

NEWS RELEASE
報道関係各位2016年3月18日
株式会社KADOKAWA
株式会社角川アスキー総合研究所

女子小学生のスマートフォンの使用率が 初めてパソコンを超える 『子どもライフスタイル調査2016春』結果のお知らせ

株式会社KADOKAWA（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：松原眞樹）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2016春』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、回答者から読者の中心層である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

- 「スマートフォン」使用率は、1年前のおよそ2倍に増加。初めて「パソコン」を超える。(P.2)
- スマートフォン利用者の8割がスマートフォンやパソコンなどで「ゲーム」、半数が「動画視聴」。(P.3)
- ゲームに利用している機器は、「携帯ゲーム機」が70%の一方で、「スマートフォン」も30%。(P.4)
- スマホ、タブレットでのゲーム利用者が過去1年間に遊んだゲームアプリの本数は、「2本～5本」が50%。(P.5)
- マンガは、紙メディアが中心。(P.8)

◇調査概要◇

- | | |
|--|---|
| (1) 調査期間：
2015年12月1日～2016年1月20日 | (4) 集計サンプル数：合計 410件
女子 小1～3年生 306件
女子 小4～6年生 104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。 | |

※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。

【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 広報

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

『子どもライフスタイル調査 2016 春』

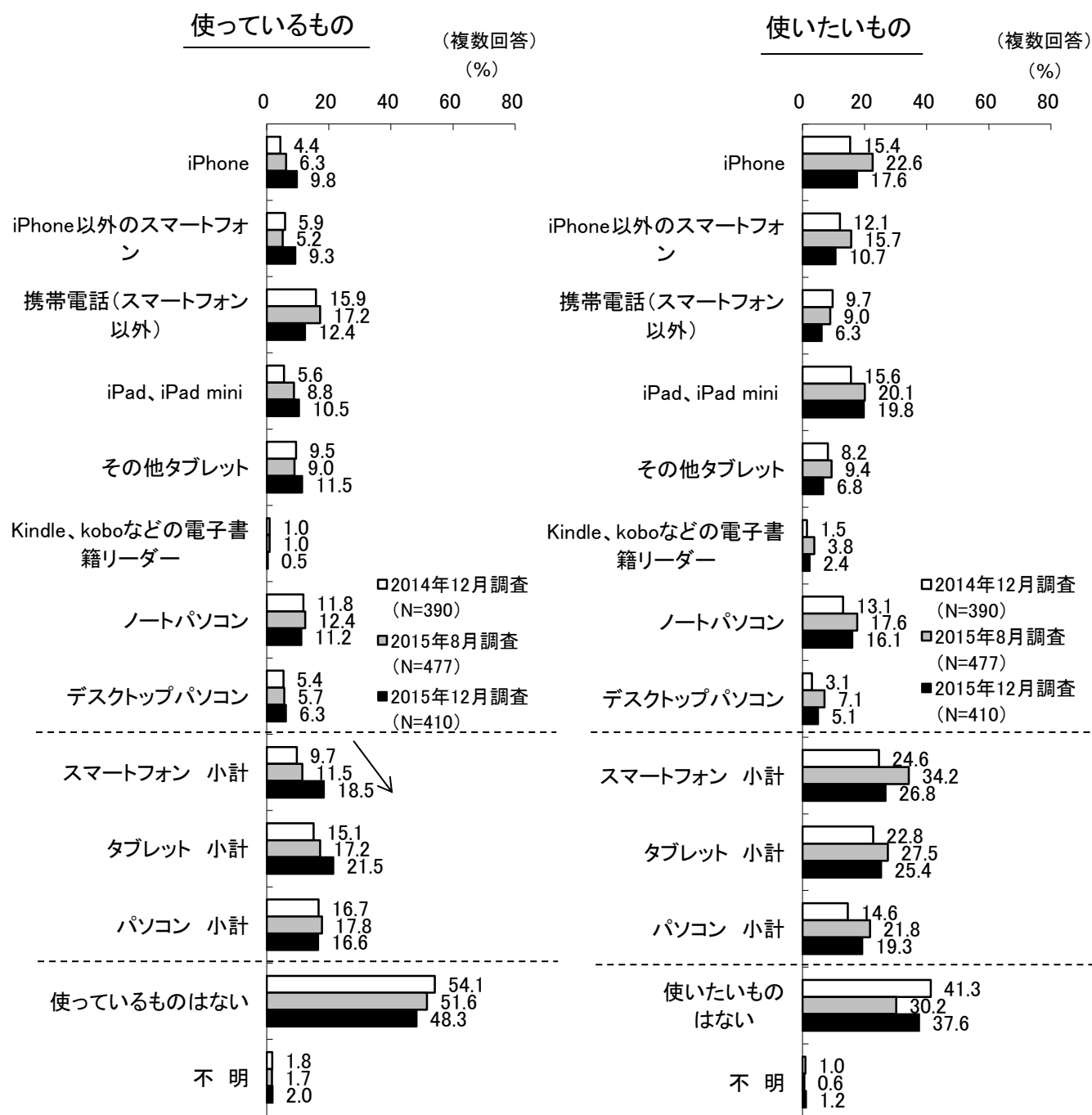
(1) デジタル情報機器について

○使用しているもの、今後使用したいもの

「スマートフォン」使用率は、1年前のおよそ2倍に増加。初めて「パソコン」を超える

使用しているデジタル情報機器を尋ねたところ、「スマートフォン」は1年前の9.7%から18.5%へとおよそ2倍に増加。2012年12月から開始した調査で初めて「パソコン」を超えた。タブレットも1年前より6%増加した。

※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、電子書籍リーダー。



※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。

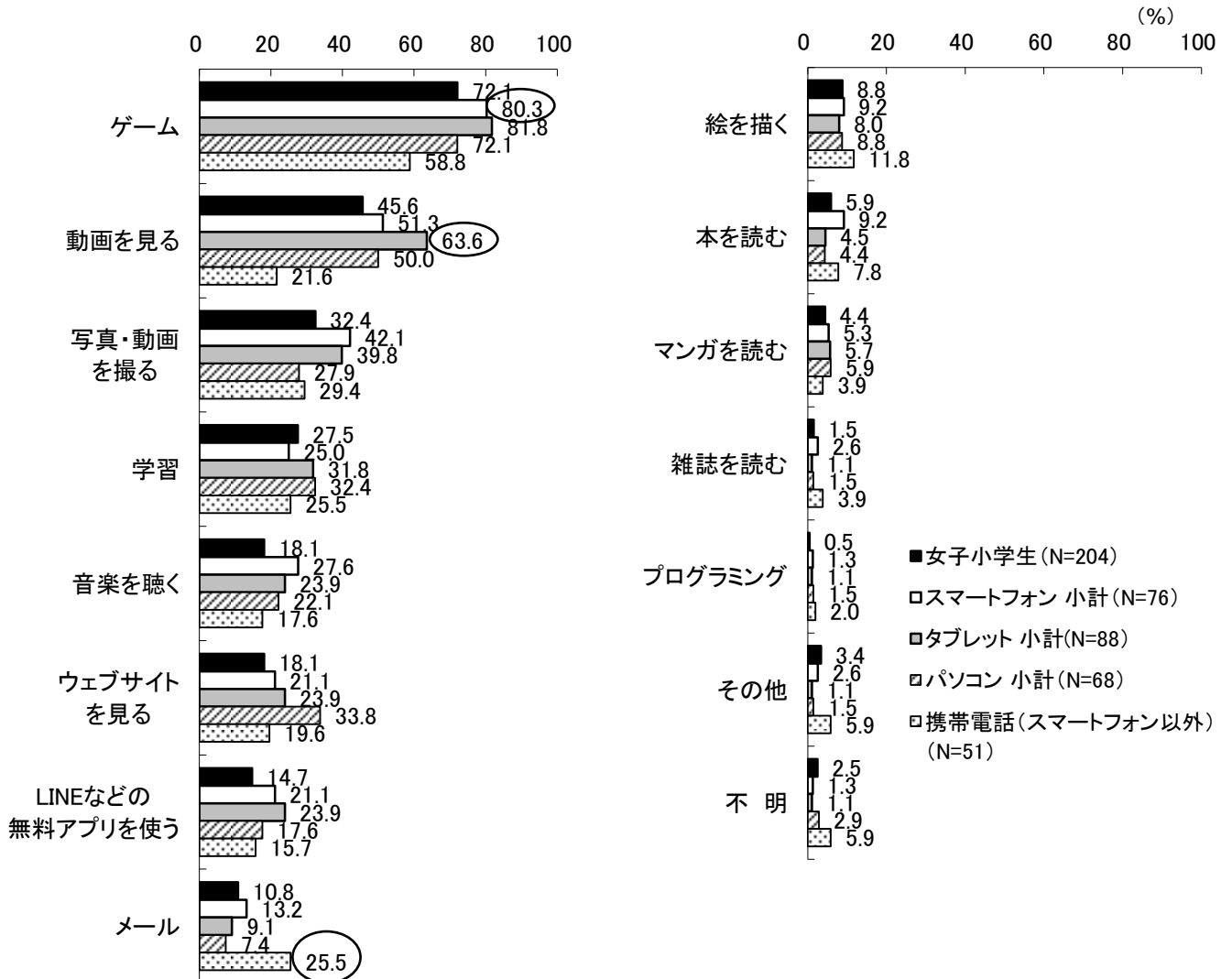
※タブレット小計は、「iPad, iPad mini」と「その他タブレット」のいずれかを選択した人の比率。

※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。

○スマートフォンやパソコンの用途(デジタル情報機器利用者) スマートフォン利用者の8割がゲーム、半数が動画視聴

デジタル情報機器利用者にその用途を尋ねたところ、スマートフォン利用者の80%が「ゲーム」、51%が「動画視聴」と回答。タブレット利用者では、さらに「動画視聴」が高く64%。「携帯電話(スマートフォン以外)」の利用者は、「メール」の比率が26%と高い。

(複数回答)



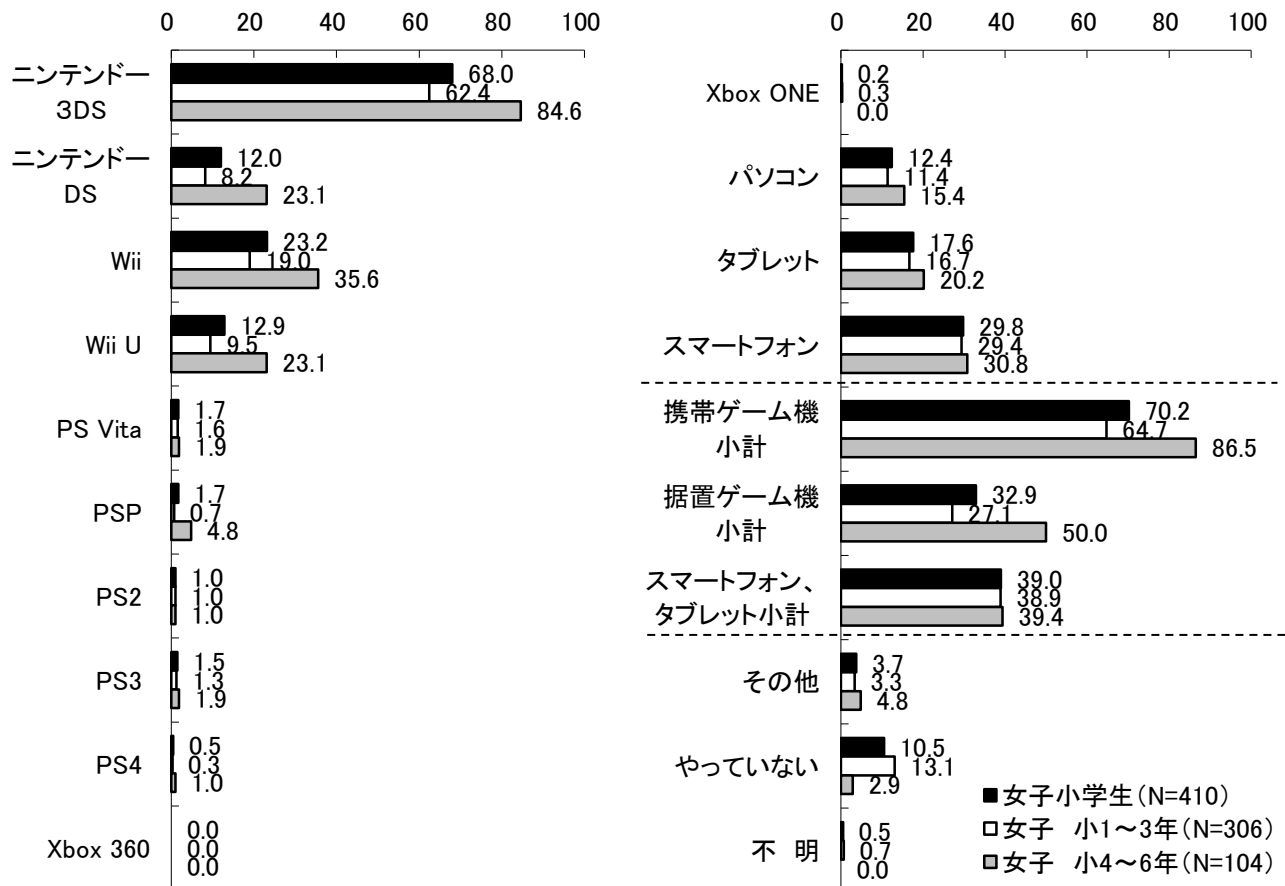
(2)ゲームについて

○ゲームに利用している機器

「携帯ゲーム機」が70%の一方で、「スマートフォン」も30%

ゲームに利用している機器を尋ねたところ、70%が「携帯ゲーム機」と回答する一方で、「スマートフォン」も30%を占める。「スマートフォン、タブレット」が「据置ゲーム機」を上回っている。小1～3年生では、「スマートフォン」が29%で「据置ゲーム機」の27%を上回っている。

(複数回答)
(%)



※ニンテンドー3DSには、「New ニンテンドー3DS」、「New ニンテンドー3DS LL」、「ニンテンドー3DS LL」が含まれる。

※ニンテンドーDSには、「ニンテンドーDS」、「ニンテンドーDS Lite」、「ニンテンドーDSi」、「ニンテンドーDSi LL」が含まれる。

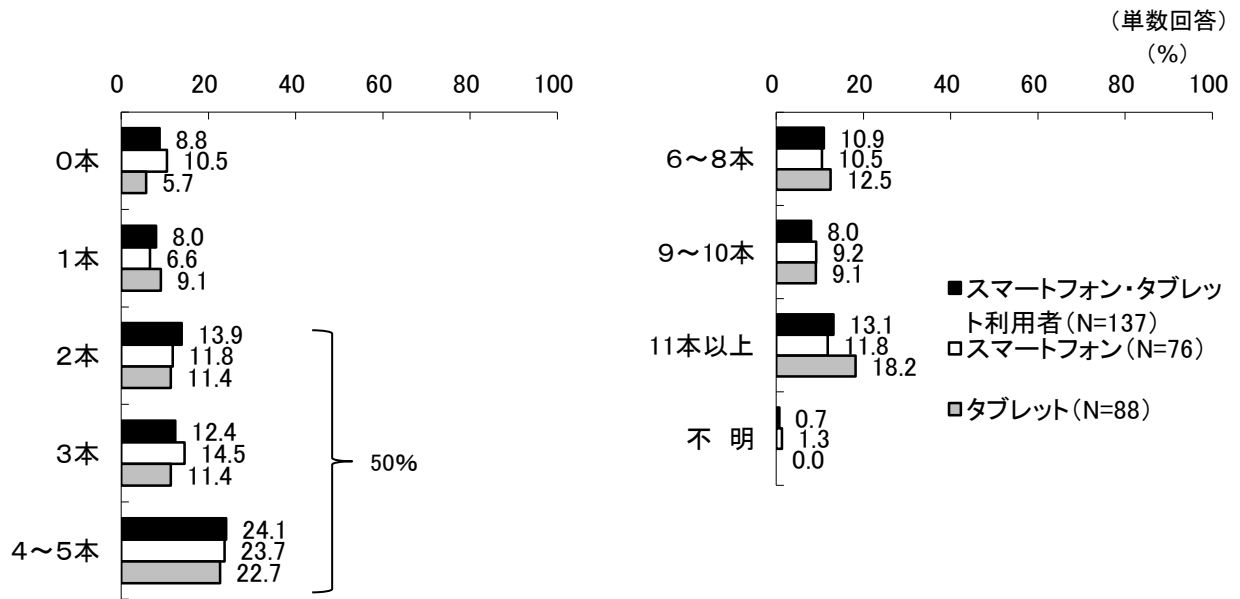
※携帯ゲーム機小計は、「New ニンテンドー3DS」、「New ニンテンドー3DS LL」、「ニンテンドー3DS LL」、「ニンテンドーDS (DS Lite、DSi、DSi LL)」、「PS Vita」、「PSP」、いずれかを選択した人の比率。

※据置ゲーム機小計は、「Wii」、「Wii U」、「PS2」、「PS3」、「PS4」、「Xbox 360」、「Xbox ONE」のいずれかを選択した人の比率。

○過去1年間に遊んだゲームアプリの本数(スマホ、タブレットでのゲーム利用者)

過去1年間に遊んだゲームアプリの本数は、「2本～5本」が50%

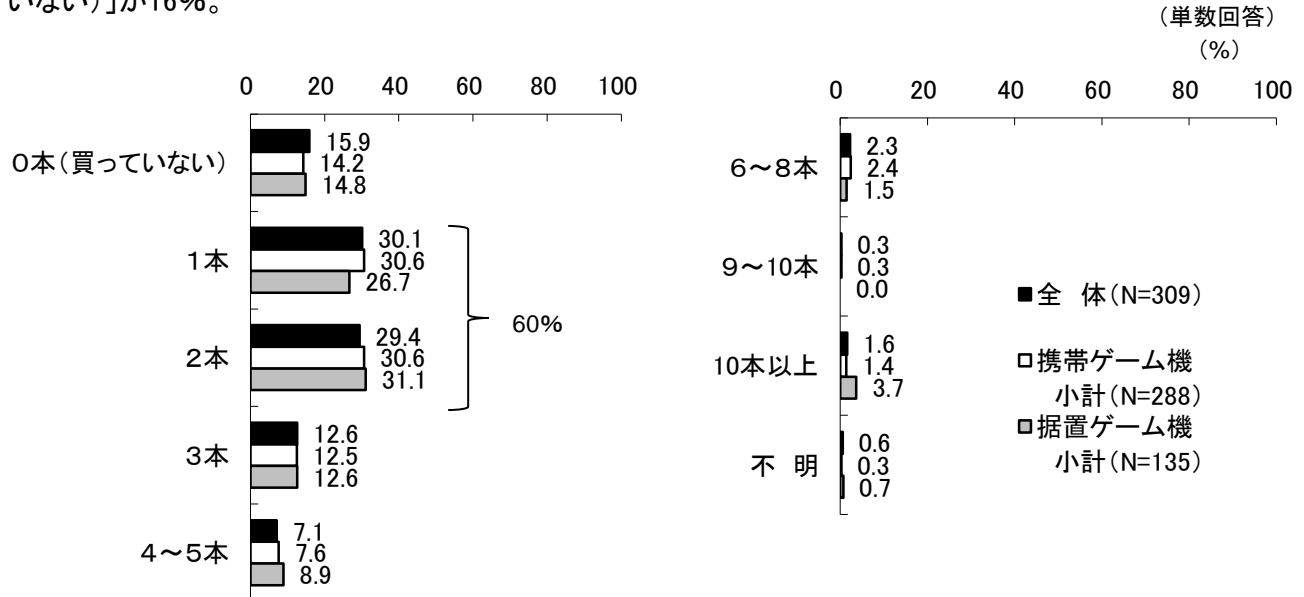
スマートフォンやタブレットで過去1年間に遊んだゲームアプリの数を尋ねたところ、「2本～5本」が50%。



○1年間のゲーム機向けソフト購入数(携帯ゲーム機、据置ゲーム機利用者)

1年間に購入するゲームソフトの本数は、「1本～2本」が60%

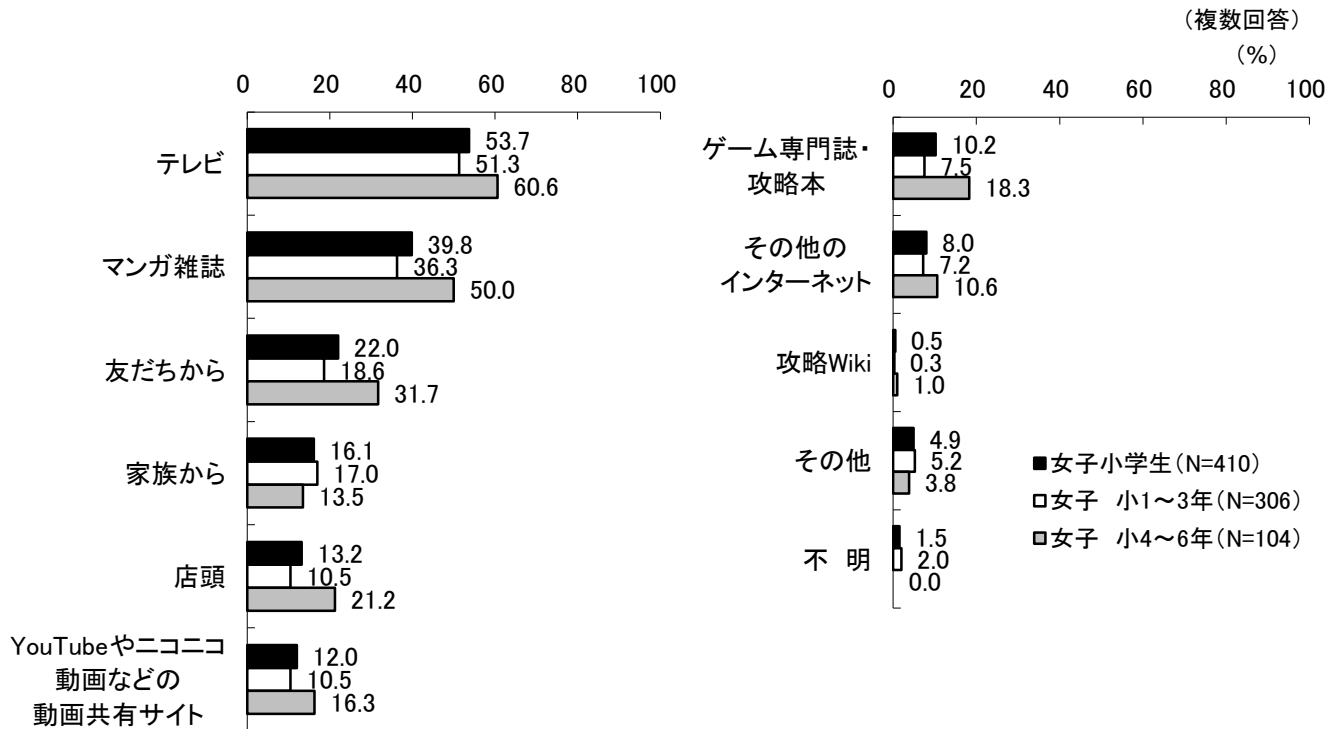
ゲーム機向けのゲームソフト購入本数を尋ねたところ、1年当たり「1本～2本」が60%。また、「0本(買ってない)」が16%。



○ゲーム情報の入手先

ゲーム情報の入手先は、「テレビ」、「マンガ雑誌」など

ゲーム情報の入手先を尋ねたところ、54%が「テレビ」と回答。次いで「マンガ雑誌」が40%。

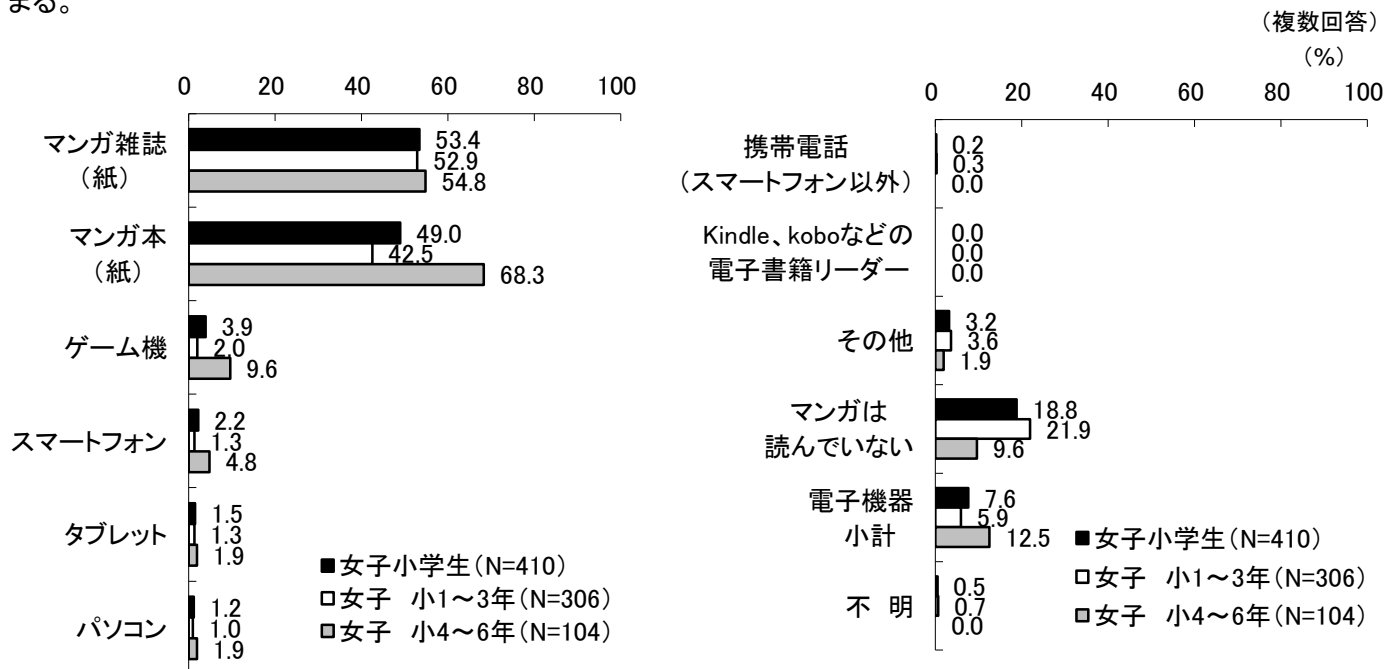


(3)マンガの閲読について

○マンガの閲読方法

マンガは、紙のメディアを中心に閲読

マンガの閲読方法を尋ねたところ、「マンガ雑誌」は53%、「マンガ本」は49%など紙のメディアを中心に閲読。一方、ゲーム機などの電子機器で読む電子コミックの比率は8%。スマートフォンでの閲読は2%にとどまる。



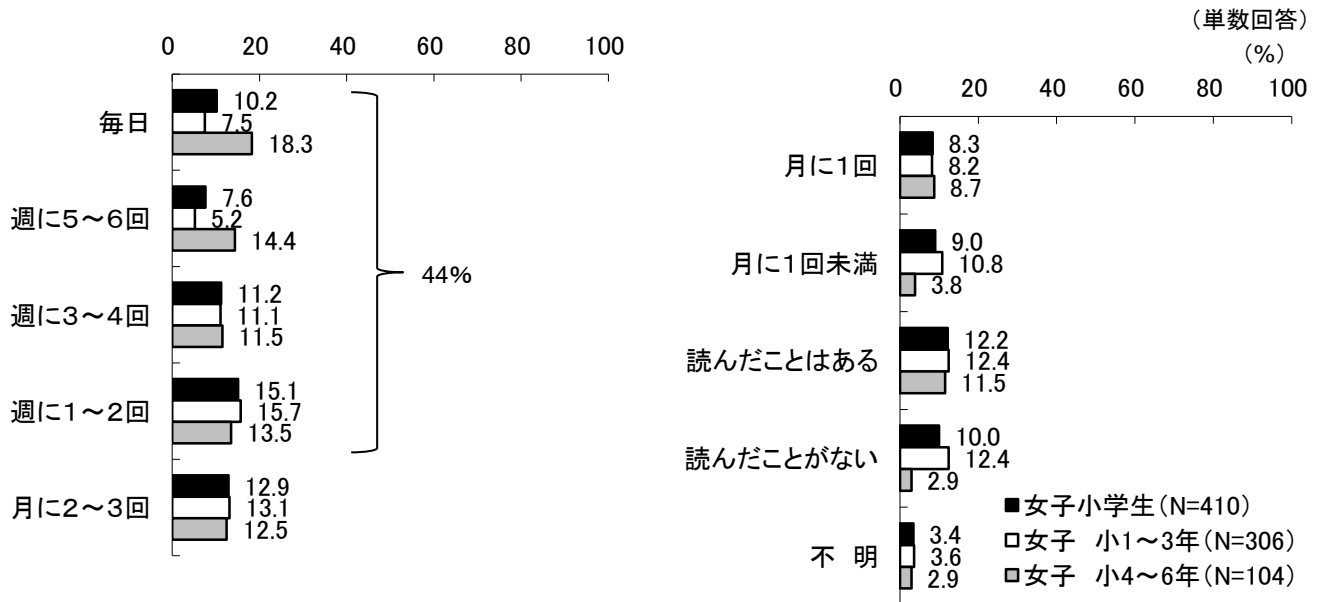
※電子機器 小計は、「ゲーム機」、「スマートフォン」、「タブレット」、「パソコン」、「携帯電話(スマートフォン以外)」、「Kindle、koboなどの電子書籍リーダー」のいずれかを選択した人の比率。

○マンガを読む頻度

紙のマンガを「週に1回以上」読むと44%が回答

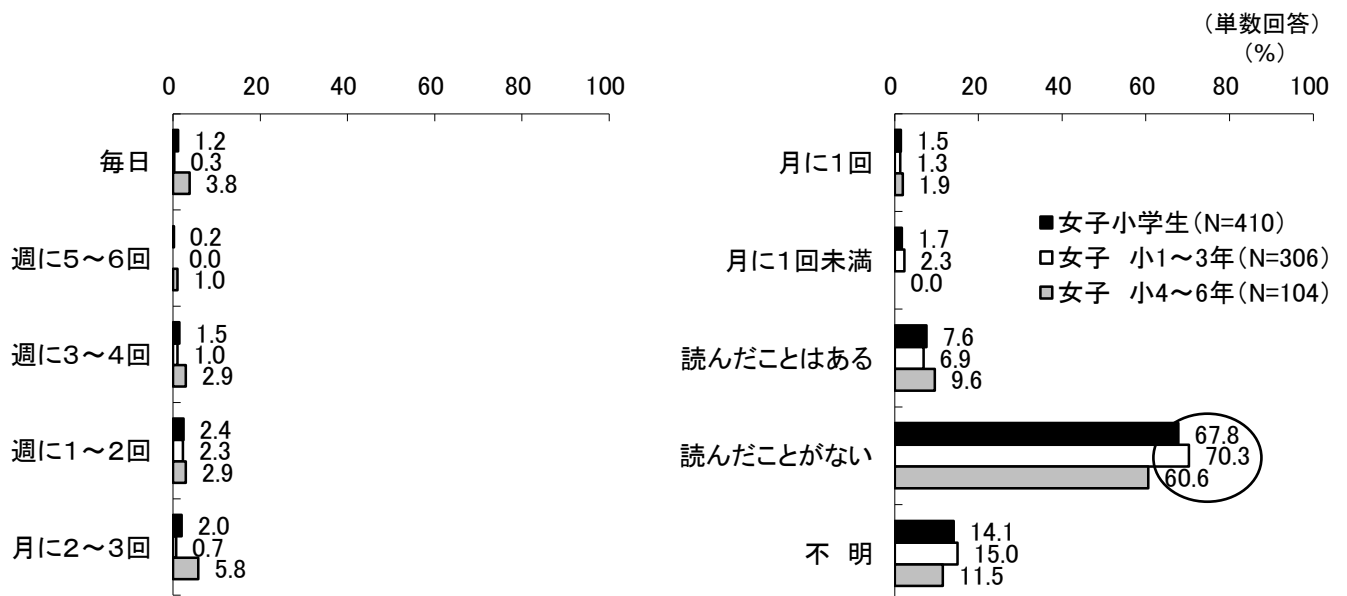
マンガを読む頻度を尋ねたところ、44%が紙のマンガを「週に1回」以上。一方、電子コミックは7割が閲読経験無し。

<紙のマンガ(マンガ雑誌、マンガ本)を読む頻度>



パソコンやタブレットなどで読む電子コミックの閲読については、68%が「読んだことがない」と回答

<電子コミックを読む頻度>

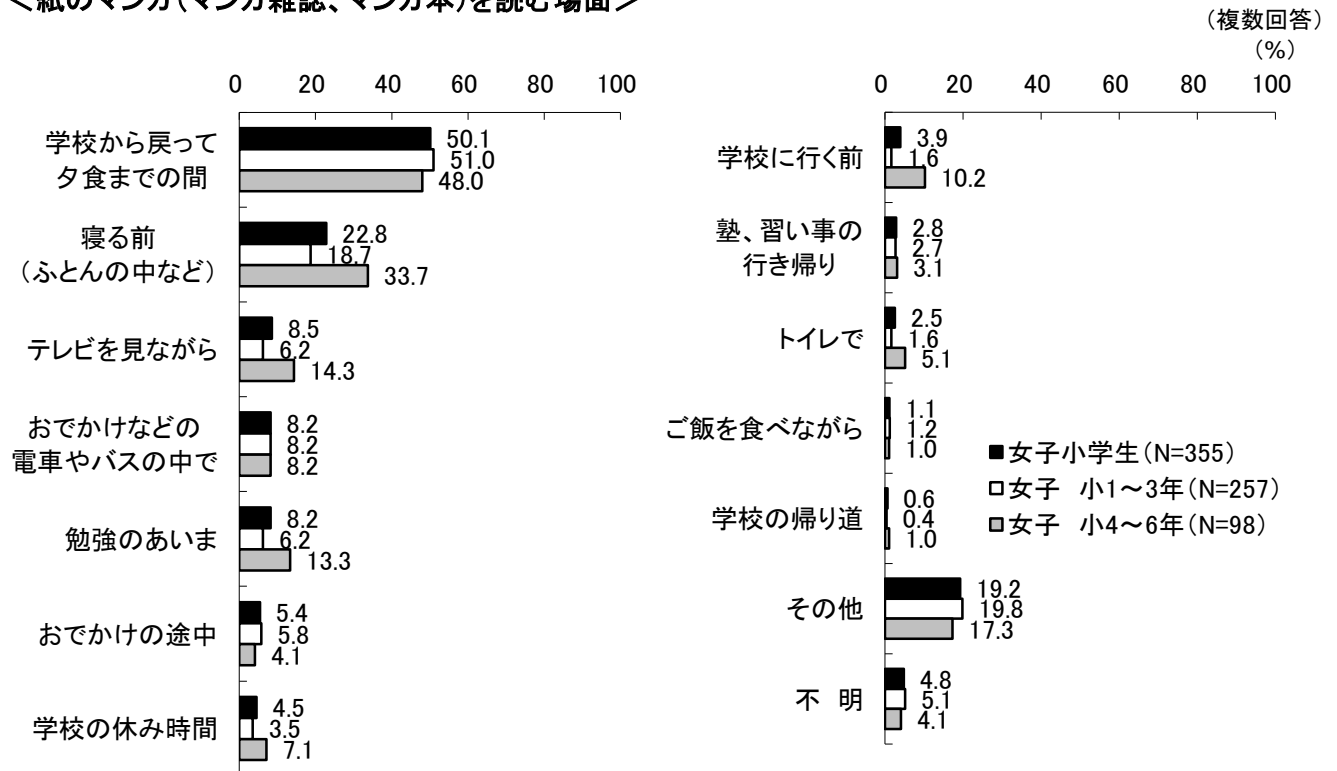


○マンガをどのような時に読むか(マンガの読者)

読書場面は、紙も電子も「夕食前」

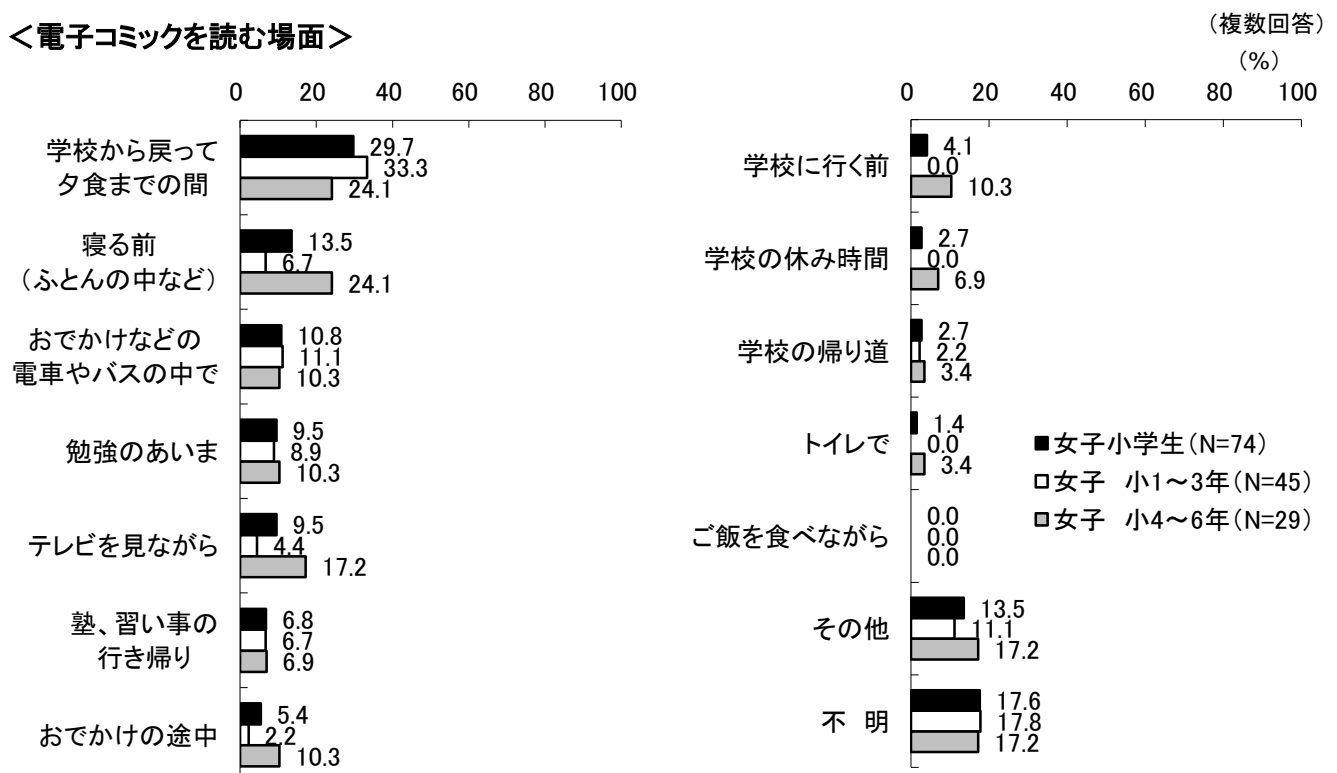
マンガの読者に、どのような時にマンガを読むかを尋ねたところ、紙のマンガも電子コミックも「学校から戻って夕食までの間」が高く、次いで高いのが「寝る前」。

<紙のマンガ(マンガ雑誌、マンガ本)を読む場面>



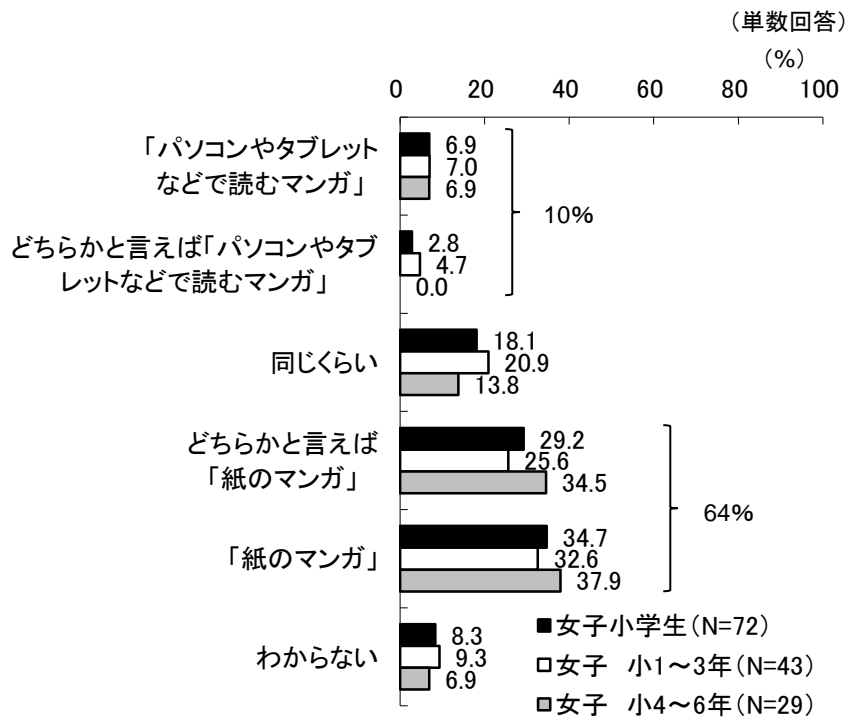
電子コミックの読書場面も「学校から戻って夕食までの間」が高く、次いで「寝る前」。

<電子コミックを読む場面>



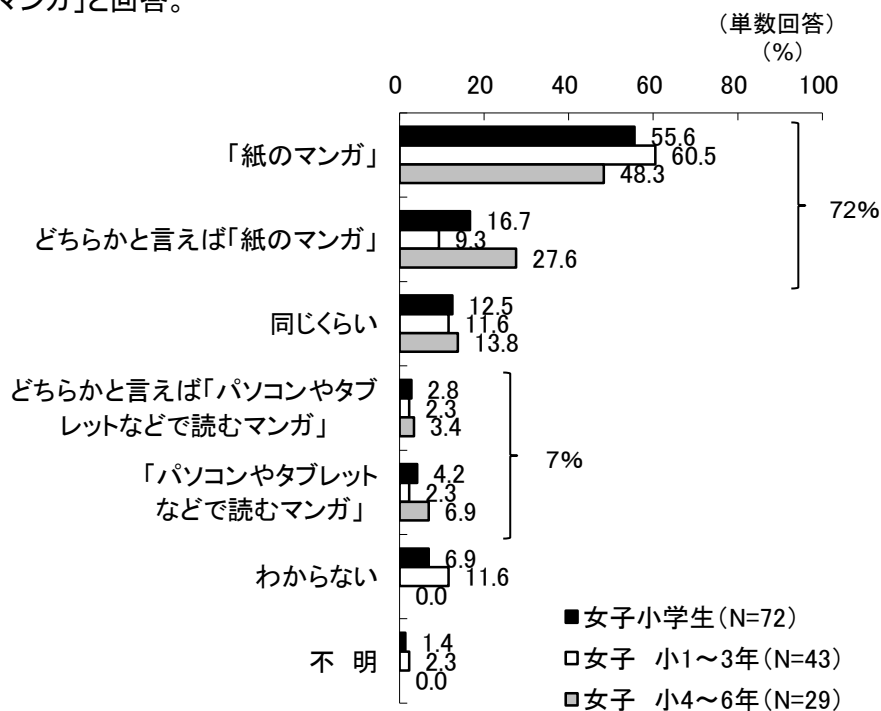
○紙のマンガと電子コミックのどちらが読みやすいか(紙のマンガと電子コミックの両方の朗読者)
「紙のマンガ」が読みやすいと64%が回答

紙と電子の両方でマンガを読んだことがあると回答した女子小学生に、どちらが読みやすいか尋ねたところ、64%が「紙のマンガ」と回答。



○紙のマンガと電子コミックのどちらが好きか(紙のマンガと電子コミックの両方の朗読者)
「紙のマンガ」が好きと72%が回答

紙のマンガと電子コミックの両方で読んだことがあるとの回答者に、どちらが好きか尋ねたところ、72%が「紙のマンガ」と回答。



【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	: 800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	: 男1、女99
平均年齢	: 8.7歳
公式サイト	: http://cp.dengeki.com/

■アスキー・メディアワークスとは

アスキー・メディアワークスは、小説、コミック、ゲーム、ホビーなど、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・メディアワークス公式サイト: <http://asciimw.jp/>

■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

以上