

令和7年度 日本の魅力の連携効果に関する外国人の行動・意識調査

大阪・関西万博
アニメ・マンガツーリズムフェスティバル
外国人来場者アンケート調査

集計・分析結果報告書

令和7年 9月30日

一般社団法人アニメツーリズム協会

目次

| | |
|------------------------------|----|
| 1.調査の主旨・目的・方法 | 3 |
| 2.回答外国人の属性(居住地・性別・年齢・職業) | 5 |
| 3.回答外国人のアニメ・マンガ体験 | 7 |
| 4.回答外国人の親日度 | 9 |
| 5.回答外国人の訪日意向 | 11 |
| 6.回答外国人のイベント体験の評価 | 13 |
| 7.回答外国人のイベント体験の効果 | 14 |
| 8.回答外国人の今回の訪問都道府県、今後行きたい都道府県 | 16 |
| 9.回答外国人のアニメ・マンガに関する観光について | 21 |
| 10.回答外国人の今後の訪日時にやりたいこと | 23 |
| 11.回答外国人の今回の訪問について | 24 |

1.調査の主旨・目的・方法

調査の主旨

現在、世界的潮流としてもアニメ、マンガ等の舞台の見物（ゆかりの地巡り）への関心等が高まっており、アニメ、マンガ等のコンテンツが他分野にも大きな波及効果をもたらすように変化している。しかしながら、我が国では、コンテンツがインバウンドの誘致につながるといった理解には進んでおらず、地域、アニメ等関係者の双方の理解促進が重要である。

このため、訪日外国人の実態・意向を把握した効果的な日本の魅力の発信につなげられるよう、アニメ、マンガ等を起点・入口とした日本の魅力の発信の効果的な掛け合わせに関するデータ等を、地域、アニメ、マンガ等関係者に共有することでクールジャパンの取組を実施しやすい環境を整備する。

本調査は、訪日外国人の実態・意向を把握した効果的な日本の魅力の発信につなげられるよう、大阪・関西万博の場を活用したアニメ、マンガ等を起点とした地域の魅力との分野連携効果に係る実証調査を実施することとした。

このため本調査では、以下の項目を調査した。

- ・回答外国人のアニメ・マンガ体験
- ・回答外国人の親日度・訪日意向
- ・回答外国人のイベント体験の評価と効果
- ・回答外国人の今回の訪問都道府県、今後行きたい都道府県
- ・回答外国人のアニメ・マンガに関する観光について
- ・回答外国人の今後の訪日時にやりたいこと
- ・回答外国人の今回の訪問について

実証調査の全体設計

- 名称 : Cool Japan Showcase Anime Manga Tourism Festival
(クールジャパンショーケース/アニメ・マンガ ツーリズム フェスティバル)
- 時期 : 令和7年4月30日(水)～5月2日(金) 11:00～17:00 (観覧の事前予約は不要)
- 会場: 大阪・関西万博会場内 EXPO メッセ「WASSE」イベントホール南
- 主催: 内閣府知的財産戦略推進事務局
- 運営 : 一般社団法人アニメツーリズム協会 (アニメ・マンガ ツーリズム フェスティバル事務局)

なお、内閣府知的財産戦略推進事務局では、2024年度に、海外12カ国・地域のアニメ・マンガファンを自認する人を対象としたオンラインのアンケート調査を行った。また、同年度に、(株)日本政策投資銀行(DBJ) 及び(公財)日本交通公社(JTBF)によって行われた「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」による親日度・訪日意向をKGI/KPIとしている。このため、以上2つの調査の結果と、本調査を比較対照して分析した。

調査の方法

本調査にあたり、会場に来場する外国人に回答をいただく設問を定め、スマートフォン等で回答できるフォームを用意した。フォームは、過去の居住地別の訪日外国人数の実績等に基づき、右記の8言語で回答できるものとした。

【アンケート回答フォームの言語】

| | |
|-----|-------|
| 英語 | フランス語 |
| 簡体字 | ドイツ語 |
| 繁体字 | スペイン語 |
| 韓国語 | タイ語 |

3日間の本フェスティバル開催期間中、会場内にアンケート回答コーナーを設け、回答案内のパネルを掲出、アンケート回答を受け付けた。

回答コーナーには、上記8言語のうち1~2言語を話せる案内スタッフを8名×2チーム配置し、外国人にアンケート回答を呼びかけ、回答者に特典として特製折り紙セットを配布した。

来場者の中から外国人のみからアンケートの回答を得るのが難しいことが予想される中、回答率を上げるべく、折り紙を配布、出口付近にて多言語にて回答を呼びかける等の対応を行ったものの回答を断られることもあった。

【会場内アンケート回答コーナーの案内パネル】



2.回答外国人の属性(居住地・性別・年齢・職業)

回答外国人の数と居住地

3日間のアンケート調査により総数495の回答を得た。詳細は下記の表のとおり。

- ・1日あたりの万博入場者数が予測より少なかった
 - ・万博入場者のうち本催事への会場来場者の割合も予測より少なかった
 - ・会場来場者の外国人の比率は予測より少ないという出展者やアンケート回収係員の感想があった
- 以上のことなどから、アンケート回答数は495に留まった

【万博入場者数、会場来場者数、外国人率、アンケート回答数の予測と実際】

| 日程 | 予測 | | | | 実際 | | | |
|------|------------|------------------|-------------------|-------------------|------------|------------|-----------------------|--------------|
| | 万博 入場者数 | 会場来場者 数(6.5%) | 来場外国人数 推計(15%) | アンケート 回答数(50%) | 万博 入場者数 | 有料入場 者数 | 会場来場者数 目測値(有料入場者比) | アンケート 回答数 |
| 4/30 | 153,000 | 10,000 | 1,500 | 750 | 101,397 | 83,776 | 4,621(5.5%) | 155 |
| 5/1 | 153,000 | 10,000 | 1,500 | 750 | 105,945 | 88,397 | 5,195(5.9%) | 156 |
| 5/2 | 153,000 | 10,000 | 1,500 | 750 | 104,805 | 87,064 | 5,484(6.3%) | 184 |
| 累計 | 459,000 | 30,000 | 4,500 | 2,250 | 312,147 | 259,237 | 15,300(5.9%) | 495 |

回答外国人の言語選択と居住地

回答外国人は、下記の表のように、居住地の主要言語のみならず、多様な言語を選択して回答した。この結果、23以上の国・地域に居住する外国人から、複数言語による回答を得る結果となった。

集計・分析にあたって、回答数が10に満たない国・地域は、集計・分析を割合で示すことができる標本数に満たないため、以下の国・地域は圏域にまとめて集計・分析した。

- ・ベトナム、タイ、インドネシア、マレーシア、インド=その他のアジア
- ・スペイン語圏、メキシコ=スペイン・中南米
- ・オーストラリア、ニュージーランド=オセアニア

【回答外国人の回答言語と居住地】

| | 総数 | 韓国 | 中国大陸 | 香港 | 台湾 | フィリピン | ベトナム | タイ | インドネシア | マレーシア | 印 | シンガポール | ドイツ | フランス | スイス | イタリア | イギリス | 西語圏 | メキシコ | 米 | 加 | 豪 | ニュージーランド | その他 |
|-------|-----|----|------|----|----|-------|------|----|--------|-------|---|--------|-----|------|-----|------|------|-----|------|----|----|----|----------|-----|
| イギリス語 | 309 | 5 | 7 | 9 | 1 | 19 | 4 | 5 | 8 | 8 | 7 | 10 | 21 | 4 | 6 | 16 | 16 | 8 | 7 | 54 | 13 | 18 | 4 | 59 |
| 簡体字 | 70 | 0 | 53 | 0 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 | 0 | 3 |
| 繁体字 | 49 | 2 | 5 | 11 | 26 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 韓国語 | 14 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 仏語 | 19 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| 独語 | 18 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| 西語 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| タイ語 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 合計 | 495 | 17 | 65 | 22 | 34 | 19 | 4 | 14 | 8 | 8 | 7 | 22 | 21 | 17 | 12 | 16 | 16 | 15 | 11 | 57 | 16 | 22 | 4 | 68 |

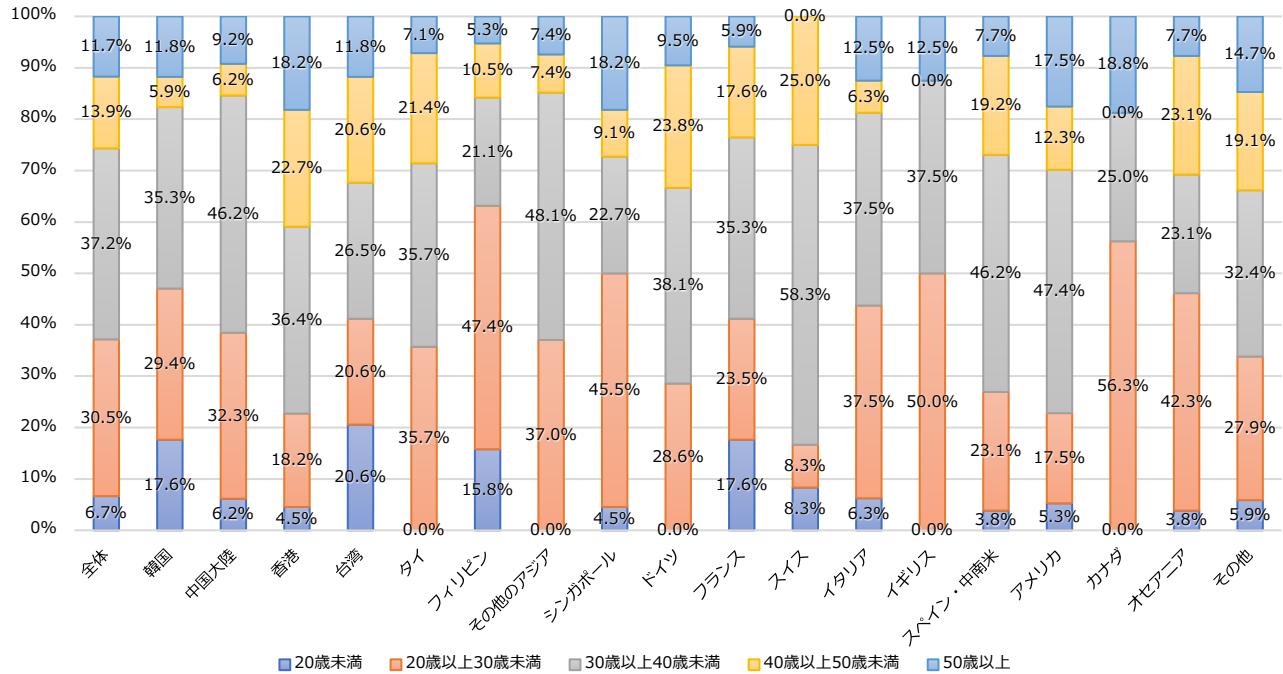
回答外国人の居住地・性別

集計・分析に用いる居住地区分と区別の回答外国人の数、その性別内訳は以下とした。

| 居住地域 | 全体 | 韓国 | 中国大陸 | 香港 | 台湾 | フィリピン | その他の アジア | シンガポール | ドイツ | フランス | スイス | イタリア | イギリス | スペイン・ 中南米 | 米国 | カナダ | オセアニア | その他 |
|--------------------|-----|----|------|----|----|-------|-------------|--------|-----|------|-----|------|------|--------------|----|-----|-------|-----|
| 回答数 | 495 | 17 | 65 | 22 | 34 | 19 | 46 | 22 | 21 | 17 | 12 | 16 | 16 | 26 | 57 | 16 | 26 | 68 |
| 男性 | 296 | 11 | 45 | 15 | 18 | 8 | 29 | 8 | 11 | 10 | 5 | 11 | 8 | 17 | 39 | 7 | 17 | 39 |
| 女性 | 185 | 6 | 20 | 5 | 15 | 10 | 16 | 10 | 10 | 7 | 7 | 5 | 8 | 8 | 16 | 9 | 8 | 27 |
| その他、 答えたく ない | 14 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 1 | 2 |

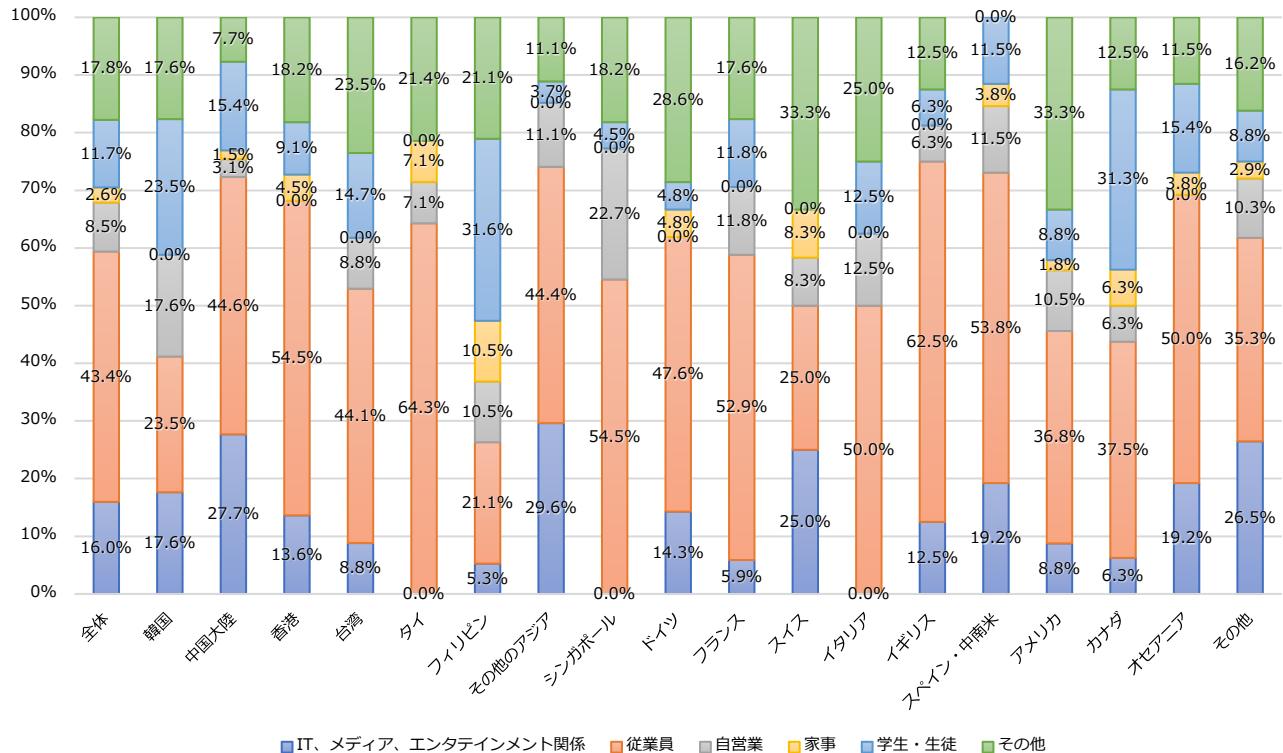
回答外国人の年齢

万博来場のために訪日し、本フェスティバル会場に来場して回答した外国人は、全体、多くの国・地域で20・30歳代の割合が高かった。韓国、台湾、フィリピン、フランスでは20歳が15%以上あった。



回答外国人の職業

全体、多くの国・地域で従業員の割合が最も高かった。韓国、フィリピン、カナダでは学生・生徒の割合が高かった。中国大陸、東南アジア、スイスはIT、メディア、エンタテインメント関係の割合が高かった。



3.回答外国人のアニメ・マンガ体験

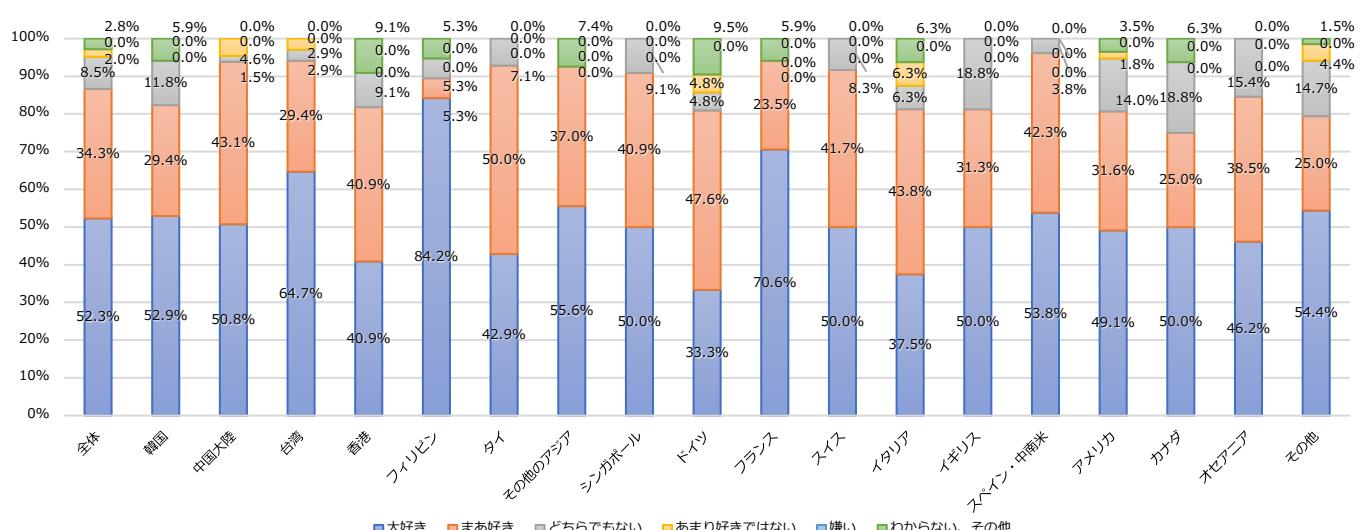
回答外国人のアニメ・マンガ体験

回答外国人が「アニメ・マンガを大好き」とする率は、全体、多くの国・地域で50%を超え、高かった。ドイツとイタリアは30%台で低かった。「大好き」に「まあ好き」を加えると、カナダ以外のすべての国・地域で80%を超えた。これは次頁の2024年度の海外12カ国・地域のアニメ・マンガファン対象のオンライン・アンケート調査のレベルに迫る数値であり、ファンを自認する人に迫るほど高いと言える。

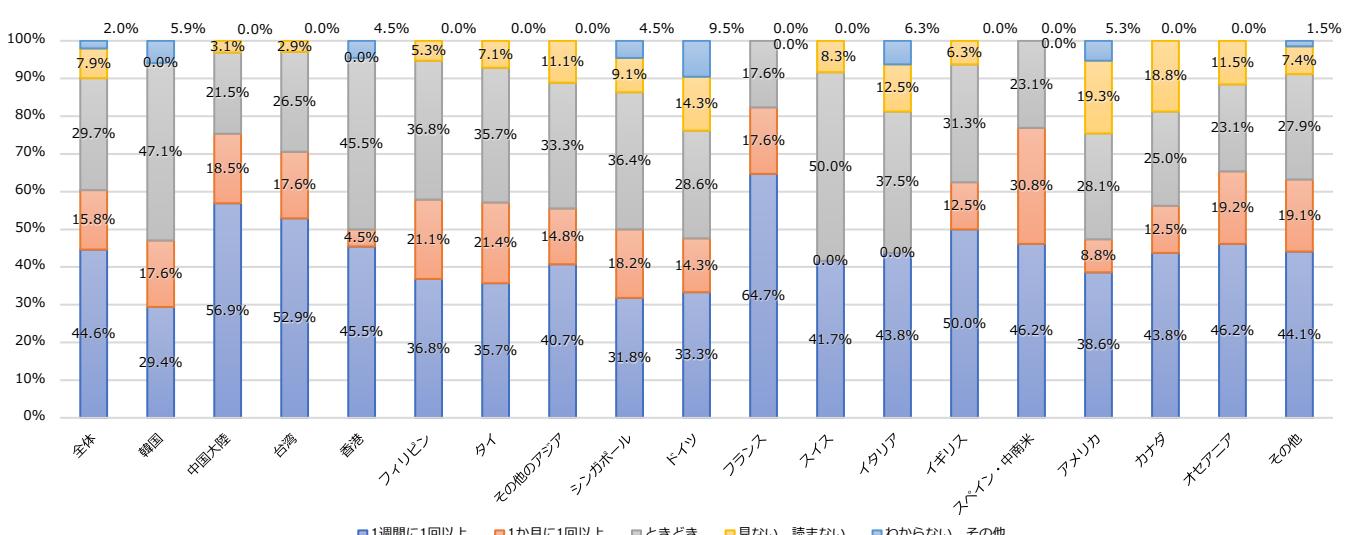
アニメ・マンガの体験率では、韓国を除き、多くの国・地域で「週に1回以上」が40%程度あり、「月に1回以上」を加えると多くの国・地域で50%を超えた。これは2024年度の海外12カ国・地域のアニメ・マンガファン対象のオンライン・アンケート調査の「アニメを見る、マンガを読む回数」より低いが、日本交通公社の「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」のアニメ・マンガの体験率より高かった。

本フェスティバル来場者のアニメ・マンガの体験率は過半を超える、これを「好き」とする率はさらに高い。訪日外国人のアニメ・マンガに係る消費の経済効果をとらえるためには、今後も継続してアニメ・マンガの体験率をとらえることが必要である。

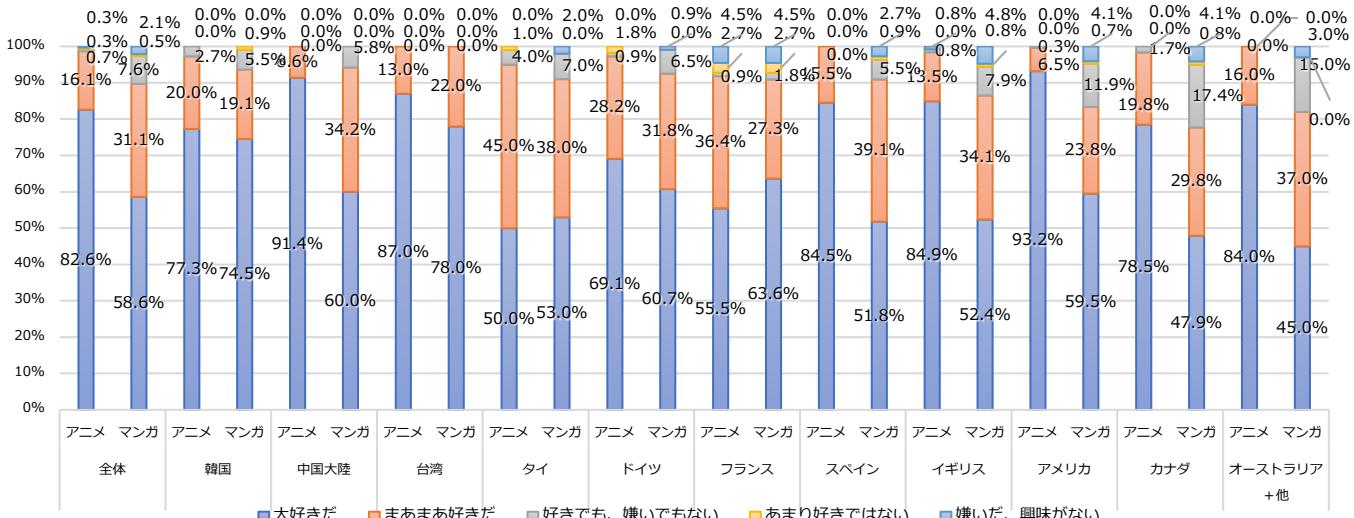
回答外国人のアニメ・マンガへの好意度（アニメ・マンガは好きですか？）



回答外国人のアニメ・マンガへの体験度（日本のアニメを見る、マンガを読む回数）

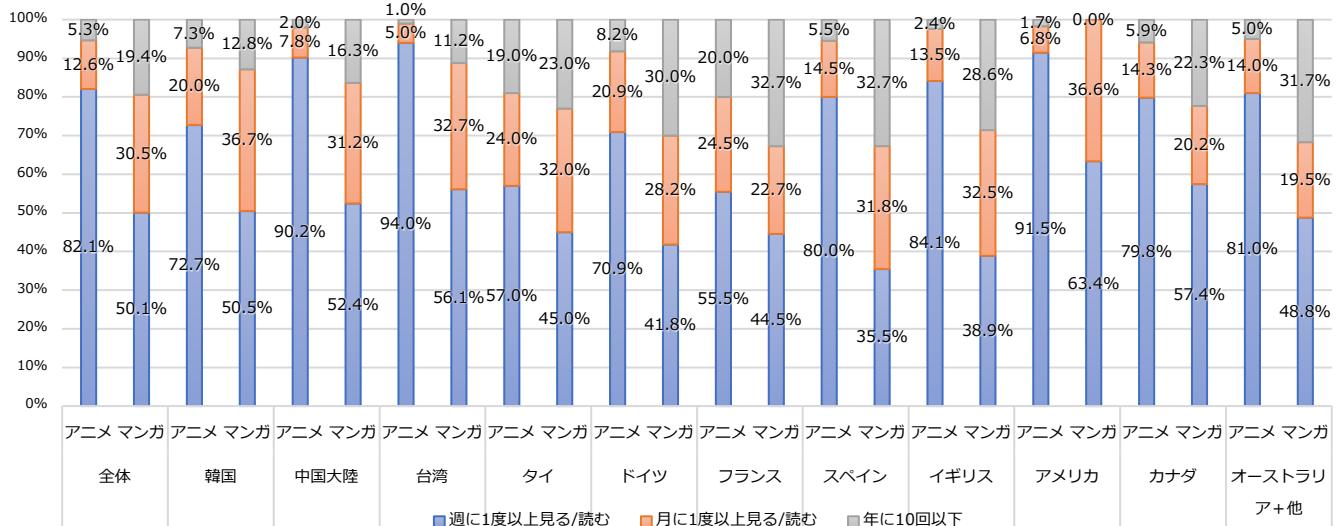


参考：日本のアニメを好きですか・日本のマンガを好きですか【アニメ・マンガファン】



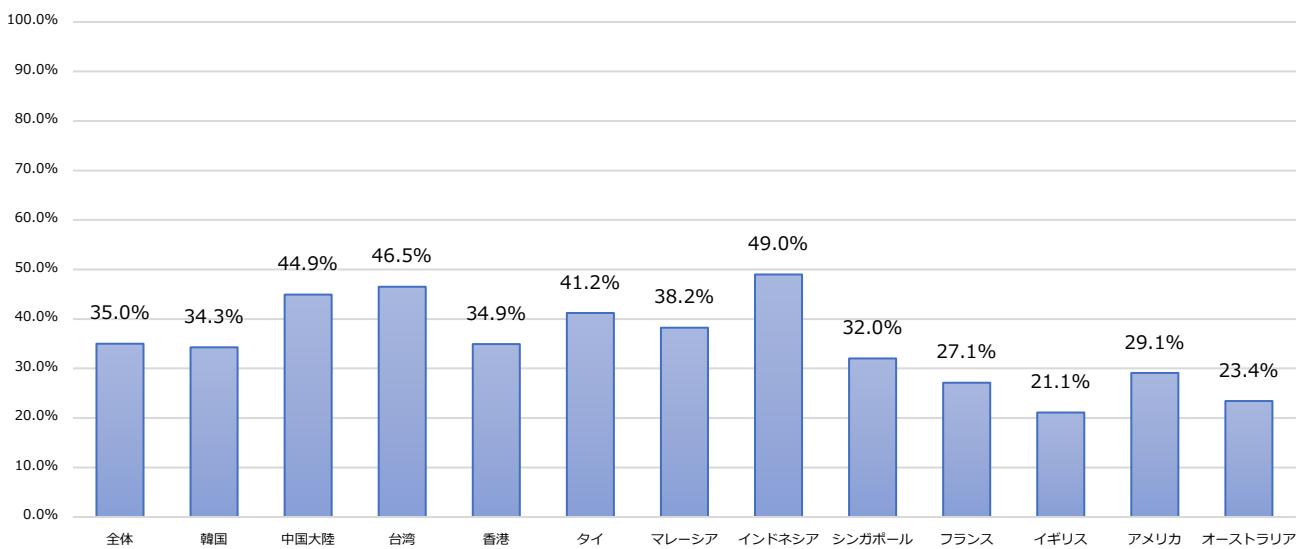
出典：令和6年度 日本の魅力に関する外国人の行動・意識調査

参考：日本のアニメを見る回数・日本のマンガを読む回数【アニメ・マンガファン】



出典：令和6年度 日本の魅力に関する外国人の行動・意識調査

参考：問 自国で実施した日本に関する活動【海外旅行経験者】



4.回答外国人の親日度

回答外国人の親日度

回答外国人が「好きな国・地域」として「日本」を選ぶ率は、全ての国・地域の回答において1位となった。また、その率はほとんどの国・地域の回答において約90%以上と高かった。イタリアは68.8%と低かった。

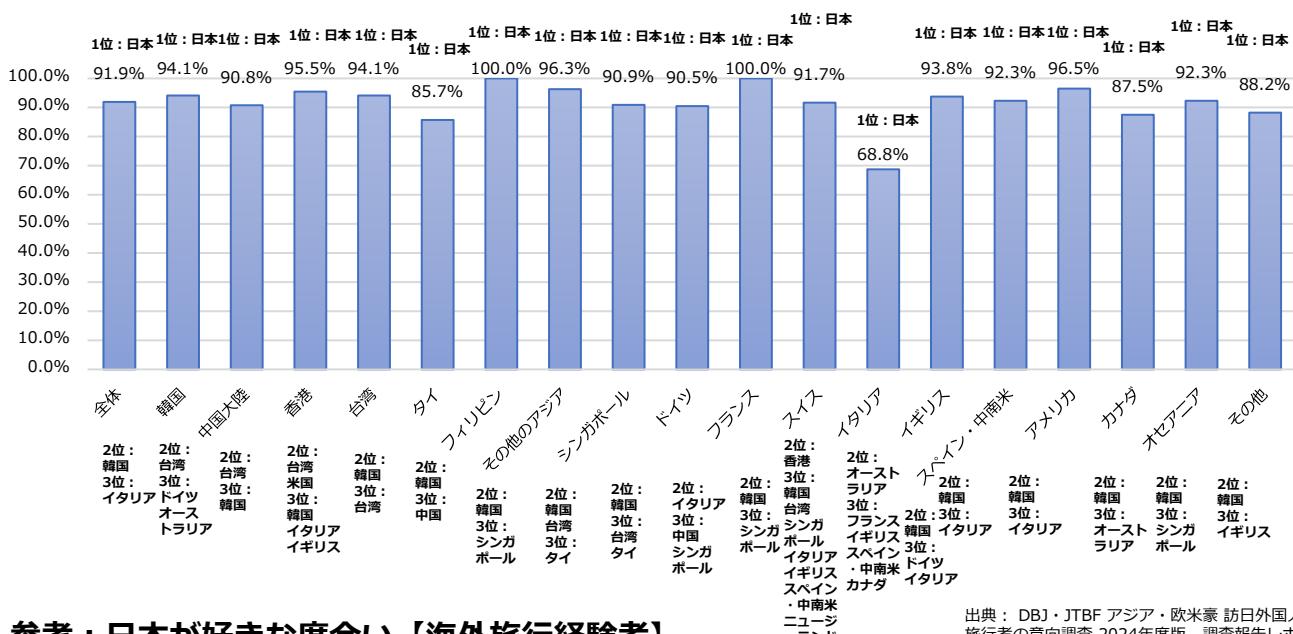
2024年の日本交通公社の「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」では、台湾、香港、タイでは80%を超える、東南アジアの国は高かったが、韓国、中国大陆、欧米では20~50%にとどまり、欧米の居住者は日本以外の国・地域をより多く選び、1位ではなかった。次頁の「日本が大好き・好き」とする人の率も韓国、中国大陆、欧米は低かった。

次頁の2024年のアニメ・マンガファン対象のオンライン・アンケート調査でも、「日本が大好き・好き」とする人の率はどの国・地域でも90%以上だった。

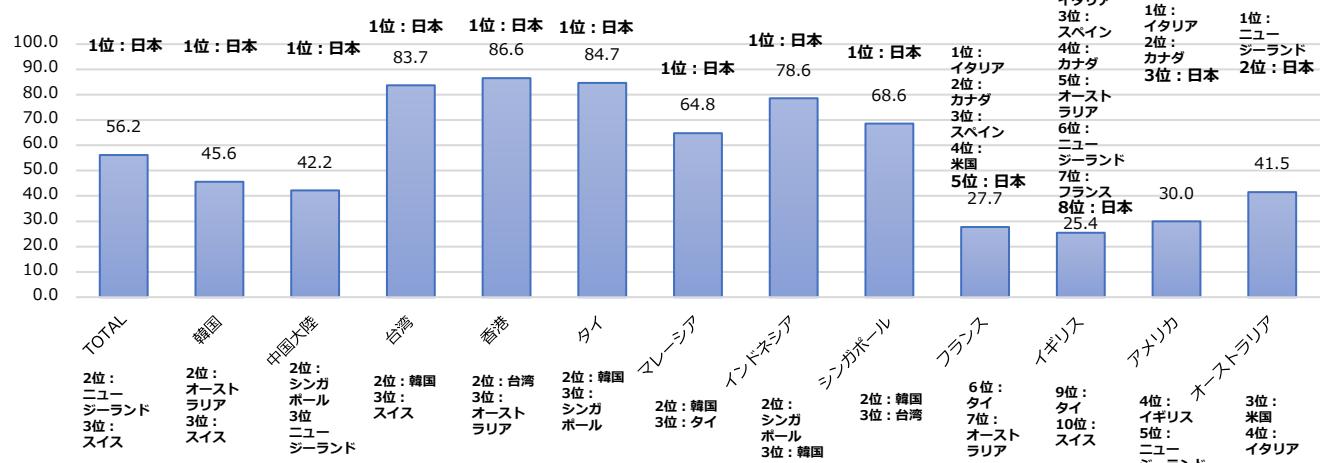
2024年の日本交通公社の調査では、アニメ・マンガの体験した20~50%程度の人が日本が好きな度合いが高まったと回答した。

本調査の回答外国人は、万博来場という特別な目的のための訪日であったことに加えて、本フェスティバルでアニメ・マンガを通じた日本の地域の魅力を体験して、日本への好意度を高めたと考えられる。

回答外国人の親日度（あなたの好きな国・地域）



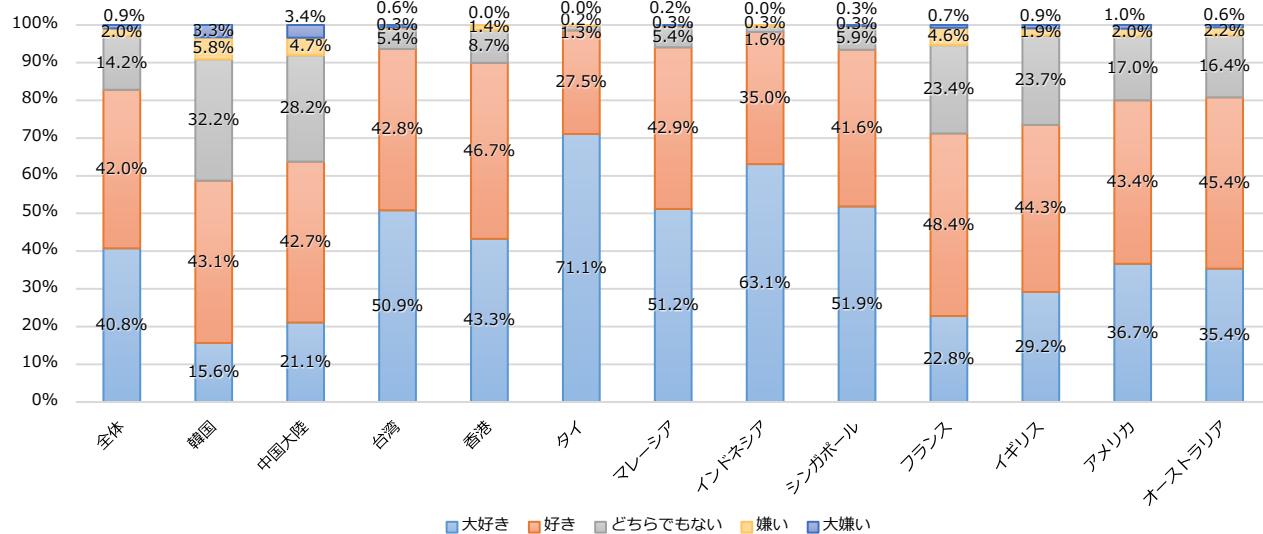
参考：日本が好きな度合い【海外旅行経験者】 (日本を「好きな国」とする率)



出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版 調査報告レポート

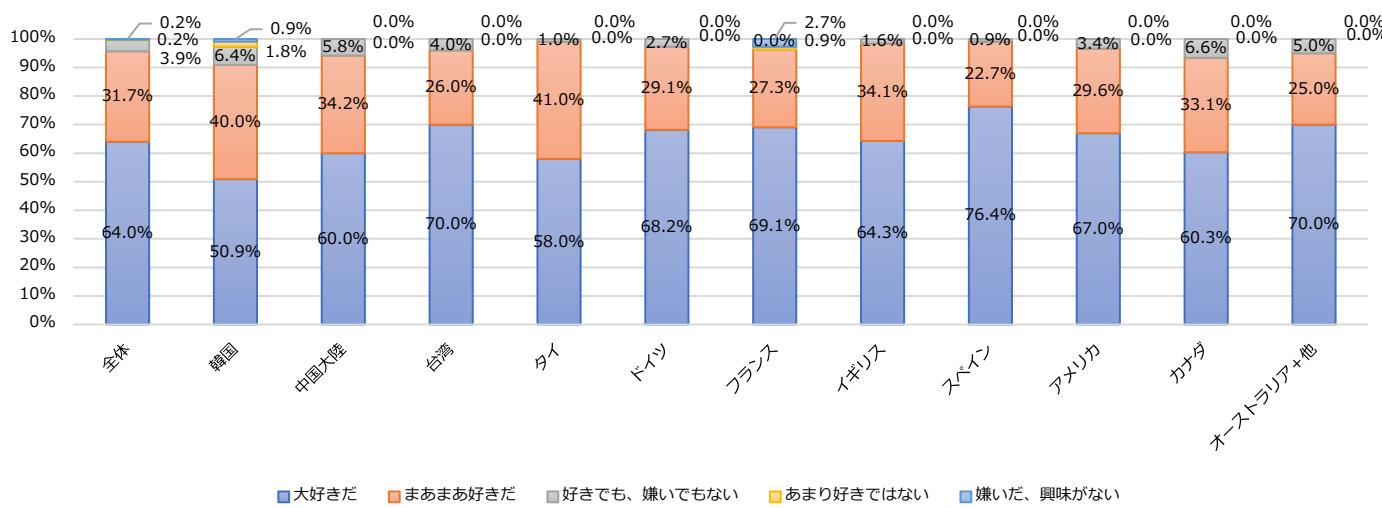
出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版 調査報告レポート

参考：「日本が大好き・好き」とする人の率【海外旅行経験者】



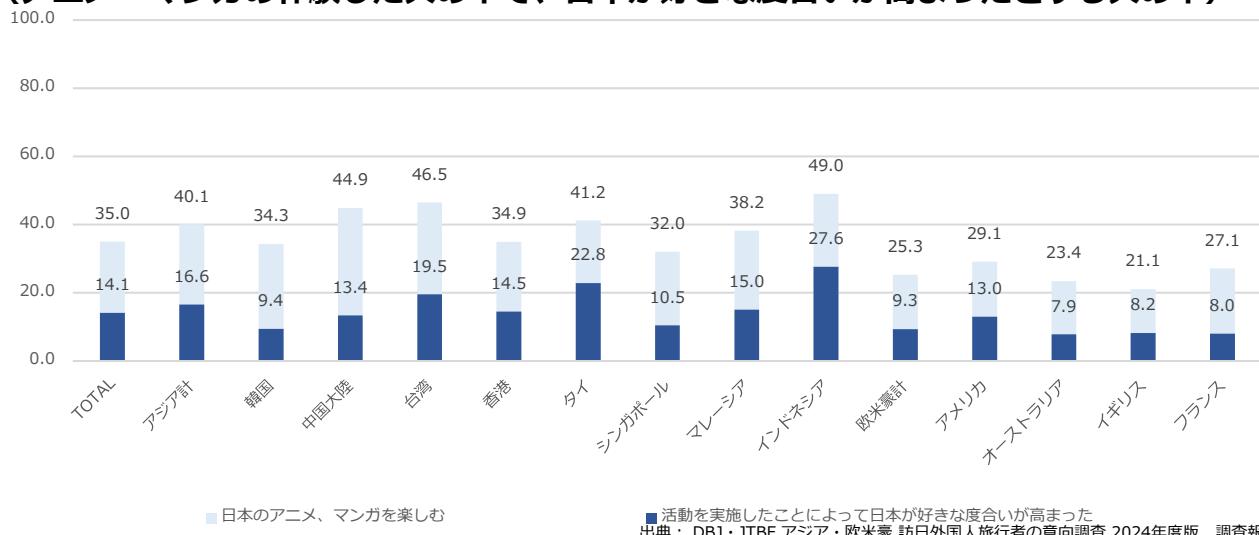
出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版 調査報告レポート

参考：日本を好きですか【アニメ・マンガファン】



出典：令和6年度 日本の魅力に関する外国人の行動・意識調査

参考：自国で活動を実施したことによる日本が好きな度合の変化【海外旅行経験者】 (アニメ・マンガの体験した人の中で、日本が好きな度合いが高まったとする人の率)



出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版 調査報告レポート

5.回答外国人の訪日意向

回答外国人の訪日意向

回答外国人が「行きたい国・地域」として「日本」を選ぶ率は、多くの国・地域で最も高かったが、ドイツ、フランス、イタリア、イギリスでは1位ではなかった。

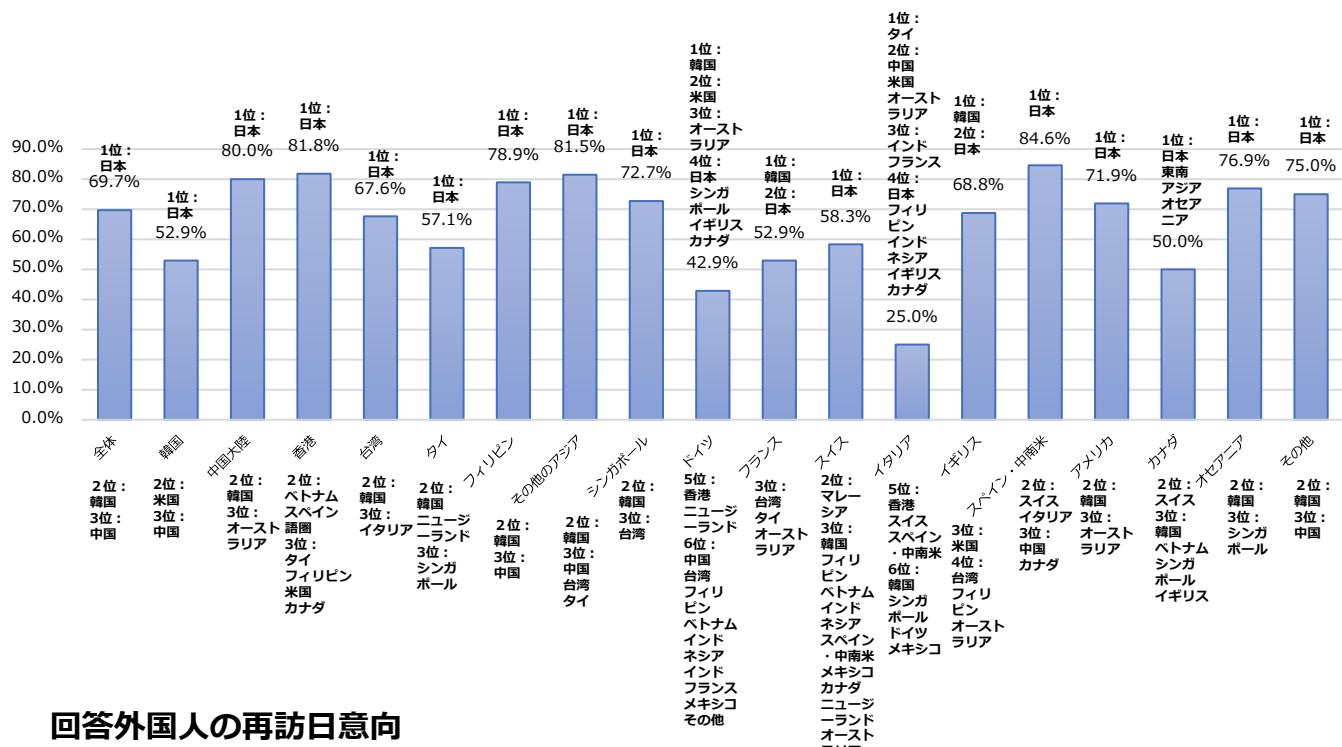
日本を「行きたい国・地域」として選ぶ率は、次頁の2024年の日本交通公社の「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」より高かった。特に韓国、中国大陸の率が高かった。

また、回答外国人の再訪日の意向も概ね80%以上と高かったが、韓国、中国大陸では若干低かった。

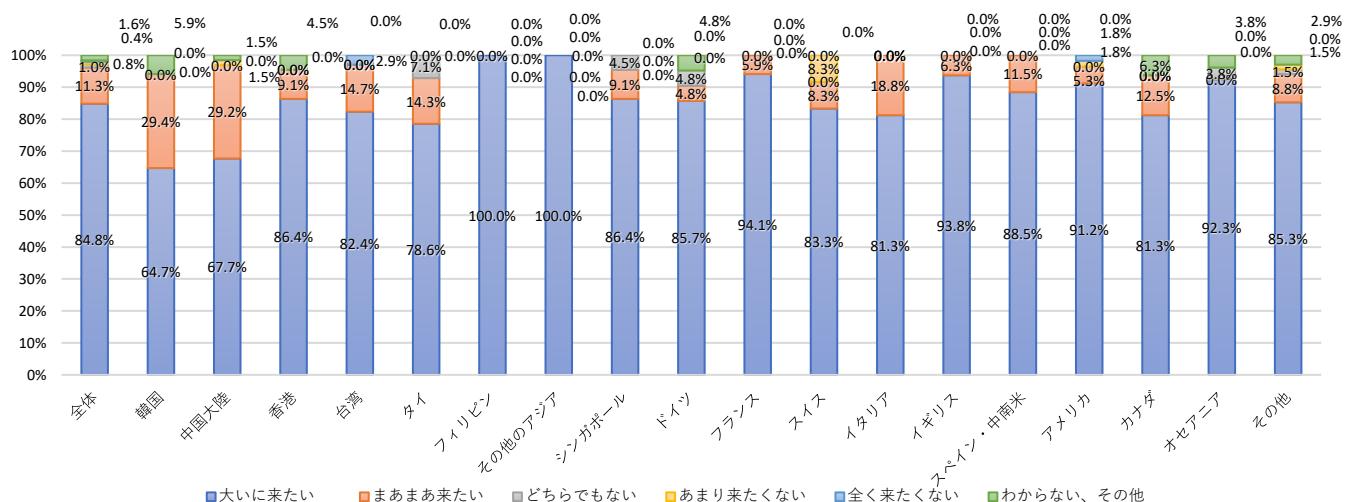
しかし、2024年のアニメ・マンガファンの調査の、「日本に行く予定がある」と「日本に行きたい」とする人を合わせた率は、それ以上に高かった。

居住されている国・地域でアニメ・マンガを体験することによって、ファンになること、訪日時にアニメ・マンガ関連の体験をすることが訪日又は再訪日の大きな動機付けになっている。

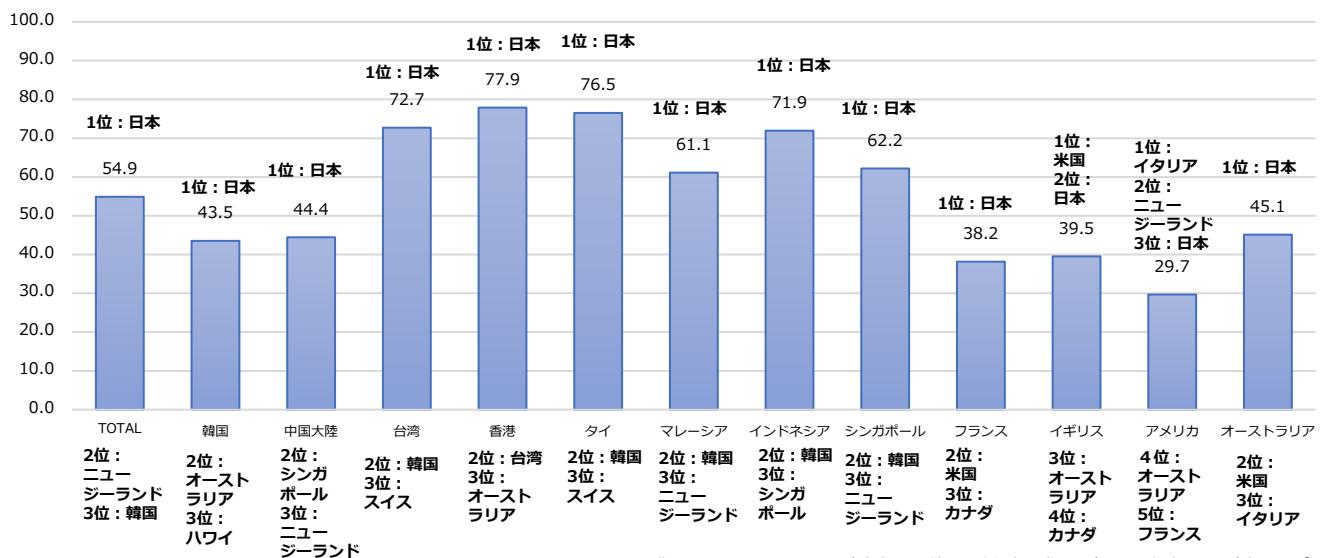
回答外国人の訪日意向（あなたの行きたい国・地域）



回答外国人の再訪日意向 (また日本に来たいですか)

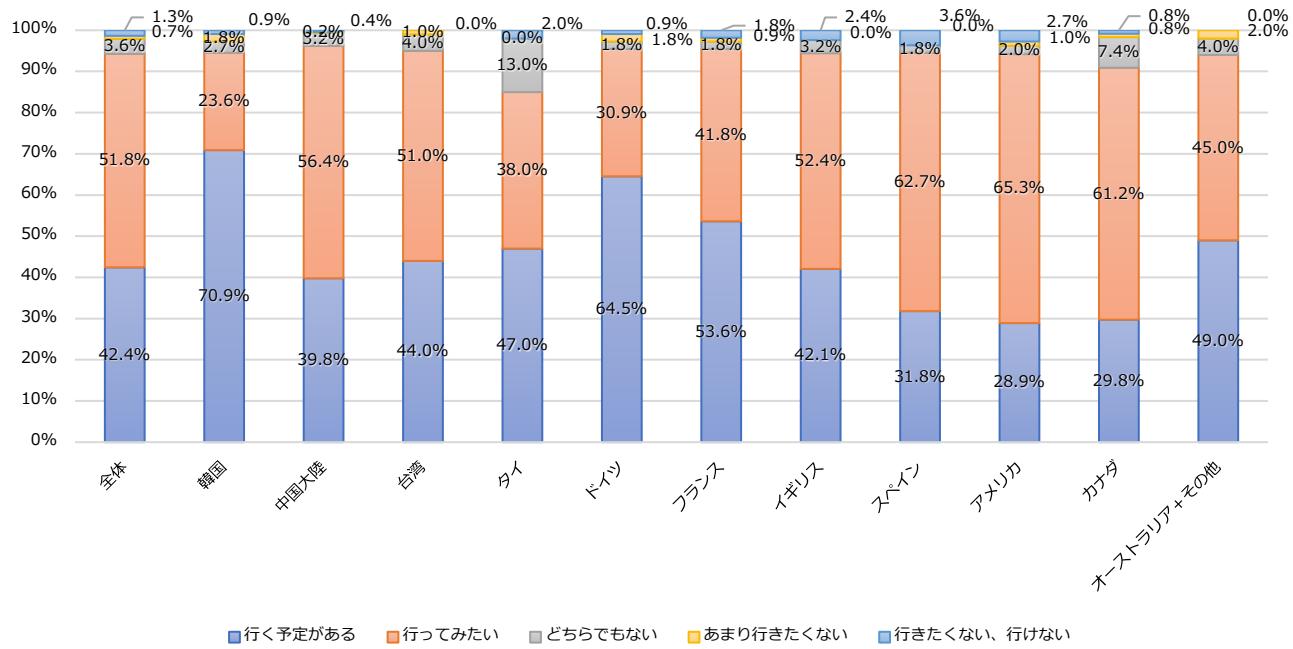


参考：今後、観光旅行したい国・地域【海外旅行経験者】



出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版 調査報告レポート

参考：訪日の希望と予定【アニメ・マンガファン】



■行く予定がある ■行ってみたい ■どちらでもない ■あまり行きたくない ■行きたくない、行けない

出典：令和6年度 日本の魅力に関する外国人の行動・意識調査