

作品が好まれる理由1位は「個性的なキャラクター」で48%が支持 － 米国におけるアニメ作品クイックトラッキング調査レポート －

NIQ/GfK Japanは、米国のアニメユーザーにおける日本のアニメ作品の浸透度（認知～MD購入）、視聴実態（視聴方法、利用サービス）、視聴きっかけとその後の行動などを把握することができる調査レポート「Trend Tracking Survey」第二回調査レポートを発表した。
(第一回調査レポート：<https://nielseniq.com/global/jp/news-center/2024/1112-entertainment/>)

米国のアニメユーザーにおける日本のアニメ作品浸透度調査：第二回調査結果

先月に続き「ドラゴンボールDAIMA」が認知度で23品中1位（89%）

放送開始1か月後も引き続き視聴している作品の好きな理由1位「キャラクターが個性豊かなところ」（48.1%）

今後参加してみたいアニメ関連イベント1位「アニメ上映イベント」（36%）2位「コスプレイベント」（35%）

【調査内容】

本レポートは、同じテーマを3か月連続で毎月トラッキングしていく調査であり、日本のアニメ作品に対する米国のアニメユーザーの視聴行動等の変容をクイックに追っている。今回の調査では10月から放送される2024年秋クール作品の中から23作品をピックアップし、10月から12月の3か月にわたり調査を実施。調査内容は作品ごとの「浸透度」「認知経路」「視聴実態」、「視聴後の行動」に加え、現地で今流行っているコンテンツについて聴取している。

【調査レポート抜粋】

対象23作品のうち最も認知度が高かった作品は先月に続き「ドラゴンボールDAIMA」で89%の認知度であった。2位から5位の作品も多少順位の変動はあったものの、ほぼ先月と同じ結果となった。放送開始から約1か月経過後、引き続き視聴している作品の好きな理由として最も多かったのは「登場キャラクターが、それぞれ個性豊かなところ（48.1%）」であった。また2番目に多かったのは「アニメの絵（39.8%）」であり、米国のアニメユーザーも登場キャラクターの魅力や作画を重要視していることがうかがえる。

約半数のユーザーが、過去1年間に何かしらのアニメ関連イベントに参加したことがあると回答した。1番多かったイベントが「展示会などの大型イベント」で18%であった。その一方で、今後参加してみたいアニメ関連イベント1位が「アニメ上映イベント」で36%、2位が「コスプレイベント」で35%という結果で、多くのユーザーが今後イベントへの参加意向があると回答した。

レポート納品形態：PDFファイル形式のレポート

* 本レポートは10月、11月、12月の3回分の調査レポートになります。調査仕様、費用等詳細についてはお問合せください。

* 上記の内容だけでなく、特定の作品に絞りユーザー動向を深掘りするといった調査も可能です。対象国は北米に限らず、アジアや中東などの地域を対象に実施することも可能です。

※ 「米国における日本のアニメ作品クイック調査」概要

- 第二回調査期間：2024年11月16日～11月17日
- 調査対象：米国在住の18～49才の男女（年代による均等割）
- サンプル数：111ss（2回目）
- 調査方法：インターネット調査
- 回答者属性：性別、年代、世帯年収、他
- 調査内容：2024年秋クール（10月～12月）放送の23作品についての視聴実態、視聴きっかけ、利用サービス、作品の評価、視聴後の行動、アニメ関連MD購入状況、アニメイベント参加意向他