

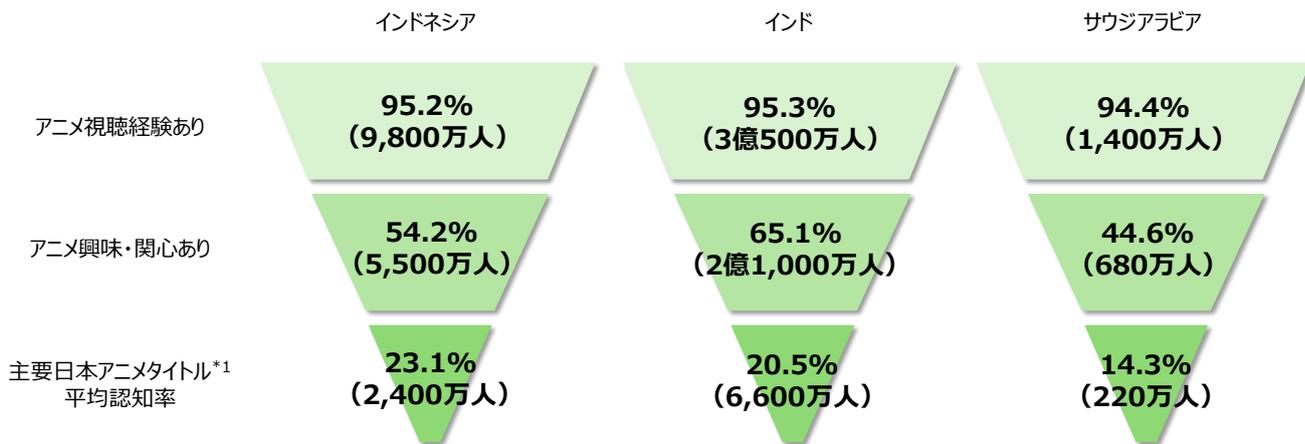
博報堂、インドネシア・インド・サウジアラビアでの  
日本のアニメ IP に関する調査を実施 課題と意外な現地トレンドが判明  
FANFARE による「日本アニメ IP グローバルファン調査」より

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下 博報堂）と、アニメや映画などのエンタテインメントコンテンツの企画・製作・配給・宣伝を行う株式会社博報堂D Yミュージック & ピクチャーズが設立した、世界各国でエンタメコンテンツのファンダム拡大を支援するグローバルチーム「FANFARE（ファンファーレ）」は、日本のアニメ IP の視聴・利用者を対象とした「日本アニメ IP グローバルファン調査」を実施しました。

## FANFARE 日本アニメ利用ポテンシャル3カ国のファネル

アニメ興味関心層は各国共に半数程度。

また、日本の主要アニメタイトル\*1の認知率は2割前後とまだまだプレゼンス強化の余地が見込める



\*1主要日本アニメタイトル：独自で選定した著名な日本アニメタイトル  
※調査対象者は3か国共に16-39歳  
※人口構成比：1か国1,000人を調査し、人口構成比に準じてウェイト調整を実施

コンテンツを起点とした広告やビジネス設計の支援を行う専門チームである「コンテンツビジネスラボ」の協力のもと、今後コンテンツ市場の伸長が見込まれるインドネシア、インド、サウジアラビアの3カ国で「日本アニメ利用ポテンシャル層(※)」を対象として、日本のアニメタイトルに対する認知・嗜好・消費行動を調査・分析。その結果、3カ国すべてにおいて「子供から大人まで楽しめる一般的な娯楽」として浸透しつつも、各国でアニメの嗜好性には違いがみられることが分かりました。また、現状では日本の主要アニメタイトルの平均認知率は2割前後と市場拡大に向けてまだまだポテンシャルがあることも明らかになりました。

(※) 日本アニメ利用ポテンシャル層：調査対象のアニメ IP のうち、1つ以上認知しており、アニメの視聴や関連商品・サービスの利用・購入経験がある、もしくは、視聴・購入経験はないが意向のある16-39歳のこと

<調査結果サマリー>

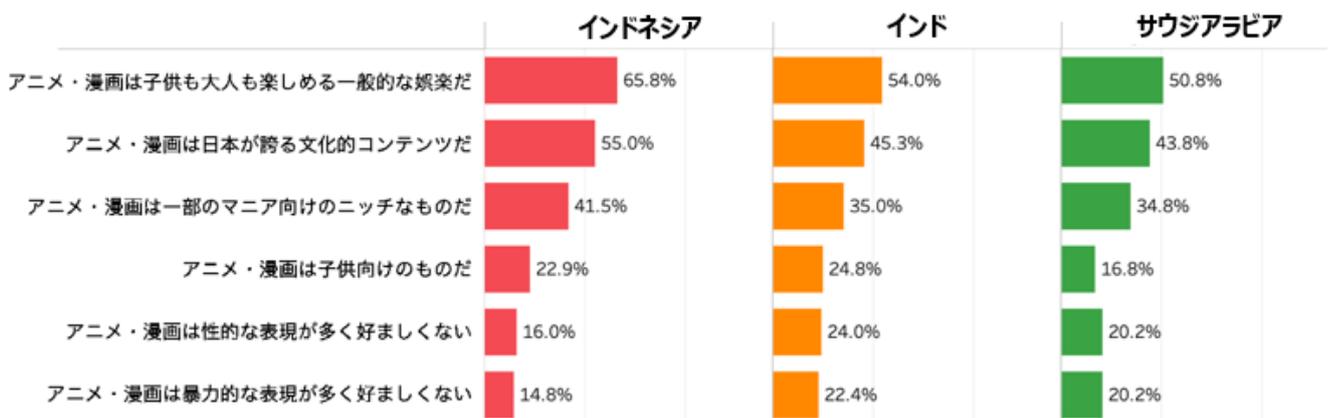
1. 【アニメ・漫画へのイメージ】3カ国とも、アニメ・漫画に対して「子供も大人も楽しめる一般的な娯楽」というイメージを持つ視聴・利用者が過半数を超えている。
2. 【アニメで好きなジャンル】3カ国とも「アクション/アドベンチャー」が最も人気。インドネシアでは「ファンタジー/異世界」、インドとサウジアラビアでは「ミステリー/スリラー」がそれに続いた。
3. 【アニメで重要視するポイント】インドネシア・サウジアラビアでは「ストーリー構成」、インドでは「キャラクター」となり、国ごとに差が見えてきた。
4. 【アニメ関連グッズ購入・サービス利用】3カ国ともアニメ・漫画に対してポジティブなイメージであるものの、日本の主要アニメタイトルの認知率は2割前後と市場拡大に向けてポテンシャルがあることも明らかに。
5. 【日本の各アニメ IP 認知度 TOP10】インド・サウジアラビアでは、その国特有の人気を誇る日本のアニメ IP の存在が確認された。

<調査結果詳細>

■3カ国とも、アニメ・漫画に対して「子供も大人も楽しめる一般的な娯楽」というイメージを持つ視聴・利用者が過半数を超えている

アニメ・漫画に抱いているイメージとして、インドネシア、インド、サウジアラビア3カ国とも「子供も大人も楽しめる一般的な娯楽」が最も高いスコアとなりました。そして各国「日本が誇る文化的コンテンツ」というイメージが続ぎ、「一部のマニア向けの娯楽」のスコアを超える結果となりました。特にインドネシアは「一般的な娯楽」「日本が誇る文化的コンテンツ」のスコアが高く、「一部のマニア向けの娯楽」との差分が3カ国の中で最も大きくなり、アニメ・漫画が広く一般的に親しまれ、市場が成長・成熟してきている様子がうかがえます。

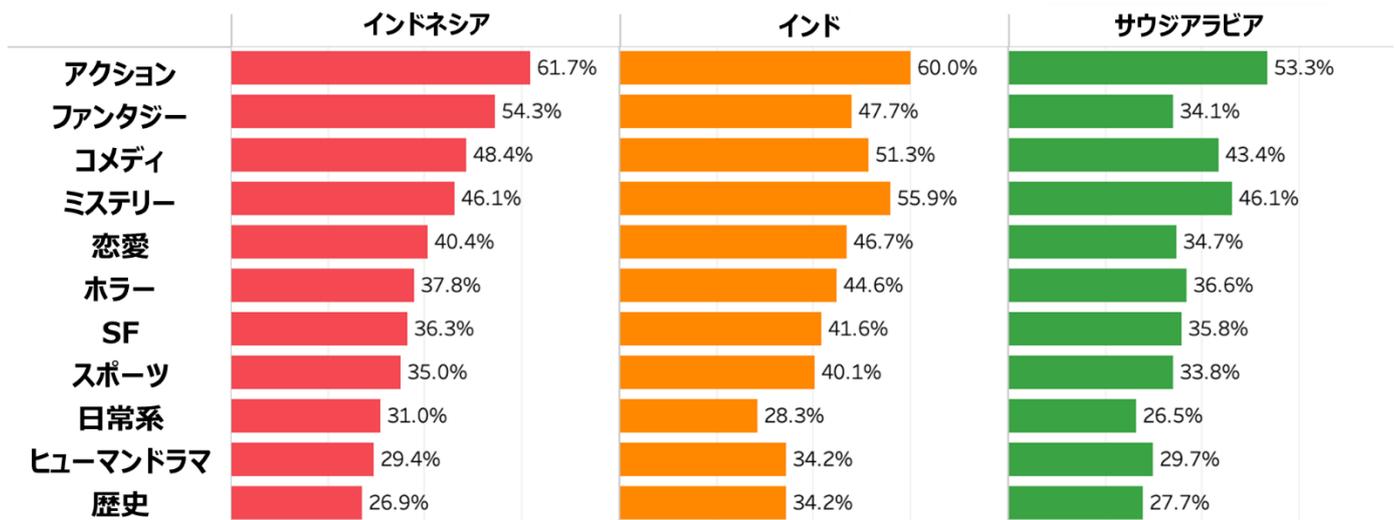
Q アニメ・漫画に対してあなたが持っているイメージに最も近いものを3つまで選んでください。



■3カ国とも「アクション/アドベンチャー」のジャンルが最も人気。インドネシアでは「ファンタジー/異世界」、インドとサウジアラビアでは「ミステリー/スリラー」がそれに続いた

アニメの中で、どのジャンルが好きかという質問では、1位は各国共通して「アクション/アドベンチャー」となり過半数を超えました。2位はインドネシアでは「ファンタジー/異世界」、インドとサウジアラビアでは「ミステリー/スリラー」と割れるものの、3位は各国「コメディ」となっています。また、他2カ国と比べると、ファンタジー・恋愛のジャンルはサウジアラビアでは低いという特徴がみられました。

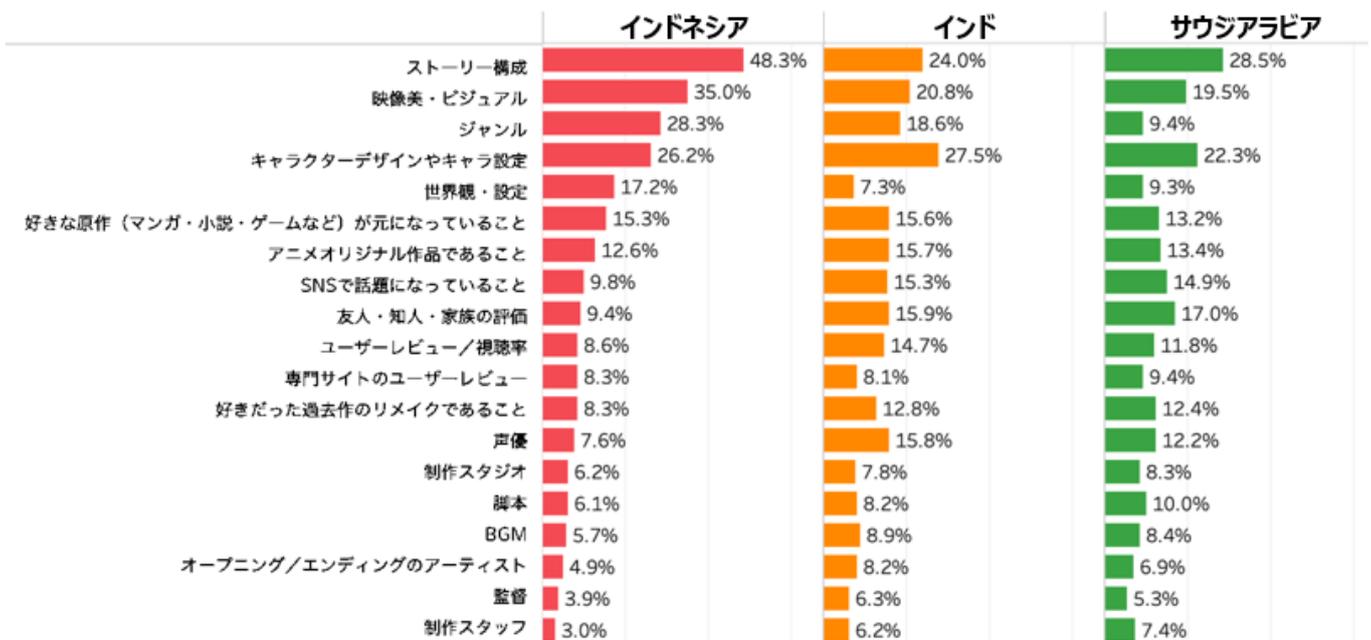
Q よく見る・興味のあるアニメのジャンルをすべてお選びください。



■アニメに求める要素は、インドネシア・サウジアラビアでは「ストーリー構成」、インドでは「キャラクター」となり、国ごとに差が見えてきた

アニメで最も重要だと思うポイントは、インドネシア、サウジアラビアでは「ストーリー構成」、インドでは「キャラクターデザインやキャラ設定」となりました。アニメ市場の成熟を感じられるインドネシアでは、2位「映像美・ビジュアル」と続き、アニメーション映像そのものへの興味関心が見受けられる結果となりました。サウジアラビアでは、2位が「キャラクターデザインやキャラ設定」となっており、インドとサウジアラビアでは、アニメがキャラクターIPとして親しまれている側面も感じられる結果となりました。

Q アニメ作品においてあなたが重視するポイントを3つまで選んでください。



■3カ国ともアニメ・漫画の認知度は高くポジティブなイメージであるものの、日本の主要アニメタイトルの平均認知率は2割前後と市場拡大に向けてポテンシャルがあることも明らかに

「日本アニメ利用ポテンシャル層（※）」ではアニメ・漫画はポジティブなイメージであるものの、主要日本アニメタイトルの平均認知率は3カ国の中では成熟市場と思われるインドネシアでも23.1%、インドでは

20.5%、サウジアラビアでは 14.3%に留まり、市場拡大に向けてまだまだポテンシャルがあることが明らかになりました。

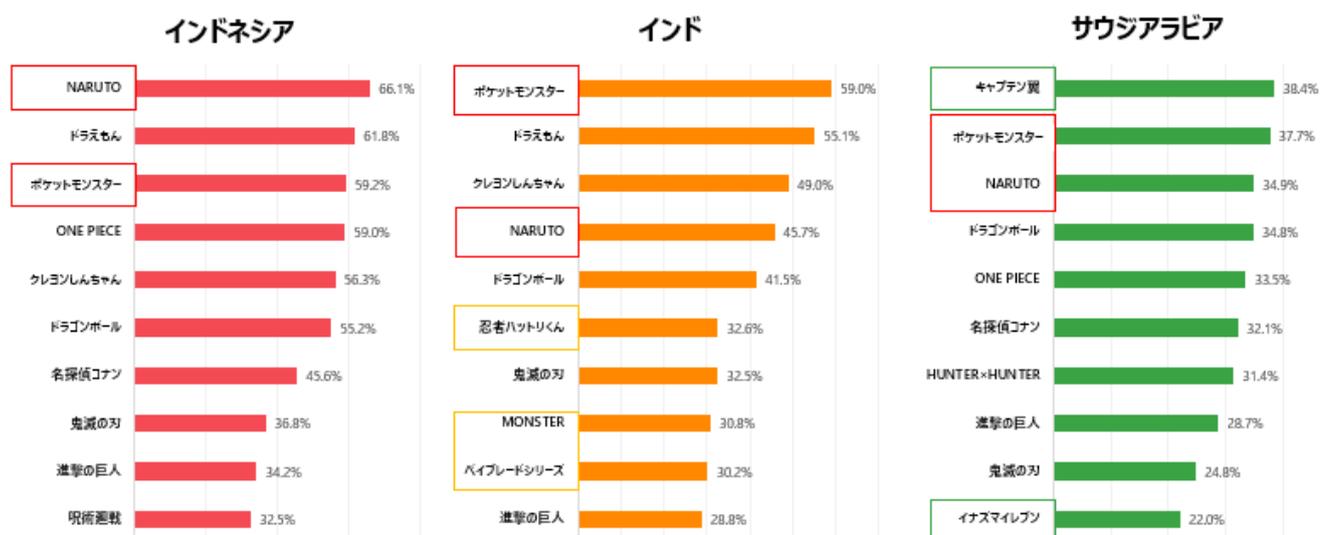
	インドネシア	インド	サウジアラビア
アニメ視聴経験あり	95.2% (9,800万人)	95.3% (3億500万人)	94.4% (1,400万人)
アニメ興味・関心あり	54.2% (5,500万人)	65.1% (2億1,000万人)	44.6% (680万人)
主要日本アニメタイトル*1 平均認知率	23.1% (2,400万人)	20.5% (6,600万人)	14.3% (220万人)

\*1主要日本アニメタイトル：独自で選定した著名な日本アニメタイトル

### ■インド・サウジアラビアでは、その国特有の人気を誇る日本のアニメ IP の存在が確認された

各国で、日本アニメ IP の認知率を聴取したところ、インドネシアでは認知率 TOP10 の作品中、6 作品の認知率が 50%を超えていました。特にポケットモンスター・NARUTO 等は広く浸透しているようです。インドでは、インド向け TV アニメーションが制作されたこともあるほど人気の「忍者ハットリくん」や、玩具が流行の兆しを見せている「ベイブレードシリーズ」の認知率が 3 割を超えており、特徴的な結果となりました。サウジアラビアでは「キャプテン翼」が認知率 1 位であるほか、無料テレビチャンネルで人気を博している「イナズマイレブン」も上位にランクインし、国内で最も人気のスポーツがサッカーであるお国柄が反映される等、各国それぞれに特徴が見られる結果となりました。

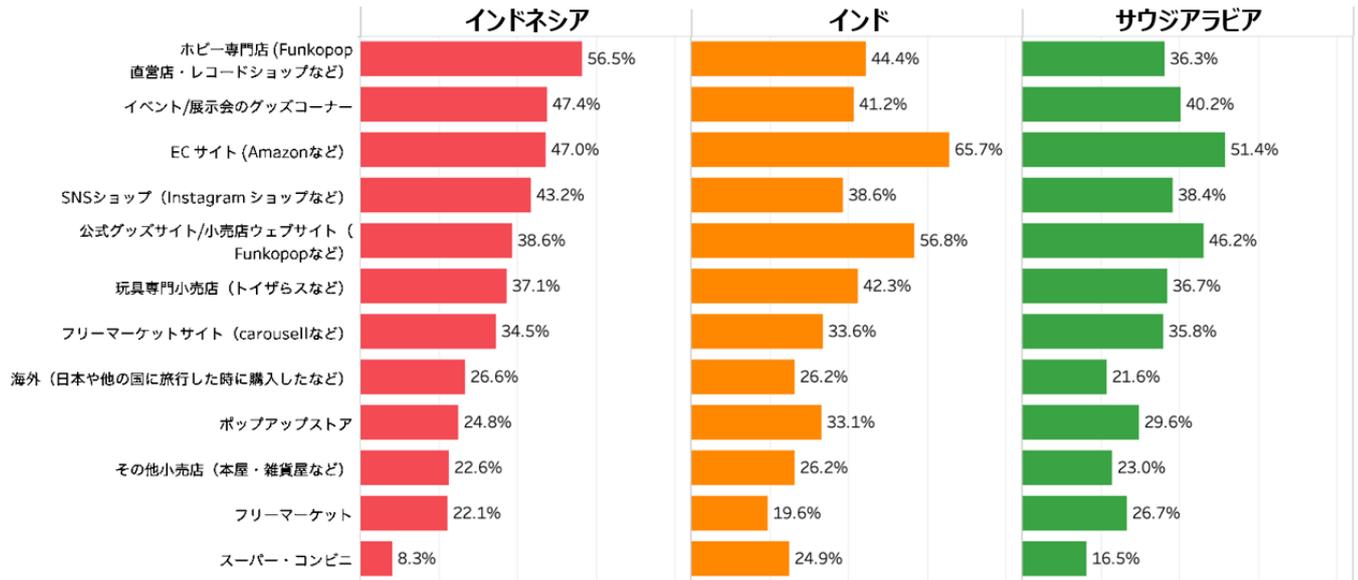
Q 以下のアニメ作品のうち、タイトルを知っているものをすべてお選びください。



(各国認知率 TOP10 の作品のみ抜粋)

またアニメ関連グッズの購買チャネルにおいても、インドとサウジアラビアでは「EC サイト」などオンライン中心といったように、各国でそれぞれ傾向があることがわかりました。

Q アニメ関連グッズについて、購入したことのある場所（チャネル）をすべて選んでください。



博報堂D Yグループは、保有するネットワークや、知見・調査等を活用して、今後さらに日本のアニメ IP の海外進出支援に尽力して参ります。

□調査概要

- ・ 調査名称：日本アニメ IP グローバルファン調査
- ・ 調査方法：インターネット調査
- ・ 対象地域：インドネシア、インド、サウジアラビア（首都圏）
- ・ 対象条件：16-39 歳の男女の「日本アニメ利用ポテンシャル層（※）」  
 (※) 調査対象のアニメ IP のうち、1 つ以上認知しており、アニメの視聴や関連商品・サービスの利用・購入経験がある、もしくは、視聴・購入経験はないが意向のある人
- ・ 有効回収サンプル数：3,000 サンプル（各国 1,000 サンプル）
- ・ 調査時期：2025 年 8 月～9 月
- ・ 調査機関：Market Xcel

□詳細レポート・追加分析のご案内

本ニュースリリースで公開した内容は、調査結果の概要です。本調査で得られた膨大なデータに基づき、より踏み込んだ分析レポートの提供および、貴社の課題に合わせた社内勉強会・報告会の実施を受け付けております。

□「FANFARE（ファンファーレ）」

「FANFARE」は、博報堂グループが積み重ねてきた知見の上に誕生したグループ横断のグローバルチームで、エンタメコンテンツの価値を世界に響き渡らせるためのグローバル展開の旗印としての意味をこめています。

■「FANFARE」の特長・5 つのアプローチ

Japan IP Expert Collective

博報堂グループには、アニメ・マンガ・映画・音楽・ゲームなどのエンタメコンテンツに深い造詣と多様な専門性を備えたメンバーが数多く在籍しています。国内大手出版社やゲーム会社をはじめとするコンテンツ

ホルダーとの長年の協業実績を基盤に、IP 創出からクリエイティブコミュニケーション、コンテンツ活性化、スポンサータイアップまでを一気通貫で支援し、IP のグローバル展開を力強く推進します。

#### Fandom Spark Network

現地の生活者理解とスペシャリストの知見を融合し、ファンと企業をつなぐ共創チームを形成します。

#### Global Fan Culture Lab

博報堂のフィロソフィーである生活者発想を起点に、あらゆるエンタメファンダムを対象に、世界中のファンの熱量や文化的な背景を研究。コンテンツの作り手や企業がファンとより豊かな関係を築くための知見を提供します。

#### Fan Data Intelligence

感情とデータの両面から、世界各国でコンテンツがどのように共感を生み、熱量を拡張し、ファンダムを形成していくのかを多角的に理解します。

#### Fan Echo Framework

コアファンからライト層、マス層へと熱量を波のように広げるためのティッピングポイントを特定し、各国・各層におけるファンの熱量構造や共感のトリガーを丁寧に読み解きます。

#### □コンテンツビジネスラボ

独自調査「コンテンツファン消費行動調査」の知見をもとに、近年企業のニーズが高まっているコンテンツを起点とした広告やビジネス設計の支援を行う専門チーム。独自のヒット研究やデータ解析を通して、企業やコンテンツホルダーが実施するコンテンツを起点とした広告コミュニケーションの設計支援や、新規事業・サービス展開のマーケティング支援等を行っている。博報堂DYホールディングスのナレッジ開発職、博報堂のマーケティングプランナー、コンテンツプロデュースの専門家などで構成されるメンバーは、スポーツ、ドラマ、アニメ、ゲーム、音楽など、さまざまなカテゴリーの熱心なファンでもあり、コンテンツに対する豊富な知見と情熱を有している。

---

#### 【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 戸田、成田 [koho.mail@hakuphodo.co.jp](mailto:koho.mail@hakuphodo.co.jp)