

国内最大のアニメ専門チャンネル アニマックス調べ
「夏における親子の時間の過ごし方に関する調査」

海開き目前も、進む“海離れ”と加速するインドア志向 この夏、親子の時間の過ごし方は“避暑こもり”がトレンドに?! ～ アニメ視聴が親子のコミュニケーションツールとして1番人気に～

国内最大のアニメ専門チャンネルを運営する、株式会社アニマックスブロードキャスト・ジャパン

(本社:東京都港区/代表取締役:滝山 正夫)では、「夏における親子の時間の過ごし方」の調査を行いました。今回は、全国の子供を持つ男女(計900人)を対象に、これからの季節、夏を象徴する「海水浴」と夏に関連する「梅雨」と「朝型勤務」に基づく質問に回答していただきました。

◆“海離れ”をする子供、“避暑こもり”する親

梅雨が明けると本格的に夏突入し、6/30から「海開き」をする地域が出てくるとともに、7/21は「海の日」。しかし、「夏＝外でレジャー」といったこの当たり前のような公式が崩れ始めていることが今回の調査で分かりました。また、外に出たい気持ちはあっても、親子で家の中でゆっくりしたいという、“避暑こもり”の家族が増えていることも明らかになりました。

◆1年で最も家ごもりが増えるのが「梅雨」!“家ごもり度”は真冬以上に

6月上旬に関東地方も例年通りに梅雨入りし、灰色の曇天が続いています。各季節のレジャー意欲を比較しても、梅雨の季節はダントツで意欲が減退し。家でゆっくりしたいという意見が多く、親子の時間の過ごし方としても、家で簡単に観られるテレビ・アニメの人気が非常に高いという結果が出ました。夏に突入するまでのリラックス期間となっているようです。

◆朝型勤務で早く帰れた日の「ゆう活」は、外にでるより家でのんびり派多数

一部企業でテスト導入が開始され、7月から国家公務員でも実施される「朝型勤務」。日照時間の長い夏に始業時間を早めに設定し、就業時間も短くすることで残業の抑制を狙ったものです。また4月に厚生労働省が経団連に朝型勤務の推奨を呼び掛け、本格的に導入する企業が増加すると言われています。明確な変化は見えていないものの、明らかに「家族との時間」に対する意識が変わってきているように見受けられました。

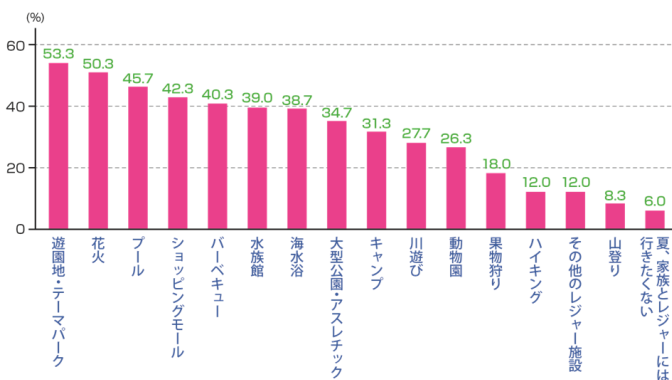
全調査を通し、季節や時期、働き方の変化によって理想の親子の過ごし方が「アウトドア」から「インドア」に移行してきていることが分かり、家での過ごし方は親子で「テレビを観ること」が平日も休日も1位となりました。特に「アニメ観賞」は親と子供双方にメリットがあり、アニメを通して親子の絆をさらに深めていける大切なコミュニケーションツールとなっています。

※ 本リリースに含まれる調査結果をご掲載いただく際には、「アニマックス 調べ」とご明記ください。

結局はインドア?! 外に出たいのに出られない… “避暑こもり族”が増加傾向に

夏の定番レジャーである「海水浴」が7位という結果に終わり、一番回答が多かった「遊園地」は「海水浴」よりも約15%も高い結果となりました。「花火」や「プール」など夏の定番レジャーの根強い人気はもちろんあるものの、アクティブ過ぎず年中楽しめるレジャーである、「遊園地」や「ショッピングモール」、「バーベキュー」などが主流になりはじめているように見受けられます。最近では、「海離れ」という問題も起きており、主な原因としては、安全性のために臨海学校などの授業がなくなり、海に幼少期から触れる機会がなくなったからや、潮のべたつきや砂が嫌だからなどがあげられています。

今年の夏の休日に、家族と行きたいレジャー

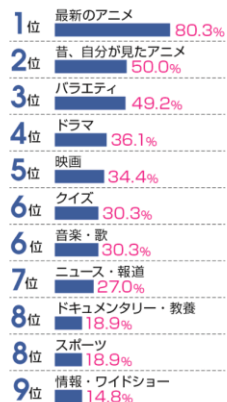


	家の中で 自分ひとりで過ごす	家の中で 家族と一緒過ごす	外でお子様と 一緒に過ごす	外でお子様以外の 家族と一緒に過ごす	外で家族以外の知人と 一緒に過ごす	外でひとりで過ごす		
今までの夏の休日に 多かった過ごし方	300	61.0	14.0	9.7	68.3	13.7	8.0	3.3
今年の夏の休日に やりたい過ごし方	300	48.0	10.7	14.0	69.0	13.3	9.3	7.3

梅雨明け後は太陽の光を存分に浴びたい！という気持ち強いように見受けられ、また、夏はまとまった休みが取れることから、子供を外に連れ出してあげたいと考えているという割合も約7割と非常に高いことが分かりました。しかし、実際の「過ごし方」と「やりたい過ごし方」には差があり、夏休みは子供と外で過ごしたいと約70%回答しているにも関わらず、結局は家で子供と一緒に過ごしたと回答したのも約60%となっています。これは、ここ何年も続く猛暑の影響が色濃く出ており、外へ出たい気持ちがありつつも、熱射病の恐れもあるため結局は涼しい家にもってきたいという気持ちが表れています。子供と家でしたいことの1位はテレビを一緒に観ることで、子供と一緒に観たことがある番組、観たい番組はともに1位が「最新のアニメ」で、2位が「昔、自分が観ていたアニメ」となっています。「昔、自分が観ていたアニメ」を視聴するにあたり、ゴールデンタイムにアニメが放送されていた親世代は、当時を思い返し、自らを振り返るきっかけとなることもあります。一方で、古いアニメは視聴者に「夢や希望」を与え、心が温まる作品が非常に多く、現代の子供たちにもこの古きアニメの素晴らしさをゆっくりと伝えるのも、時間がある夏休みだからこそかもしれません。

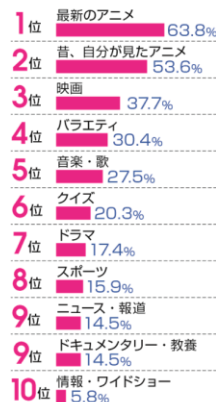
直近1年間でお子様と一緒に
みたことがあるテレビ番組

(N=122
お子様と一緒に
テレビをみる方ベース)



お子様と一緒に
みたいテレビ番組

(N=69
お子様と一緒に
テレビをみたい方ベース)

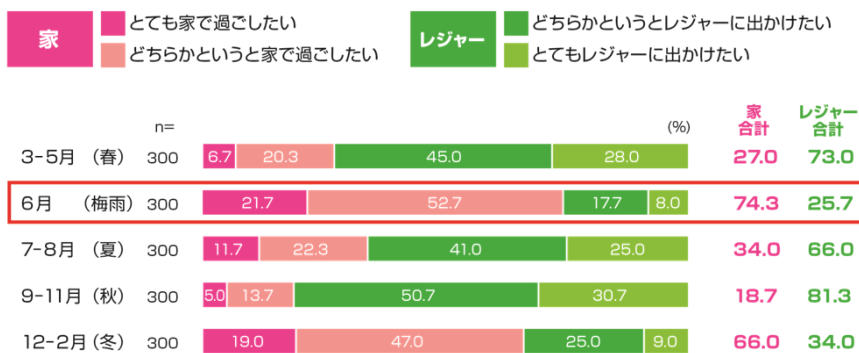


※ 本リリースに含まれる調査結果をご掲載いただく際には、
「アニマックス 調べ」とご明記ください。

1年で1番レジャー意欲が下がるのは「真冬」でなく、「梅雨」 “家ごもり度”は行楽シーズンの秋の3倍に！

一年を通し、一番レジャー欲が下がるのは「梅雨」で、70%以上がインドア志向になることがわかりました。これは秋のレジャー意欲(約80%)と比較すると約1/3以下となり、非常に意欲が低いことが見受けられます。理由としてあげられるのが、「雨により、休日の予定がつぶれてしまった経験があるから」であり、実際にこのような苦い経験したことがある割合は全体の約85%となっています。真冬も「外は寒いから、できれば家でゆっくりしたい」という意見が非常に多く、レジャー欲は34%となっていますが、これにも勝るのが「梅雨」であり、約10%も真冬よりも低い結果となっています。真冬に関しては、スキーや雪合戦など期間限定のレジャーがあるため、寒くても外に出たい、子供を遊ばせてあげたいとの回答もあり、梅雨よりもレジャー欲が勝ったと見受けられます。

各季節について、「家で過ごしたい」か「レジャーに出かけたい」か



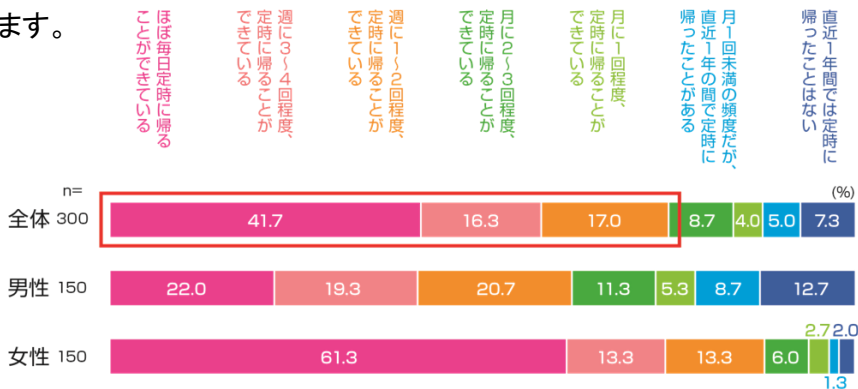
インドア派が増える梅雨の時期、家の中での子供との過ごし方で一番回答が多かったのは、「一緒にテレビを観る」でした。日ごろの疲れをゆっくり癒しつつ、子供との時間を楽しめる手短なコミュニケーションツールであるテレビはやはり人気が高いという結果となりました。その中で、一緒に観たい番組ランキングには、「最新のアニメ」、「バラエティ」、「昔、自分が観ていたアニメ」がトップ3にランクインしました。やはり、子供と観るテレビ番組となると、子供が主体となり、子供が観て楽しめるものを選ぶ傾向が強く、わかりやすく、簡単に楽しめる番組を選ぶ傾向があることがわかりました。



※ 本リリースに含まれる調査結果をご掲載いただく際には、
「アニマックス調べ」とご明記ください。

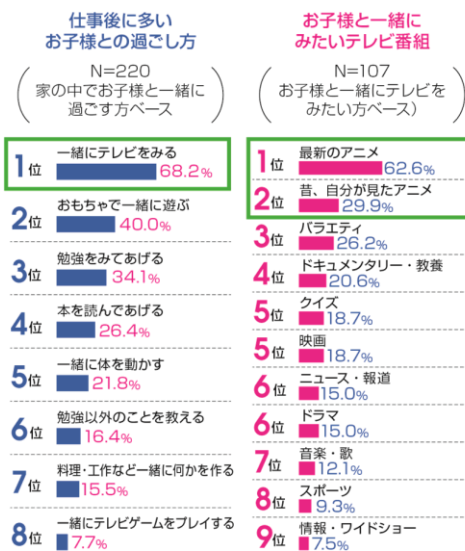
日本で「ゆう活」朝型勤務が夏から本格導入へ 家族との大切なコミュニケーションツールとして「アニメ」が人気

まだ一部の企業でしか朝型勤務を導入していないものの、すでに約10%がトータルで残業・時間外労働をする日数が減った、やや減ったと回答しています。今後この「ゆう活」(ゆうやけ時間活動推進)というライフスタイルが私たちの生活に徐々に浸透していくことで、この割合は徐々に増加していく見込みです。また、ほぼ毎日定時に帰れていると回答した割合は男女合わせ、全体の約40%で、週に1回以上は必ず定時に帰れていると回答したのは75%にのぼります。このことから、仕事の効率や残業前提の仕事に対する日本人の意識や、減私奉公の考え方もだいぶ変わってきたかと思えるとともに、**家族と一緒に過ごす時間に対するプライオリティーが非常に高くなってきているように見受けられます。**



また、仕事で疲れていても子供と時間を過ごしたい、過ごしてあげたいと考える、子供を想う親が全体の75%と、非常に多いという嬉しい結果が出ました。しかし、やはり疲れていることもあるためか子供と家でゆっくり過ごしたいという割合は約70%と高く、その中でも一緒にテレビを観て楽しく過ごしたいという割合が約55%と一番多い結果になりました。

観たい番組でアニメを選択する割合が高いのも、一緒に座って楽しく観ているだけで、子供とのコミュニケーションが円滑になるとともに、自分自身のレクリエーションにもなることが大きな理由となっています。



< 調査概要 >

- ◆ 調査期間 : 2015年6月5日～6月7日
- ◆ 調査対象 : 25歳から54歳でお子様のいる全国の男女900名(男性450名/女性450名)
- ◆ 調査方法 : インターネット調査
- ◆ 調査機関 : 株式会社クロス・マーケティング