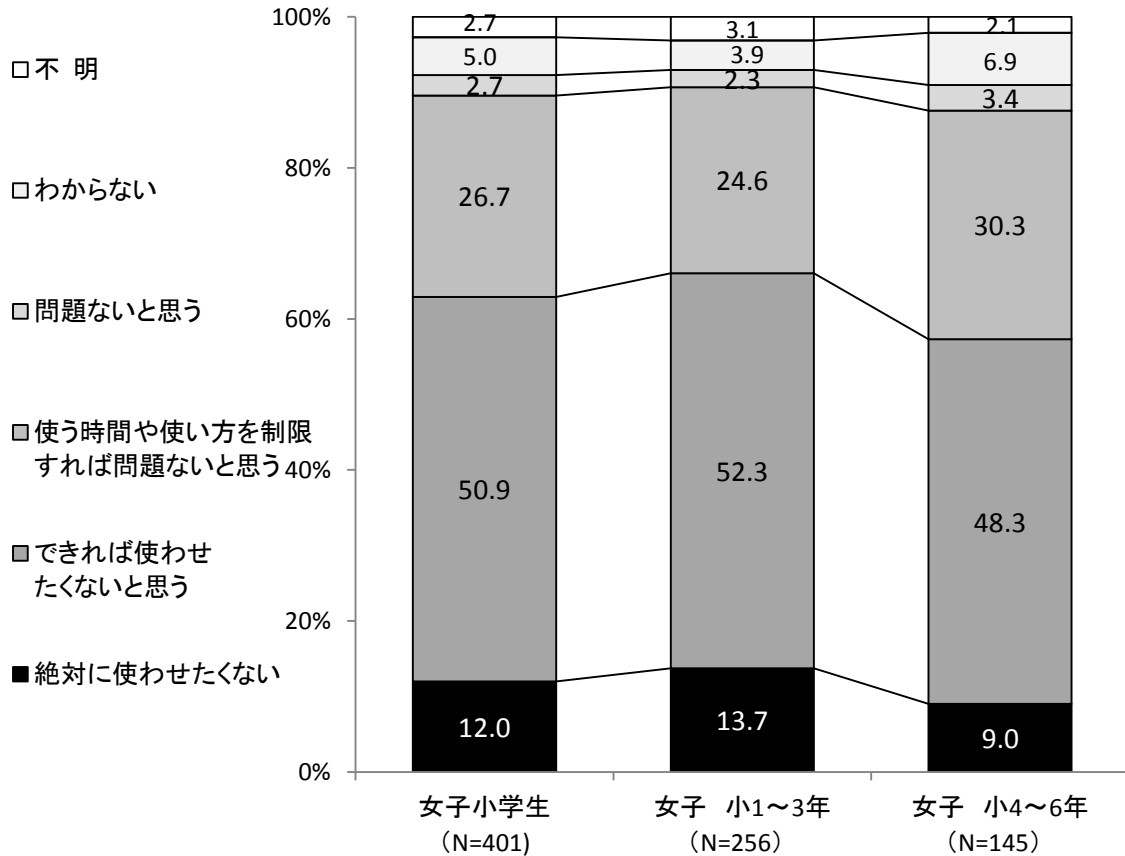


(6)子どものLINEなどの無料通話・メールアプリの利用について

○子どものLINEなどの無料通話・メールアプリの利用についての考え
女子小学生の保護者の12%が絶対に使わせたくない。

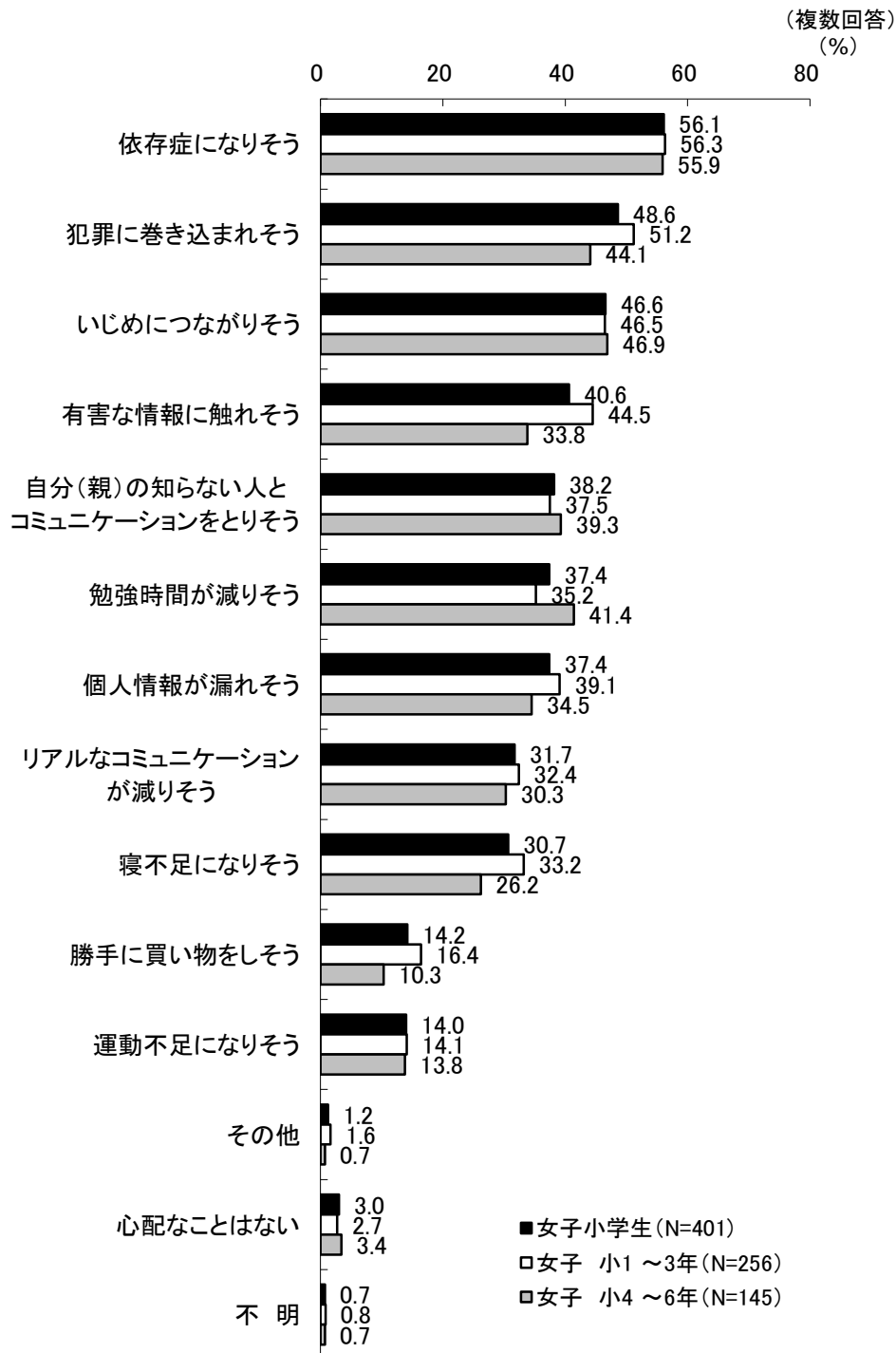
女子小学生の保護者に、子どもにLINEなどの無料通話・メールアプリを利用させることについて尋ねたところ、12%が「絶対に使わせたくない」と回答。「できれば使わせたくない」と「絶対に使わせたくない」を合わせて63%を占めた。一方、「使う時間や使い方を制限すれば問題ないと思う」「問題ないと思う」の肯定的な意見は合わせて29%となった。

(単数回答)



○LINEなどの無料通話・メールアプリを使わせることで心配なこと 女子小学生の保護者の56%が「依存症になりそう」と回答。

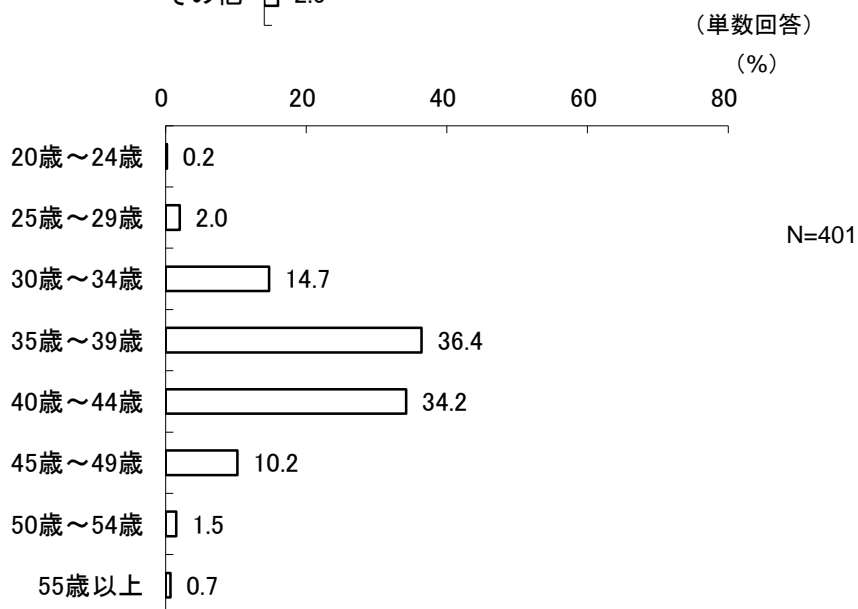
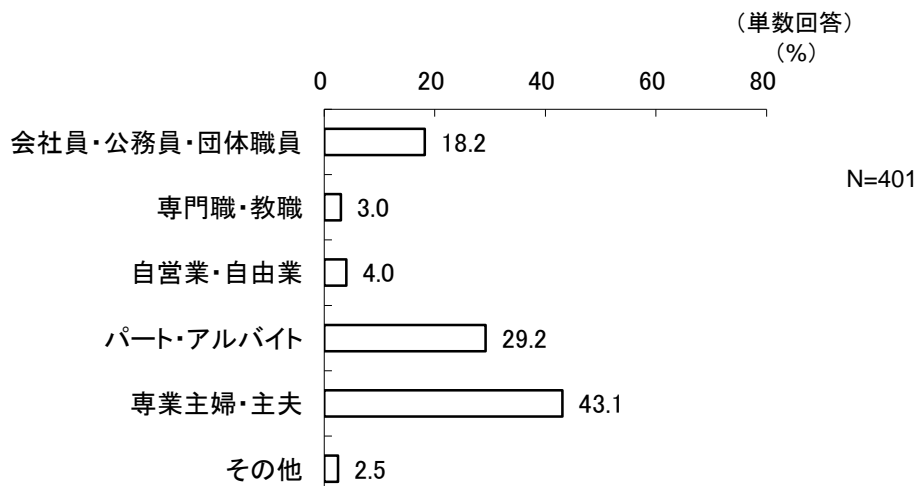
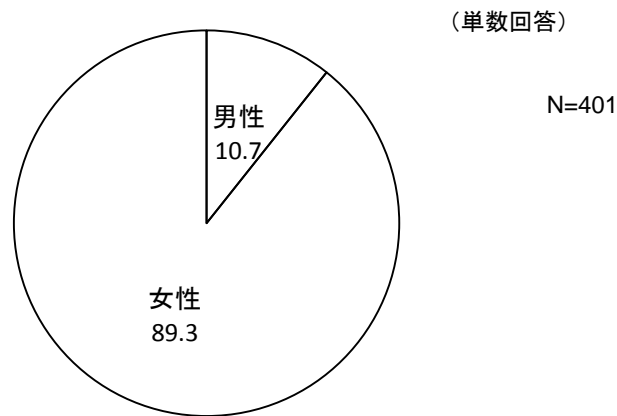
女子小学生の保護者に子どものLINEなどの無料通話・メールアプリの利用について心配なことを尋ねたところ、56%が「依存症になりそう」と回答。「犯罪に巻き込まれそう」、「いじめにつながりそう」もそれぞれ半数近くに達した。



(7)保護者のプロフィール

○保護者のプロフィール

性別は、女性89%、男性11%。年齢30代~40代が96%。



【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 |
| プロデュース | : 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URL: <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」「魔法のいんど」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/>

以上