

2023年7月4日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼に関する調査

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼への関心は全体で48%、10代では63%と高い
ソロ活で聖地巡礼をする人は20代と30代でそれぞれ約50%

共通ポイントサービス「Ponta (ポンタ)」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:長谷川 剛、以下「LM」)は、10~60代の男女1,200名を対象に調査した「ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼に関する調査」(実施期間:2023年5月30日~6月1日)の結果をご報告いたします。

【調査結果】

・TOPICS 1

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼への関心は全体で48%、10代では63%と高い

・TOPICS 2

ソロ活で聖地巡礼をする人は全体で45%、20代と30代でそれぞれ約50%

・TOPICS 3

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼に行った地域は「東京都」(31%)がトップ

・TOPICS 4

1回のロケ地巡り・聖地巡礼の費用は「5千円未満」が27%

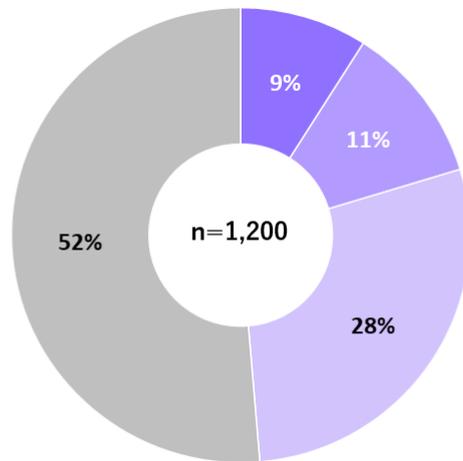
【調査結果詳細】

■TOPICS 1

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼への関心は全体で48%、10代では63%と高い

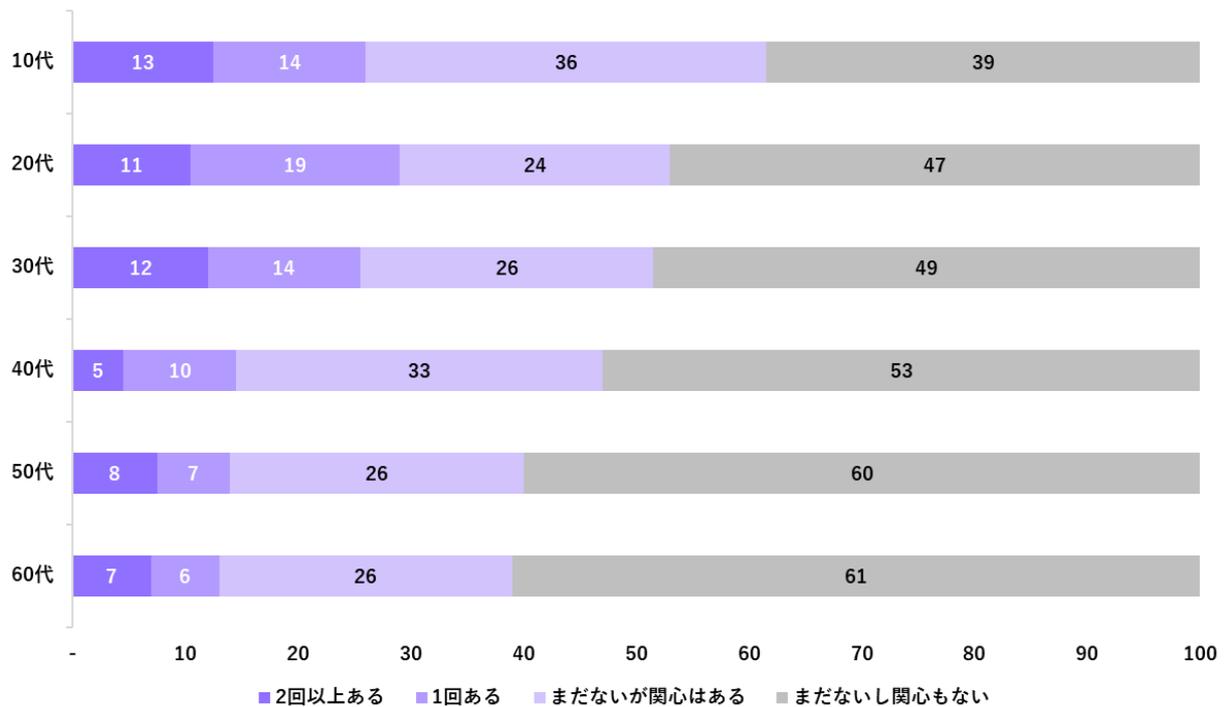
ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼の経験について、「2回以上ある」が9%、「1回ある」が11%だった。「まだないが関心はある」は28%となり、経験者と合わせると48%が関心を持っている。年代別でみると、10代の関心が63%で最も高い。

▼ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼の経験（全体）



■ 2回以上ある ■ 1回ある ■ まだないが関心はある ■ まだないし関心もない

▼ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼の経験（年代別）



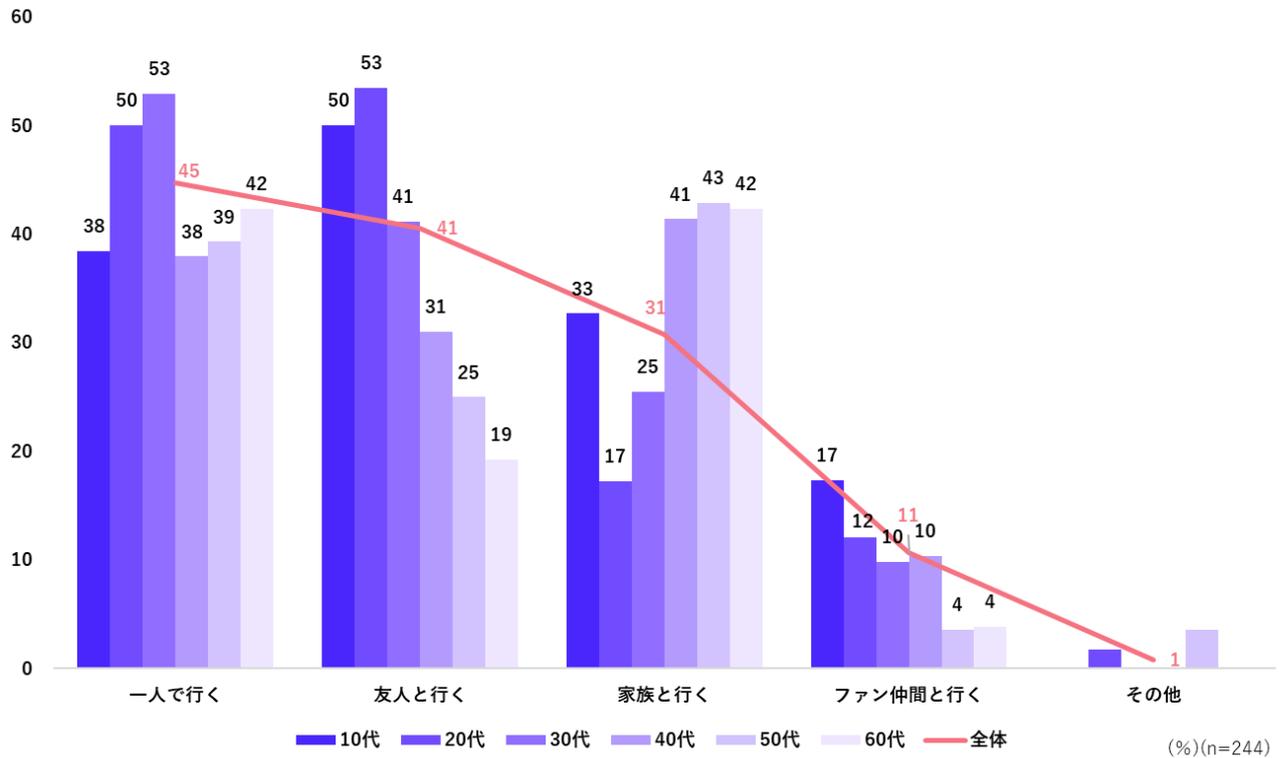
(%)(n=1,200)

■TOPICS 2

ソロ活で聖地巡礼をする人は全体で45%、20代と30代でそれぞれ約50%

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼をする時の同行者について複数回答で聴取したところ、「一人で行く」が全体で45%と最も高い。特に20代と30代で高く約50%だった。また「友人と行く」は、10代と20代でそれぞれ約50%となった。

▼ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼の同行者（複数回答）

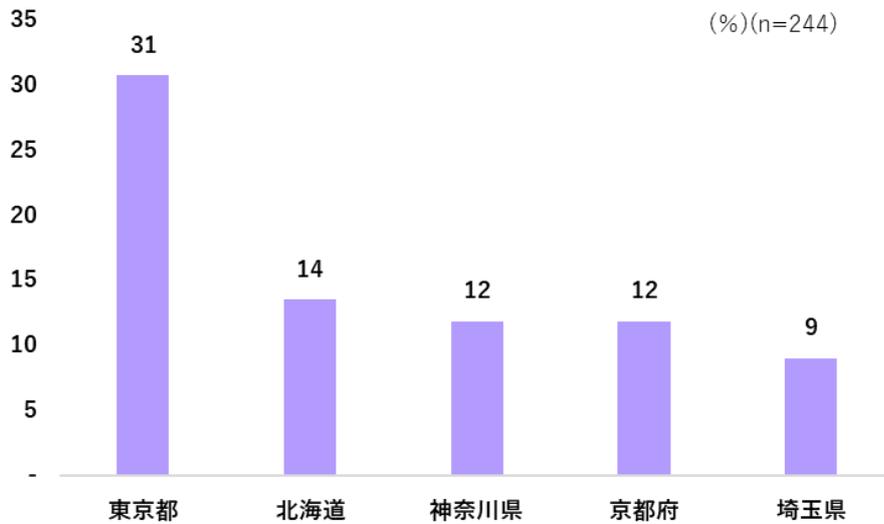


■TOPICS 3

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼に行った地域は「東京都」(31%)がトップ

ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼で行ったことのある地域は、「東京都」(31%)がトップとなった。自由回答では、「君の名は。」「SLAM DUNK (スラムダンク)」「silent (サイレント)」といった作品名が挙げられていた。

▼ロケ地巡りやアニメの聖地巡礼に行った地域（複数回答）※上位5都道府県を抜粋

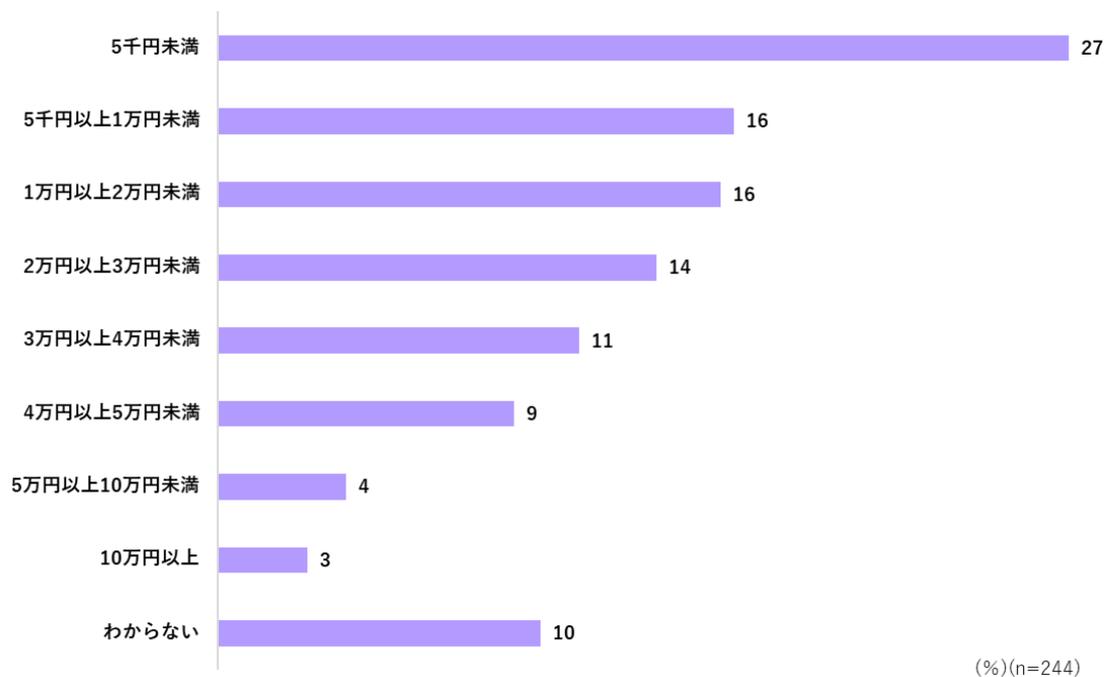


■TOPICS 4

1回のロケ地巡り・聖地巡礼の費用は「5千円未満」が27%

交通費、宿泊費、食費を含めた1回のロケ地巡り・聖地巡礼の費用は、「5千円未満」が27%でトップとなった。なるべく低予算で思い出づくりを楽しみたい様子が見える。

▼交通費、宿泊費、食費を含めた1回のロケ地巡り・聖地巡礼の費用（グッズやお土産の購入費は除く）



以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2023年5月30日～6月1日
パネル : 「Ponta リサーチ」会員
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
調査対象 : 国内在住 10～60 代の男女
有効回答数 : 1,200 名 ※性年代別に各 100 サンプル回収
※調査結果は小数点第 1 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト : <https://biz.loyalty.co.jp/>
公開レポート (自主調査結果を掲載) : <https://biz.loyalty.co.jp/report/>
公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>
コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>