

令和6年度 日本の魅力に関する外国人の行動・意識調査

海外アニメ・マンガファン オンラインアンケート調査

集計・分析結果報告書 概要

令和7年 3月27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.調査の対象者の属性(居住地・性別・年齢・職業)	4
3.アニメ・マンガ体験	5
4.アニメを見る、マンガを読むメディアと視聴回数	6
5.好きなアニメ・マンガ、最近見たアニメ、読んだマンガ	7
6.アニメ・マンガに使う金額	9
7.親日度と日本を好きになった体験	10
8.日本を好きになったアニメ・マンガ	11
9.訪日意向	12
10.アニメ・マンガにより行きたくなった日本の地域	13
11.日本に行きたくなったアニメ・マンガ以外の理由	14
12.日本に行って体験したいアニメ・マンガに関わること	15
13.アニメ・マンガにより地域を訪問・体験するための情報	16
14.アニメ・マンガにより地域を訪問・体験するためのサポート	17
15.日本でアニメ・マンガ以外に体験したい事	18
16.アニメ・マンガによって知り、好きになった日本食	19
17.アニメ・マンガによる以外で、好きな日本食	20
18.アニメ・マンガによって知り、使うようになった日本製品	21
19.アニメ・マンガによる以外で、よく使う日本の製品名	22
20.アニメ・マンガの影響で行うようになった日本の文化等	23

1.調査の主旨・目的・方法

調査の主旨と目的

クールジャパン戦略の推進にあたっては、近年の社会や人々の意識、国際的政治情勢等の変化を踏まえ、アフターコロナにおける外国人の行動・意識を把握し、マーケットインの思想でクールジャパンが取り組むべき方向性を示し、戦略的に取組を推進することでソフトパワーの強化を図っていくことが重要である。

こうした中、本調査では、世界の目線を今後のクールジャパン戦略に活かすべく、日本の魅力に関する外国人の行動・意識調査を行った。

- このため本調査では、以下の項目を調査した。
- ①海外のアニメ・マンガファンの体験の実態
 - ②海外のアニメ・マンガファンの親日度
 - ③アニメ・マンガ体験による訪日、特にアニメ・マンガゆかりの地域への訪問の波及効果
 - ④アニメ・マンガ体験による日本食、日本製品、日本文化体験への波及効果

調査の方法

本調査は、海外のアニメ・マンガファンのコミュニティの主催者やサービス事業者に協力を得て、アンケートの回答をファンに呼びかけていただき、各国・地域の言語に翻訳した同じアンケートの項目に記入いただいた。協力いただいたコミュニティ主催者、サービス事業者は以下である。

- ・ My Anime List.....米国、イギリス、オーストラリア、カナダ等英語圏
- ・ bilibili.....中国大陸
- ・ WCS(ワールドコスプレサミット).....フランス、ドイツ、スペイン語圏、韓国
- ・ 台湾角川.....台湾
- ・ KADOKAWA AMARIN.....タイ

調査の対象者の条件・人数

本調査は、下記の11の国・地域、言語圏に対して行った。

対象者は、アニメ・マンガファンを自認し、無償のアンケート回答を希望した人である。

居住地は、対象国・地域、言語圏だが、性別、年齢、職業等には制限を設けなかった。よって各国・地域、言語圏のアニメ・マンガファンの概ねの属性、行動、意識が反映されているといえる。

【対象国・地域、言語圏と回答数】

米国	294	スペイン語圏	110
オーストラリア、他	100	タイ	100
カナダ	121	台湾	100
イギリス	126	韓国	110
フランス	110	中国大陸	500
ドイツ	110	合計	1,781

2.調査の対象者の属性(居住地・性別・年齢・職業)

回答者の属性

- ・ファンの居住地は、都市部のみならず、地方に及び、広範囲。
- ・全体では、20歳代以下、男性、学生が多いが、回答したファンの年齢層が高い仏、独、タイでは、30歳代以上、女性、働いている人も多い。

回答者の居住地

本アンケートに回答したアニメマンガファンの居住地は、各国・地域、言語圏とも、首都等の大都市圏が多いものの、広範囲な地域に及んでいる。

年齢

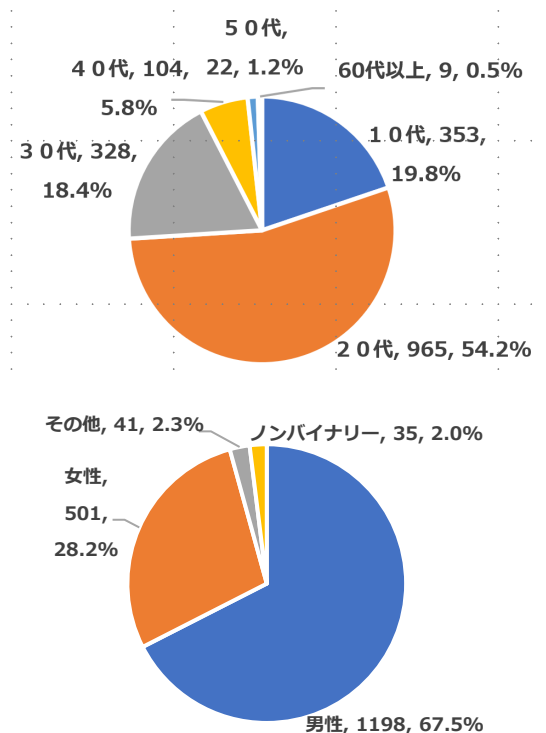
全平均では20歳代以下が過半を占めた。フランス、フランス、ドイツ、スペイン語圏、タイでは30歳代以上も多かった。

性別

全平均では男性が過半を占めた。

フランス、ドイツ、スペイン語圏、タイでは女性比率が高かった。これらの国では、30歳代以上の高年齢世代の割合も高かった。

一方、中国大陸は男性比率が高かった。調査協力者によるとアンケートに答えるのは男性が多いためサービス利用では男性が55%とのことだった。

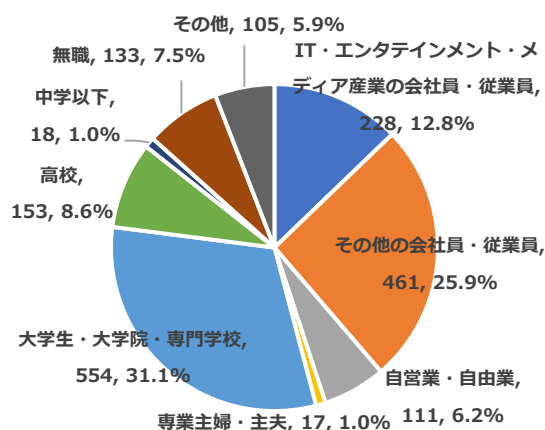


職業

全体では高校・大学等の学生を合わせた人が過半を占めた。フランス、ドイツ、特にタイでは働いている人が多かった。

タイでは会社員・従業員と並んで、IT・エンターテインメント・メディアの従事者が多かった。

アニメ・マンガの普及と年齢・性別・職業の関係については、今後も継続調査が必要である。



3.アニメ・マンガ体験

アニメ・マンガへの好意と体験度

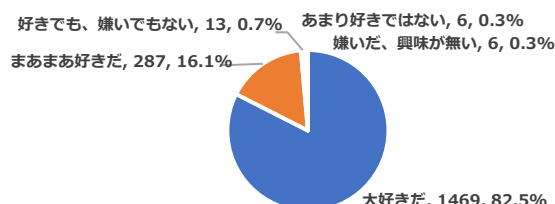
- ・アニメは、全平均で「大好き」が最も多く、「まあまあ好き」と合わせると9割以上、「週に1度以上」見るが、8割程度。
- ・マンガは、全平均で「大好き」が59%、「まあまあ好き」と合わせると9割、全平均で「週に1度以上」読む人が50%。
- ・アニメは、「10代」から見る人が最も多く、「10歳未満」と合わせると9割以上、マンガも、「10代」から読む人が最も多く、10代からアニメを見るようになり、同時にマンガを読むようになるという傾向があると考えられる。

アニメ・マンガが好きか？

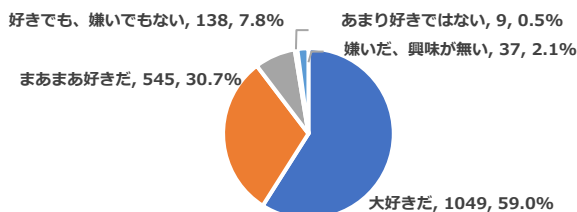
アニメは全平均、またほとんどの国・地域、言語圏で「大好き」が最も多く、「まあまあ好き」と合わせると9割以上になった。

マンガは全平均で「大好き」が59%、ほとんどの国・地域、言語圏で「大好き」が50%前後、「まあまあ好き」と合わせると9割に迫り、アニメより若干低かった。

【アニメ】



【マンガ】



アニメ・マンガを見るようになった年齢

アニメは、全平均、またほとんどの国・地域、言語圏で「10代」が最も多く、次に多い「10歳未満」と合わせると9割以上になった。カナダでは「20代」が多く、タイでは「10歳未満」が多かった。

マンガは、全ての国・地域、言語圏で「10代」からマンガを読む人が最も多かった。

子ども向けアニメが公開されている国・地域では、10代未満から、多くの国・地域、言語圏では10代からアニメを見るようになり、同時にマンガを読むようになるという傾向があると考えられる。

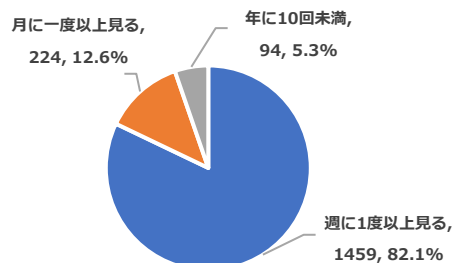
アニメを見る、マンガを読む回数

アニメは、多くの国・地域、言語圏で「週に1度以上」が最も多く、8割程度あった。

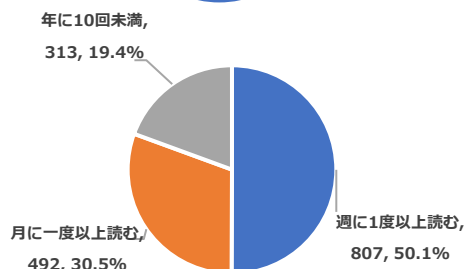
フランスとタイでは「週に1度以上」が6割程度と少なかった。

フランスとタイは他の国・地域、言語圏よりも見る頻度が少なかった。

【アニメ】



【マンガ】



マンガは、全平均で「週に1度以上」が50%、これが50%以上の国・地域は、米国、カナダ、中国大陆、台湾、韓国。

多くの国・地域でアニメより、マンガの方が回数が少なかった。

4.アニメを見る、マンガを読むメディアと視聴回数

アニメを見る、マンガを読むメディアと視聴回数

- ・アニメは「配信」が見る率も、見る作品数もトップ。「海賊版」がそれに迫り見る作品数も多い。
- ・マンガでも「電子」が「印刷」に迫り、見る作品数も同程度。「海賊版」を読む率も高く、作品数も多く、国によっては「印刷」、「電子」を超える。
- ・アニメの「配信」、マンガの「電子」の普及を示すとともに、「海賊版」の問題の深刻さが表れる結果となった。

アニメを見るメディアと視聴回数

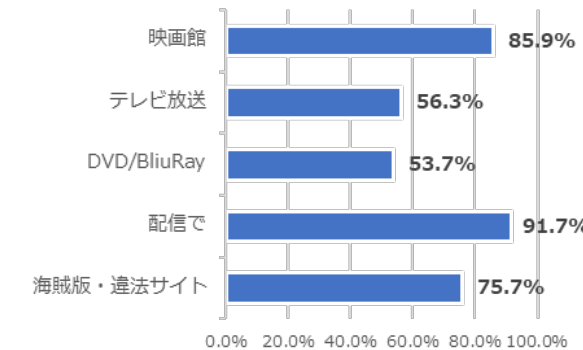
全平均、またほとんどの国・地域、言語圏で「**配信**」が最も多く、次いで「**映画館**」となった。「**テレビ**」、「**DVD等**」は低かった。

ドイツ、韓国では「**映画**」が「**配信**」より多く、次いで「**テレビ**」、「**DVD等**」は低かった。スペイン語圏では、どのメディアも同程度だった。

メディア別のアニメを見るタイトルでは、全平均、ほとんどの国・地域、言語圏で「**配信**」で最も多くのタイトル数を見ており、次いで「**映画館**」が多く、以下、「**テレビ**」、「**DVD等**」の順だった。

問題となっている「**海賊版**」は、ほとんどの国・地域、言語圏で、最も多い「**配信**」と同じ程に多く、問題の深刻さが明らかになった。

「**海賊版**」が少ないのはドイツ、タイ、台湾、韓国だった。「**海賊版**」で見るタイトル数は「**配信**」の数とほぼ同じだった。

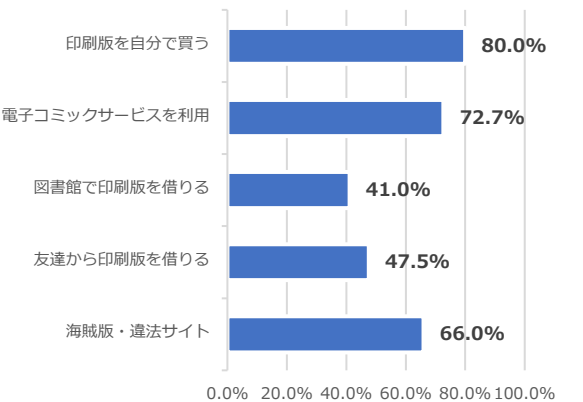


マンガを読むメディアと視聴回数

全平均、ほとんどの国・地域、言語圏で「**印刷版購入**」が最も多く、次いで「**電子**」となった。中国大陸では「**印刷版購入**」より「**電子**」が高かった。米国等、英語圏、台湾、韓国でも「**電子**」は「**印刷版購入**」に迫り、仏、独で「**電子**」は低かった。

メディア別の読む回数では、全平均、ほとんどの国・地域、言語圏で「**印刷版購入**」と「**電子**」でほぼ同じで、「10回以上」の回答は20%程度だった。

問題となっている「**海賊版**」は、米国等、英語圏と中国大陸で、最も多い「**印刷版購入**」、次ぐ「**電子**」に迫るほど多く、問題の深刻さが明らかになった。他の国、言語圏では「**印刷版購入**」、「**電子**」の半分ほどだった。どの国・地域、言語圏でも「**海賊版**」で見るタイトル数の方が、「**印刷版購入**」と「**電子**」のタイトル数よりも多い。



5.好きなアニメ・マンガ、最近見たアニメ、読んだマンガ

好きなアニメ・マンガ、最近見たアニメ、読んだマンガ

- ・過去作から最新作まで沢山の作品(好きなアニメ300以上、好きなマンガで300程度)に触れていることが分かった。
- ・これには地域差はなく、どの国・地域でも、日本と同じタイトル数のアニメを見る、マンガを読むことができるようになっている。また、日本人ファンと同程度に、過去作から最新作まで、アニメを見て、マンガを読んでいる。

好きなアニメ、最近見たアニメ

3つまで「好きなアニメ」、「最近見たアニメ」それぞれ、タイトルを記入いただくかたちで回答を得た。

その結果、「好きな」、「最近見た」とともに非常に多数のタイトルの回答を得た。全回答の上位の集計が下記である。この結果、「好きな」、「最近見た」とともに、上位への集中は少なく、多様にばらついている結果となった。

下記の表で「好きな」の1位「進撃の巨人」であっても回答者は145人、「最近見た」の1位の「ダンダダン」は515人の回答者があげたが、2位「アオのハコ」では147人にすぎなかった。

一方、回答者数が約100の国・地域、言語圏では「好きな」、「最近見た」とともに平均150タイトル程度の回答があった。回答者数が約300の米国では「好きな」では300以上、「最近見た」も300以上のタイトル数の回答があった。回答者数が500の中国大陆では「好きな」が275、「最近見た」が270であった。

「好きな」では、比較的最近の人気作と継続公開作に加えて、過去作も上位に入った。「最近見た」では最新作が上位から並んだ。

両方の回答を通じ、海外のファンは最新作、最近の人気作、継続公開作、過去作ともにほぼ日本で見られるのと同じぐらいの非常にたくさんのタイトルを見ていることが分かった。

好きなアニメ

順位	タイトル名	回答数	回答数/回答者数(%)
1	進撃の巨人	145	8.1
2	ONE PIECE	124	7.0
3	新世紀エヴァンゲリオン シリーズ	106	6.0
4	葬送のフリーレン	103	5.8
5	BanG Dream!	85	4.8
6	鋼の錬金術師	60	3.4
7	HUNTER×HUNTER	59	3.3
7	STEINS;GATE	59	3.3
9	ほっち・き・ろっく！	58	3.3
10	CLANNAD	57	3.2
11	NARUTO -ナルト- シリーズ	55	3.1
12	響け！ユーフォニアムシリーズ	52	2.9
13	けいおん！	47	2.6
14	〈物語〉シリーズ	46	2.6
15	Fate シリーズ	45	2.5
16	魔法少女まどか☆マギカ	43	2.4
17	鬼滅の刃	42	2.4
17	無職転生 ～異世界行ったら本気だす～	42	2.4
19	ハイキュー!!	40	2.2
20	ドラゴンボール シリーズ	38	2.1
21	機動戦士ガンダム シリーズ	37	2.1
21	呪術廻戦	37	2.1
23	SHIROBAKO	35	2.0
23	ラブライブ！シリーズ	35	2.0
23	少女☆歌劇 レヴュースタァライト	35	2.0
26	【推しの子】	32	1.8
27	Re:ゼロから始める異世界生活	31	1.7
27	名探偵コナン	31	1.7
29	コードギアス 反逆のルルーシュ	30	1.7
29	ソードアート・オンライン	30	1.7
29	銀魂	30	1.7

最近見たアニメ

順位	タイトル名	回答数	回答数/回答者数(%)
1	ダンダダン	515	28.9
2	アオのハコ	147	8.3
3	Re:ゼロから始める異世界生活	128	7.2
4	らんま1/2	122	6.9
5	真げヒロインが多すぎる！	100	5.6
6	BanG Dream!	93	5.2
7	BLEACH	81	4.5
8	ONE PIECE	76	4.3
9	【推しの子】	68	3.8
10	葬送のフリーレン	65	3.6
11	ガールズバンドクライ	60	3.4
12	フルーロック	55	3.1
13	僕のヒーローアカデミア	49	2.8
14	ネガボジアングラー	47	2.6
15	ち。-地球の運動について-	44	2.5
16	鬼滅の刃	42	2.4
17	ラブライブ！ シリーズ	41	2.3
18	呪術廻戦	40	2.2
19	ぶにるはかわいいスライム	39	2.2
20	シャングリラ・フロンティア〜クソゲーハンター、神ゲーに挑まんとす〜	32	1.8
21	薬屋のひとりごと	31	1.7
21	名探偵コナン	31	1.7
23	魔王2099	30	1.7
23	時々ボソッとロシア語でデレる隣のアーリャさん	30	1.7
25	ドラゴンボール シリーズ	26	1.5
26	ダンジョンに出会いを求めるのは間違っているだろうか	22	1.2
27	ダンジョン飯	21	1.2
28	ハイキュー!!	20	1.1
29	進撃の巨人	17	1.0
29	2.5次元の誘惑	17	1.0

日本のアニメは毎年、200以上の新作が公開され、配信ではテレビ放送等が終わった後も公開され続けている。日本で公開されたアニメのほとんどが海外でも公開され、そのタイトル数は変わらず、毎年
の新作と継続公開作が累積すると何千にも及ぶ。海外ファンはこれらを多数見ており、その好みは多様
で、全回答を集計すると「好きな」、「最近見た」とするタイトルは数百から1千に及ぶことが分かっ
た。

好きなマンガ、最近読んだマンガ

3つまで「好きなマンガ」、「最近読んだマンガ」それぞれ、タイトルを記入いただくかたちで回答
を得た。

その結果、アニメと同じく「好きな」、「最近読んだ」とともに非常に多数のタイトルの回答を得た。
全回答の上位の集計が下記である。この結果、「好きな」、「最近読んだ」とともに、上位への集中は少
なく、多様にばらついている結果となった。その集計が下記の表で、「好きな」の1位「ONE PIECE」
であっても回答者は140人、「最近見た」の1位の「【推しの子】」も134人にすぎなかった。

一方、回答者数が約100の国・地域、言語圏では「好きな」、「最近読んだ」とともにアニメと同じ平
均150タイトル程度の回答があった。回答者数が約300の米国では「好きな」では246、「最近読ん
だ」はアニメより少なく225のタイトル数の回答があった。回答者数が500の中国大陆ではともにアニ
メより多く、「好きな」が312、「最近読んだ」が388であった。「好きな」では、比較的最近の人気
作と継続発行作に加えて、過去作も上位に入った。また、アニメとは異なる大人のマニア向けや子ども
向けのタイトルもいった。「最近読んだ」では最新作、継続発行作が上位から並んだ。

両方の回答を通じ、海外のファンは最新作、最近の人気作、継続公開作、過去作とともにほぼ日本で見
られるのと同じぐらいの非常にたくさんのマンガのタイトルを読んでいることが分かった。

日本のマンガの海外出版は印刷に電子が加わることで出版点数が増えている。日本で人気になったマ
ンガのほとんどが海外でも出版・配信され、そのタイトル数は変わらず、毎年
の新作と継続公開作が累積すると何千にも及ぶ。

海外ファンはこれらを多数読んでおり、その好みは多様で、全回答を集計すると「好きな」、「最近
見た」とするタイトルは数百から1千に及ぶことが分かった。

好きなマンガ

順位	タイトル名	回答数	回答数/回答者数(%)
1	ONE PIECE	146	8.2
2	チェンソーマン	99	5.6
3	ベルセルク	78	4.4
4	葬送のフリーレン	65	3.6
5	進撃の巨人	50	2.8
6	【推しの子】	42	2.4
7	名探偵コナン	41	2.3
8	NARUTO -ナルト- シリーズ	38	2.1
8	ジョジョの奇妙な冒険 シリーズ	38	2.1
10	タンタタン	28	1.6
11	かぐや様は告らせたい〜天才たちの恋愛頭脳戦〜	27	1.5
11	ぐらんぶる	27	1.5
13	鬼滅の刃	25	1.4
14	さよなら絵梨	22	1.2
14	やがて君になる	22	1.2
16	テスト・スート	21	1.2
17	呪術廻戦	19	1.1
18	チ。-地球の運動について-	18	1.0
18	ファイアパンチ	18	1.0
18	鋼の錬金術師	18	1.0
21	タンジヨン飯	17	1.0
22	BLEACH	16	0.9
23	ハイキュー!!	15	0.8
23	ワンパンマン	15	0.8
23	約束のネバーランド	15	0.8
26	その着せ替え人形（ビスク・ドール）は恋をする	13	0.7
27	おやすみプンプン	12	0.7
27	ドッペルゲン	12	0.7
27	はっち・さ・ろっく！	12	0.7
27	東京喰種-トーキョーグール-	12	0.7

最近読んだマンガ

順位	タイトル名	回答数	回答数/回答者数(%)
1	【推しの子】	134	7.5
2	タンタタン	117	6.6
3	ONE PIECE	116	6.5
4	チェンソーマン	101	5.7
5	葬送のフリーレン	87	4.9
6	呪術廻戦	73	4.1
7	SPY×FAMILY	45	2.5
8	ぐらんぶる	39	2.2
9	チ。-地球の運動について-	38	2.1
10	今さらですが、幼なじみを好きになっ てしまいました	35	2.0
11	僕のヒーローアカデミア	29	1.6
12	アオのハコ	28	1.6
12	ベルセルク	28	1.6
14	その着せ替え人形（ビスク・ドール） は恋をする	22	1.2
15	ルックバック	21	1.2
16	僕の心のやばいやつ	19	1.1
17	タンジヨン飯	18	1.0
17	恋文と13歳の女優	18	1.0
19	FX戦士くるみちゃん	17	1.0
19	NARUTO -ナルト- シリーズ	17	1.0
19	名探偵コナン	17	1.0
22	鬼滅の刃	15	0.8
23	カクラハチ	14	0.8
23	ブルーロック	14	0.8
23	はっち・さ・ろっく！	14	0.8
26	アイドルマスター シリーズ	13	0.7
26	アンデッドアンラック	13	0.7
28	どんがり帽子のアトリエ	12	0.7
29	きみは四葉のクローバー	10	0.6
29	メダリスト	10	0.6
29	ワンパンマン	10	0.6
29	薬屋のひとりごと	10	0.6

6.アニメ・マンガに使う金額

日本のアニメ・マンガ(ゲームを除く)やグッズの購入、イベントのためにどれぐらいお金を使うか？

- ・ いずれの国でも「使わない」人から、月に1万円以上消費する人まで均等に存在している。
- ・ 月1万、年12万円は、日本で比較的高額な消費額にあたる。
- ・ 台湾、韓国、中国大陸では月5千円、年6万円以上消費する人が約半数以上を占める。

「日本のアニメ・マンガ(ゲームを除く)やグッズの購入、イベントの参加のために月にどれぐらいお金を使うか？」という質問に回答を得た。この回答は、各国・地域の通貨で設定した金額幅(報告書記載時には円換算)を選択するものとした。このため、全体の平均値の算出は行っていない。

各国・地域、言語圏とも、「お金を使わない」から、月に最高「1万5千円以上」まで割合は異なるが、まんべんなく分布しており、**高額消費の多い順は、右記のとおり、台湾、韓国、中国大陸、米国の順になった。**

台湾では、月に6,750円以上消費する人が**54%**、韓国では月に5千円以上消費する人が**51%**、中国大陸では月に5千円以上消費する人が**48%**、米国では月に7千5百円以上消費する人が**36%**だった。

これ以外の国・地域、言語圏では、高額消費の層の割合が減り、「お金を使わない」人が増えた。

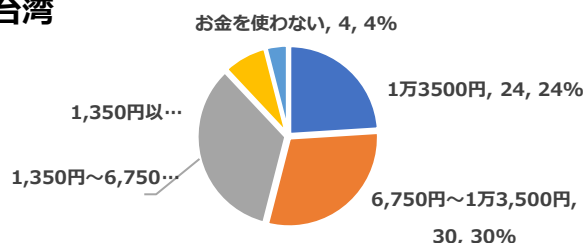
日本では、アニメ関連約1.7兆円、マンガ約7千億円、合わせて2.4兆円の規模の、グッズの購入、イベントの参加等を含めたアニメ・マンガ関連市場がある。**日本のアニメ・マンガファンの中で月に1万円、年12万円規模の消費を行う人は、比較的高額の消費者と言える。**

日本のようにアニメの映像、マンガの出版に加え、グッズやイベントのような関連消費を促進することが、アニメ・マンガの経済効果であり、右記の国・地域、言語圏の高額消費層にこうした関連消費が広がりつつあると考えられる。

アニメ・マンガの経済効果を高めるためにも、アニメ・マンガによる日本の魅力の発信のためにも、こうした消費額の把握と消費の促進が重要と言える。

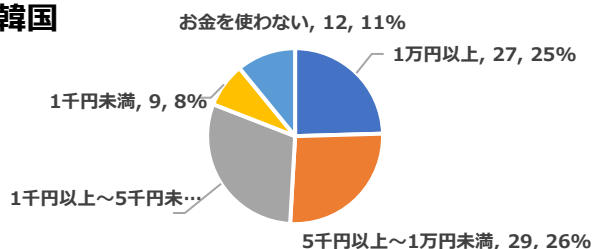
アニメ・マンガに使うお金の多い国・地域

台湾



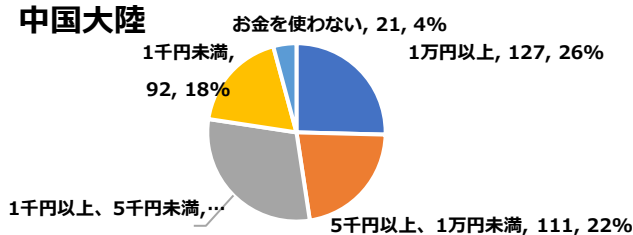
月に6,750円以上が54%

韓国



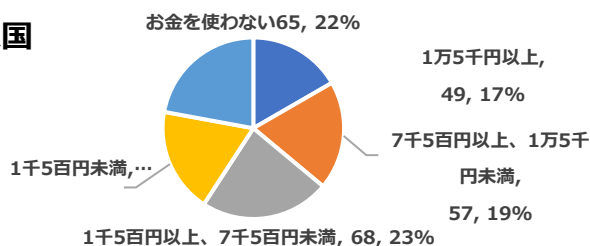
月に5千円以上が51%

中国大陸



月に5千円以上が48%

米国



月に7,500円以上が36%

7.親日度と日本を好きになった体験

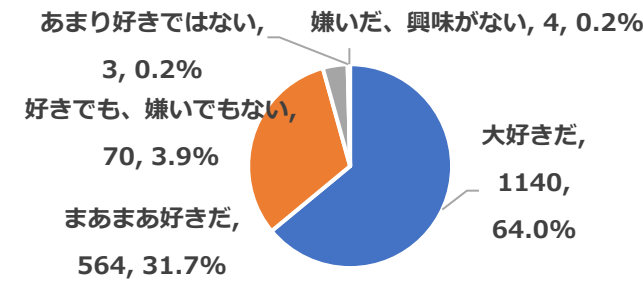
アニメ・マンガファンの親日度

- ・アニメ・マンガファンの親日度は、他の調査と比べて極めて高い。
 - ・設問「日本を好きになったアニメ・マンガ」の回答は、設問「好きなアニメ・マンガ」に比べて、「NARUTO」や「君の名は。」等、「日本的」「日本や地域を舞台にした」作品が挙げられた。その回答は特定のタイトルに集中せず、非常に多様であった。

日本が大好きな割合

日本を「大好き」とする割合は、全平均で64%と高く、「まあまあ好き」の31.7%と合わせると95.7%に及んだ。

DBJ・JTBFの「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」調査の海外旅行をした経験のある外国人の「大好き」40.8%、「まあまあ好き」42%と比べても「**大好き**」の率は高く、**アニメ・マンガのファンは親日度が高いという波及効果が示された。**



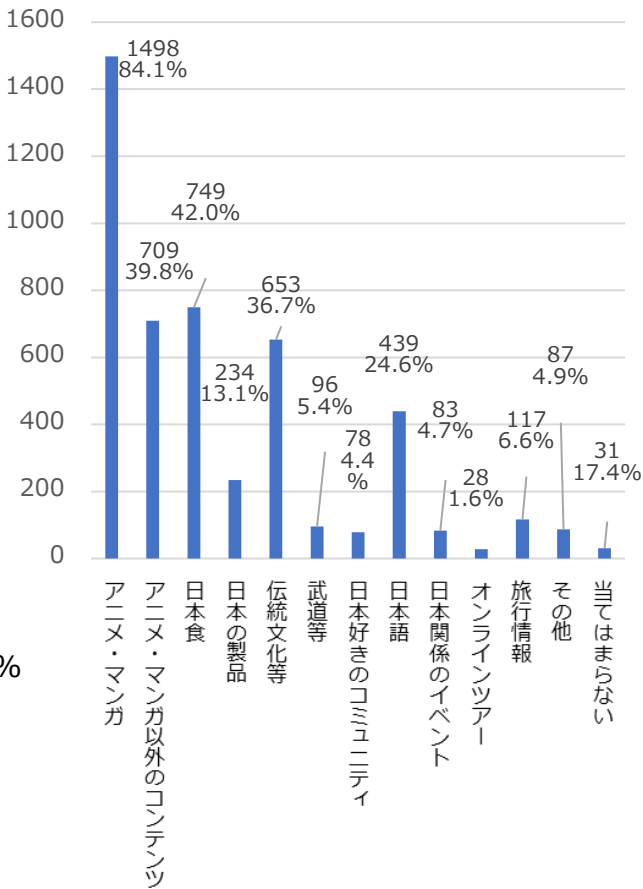
日本を好きになった体験

日本を好きになった体験では「アニメ・マンガ」が最も多く、全平均で84.1%であった。ほぼどの国・地域、言語圏でも80%以上あった。

これは、DBJ・JTBF調査の「アニメ・マンガ」体験者の日本を好きになった率が約40%程度であるのに対して、極めて高かった。

アニメ・マンガのファンになると親日度が高まるという効果がはっきり示された。

「アニメ・マンガ」に次ぐ体験として、全平均では「日本食」42%、「アニメ・マンガ以外のコンテンツ」39.8%「伝統文化等」36.7%、「日本語」24.6%の順になった。



8.日本を好きになったアニメ・マンガ

日本を好きになったアニメ・マンガ

「日本を好きになったアニメ・マンガ」のタイトルを3つまで記入していただくかたちで回答を得た。

その結果、日本を好きになったアニメ・マンガのタイトルは非常に多様だった。

全回答の上位の集計が右記である。この結果、1位は「君の名は。」、2位は「NARUTO-ナルト- シリーズ」だが、集中は少なく、「君の名は。」の回答者は122人、「NARUTO」は121人で、他は多様にばらついている結果となった。

多数の作品を深く体験している海外のファンにとって、「日本を好きになったアニメ・マンガ」のタイトルは、人により多様で、どの作品も日本への親日度を上げる効果を持ち得ることを示した。

順位	タイトル名	回答数	回答数/回答者数 (%)
1	君の名は。	122	6.9
2	NARUTO -ナルト- シリーズ	121	6.8
3	ONE PIECE	83	4.7
4	ゆるキャン△	74	4.2
5	響け！ユーフォニアムシリーズ	71	4.0
6	ドラゴンボール シリーズ	65	3.6
7	美少女戦士セーラームーン	61	3.4
8	けいおん!	57	3.2
9	ポケットモンスター シリーズ	45	2.5
9	名探偵コナン	45	2.5
11	ぼっち・ざ・ろっく！	43	2.4
12	ラブライブ！ シリーズ	42	2.4
13	鬼滅の刃	38	2.1
14	犬夜叉	37	2.1
15	呪術廻戦	36	2.0
16	SHIROBAKO	33	1.9
16	進撃の巨人	33	1.9
18	デスノート	32	1.8
19	新世紀エヴァンゲリオン シリーズ	30	1.7
20	氷菓	29	1.6
21	ソードアート・オンライン	27	1.5
22	ハイキュー!!	25	1.4
23	ドラえもん	24	1.3
23	やはり俺の青春ラブコメはまちがっている。	24	1.3
23	千と千尋の神隠し	24	1.3
26	BLEACH	21	1.2
27	BanG Dream!	20	1.1
28	機動戦士ガンダム シリーズ	18	1.0
29	CLANNAD	16	0.9
30	アイドルマスターシリーズ	15	0.8
30	カードキャプターさくら	15	6.9
30	デジモン シリーズ	15	6.9

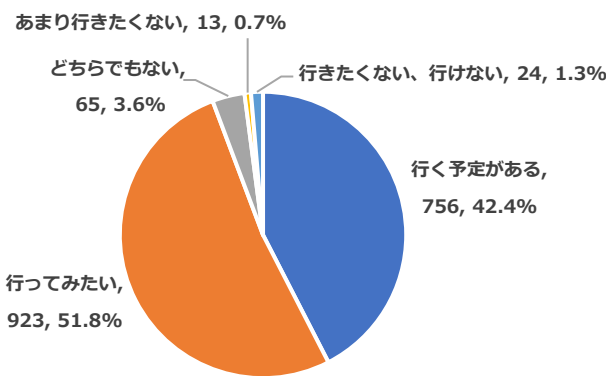
9.訪日意向

アニメ・マンガファンの訪日意向

- ・アニメ・マンガファンの90%以上が訪日予定・希望者。有力なインバウンドの顧客であり、潜在的な消費者層である。
- ・ファンがアニメ・マンガで「訪日意向が高まった」率は89%におよび、他調査で「アニメ・マンガ」体験者が訪日意向を高めた率は約40%程度であるのに対して、極めて高く、ファンになることの効果の大きさが示された。
- ・アニメ・マンガファンの92.8%が日本を「行きたい国」にあげ、圧倒的な1位。他調査で日本が1位だが、率は51.9%であった。アニメ・マンガファンは圧倒的に訪日意向が高いことが分かった。

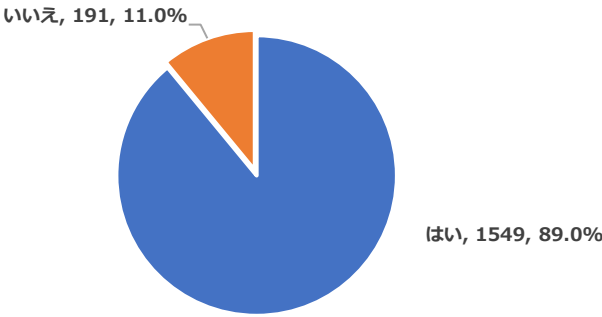
訪日の希望と予定

全平均で42.4%が「訪日の予定がある」とし、51.8%が「行ってみたい」、合わせて90%以上が訪日予定・希望者だった。
アニメ・マンガファンは既に有力なインバウンドの顧客であり、潜在的な消費者層である。



アニメ・マンガの訪日意向の向上効果

全平均で89%がアニメ・マンガにより「訪日意向が高まった」としている。DBJ・JTBF調査の「アニメ・マンガ」体験者の訪日意向を高めた率が約40%程度であるのに対して、極めて高く、ファンになることの波及効果の大きさが示された。



行きたい海外の国・地域

行きたい国・地域を3つまで選択する質問に回答を得た。
その結果、全集計で92.8%が日本と回答し、圧倒的に1位だった。他の行きたい国の回答率は低く、韓国、米国、イタリア、イギリスの順だった。
DBJ・JTBF調査の海外旅行経験のある外国人調査でも全集計で日本が1位だが、率は51.9%だった。アニメ・マンガファンは圧倒的に訪日意向が高いことが分かった。

1	日本	1652
2	韓国	235
3	米国	227
4	イタリア	190
5	イギリス	182
6	フランス	128
7	中国大陸	112
8	ドイツ	76
9	アイスランド	75

10.アニメ・マンガにより行きたくなった日本の地域

アニメ・マンガにより行きたくなった日本の地域と、
アニメ・マンガのタイトルの結びつき

- ・アニメ・マンガファンは非常に多くの作品を見て、多様な地域に訪問意向を持っている。一般の訪日では比較的まだ訪問者数が少ない地域への意向を高める効果がある。
- ・一方、行きたい地域を集計すると、東京、京都、北海道となり、意向率、一般の訪問率が高い地域が並ぶ。これらの地域では、地域と結びつく作品が多数あった。
- ・作品と地域の結びつきでは、「響け！ユーフォニアムシリーズ」の京都府宇治が1位、「呪術廻戦」の東京都渋谷が2位、「STEINS;GATE」の東京都秋葉原が3位、「ぼっち・ざ・ろっく！」の東京都下北沢が4位、「道産子ギャルはなまらめんこい」の北海道が5位、「ガールズバンドクライ」の神奈川県川崎が6位だった。

アニメ・マンガによって行きたくなった日本の地域と、そのアニメ・マンガのタイトルを3つまで回答いただくかたちの調査を行った。

その全集計の結果、上位の地域は一般的な外国人観光客が行きたい、実際に行っている地域と重なる結果になったが、それら上位の地域には地域と結びつく作品が多数あった。この傾向はどの国・地域、言語圏でも同じだった。

一方、上位の地域でも、また訪問意向の集中率の低い地域でも、非常に多くのタイトルが上げられた。

1つの地域に対する行きたくなった理由のタイトルでは「響け！ユーフォニアム」が一番多く、全回答者中125人の回答を得た。

他に、「ぼっち・ざ・ろっく！」の要京都下北沢、「ガールズバンドクライ」の神奈川県川崎市なども強い結びつきを示し、2024年1月公開の「道産子ギャルはなまらめんこい」により北海道に行きたいとする回答もあった。

アニメ・マンガファンは非常に多くのタイトルを見て、多様な地域に訪問意向を持っている。これにより、一般の訪日では知名度の低い地域への意向を高める効果がある。

1	東京都	855	呪術廻戦	105
			STEINS;GATE	68
			ぼっち・ざ・ろっく！	47
			君の名は。	31
			ペルソナシリーズ	21
			デュララ!!	18
			ラブライブ！ シリーズ	14
			BanG Dream!	11
			東京喰種-トーキョーグール-	11
			カードキャプターさくら	8
			名探偵コナン	6
			セーラームーン	3
			GTO	2
			シティーハンター	2
2	京都府	415	デジモン	2
			四月は君の嘘	2
			その他	504
			響け！ユーフォニアムシリーズ	125
			けいおん!	30
			呪術廻戦	24
			たまこまーけっとシリーズシリーズ	13
			四畳半神話大系	11
			名探偵コナン	9
			青の祓魔師	2
3	北海道	142	僕の心のヤバイやつ	2
			その他	199
			道産子ギャルはなまらめんこい	36
			ゴールデンカムイ	20
			名探偵コナン	2
4	神奈川県	131	その他	83
			ガールズバンドクライ	35
			青春ブタ野郎シリーズ	25
			SLAM DUNK	9
			ぼっち・ざ・ろっく！	9
			文豪ストレイドッグス	8
			新世紀エヴァンゲリオン シリーズ	2
5	大阪府	84	その他	43
			けいおん!!	12
			名探偵コナン	8
			あずまんが大王	3
			キラキル	2
6	13 梨県	31	その他	59
			ゆるキャン△	15
			その他	16

11.日本に行きたくなったアニメ・マンガ以外の理由

アニメ・マンガ以外の日本に行きたくなった理由を3つまで回答いただく調査を行った。

その全集計の結果、「食」、「音楽」、「文化」、「ゲーム」が多かった。

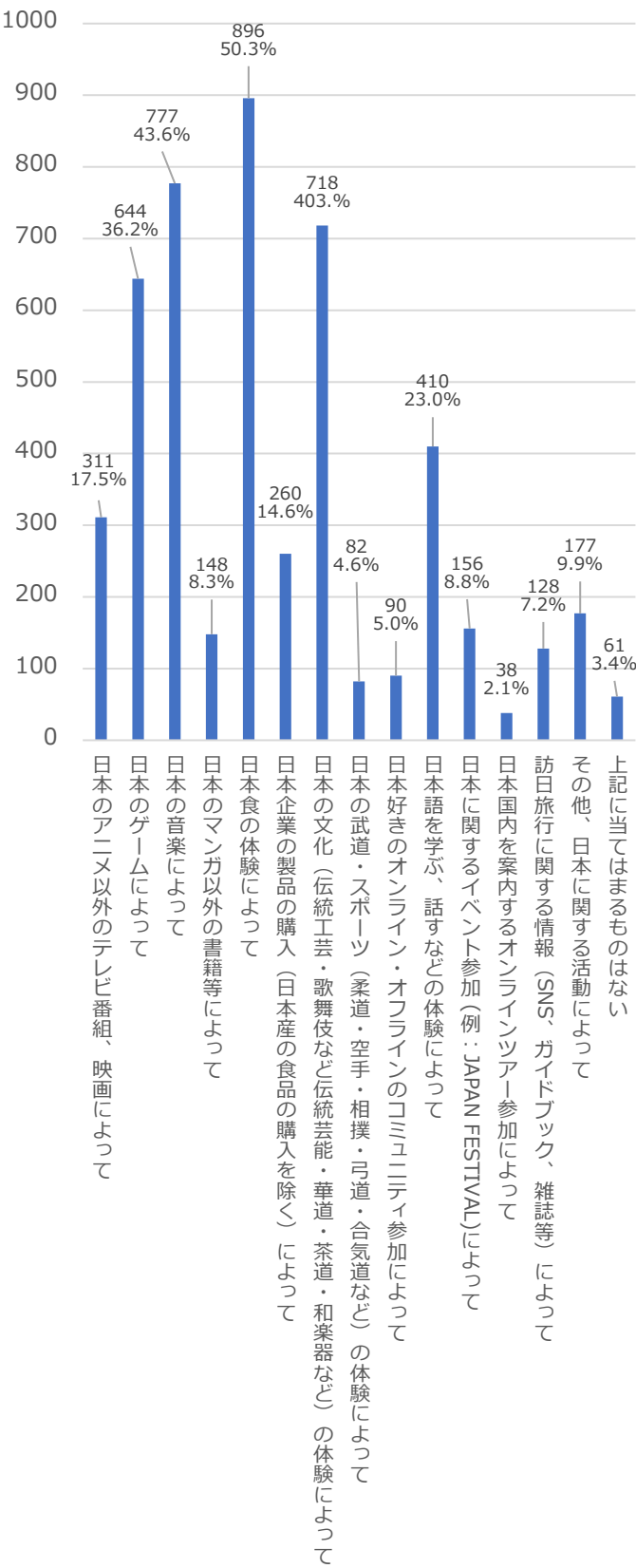
米国等、英語圏と、仏、独では、順位は入れ替わるが、同じ傾向だった。仏では「日本語」も高かった。

アニメ・マンガ以外の理由で行きたい日本の地域

アニメ・マンガファンにアニメ・マンガ以外の理由で行きたい日本の地域を3つまで回答いただくかたちの調査を行った。

その全集計の結果、上位の地域は一般的な外国人観光客が行きたい、実際に行っている地域と重なる結果になった。この傾向はどの国・地域、言語圏でも同じだった。

1	北海道	573
2	東京都	549
3	京都府	402
4	大阪府	401
5	沖縄県	216
6	広島県	51
7	神奈川県	45
8	奈良県	37
9	福岡県	23
10	愛知県	11



12.日本に行って体験したいアニメ・マンガに関わること

- ・ゆかりの地訪問の希望は多いが、グッズ等購入、ミュージアム・テーマパーク、コミケ・イベント・ライブも多い。
- ・満足度を高めるためには複合的な体験の提供が必要とされている。

日本に行って体験したいアニメ・マンガに関わることを複数回答で選択する質問に回答を得た。

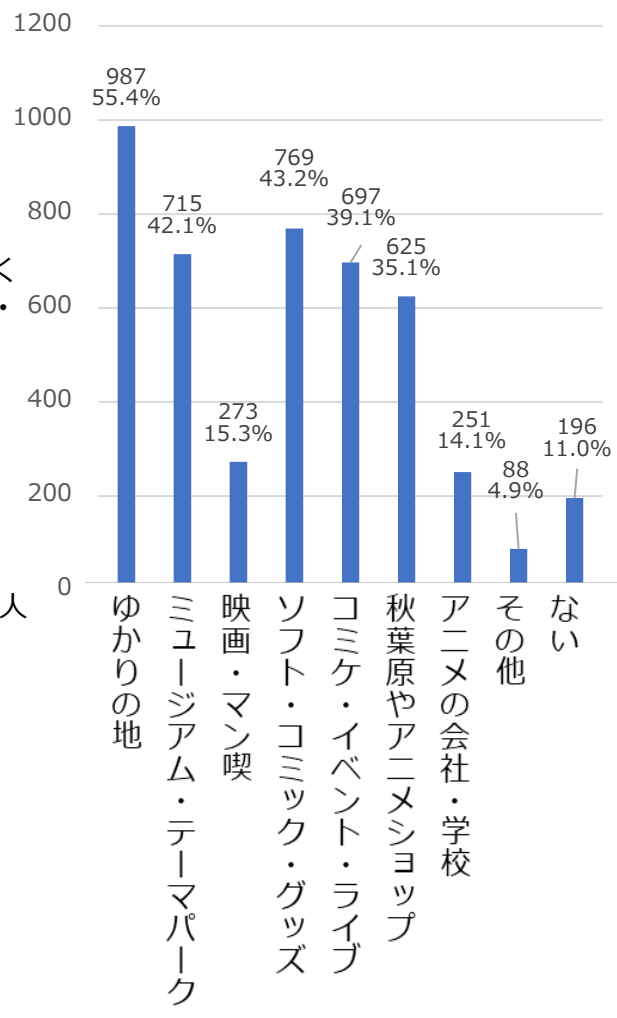
その結果、全集計では「**ゆかりの地訪問**」が最も高く、次いで「**ソフト・コミック・グッズの購入**」、「**ミュージアム・テーマパーク等訪問**」、「**コミケ・イベント・ライブ**」、「**秋葉原やアニメショップ**」が並んだ。

ただし、この順位は国・地域、言語圏によって大きく異なり、**米国、豪、カナダとドイツは「ミュージアム・テーマパーク等訪問」が最も多く**、次いで「**ゆかりの地訪問**」または**ソフト・コミック・グッズの購入**が多かった。「**秋葉原やアニメショップ**」も多かった。

一方、**タイ、台湾、中国大陸、韓国のアジアの国・地域では「ゆかりの地訪問」が高く**、次に「**ソフト・コミック・グッズの購入**」か「**コミケ・イベント・ライブ**」が多かった。

観光庁の「インバウンド消費動向調査（旧 訪日外国人消費動向調査）」でも、2024年の訪日外国人が「**映画・アニメゆかりの地を訪問**」した率は8.1%、「**日本のポップカルチャーを楽しむ**」の率は17.4%、「**テーマパーク等**」は24.1%だった。

アニメ・マンガファンが日本に行って求める体験は「ゆかりの地訪問」に加えて、「ミュージアム・テーマパーク」やエンタテインメント、関連の買物と複合的であることが分かった。



13.アニメ・マンガにより地域を訪問・体験するための情報

アニメ・マンガの地域を訪問するために欲しい情報

- ・ 自国のみならず、他国・地域のファンによるSNS上の情報、コミュニケーションが求められている。
- ・ 特に欧米ではこの傾向が強い。
- ・ 地域や作品情報のWEBサイトは多言語化することが最低限必要とされ、英語や各国言語のSNSでのファンの情報共有が有効であることが分かった。

アニメ・マンガファンが求める、アニメ・マンガによって訪問したい都市や地域、体験したいアニメ・マンガに関わることにについて詳しい情報を得る方法を複数回答で選択する質問に回答を得た。

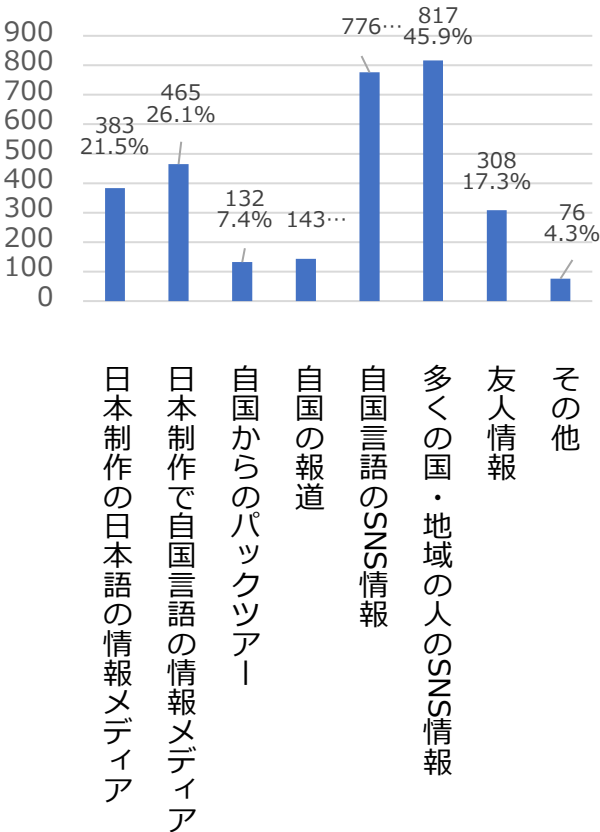
その結果、全集計では「多くの国・地域」と「自国言語」の「SNS情報」が最も多かった。

アニメ・マンガファンはファン同士のコミュニケーションによって、情報を入手していることが表れた。

しかし、国・地域、言語圏によって違いがあり、米国等、英語圏と独、スペイン語圏では「多くの国・地域」の「SNS情報」が多かったが、仏、タイ、中、韓では「自国言語」の「SNS情報」が多かった。

米国等、英語圏と独、タイ、韓国では次いで「日本制作で自国言語の情報メディア」が多かった。仏、中国大陆は「日本制作で日本言語の情報メディア」が多かった。

地域や作品情報のWEBサイトは多言語化することが最低限必要とされ、英語や各国言語のSNSでのファンの情報共有が有効であることが分かった。



アニメ・マンガの地域を訪問するために欲しいサポート

- ・交通手配のニーズが高い。目的のスポットまでの交通案内が必要とされている。
- ・日本のファンとの交流、日本人の通訳も求められている。
作品知識と愛を持った対応が必要。
- ・韓国ではグループツアー、台湾ではパックツアーのニーズもあった。

アニメ・マンガファンが求める、アニメ・マンガによって都市や地域を訪問し、アニメ・マンガに関わることを体験する時、欲しいサポートについて複数回答で選択する質問に回答を得た。

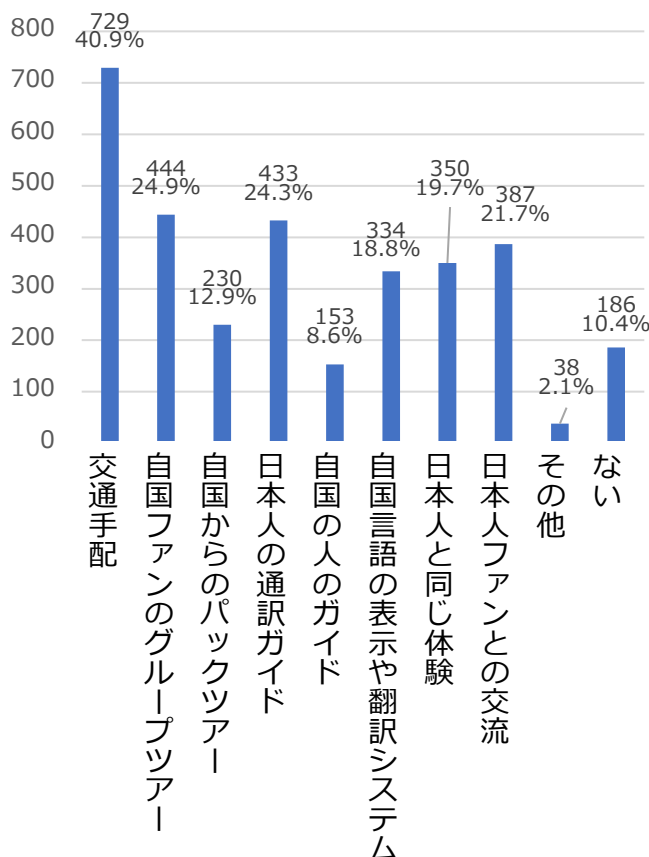
その結果、全集計では「交通手配」が最も多かった。

他は、「自国の人のガイド」は低く、他は横並びだった。

国・地域、言語圏別にみると、米国、豪、仏では「交通手配」よりも「日本人の通訳ガイド」の方が多かった。独では「日本人ファンとの交流」を最も多く求め、韓国でも2番目だった。スペイン語圏で「自国からのパックツアー」が1番多かった。台湾、中国大陆では「自国ファンのグループツアー」が多かった。

日本で地域や施設、イベント等にインバウンドの来訪を求める時には、最低でも自身で交通手配する時の案内、できれば購入地で着地までの交通を手配できる対応が求められている。

またアニメ・マンガに関わることを体験する時には単なる通訳ではなく、自国ファンのグループでの体験や日本人ファンとの交流が求められている。



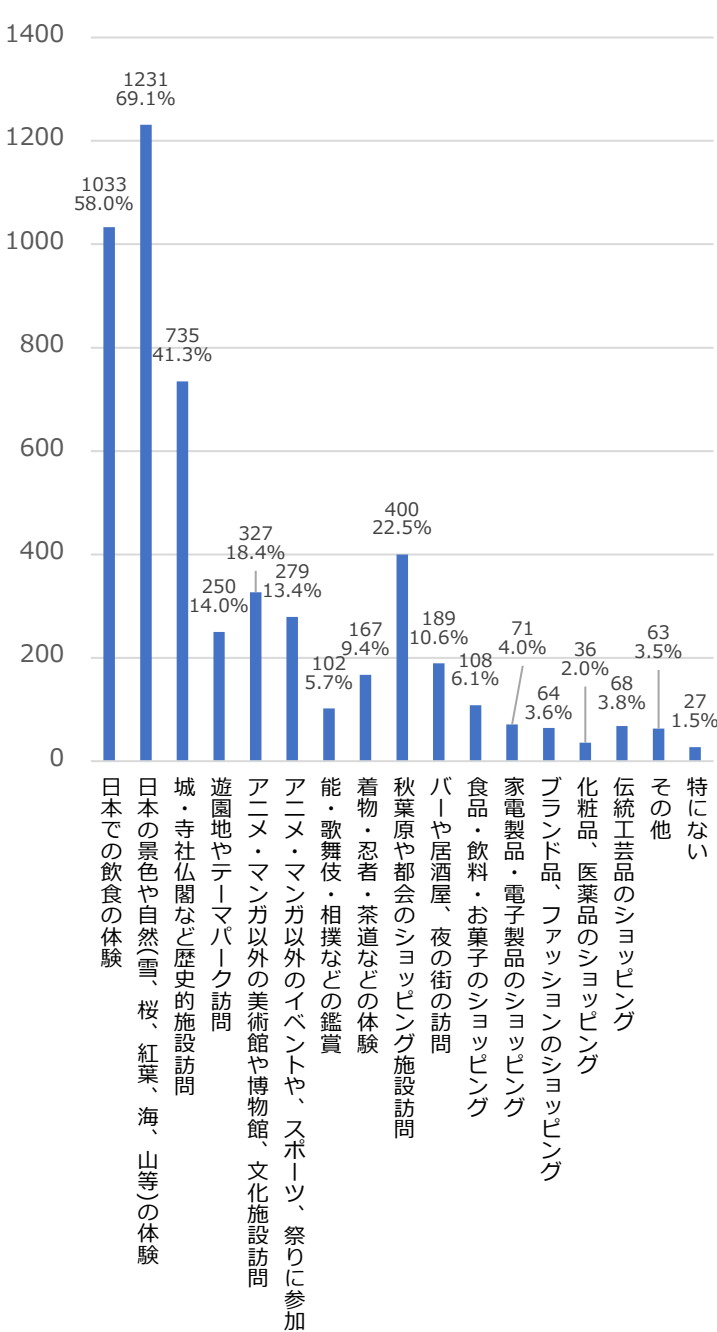
15.日本でアニメ・マンガ以外に体験したい事

アニメ・マンガファンにアニメ・マンガ以外の体験したいことを複数回答のかたちで調査を行った。

その全集計の結果、上位の体験は「自然・景色」、「食」、「歴史的な所」となった。

国・地域、言語圏で順位は変わるが、この3つが上位となるのは、変わらなかった。

またこの3つは、一般的な訪日時の希望としても高い順位になっている。



16.アニメ・マンガによって知り、好きになった日本食

アニメ・マンガによって知り、好きになった日本食と、そのアニメ・マンガのタイトル

- ・多くの食メニューとタイトルの回答を得た。母数が100の国・地域、言語圏で概ね50以上、母数が約300の米国、500の中国大陆では100以上の食メニューとタイトルが挙げられた。
- ・回答数の多い食メニューは、一般的な外国人が知っている、よく食べるメニューと重なる結果になった。
- ・食メニューとタイトルの関係では「ラーメン～ナルト」が一番多く、全回答者中の12.6%の回答を得て、他を引き離した。他では、「ラーメン大好き小泉さん」、「将太の寿司」、「和菓子～であいもん」のように直接に食をテーマにしたアニメ・マンガと食メニューの結びつきが挙げられた。

アニメ・マンガによって好きになった日本の食メニューと、そのアニメ・マンガのタイトルを3つまで回答いただくかたちの調査を行った。
その全集計の結果、行きたい地域と同じく**多くの食メニューとタイトルの回答を得た。**
回答者数が100の国・地域、言語圏で概ね50以上、回答者数が約300の米国、回答者数が500の中国大陆では100以上の食メニューとタイトルが挙げられた。

全回答を集計した右記の表で回答数の多い食メニューは、**一般的な外国人が知っている、よく食べるメニューと重なる結果になった。**
しかし、回答数の多い食メニューもそれに結びつくタイトルは多様だった。これはどの国・地域、言語圏でも同じだった。

一方、上位の地域でも、また**回答の集中率の低いメニューでも、非常に多くのタイトルとの結びつきが上げられ、一様ではなかった。**これもどの国・地域、言語圏でも同じだった。

食メニューとタイトルの関係では「ラーメン～ナルト」が一番多く、全回答者中の12.6%の回答を得て、他を引き離した。

他では、「ラーメン大好き小泉さん」、「将太の寿司」、「和菓子～であいもん」のように直接に食をテーマにしたアニメ・マンガと食メニューの結びつきが挙げられた。

1	ラーメン	554	NARUTO -ナルト- シリーズ	225
			ラーメン大好き小泉さん	33
			かぐや様は告らせたい～天才たちの恋愛頭脳戦～	20
			崖の上のポニョ	4
			君の名は。	2
			ラーメン赤猫	2
			食戟のソーマ	2
			斉木楠雄のΨ難	12
			その他	254
2	おにぎり	155	鬼滅の刃	13
			ポケットモンスター シリーズ	8
			ONE PIECE	6
			千と千尋の神隠し	3
			NARUTO -ナルト- シリーズ	2
			ハイキュー!!	2
			NARUTO -ナルト- シリーズ	2
3	寿司	143	その他	115
			将太の寿司	6
			トリコ	1
4	たこ焼き	108	その他	136
			ONE PIECE	8
			僕のヒーローアカデミア	3
5	オムライス	38	その他	97
			Charlotte	7
			ぼっち・ざ・ろっく！	5
			君は冥土様。	3
6	和菓子	38	その他	22
			であいもん	31
7	どら焼き	36	その他	7
			ドラえもん	36
8	うな重	28	名探偵コナン	17
			ゆるキャン△	8
			その他	3
9	コロッケ	28	BanG Dream!	4
			たまごまーけっとシリーズ	4
			とあるシリーズ	4
			ラブライブ！ シリーズ	4
			その他	12
10	団子	28	CLANNAD	7
			NARUTO -ナルト- シリーズ	2
			その他	19

17.アニメ・マンガによる以外で、好きな日本食

アニメ・マンガ以外によって好きになった日本食のメニューを3つまで回答いただくかたちの調査の全集計の結果でも、回答数の多い食メニューは、一般的な外国人が知っている、よく食べるメニューと重なる結果になった。これはどの国・地域、言語圏でも同じだった。

また、アニメ・マンガによって好きになった日本の食メニューとほぼ同じだった。これもどの国・地域、言語圏でも同じだった。

1	ラーメン	465
2	寿司	419
3	たこ焼き	84
4	おにぎり	83
4	カレーライス	83
6	天ぷら	80
7	うどん	79
8	すき焼き	49
9	餅	43
10	お好み焼き	42

18.アニメ・マンガによって知り、使うようになった日本製品

アニメ・マンガによって知り、使うようになった日本製品と、そのアニメ・マンガのタイトル

- ・欧米の回答では、箸、炊飯器、コタツが多く、日本のライフスタイルを普及する役目を担っていることが分かった。ただしアジアからはこの回答はなかった。
- ・次いでゲーム機、プラモデル、フィギュア、トレーディングカードといった関連商品が多かった。これはアジアで高かった。
- ・ヘッドホン、バイクといった作品中に登場する製品も見られた。

アニメ・マンガによって使うようになった日本の製品と、そのアニメ・マンガのタイトルを3つまで回答いただくかたちの調査を行った。

その全集計の結果、製品種類、また製品と結びつくタイトルは多様ではあるが、行きたい地域、食メニューより製品種類、タイトルともに少なかった。

回答者数が100の国・地域、言語圏で概ね20以上、回答者数が約300の米国は92、回答者数が500の中国大陸では53が挙げられた。

全回答を集計した右記の表で回答数の多い製品は、ゲーム機、プラモデル、フィギュア、トレーディングカードの順の広義のアニメ・マンガ関連グッズと、箸、炊飯器、こたつの順の日本ならではのライフスタイル製品に大別できる。中間的なものとしてヘッドホンとバイクがあった。

回答が多い製品に対して挙げられたタイトルは多様で、ファンごとに異なる製品とタイトルの関係を上げるものが多かった。

1	食品	43	るろうに剣心 その他	1 42
2	箸	43	NARUTO -ナルト- らんま1/2 ドラゴンボール シリーズ かぐや様は告らせたい 〜天才たちの恋愛頭脳戦〜 デュラララ!! うさぎドロップ 食戟のソーマ その他	4 3 2 1 1 1 1 30
3	ゲーム機	25	俺の妹がこんなに可愛いわけがない。 ネプテューヌシリーズ その他	4 3 18
4	プラモデル	24	機動戦士ガンダム シリーズ ケロロ軍曹 その他	16 2 6
5	ヘッドホン	18	けいおん! ぼっち・ざ・ろっく! すーぱーそに子 その他	5 5 3 5
6	炊飯器	17	生徒会役員共 ドラゴンボール シリーズ フルーツバスケット 極主夫道 その他	1 1 1 1 13
7	アニメフィギュア	16	その他	11
8	コタツ	12	ホリミヤ らんま1/2 その他	1 1 10
9	トレーディングカード	11	遊☆戯☆王 その他	8 3
10	バイク	10	ゆるキャン△ その他	6 4

19.アニメ・マンガによる以外で、よく使う日本の製品名

アニメ・マンガ以外によってよく使う日本の製品名を3つまで回答いただくかたちの調査の全集計の結果、最も多い回答はゲームがかった。固有名ではニンテンドー、PlayStationが挙げられ、日本の家庭用ゲームの普及を示すものとなった。台湾、タイ以外の全ての国・地域、言語で挙げられた。

2位の化粧品・スキンケア製品・薬品もイギリス以外のすべての国で挙げられた。今回調査の回答者に女性の割合が多いタイでは特に多かった。

3位の文具・鉛筆・筆記用具も台湾以外の全ての国・地域、言語圏で挙げられた。

4位以下はかたよりが見られた。ヘッドホンはタイのみ、イヤホンは台湾、中国大陸のみの回答だった。5位カメラ、8位の電化製品は中国大陸、韓国以外のみの回答だった。

一方、箸、炊飯器はアジア以外の国でのみ回答があった。

車はオーストラリア、カナダ、中国大陸で回答があった。

ファッション・着物は、固有名のユニクロ、無印良品も含めると、フランス、スペイン語圏、中国大陸、韓国以外で回答があった。

【一般製品名】

ゲーム	208
化粧品・スキンケア製品・薬品	149
文具・鉛筆・筆記用具	125
ヘッドホン・イヤホン	82
カメラ	68
箸	35
車	29
電化製品	27
炊飯器	21
ファッション・着物	17

【固有名】

ユニクロ	6
無印良品	8
casioex-word電子辞書	1
PlayStation	1
ニンテンドー	1
オタマトーン	1
トヨタ	1

20.アニメ・マンガの影響で行うようになった日本の文化等

アニメ・マンガの影響で行うようになった日本の文化、エンタテインメント、活動

- ・ゲーム、音楽、その他のテレビ番組・映画、日本語、日本文化の順で回答が多かった。
- ・アニメ・マンガはゲーム、音楽(アニソン)、実写化された映像等と、IPを共有し、これをファンが楽しむ生態系、また売上を相互に促進する市場が形成されている。

アニメ・マンガによって行うようになった日本の文化、エンタテインメント、活動の分野について、複数回答いただくかたちの調査を行った。

その全集計の結果、1位ゲームが全回答者の43.3%の回答率、音楽・アイドルが38.8%、アニメ以外のテレビ番組・映画が31.2%で高く、日本のポップカルチャーの人気のあり方を示す結果となった。日本語、テレビ番組・映画も同等に多かった。

この傾向は、概ねどの国・地域、言語圏でも同じだが、順位には国・地域、言語圏別に、少しずつ差があった。

英語圏の米国、豪、カナダ、英では、テレビ番組・映画よりも日本語の方が多かった。日本の映像の放送、劇場上映の機会が少ないことによると考えられる。

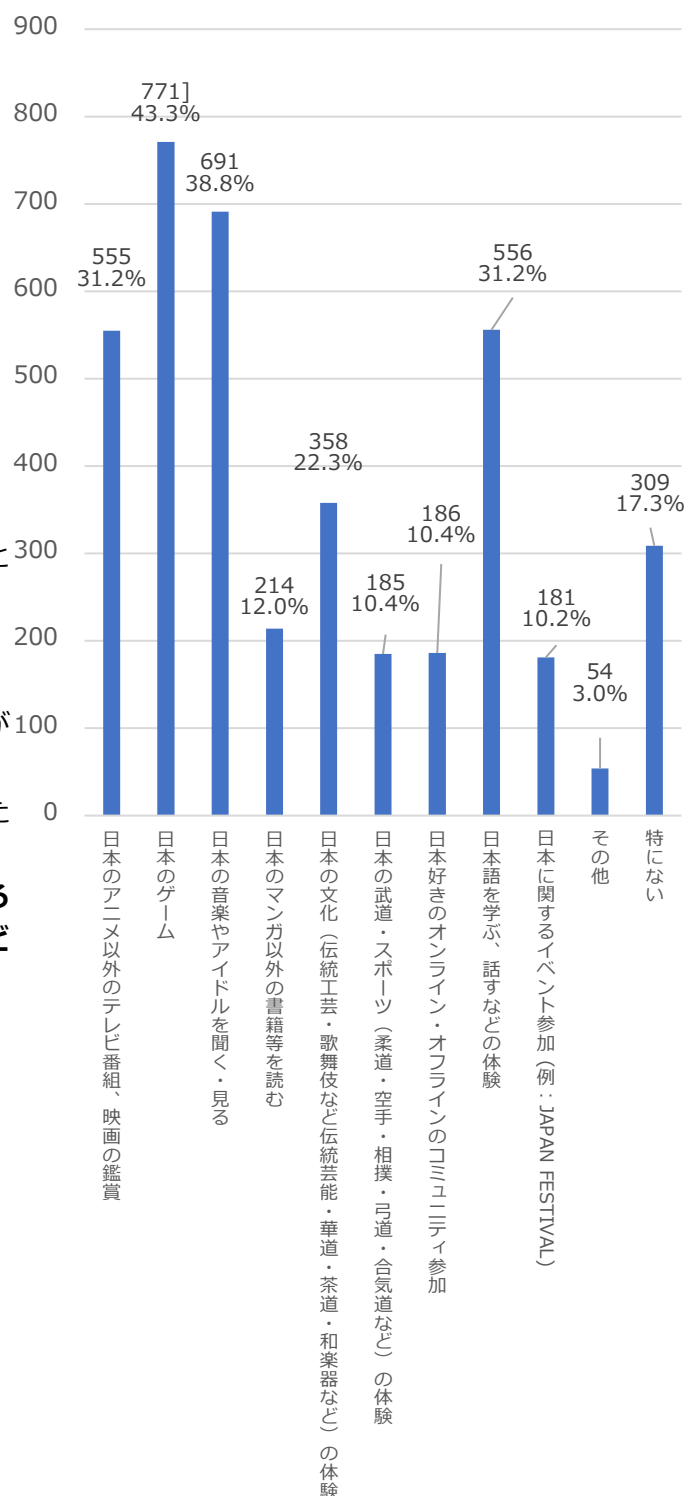
仏、独では、テレビ番組・映画よりも日本語の方が多いのに加え、日本の文化、日本に関するイベントが高かった。日本ファンの活動の在り方がうかがえる結果となった。

アジアの国・地域は、概ね全体と同じ順位だったが、韓国ではマンガ以外の書籍が多かった。

現状、あるタイトルが分野を横断して展開される場合には、アニメ・マンガと音楽、ゲーム、テレビ番組、映画が連携した普及は考慮されるが、日本のポップカルチャーがジャンルを横断して連携したブランディングはなされていない。

今回明らかになった各国・地域、言語圏ごとのポップカルチャー全般と日本語、日本に関するイベントの比率の高さは、**ポップカルチャーの分野ごとのファンへの受容に対して、分野ごとのビジネス展開、分野間の連携とブランディングを考える上で貴重な資料となった。**

回答者数



アニメ・マンガの影響で行うようになった日本の文化、エンタテインメント、活動と、そのアニメ・マンガのタイトル

・タイトルの回答数では、音楽が最大、次いでゲームだった。多様なタイトルのアニソンが広く親しまれている。

アニメ・マンガの影響で行うようになった日本の文化、エンタテインメント、活動と、そのアニメ・マンガのタイトルを3つまで回答いただくかたちの調査を行った。その回答とタイトル数の全集計の結果、P23の分野について回答いただく回答者数の集計と異なり、音楽・アイドルがゲームより回答が多かった。

回答の多さの順は、音楽・アイドル、ゲーム、日本語、テレビ番組・映画、日本文化の順だった。

各分野に結びつくタイトルは多様で、音楽・アイドルでは1千超、ゲームで600程度に及んだ。この数の多さはどの国・地域、言語圏でも同じだった。

音楽・アイドルと結びつきタイトルとして、最も回答が多かったのは、「ラブライブ!シリーズ」で、その回答の多さは製品や食よりも多く、行ってみたい特定の地名と結びつく、宇治市の「響け、ユーフォニアム」と、また日本を好きになったタイトルの「君の名は。」、「NARUTO」の回答数と同じ程度だった。

ゲームとの結びつきでは「Fate シリーズ」が挙げられたが、その回答数は音楽・アイドルの「ラブライブ!シリーズ」の半分以下だった。「ポケットモンスター シリーズ」を挙げた回答は全回答者の10%以下で、ゲームの著名タイトルは、アニメ・マンガからゲームという認知・体験ではなく、ゲームを先に体験している可能性がある。

テレビ番組・映画では、マンガ・アニメから実写化されたタイトルが挙げられた。上位には実写化されていないタイトルも挙げられており、回答の理由は不明である。

日本語、日本文化では、多様な人気タイトルがあげられた。

いずれの日本の文化、エンタテインメント、活動も、多数のタイトルと結びついており、アニメ・マンガに始まる日本のポップカルチャーを支えるファンのし好の多様性が示された。

	ジャンル(分野)	作品回答数	主な作品名	回答数
1	日本の音楽やアイドル	1179	ラブライブ! シリーズ	122
			BanG Dream!	62
			【推しの子】	49
			アイドルマスター シリーズ	45
			けいおん!	17
			ぼっち・ざ・ろっく!	16
			銀魂	10
			君の名は。	8
			名探偵コナン	8
			少女☆歌劇レヴュースタァライト	7
			新世紀エヴァンゲリオンシリーズ	7
			Fate シリーズ	6
			ONE PIECE	5
			鬼滅の刃	5
			初音ミク	5
			文豪ストレイドッグス	5
			Ado	3
			平家トキ	3
			ダンスダンス	3
			炎災ノ消防隊	3
			HUNTER×HUNTER	2
2	日本のゲーム	800	デスノート	2
			ポケットモンスター シリーズ	2
			僕のヒーローアカデミア	2
			その他	782
			Fate シリーズ	54
			ペリソナ シリーズ	24
			ソードアート・オンライン	22
			ポケットモンスター シリーズ	17
			NARUTO -ナルト- シリーズ	14
			ウマ娘プリティダービー	14
			BanG Dream!	13
			STEINS;GATE	13
			ソルネ-風舞高校弓道部-	13
			CLANNAD	12
			WHITE ALBUM	10
			ヨスガノソラ	8
			プロジェクトセカイ	6
			ぼっち・ざ・ろっく!	6
			機動戦士ガンダム シリーズ	6
			NieR:Automata	3
			げんしけん	2
3	日本語を学ぶ、話すなどの体験	741	ラブライブ! シリーズ	2
			その他	561
			ラブライブ! シリーズ	15
			ONE PIECE	14
			BanG Dream!	12
			NARUTO -ナルト- シリーズ	11
			は物語>シリーズ	10
			名探偵コナン	10
			Fateシリーズ	6
			アカギ	2
			その他	661
4	日本のアニメ以外のテレビ番組、映画の鑑賞	443	ラブライブ! シリーズ	14
			けいおん!	11
			クレヨンしんちゃん	8
			名探偵コナン	7
			【推しの子】	5
			銀魂	3
			ONE PIECE	2
			デスノート	2
			犬夜叉	2
			四月は君の嘘	2
			その他	387
5	日本の文化の体験	261	名探偵コナン	7
			犬夜叉	5
			君の名は。	4
			あかね噺	3
			らんま1/2	3
			NARUTO -ナルト- シリーズ	2
			ジブリ作品	2
			ぼらかもん	2
			るろうに剣心	2
			鬼滅の刃	2
			その他	229
6	日本の武道・スポーツの体験	182	名探偵コナン	10
			ソルネ-風舞高校弓道部-	5
			刃牙 シリーズ	3
			その他	164
			Fateシリーズ	3
7	日本に関するイベント参加	172	SPY×FAMILY	38
			アイドルマスターシリーズ	3
			けいおん!	4
			君の名は。	2
			その他	122
8	日本のマンガ以外の書籍等を読む	118	ラブライブ! シリーズ	5
			文豪ストレイドッグス	6
			その他	107
9	日本好きのオンライン・オフラインのコミュニティ参加	66	名探偵コナン	1
			その他	65