

各位

2012年（平成24年）3月21日  
株式会社大広  
総務局広報部

～キャラクター商品 好き？嫌い？買う？買わない？～



株式会社大広「ちびファミ・ラボ」  
育児中のママの、キャラクター商品購入実態調査

株式会社大広(社長：高野功)は、社内プロジェクト「ちびファミ・ラボ」※の活動の一環として、育児中のママを対象に、キャラクター商品の購入実態に関する調査を実施いたしました。

育児中のママと子供の周囲には、歯ブラシやシャンプー等の日用品、洋服やカバン等服飾雑貨、さらにカレーやジュース、ヨーグルトといった食品に至るまで、あらゆるところにキャラクター商品があふれています。

子供が喜ぶからつい買ってしまうというママがいる一方で、キャラクターがついた商品は好まない、あまり使わせたくない、というママも存在します。

今回、育児中のママ100人を対象に、このようなキャラクターのついた商品群は、実際のところどれくらい買われているのか、なぜそれを買うのかといったことを調査することで、商品の購入促進にキャラクターはどのように関わっているかを探りました。その結果、キャラクターと商品の関係性及びキャラクターが果たす役割から、その現状と課題が浮き彫りになりました。

調査結果のポイント・概要は、以下の通りです。

「ちびファミ・ラボ」では、これからもママたちの生の声をはじめとした様々な意識を調査し、その実態を把握することで、クライアントサービスに活かしてまいります。

※ 2008年6月に発足した「ちびファミ・ラボ」は、妊娠中の夫婦（プレママ&プレパパ）、そして0～6歳の乳幼児の親（パパ&ママ）の育児に関する意識と行動を把握し、リアリティのあるインサイトと、データに基づいた提案を行うことで同領域のマーケティング活動を行う取引先のマーケティングソリューションパートナーを目指す社内プロジェクトです。

<調査概要>

- ・調査方法： インターネット調査
- ・調査対象者：末子年齢が0～6歳の全国の子育て中のママ
- ・回収サンプル：100 サンプル
- ・調査実施日： 2012年1月20日

<調査結果の総括>

●キャラクター商品の現状

- ① 購入経験が高いキャラクター商品は「食品」。「服飾雑貨」「日用品」は低い
- ② 購入を阻害する主な要因は3つ、割高感・クオリティへの不審・デザイン
- ③ それでもキャラクターはやはり偉大。子どもの成長を助ける強い味方！

●キャラクター商品の課題と今後

① 商品そのもののクオリティアピールが必要

キャラクター商品に手を出さないママの大半が、キャラクター頼みで品質は劣悪なのではないか、自分は品質重視でキャラクター商品は買わないなど、「商品力」に疑問を感じていた。実際には商品力もしっかり備えていると思われるが、残念ながら十分にそれが伝わっていないのが現状とも言える。今後1人でも多くのママ達に手にしてもらうためには、商品のクオリティ向上や、クオリティの高さのアピールが課題になる。商品力の高さを実感してもらえれば、多くのママが買わない理由のひとつとして挙げていた「割高感」も克服できると考えられる。

② 長く愛されるためには、デザイン性の向上も望まれる

特に服飾雑貨に関しては、キャラクター商品＝デザイン性が低い／格好悪いから買わない、という意見が多く見られた。デザインへの関心が高い最近のパパ・ママ達に広く受け入れられ、長く愛してもらうためには、服や雑貨といったデザイン性を求められる商品とも親和性の高いキャラクター開発が求められるのではないだろうか。

この件に関するお問い合わせは下記までお願いいたします。

株式会社大広 総務局広報部 遠藤、長谷川

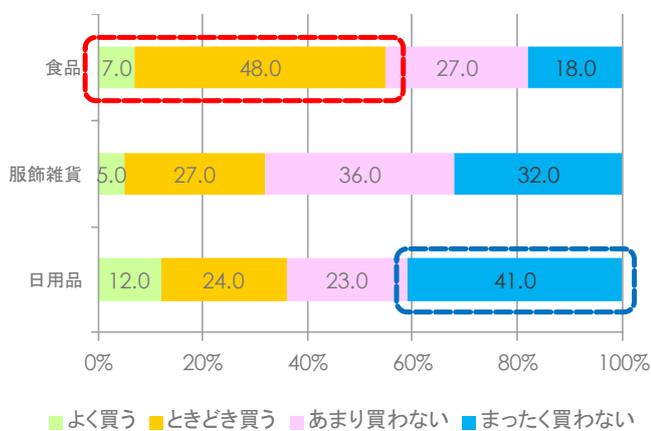
TEL：03-6364-8601

## <調査結果の抜粋>

### ① 購入経験が高いキャラクター商品は「食品」。「服飾雑貨」「日用品」は低い

- キャラクターのついた「食品」は「よく買う」「ときどき買う」人が55.0%
- これに対し、服飾雑貨（服・靴・カバンなど）については「あまり買わない」（36.0%）という人が最も多く、「まったく買わない」（32.0%）と合わせると68.0%
- また「日用品」は「あまり買わない」「まったく買わない」人が64.0%。特に「まったく買わない」人が41.0%に達した

#### ■あなたはキャラクター商品を買いますか？（SA）



### ② 購入を阻害する主な要因は3つ、割高感・クオリティへの不審・デザイン

- 全カテゴリーに共通して、キャラクター商品を買わない主な理由は「割高感がある」・「キャラクターより素材や成分を重視する」・「かわいくない、ダサイ」

#### ■キャラクター商品を買わない理由（FAより抜粋）

##### 【食品】（「あまり買わない」「まったく買わない」計45.0%）

- 値段が高く、味もいまいちなので（20代、子供5歳）
- キャラクターと商品は無関係だから。品質でちゃんと勝負してほしい（30代、子供0歳）

##### 【服飾雑貨】（「あまり買わない」「まったく買わない」計68.0%）

- キャラクターものは好きではないから。カッコ悪い（40代、子供5歳）
- キャラクターより素材や値段を重視するので（30代、子供4歳）

##### 【日用品】（「あまり買わない」「まったく買わない」計64.0%）

- 割高なので（30代、子供3歳）
- 中身が大事、パッケージに惑わされない子供になってほしいから（40代、子供5歳）

③ それでもキャラクターはやはり偉大。子どもの成長を助ける強い味方！

- キャラクター商品を買う最大の理由は「子供が喜ぶ・欲しがるから」
- 苦手なお着替えやハミガキも、好きなキャラクターの商品を使えば喜んでやってくれる、という意見も
- キャラクターは子供の苦手を克服させ、成長を少し後押ししてくれる強い味方であることがうかがえる

■キャラクター商品を買う理由 (FAより抜粋)

【食品】(「よく買う」「ときどき買う」計55.0%)

- ・ 子供が喜ぶので (30代、子供3歳)
- ・ 好きなキャラがついていると子供が楽しく飲んだり食べたりするから (30代、子供2歳)

【服飾雑貨】(「よく買う」「ときどき買う」計32.0%)

- ・ 子供が喜ぶし、幼稚園でも流行っているため話題作りになるので (30代、子供4歳)
- ・ 子供の気持ちがアップするから (30代、子供5歳)

【日用品】(「よく買う」「ときどき買う」計36.0%)

- ・ 歯磨きが楽しくなればうれしいから (30代、子供3歳)
- ・ 歯ブラシ。キャラクター付だと子供がいうことを聞いてくれるから (30代、子供2歳)

以上