

**NEWS RELEASE**  
報道関係各位2018年1月19日  
株式会社KADOKAWA  
株式会社角川アスキー総合研究所

## 保護者はタブレットでの学習に意欲的だが タブレットでの読書には消極的 『子どもライフスタイル調査 2018 冬』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：松原真樹）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：芳原世幸）と共同で『子どもライフスタイル調査 2018 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、株式会社KADOKAWA 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

- 女子小学生の48%がタブレットを使っている。(P.2)
- タブレット使用女子小学生の27%がタブレットを「毎日」使用している。(P.2)
- タブレットを学習で使用している女子小学生の53%が、今後紙の本・ドリルとタブレットの両方で学習したいと回答。(P.4)
- 保護者の44%が学習にタブレットを使わせたいと回答。(P.5)
- 保護者の57%がタブレットで読書をさせたくないと回答。(P.6)
- 女子小学生の保護者の38%がLINEなどの無料通話アプリについて「使う時間や使い方を制限すれば問題ないと思う」と回答。(P.6)

### ◇調査概要◇

- |  |  |
|--|--|
| (1) 調査期間：<br>2017年8月1日～2017年9月20日                                    | (4) 集計サンプル数：合計 365 件<br>女子 小1～3年生 233 件<br>女子 小4～6年生 132 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<br>雑誌「キャラぱふえ」の読者を対象に調査を実施し、<br>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・メディアワークス事業局 広報  
E-mail: [amw-pr@ml.kadokawa.jp](mailto:amw-pr@ml.kadokawa.jp)

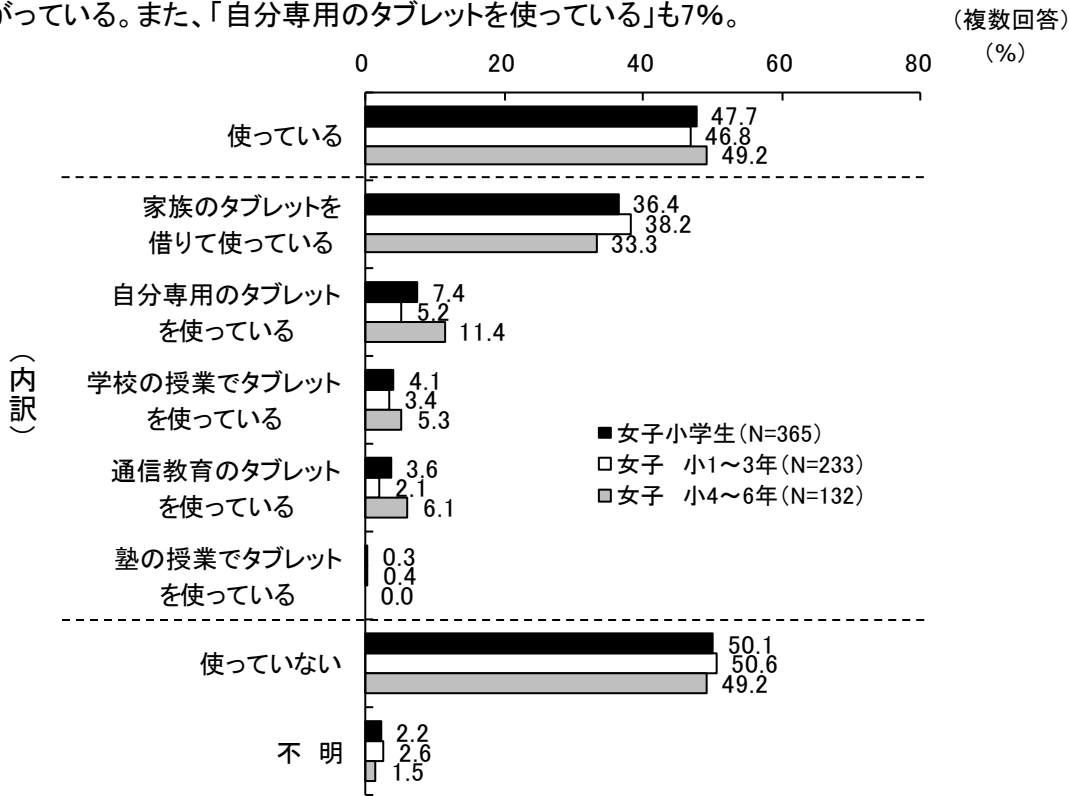
# 『子どもライフスタイル調査 2018 冬』

## (1) タブレットについて

### ○タブレットの使用有無(女子小学生全体)

#### 女子小学生の48%がタブレットを使っている

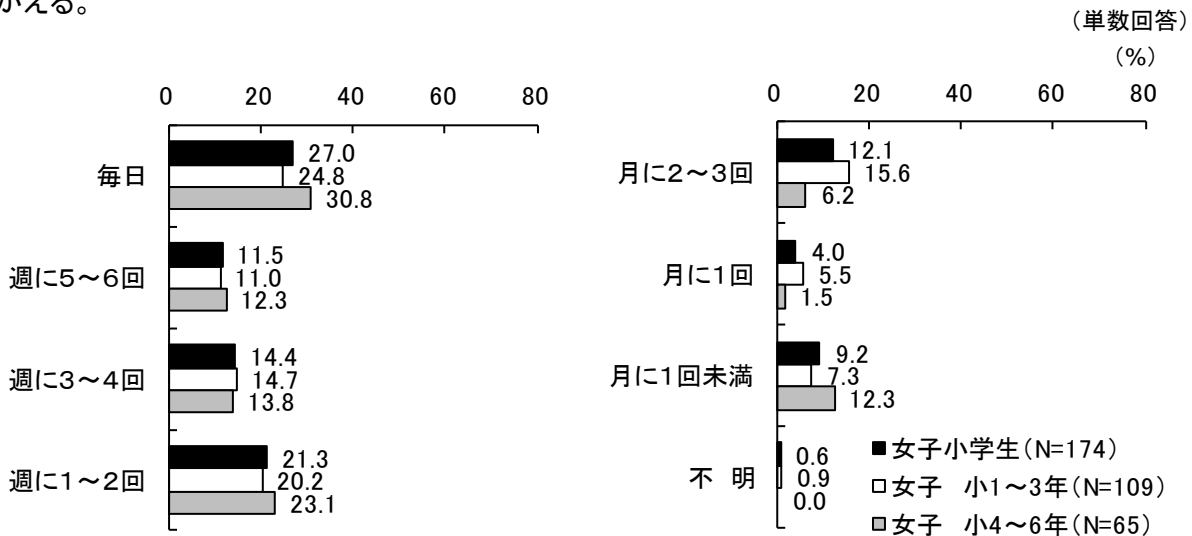
自宅に限らずタブレットの使用の有無について尋ねたところ、女子小学生の48%が「使っている」と回答。「家族のタブレットを借りて使っている」の比率が36%と高い。「通信教育」が4%、「学校の授業」が4%と利用方法がひろがっている。また、「自分専用のタブレットを使っている」も7%。



### ○タブレットの使用頻度(タブレット使用女子小学生)

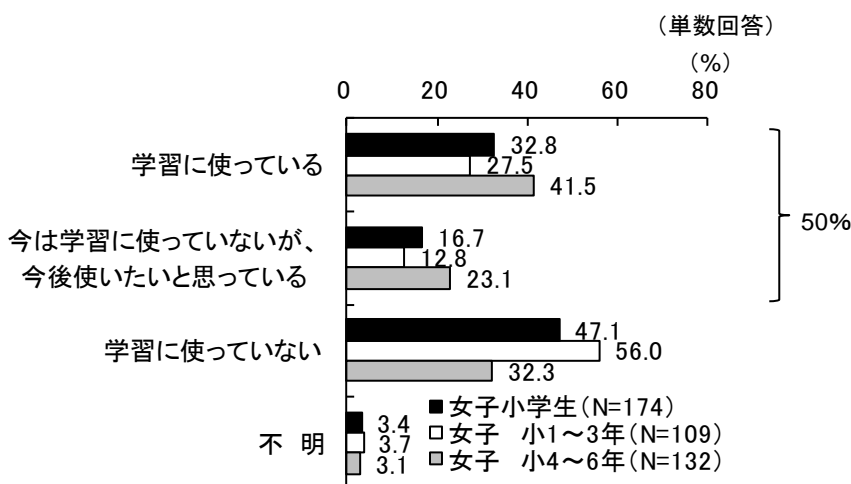
#### タブレットを使用している女子小学生の27%が「毎日」使用している

タブレットを使用していると回答した女子小学生に使用頻度を尋ねたところ、27%が「毎日」使用していると回答。うち女子小4~6年では、31%が毎日使用していると回答。一定の割合でタブレットが生活に浸透している様子がうかがえる。



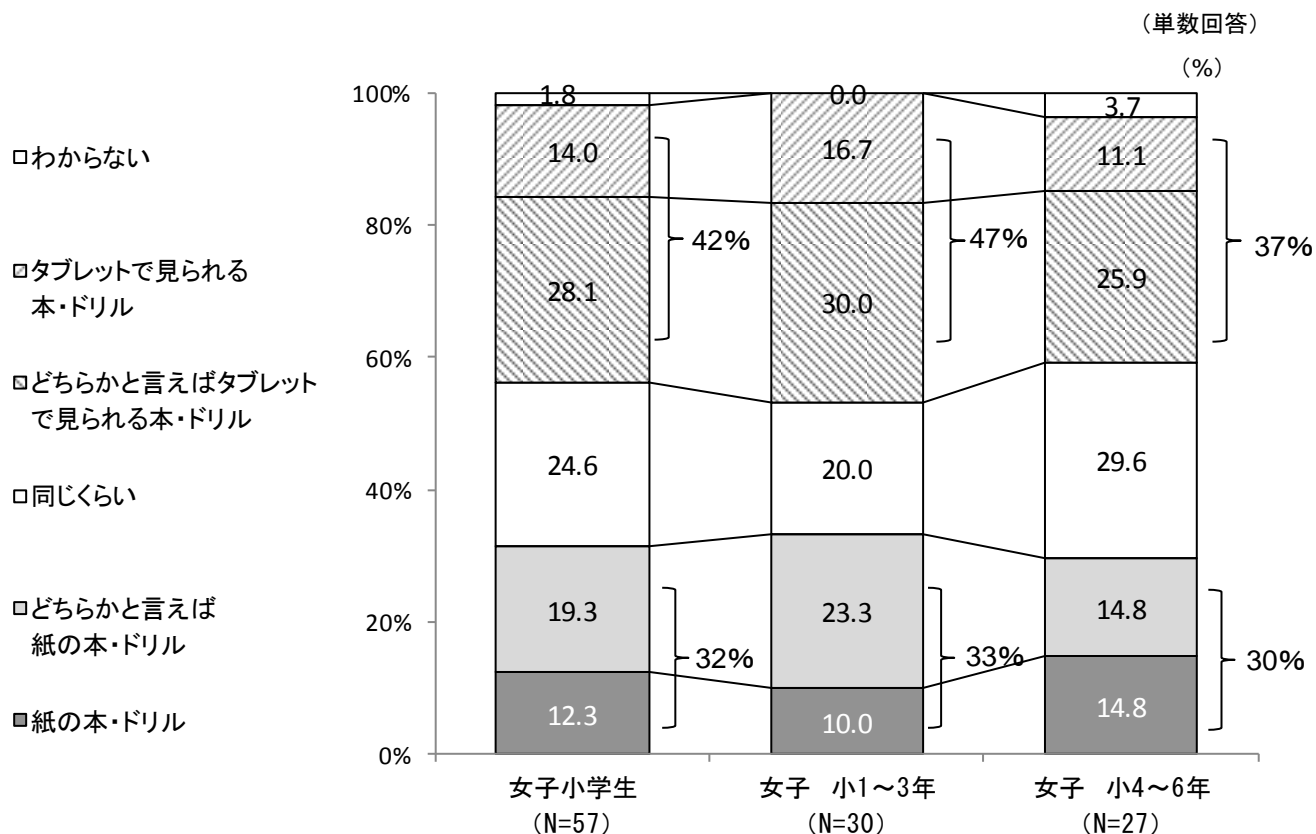
## ○タブレットでの学習利用(タブレット使用女子小学生) タブレットを使用している女子小学生の33%が「学習」に利用

タブレットを使用していると回答した女子小学生にタブレットを学習に利用しているか尋ねたところ、「学習に使っている」が33%。「今後学習に使いたい」も合わせると50%と約半数を占める。



## ○タブレットでの学習について(タブレットを学習に使用している女子小学生) タブレットで学習している女子小学生の4割が「紙の本・ドリル」より「タブレット」の方が学習しやすいと回答

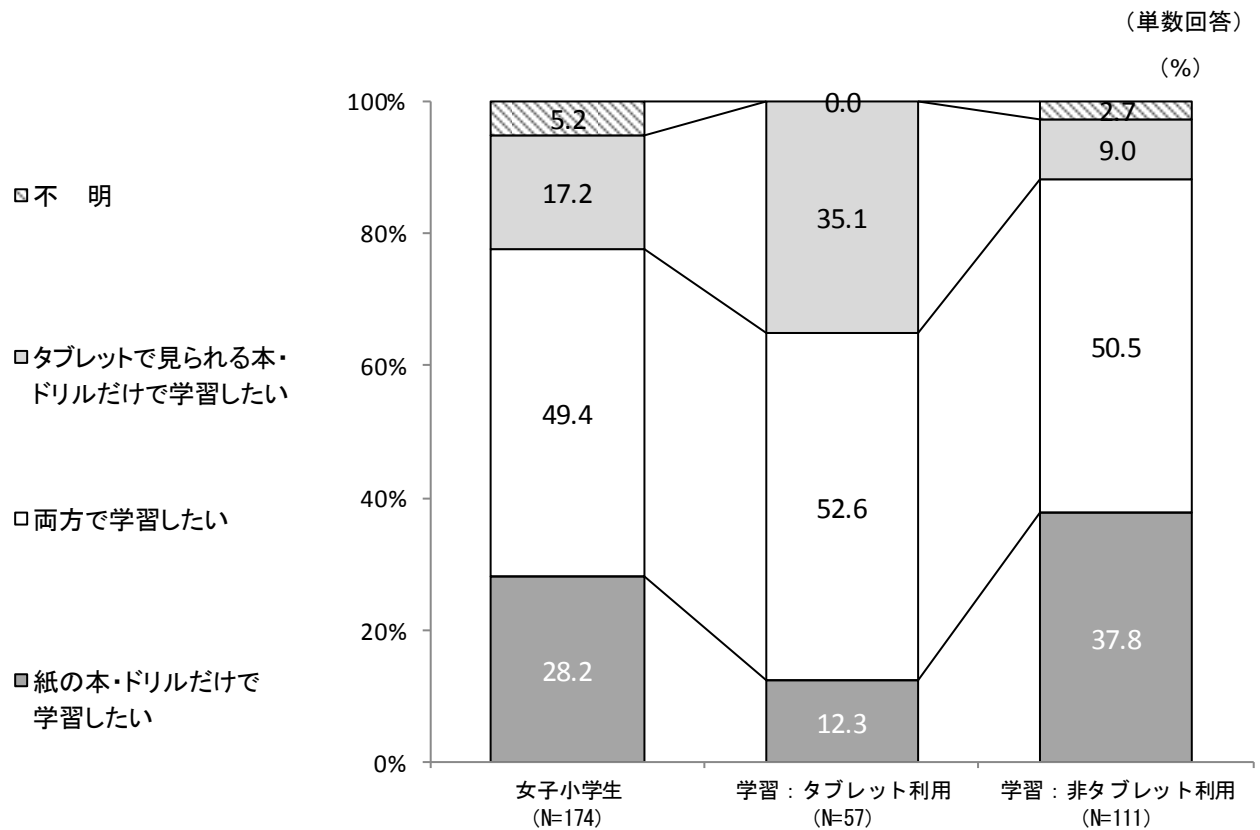
タブレットで学習している女子小学生に「紙の本・ドリル」と「タブレット」では、どちらが学習しやすいか尋ねたところ、女子小学生の14%が「タブレット」と回答。「どちらかと言えばタブレット」を含めると42%がタブレットの方が学習しやすいと回答。一方、「どちらかと言えば」も含めた「紙の本・ドリル」との回答は、3割にとどまり、学習のしやすさでは、タブレットの評価が紙を上回る結果となった。



○今後のタブレット学習意向(タブレット使用女子小学生)

タブレットを学習で使用している女子小学生の53%が今後、紙の本・ドリルとタブレットの両方で学習したいと回答

今後「紙の本・ドリル」で学習したいか、「タブレットで見られる本・ドリル」で学習したいか尋ねたところ、タブレットを学習で使用している女子小学生では、53%が「両方で学習したい」と回答。また、タブレットで学習していないタブレット使用者の51%も両方で学習したいと回答。学習のしやすさでは、タブレットの方が優勢ではあるものの、タブレット使用者の半数は、タブレットと紙を併用したいと考えているようだ。



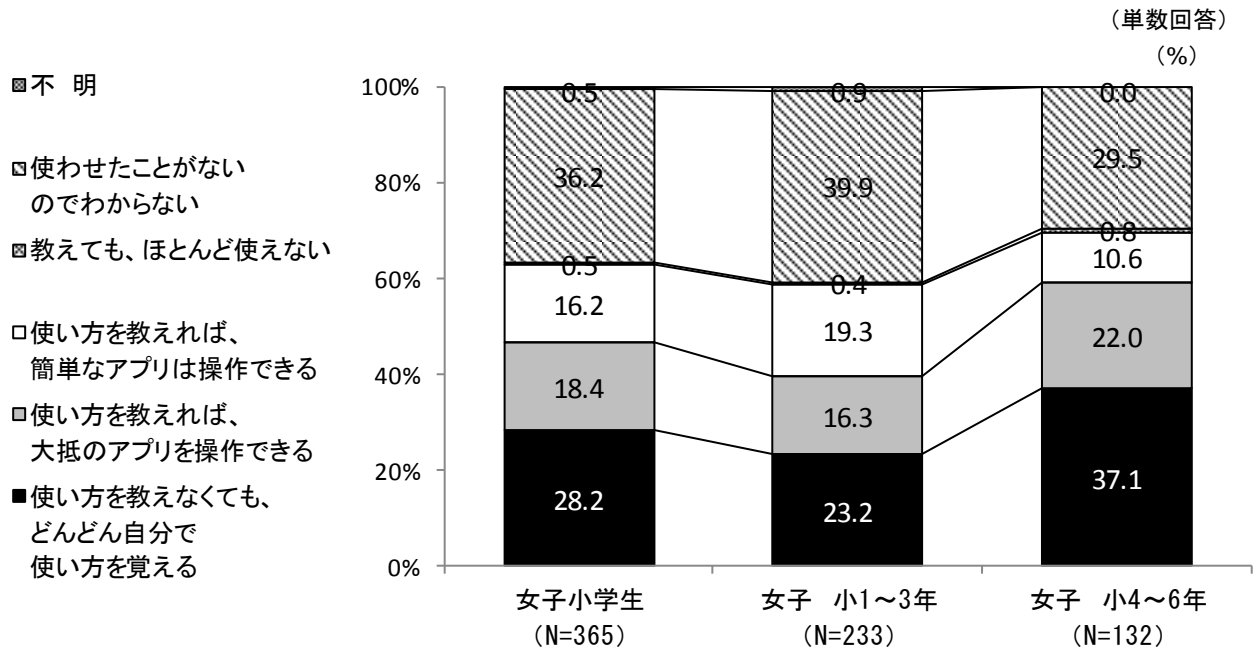
## ■保護者向けの設問

### (2) 自身の子どものタブレット使用について(保護者全体)

#### ○子どものタブレット習熟度

#### 女子小学生の28%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

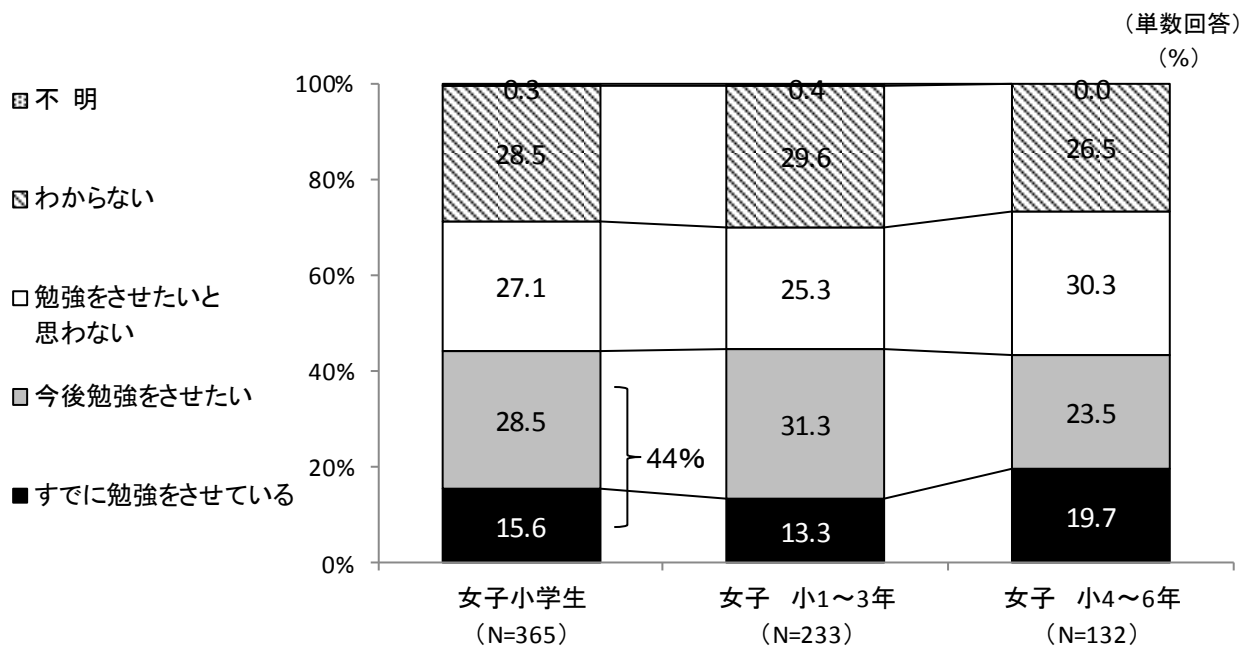
女子小学生の保護者に自身の子どものタブレット習熟度を尋ねたところ、女子小学生の保護者の28%が「使い方を教えなくても、自分で使い方を覚える」と回答。女子小4～6年生の保護者では37%と高学年で高い。



#### ○子どものタブレット学習(知育)について(保護者全体)

#### 保護者の44%は、今後タブレットを使わせたいと回答

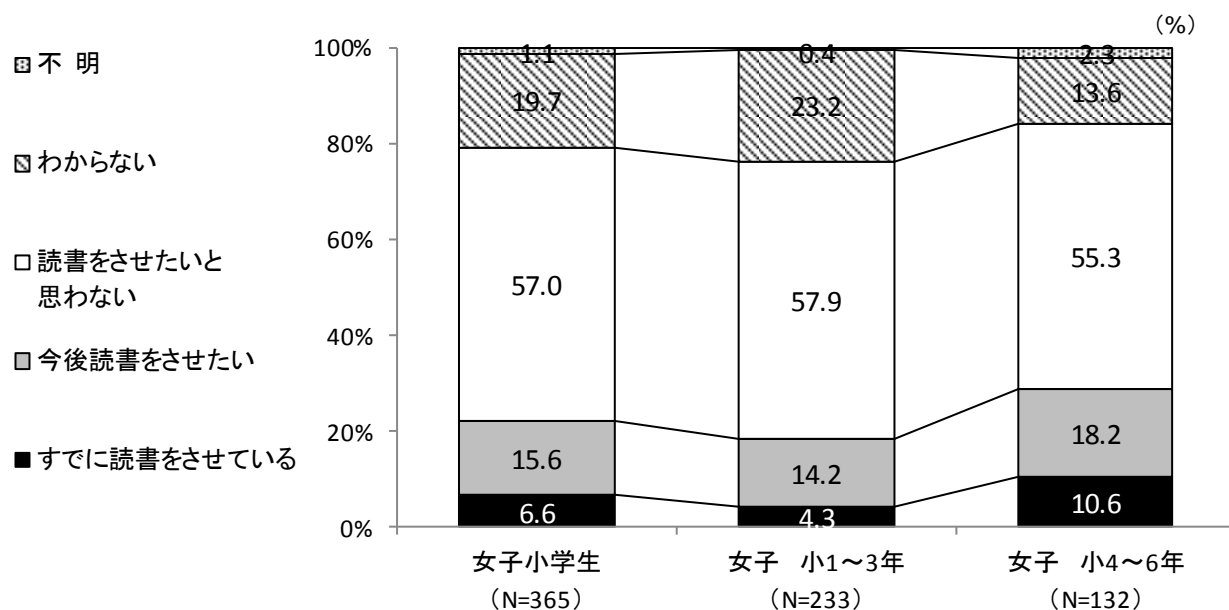
女子小学生の保護者に自身の子どもにタブレットで学習(知育)をさせたいか尋ねたところ、女子小学生の保護者の16%が「すでに勉強をさせている」と回答。「今後勉強をさせたい」と合わせると44%。保護者の間でもタブレットでの教育に前向きな姿勢が優勢であることがわかる。



## ○子どものタブレットでの読書について（保護者全体） 「タブレットで読書をさせたいと思わない」という回答が57%

女子小学生の保護者に自身の子どもにタブレットで読書をさせたいか尋ねたところ、女子小学生の保護者の57%が「読書をさせたいと思わない」と回答。「すでに読書をさせている」という回答は7%。タブレットを学習に使うことは肯定派が多かったが、読書については否定派が多数を占める結果となった。

(単数回答)



### (3)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(保護者全体)

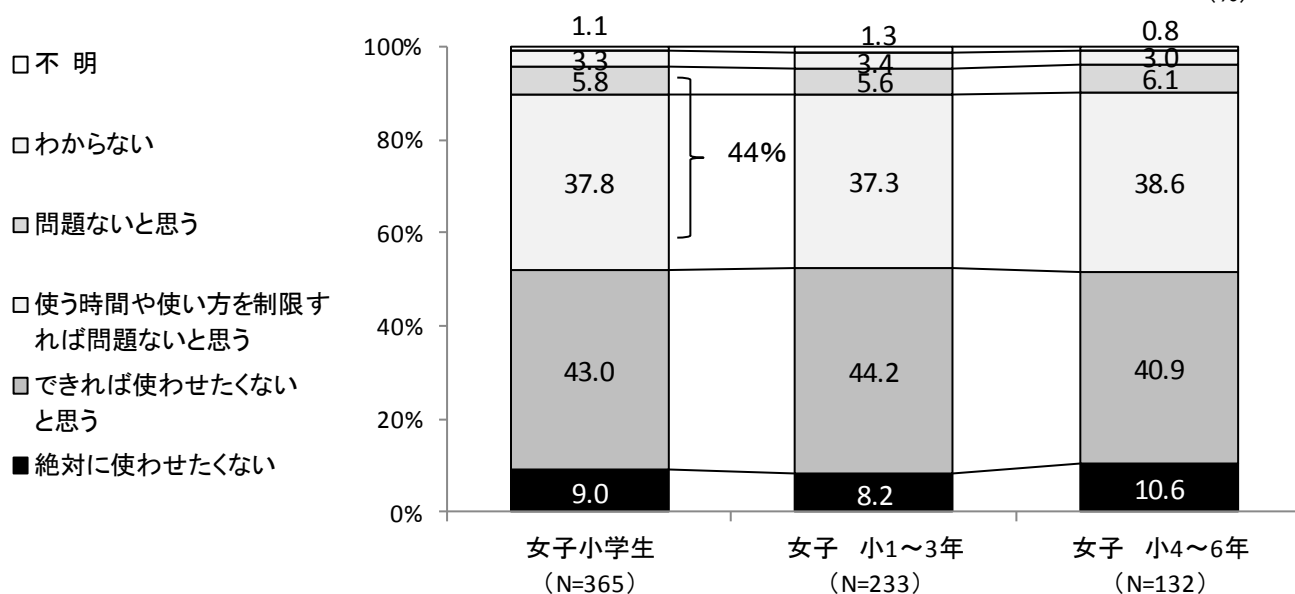
#### ○子どものLINEなどの無料通話・メールアプリの利用についての考え

#### 女子小学生の保護者の38%が「使う時間や使い方を制限すれば問題ないと思う」と回答

女子小学生の保護者に自身の子どもに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、38%が「使う時間や使い方を制限すれば問題ないと思う」と回答。肯定的な意見は「問題ないと思う」と合わせて44%。2014年8月調査では肯定的な意見は29%だったので、肯定派が増加した結果になった。

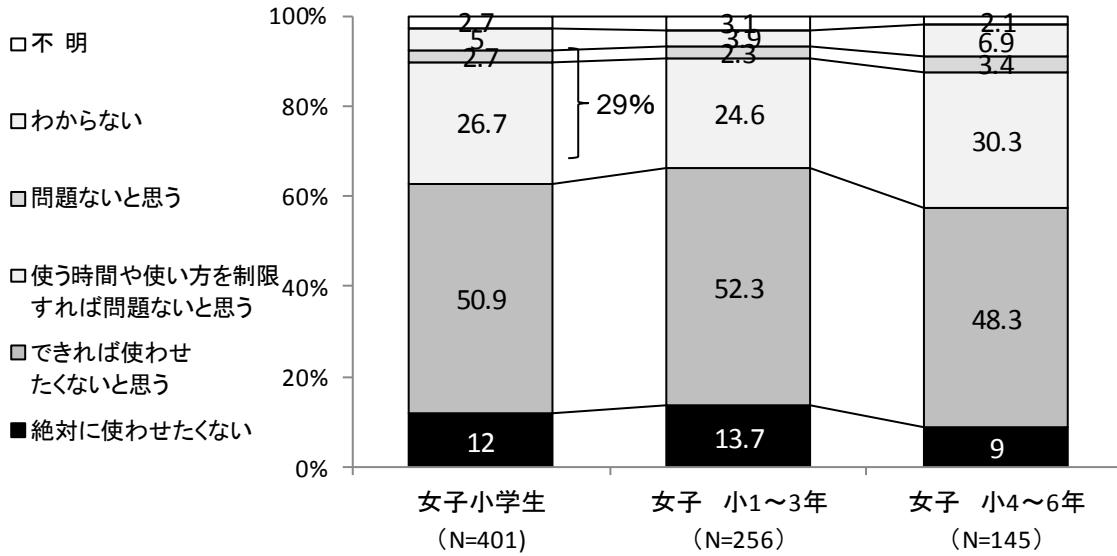
(単数回答)

(%)



(2014年8月調査)

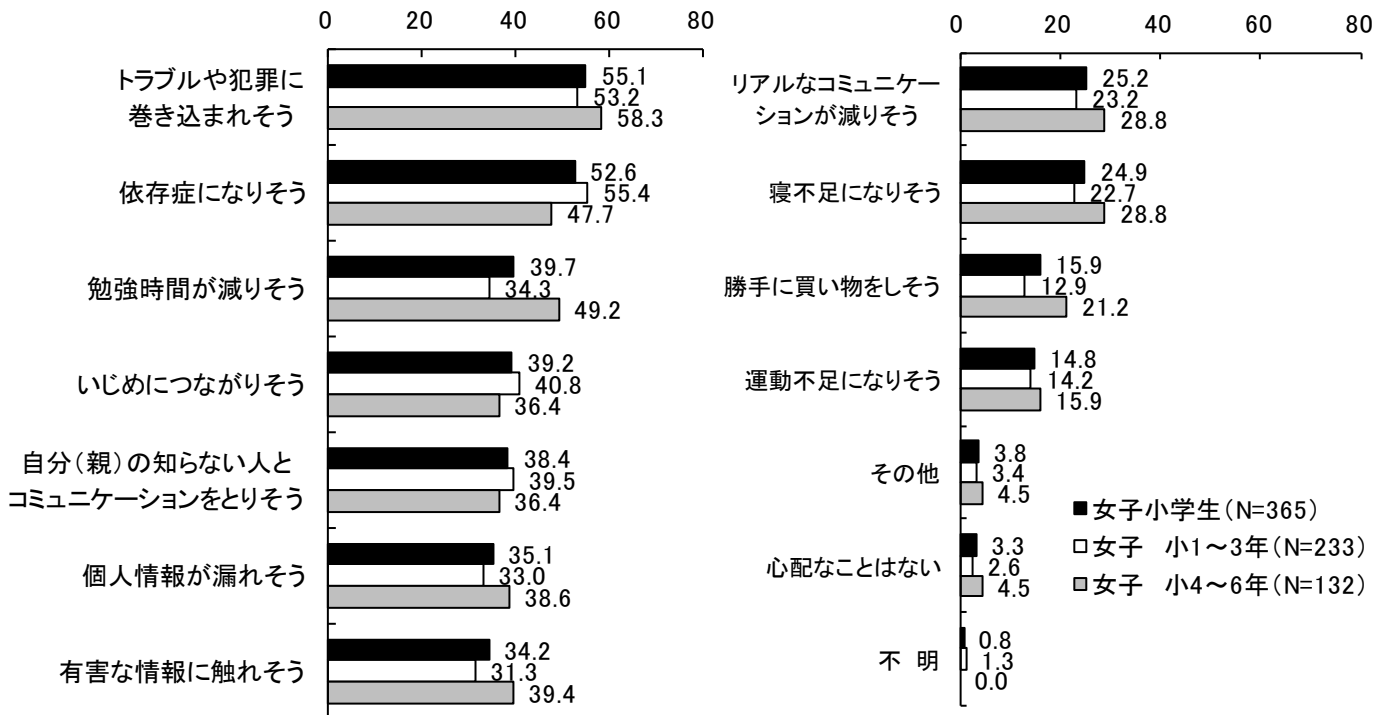
(単数回答)  
(%)



OLINEなどの無料通話・メールアプリの利用で心配なこと(保護者全体)  
「トラブルや犯罪に巻き込まれそう」と55%が回答

女子小学生の保護者に自身の子どものLINEなどの無料通話・メールアプリ利用で心配なことを尋ねたところ、55%が「トラブルや犯罪に巻き込まれそう」と回答。次いで、「依存症になりそう」が53%。

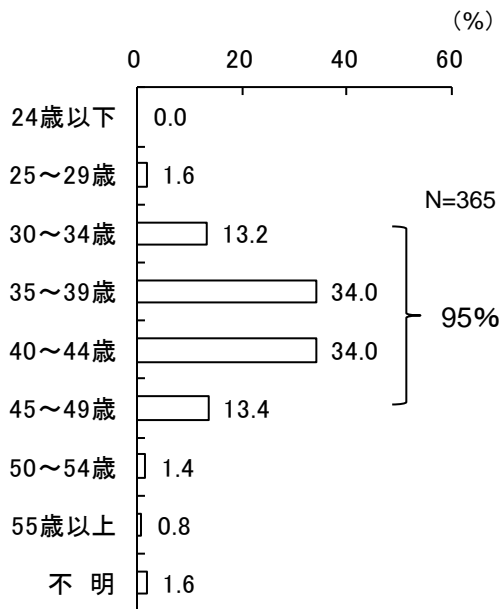
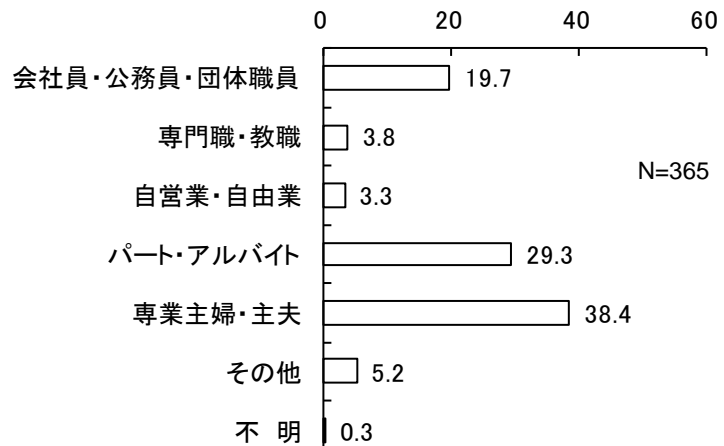
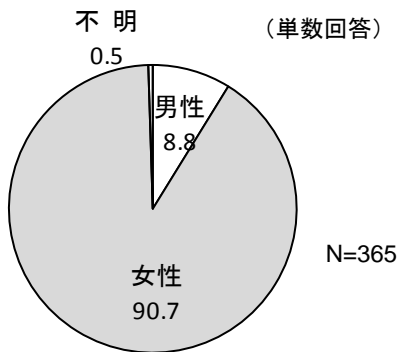
(複数回答)  
(%)



(4) 保護者のプロフィール(回答者全体)

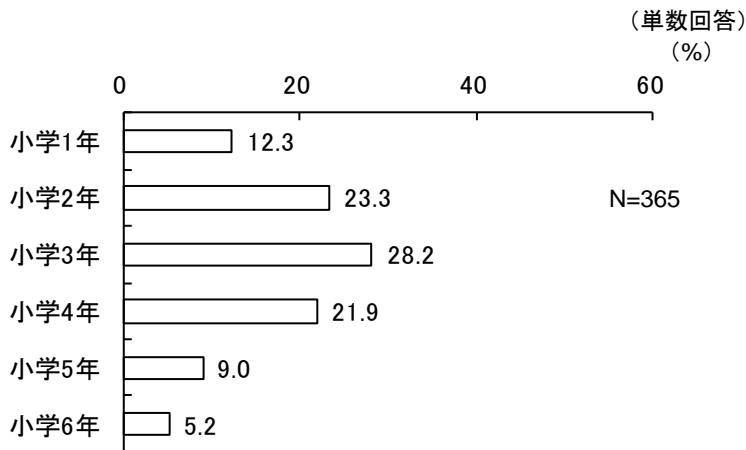
○保護者のプロフィール

性別は、女性91%、男性9%。年齢30代~40代が95%



(5) 女子小学生のプロフィール

○学年





## 【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	: 880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	: <a href="http://cp.dengeki.com/">http://cp.dengeki.com/</a>

### <ご参考>

#### ■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、テクノロジーなど、エンターテインメントやPC/IT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。

また、2017年は「電撃」ブランド創立から25周年を迎えました。これを記念し特別企画「電撃スペシャル企画25連発」と称し、2018年3月までさまざまな企画を展開してまいります。

- KADOKAWA公式サイト: <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/>
- 電撃25周年公式サイト: <http://25th.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



以上