

2025 年 5 月 27 日(火)

ADK マーケティング・ソリューションズ、 Global IP Power Survey 2024 Report を発表

株式会社ADK マーケティング・ソリューションズ(本社:東京都港区、代表取締役社長:大山 俊哉、以下「ADK MS」)は、作品・キャラクター(IP)に関する生活者の意識と行動を把握することを目的に ADK エモーションズと共同で、日本・北米・インドの 3 市場での定量調査を実施し、「Global IP Power Survey 2024 Report」(以下「GIPS 2024」)を作成しました。

昨今、作品・キャラクター(以下、IP)の数は年々増加し、選択肢も多様化。それに伴い、単純な視聴・購入だけにとどまらず、多様な楽しみ方が生まれています。これらの IP には共通して、「生活者との深い関係性」が存在しています。

本レポートでは、日本・北米・インドという世界を代表する 3 市場を対象に、生活者と IP との関係性を調査。IP に対する“好き”という感情や関わり方、そこから生まれる行動を多角的に分析しています。

ADK MSは、IP ビジネスを深く理解し次なる成長戦略を描くうえで、“好き”という感情を捉えることが出発点になると考えています。

今回の調査を通して、IP への“好き”の気持ちをその背景や関わり方に着目し、4 つの視点から読み解きました。

■ 調査サマリー(一部抜粋)

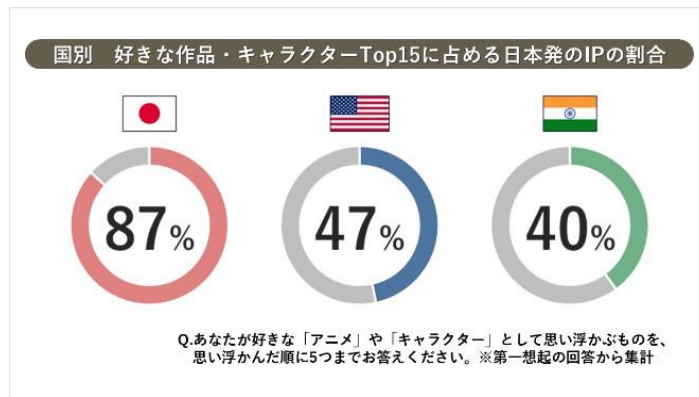
1. 国によって異なる IP の受容性

○世界に広がる IP 人気

日本をはじめ世界では IP 市場が急成長しており、世界のアニメ市場規模は 2024 年に 300 億米ドルに到達し、2037 年末までに 983 億米ドルに達すると推定されています。※1

どの国でも作品・キャラクターは多くの人々に愛されており、約 8 割強の人(日本:83.5%・北米 79.0%・インド 89.3%)が“好きな IP”を 1 つ以上挙げています。その中でも、日本の IP は各国で多くの人たちに愛されています。

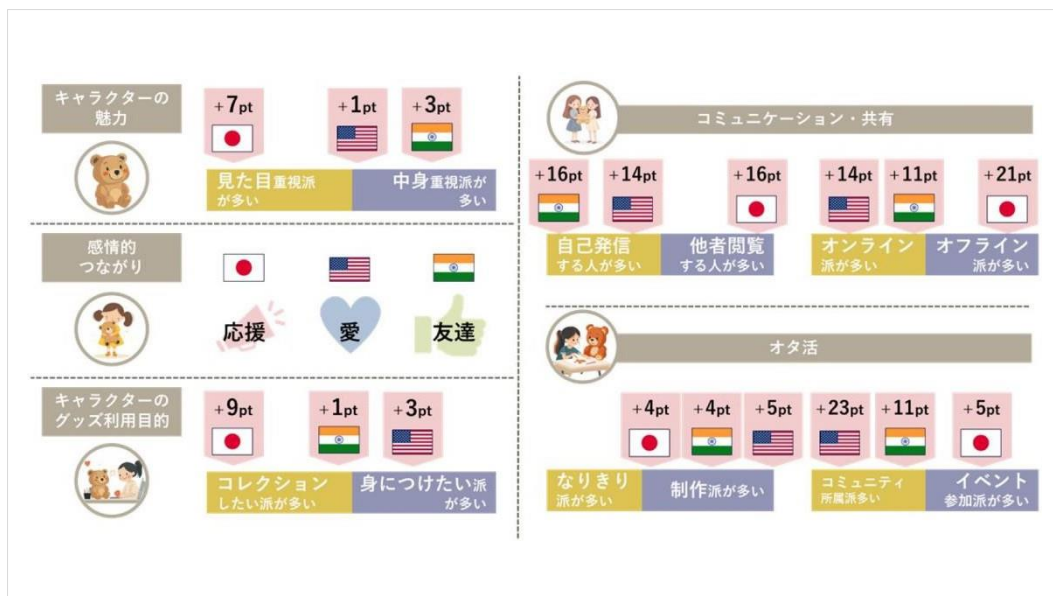
<好きなアニメ・キャラクターTOP15 に占める日本 IP の割合>



○その国の文化や価値観が映す IP のとらえ方と接点、課金スタイルの違い

IP に対する感情的なつながりでは、日本は「推し活」の影響もあり「応援」、北米では「愛」、インドでは「友達」と捉える人が多い傾向が見られました。交流スタイルにも違いがあり、日本ではオフラインで交流を行う傾向が強い一方、北米・インドではオンラインでの積極的な発信が主流です。こうした違いの背景には、各国に根づく価値観や文化的背景が影響していると考えられます。

<各国の大人(15-59 歳)における IP とのかかわり方比較>



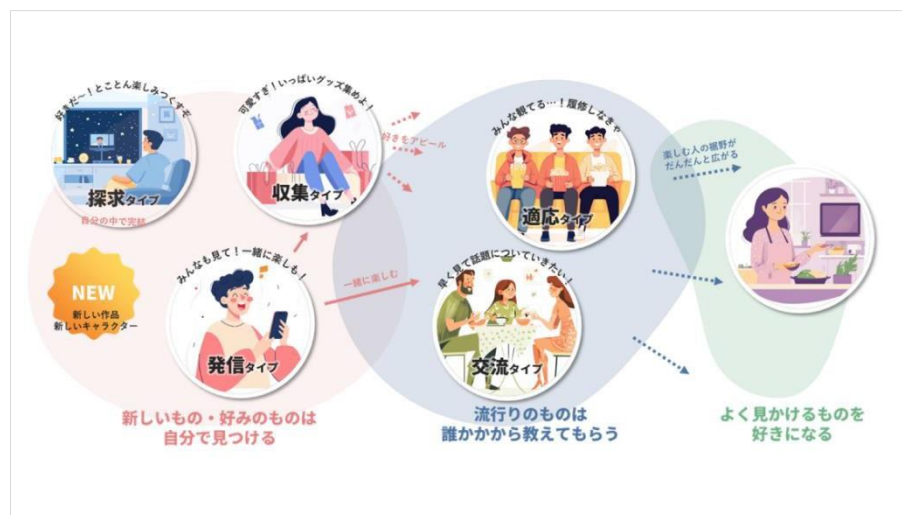
2. “好き”のタイプと楽しみ方

○価値観をベースに関わり方のタイプを明らかに



作品・キャラクターへの意識と性格価値観を、クラスター分析を用いて大人・子どもそれぞれ 6 つのタイプに分類しました。

クラスターごとの価値観・傾向を分析し、世の中における作品・キャラクターの広がり方の構造を下記のようにとらえています。



3. 個別 IP の”愛され方”分析

〇IP マーケティングやタイアップ施策の考案のため個別 IP の現在地を分析

IP 意識/行動比較で IP の出自ごとに異なる特徴が見られることは、IP マーケティングを行う上で個別 IP の現在地を分析することの重要性を示しています。

各IP好意者の特徴的なかわり方			
	キャラクター系IP	王道バトル系IP	特撮・ロボット系IP
作品の好きな所	見た目が好き	ストーリーで感動・考察や分析が好き	見た目が好き
感情的つながり	安心・友達のような存在	信念に共感	憧れ・信念に共感
楽しみ方	1人で愛でる	1人で愛でる・性格/思いを投影・コスプレ	性格/思いを投影
グッズ利用目的	癒し・日常の利用	飾る	コレクション
共有・発信	好きをアピール・オフラインで話題	オンラインで話題	オフラインで話題

Q.提示した作品・キャラクターの中で、あなたが最も好きなものに対して、あなたが抱いている意識としてあてはまるものをそれぞれお選びください。

性年代別の”好きなIP”の第一想起状況、ファネル状態の分析、当該 IP への関わり方等から、IP の現在地を把握します。（ご要望に応じて、今回調査した IP についての関与状況や行動特性を可視化する「IP プロファイリング資料」をご提供します。）



4. IP ビジネスにおけるファングロス戦略

IP の持続的な成長のためには、様々な観点での“好き”のかたちの違いを踏まえることで「好きな人」を増やすことはもちろん、その先の行動（課金・推奨）まで設計する必要があります。

<ファングロス戦略図>

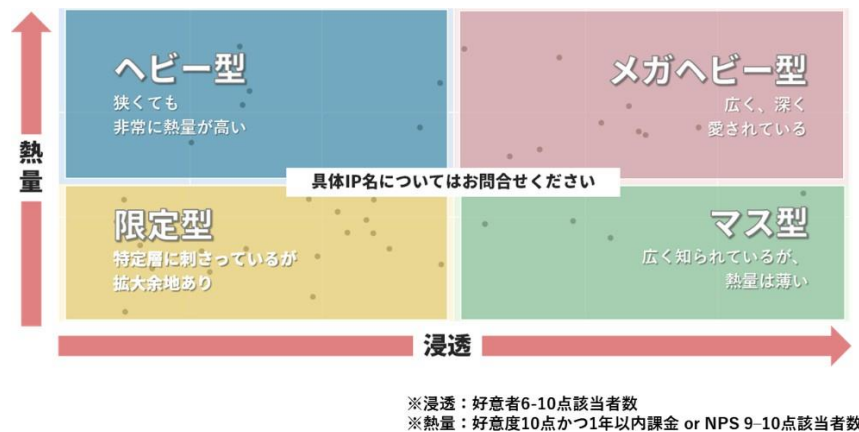


IP ビジネスにおけるファングロース戦略の策定には、IPごとに大きな違いのある「ファン構造」を捉えることが必要不可欠です。

ADK MS は、市場における「浸透」とファンの「熱量」の 2 軸から、IP を以下の 4 型に分類しました。

ファン構造を 4 型に分類すると型ごとに状況を可視化できます。“好き”の気持ちを高め“行動”させ、ファンの熱量を起点に新たなファンを獲得・育成しビジネスをグロースさせていくことが、ADK MS の考える“IP ビジネスにおけるファングロース戦略”です。IP ごとに異なる“ファン構造”を見極め、その特性に応じた最適な成長アプローチを描くことを出発点として現状を正しく捉え、次の一手を考えるパートナーでありたいと考えています。

＜IP ファン構造 4 分類＞



＜調査概要＞

- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査対象：3-59 歳男女 ※IP 関連業種従事者、トラップ設問での矛盾回答者を除外し分析
- ・調査エリア：日本/アメリカ/インド
- ・分析サンプル数：日本・約 18,000ss アメリカ・約 2,000ss インド・約 900ss
- ・聴取 IP：日本 49/北米・インド 60
- ・調査実施：2024 年 12 月 7 日～13 日

ADK MS は、IP やファングロース戦略を通じて今後もクライアント企業のマーケティング活動を支援していきます。

* 本レポートの抜粋版を、添付 PDF にてご覧いただけます。
詳細版レポートのご提供や追加分析のご依頼につきましては、下記のお問い合わせ先までご連絡ください。

※1 出典：Research Nester Analytics「世界のアニメ市場調査、規模、傾向のハイライト(予測 2025-2037 年)

＜株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ＞

マーケティング領域全般における統合的なソリューションをフルファネルで提供。2021 年に始動した事業ブランド「ADK CONNECT」がフラッグシップとなり牽引するデジタル&データドリブン・マーケティング領域では、専門性の高いスペシャリストが組織横断で集結し、クライアントのビジネス成果に貢献する「価値ある顧客体験」をご提案します。

・ADK MS ウェブサイト <https://www.adkms.jp/>

本件に関する問合せ先

株式会社ADK マーケティング・ソリューションズ

マーケティングインテリジェンス本部 IP ビジネスプランニング局 末本/高橋/門脇/片山

株式会社ADK ホールディングス

経営企画本部 PR・マーケティンググループ 根岸/大沢 e-mail:mspr@adk.jp