

第6回 NRC全国キャラクター調査

【Part4:マンガ・アニメキャラクター編】

2019年10月調査結果



株式会社日本リサーチセンター

東京都墨田区江東橋4-26-5 URL: <https://www.nrc.co.jp/>

日本では、マンガやアニメなどに登場するキャラクター人気が高く、キャラクターを商品化したビジネスも盛況ですが、キャラクター市場の実態として、どのようなキャラクターが認知され、好感をもたれているのでしょうか。

上記の問題意識より、弊社の自主調査企画として、「NRC全国キャラクター調査」を時系列（毎年1回）で実施してまいりました。2014年から始めまして、2019年の今回調査は第6回となります。（注1）

本調査は、日本全国の15～79歳男女を対象に、訪問留置法（NOS:日本リサーチセンターオムニバス調査）を利用しています。

アンケート登録パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは50年にわたって、「調査員を使った訪問留置」、「パネルモニターではない毎回抽出方式」で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供してきました。また、エリア・都市規模と性年代は、日本の人口構成に合致するように割り付けておりますので、全体の比率は、年代等の偏りがない結果としてご覧になることができます。

NRCLレポートでは、Part1～Part5に分けて、
「ご当地キャラクター(18)・企業キャラクター(13)」、「マンガ・アニメキャラクター(21)・ゲームキャラクター(5)」、「日本(10)・海外(16)の有名キャラクター」の3つのジャンルごとに質問した、合計83種のキャラクターの認知度と好感度を紹介していきますが、本レポートは「Part4:マンガ・アニメキャラクター編」の結果です。

（注1）キャラクターは名前だけの提示で、画像提示は行っておりません。

<ランキング>

- 今回提示したマンガ・アニメキャラクター21種の中では、認知度は、「サザエさん」と「ドラえもん」がトップ2で、好感度は、「となりのトトロ」が1位、「魔女の宅急便」が2位、「ドラえもん」が3位。
- 全キャラクター内ランキングをみると、マンガ・アニメキャラクターは認知度の上位を占める。好感度も、「となりのトトロ」は2位、「魔女の宅急便」は5位、「ドラえもん」は6位と高い。
- 全キャラクター内好感度を時系列でみると、「となりのトトロ」は、2014～2016年:4位→2017～2019年:2位にアップ。「魔女の宅急便」は、2014～2016年:8位～9位→2017年～2019年:5位～6位に順位が上がっている。

<2019年比率>

- 認知度は、「サザエさん」と「ドラえもん」が96%と最も高い。次いで、「ちびまる子ちゃん」、「それいけ！アンパンマン」、「ゲゲゲの鬼太郎」、「クレヨンしんちゃん」、「ルパン三世」、「鉄腕アトム」が9割以上で続く。提示した21種のうち16キャラクターが8割以上の認知率である。
- 好感度は、「となりのトトロ」が33%でトップ。次いで、「魔女の宅急便」が27%、「ドラえもん」が26%、「ルパン三世」が25%、「サザエさん」が24%、「それいけ！アンパンマン」が22%、「名探偵コナン」と「ちびまる子ちゃん」が20%と続く。

<時系列変化>

- 認知度は、「進撃の巨人」が、2014年 42%→2019年 61%と、この6年間で19ポイントのアップ。
- 好感度は、年によって多少の動きはあるものの、いずれのキャラクターも2014年から2019年の6年間では、特に大きな変化はみられなかった。

ランキング結果

- 今回提示したマンガ・アニメキャラクター21種の中では、認知度は、「サザエさん」と「ドラえもん」がトップ2で、好感度は、「となりのトトロ」が1位、「魔女の宅急便」が2位、「ドラえもん」が3位。
- 全キャラクター内ランキングをみると、マンガ・アニメキャラクターは認知度の上位を占める。好感度も、「となりのトトロ」は2位、「魔女の宅急便」は5位、「ドラえもん」は6位と高い。
- 全キャラクター内好感度を時系列でみると、「となりのトトロ」は、2014～2016年:4位→2017～2019年:2位にアップ。「魔女の宅急便」は、2014～2016年:8位～9位→2017年～2019年:5位～6位にアップした。

認知度

	2019年	マンガ・アニメ キャラ21内 ランキング	全キャラクター内ランキング		
			2019年 83キャラ	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ
サザエさん	96%				
ドラえもん	96%				
ちびまる子ちゃん	94%				-
それいけ！アンパンマン	94%	4位	4位	4位	
ゲゲゲの鬼太郎	93%	5位	5位	5位	4位
クレヨンしんちゃん	93%	6位	6位	6位	5位
ルパン三世	92%	7位	7位	8位	6位

好感度

	2019年	マンガ・アニメ キャラ21内 ランキング	全キャラクター内ランキング		
			2019年 83キャラ	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ
となりのトトロ	33%				
魔女の宅急便	27%		5位	6位	5位
ドラえもん	26%		6位	4位	4位
ルパン三世	25%	4位	8位	9位	9位
サザエさん	24%	5位	11位	7位	8位
それいけ！アンパンマン	22%	6位	13位	14位	12位
名探偵コナン	20%	7位	16位	18位	17位

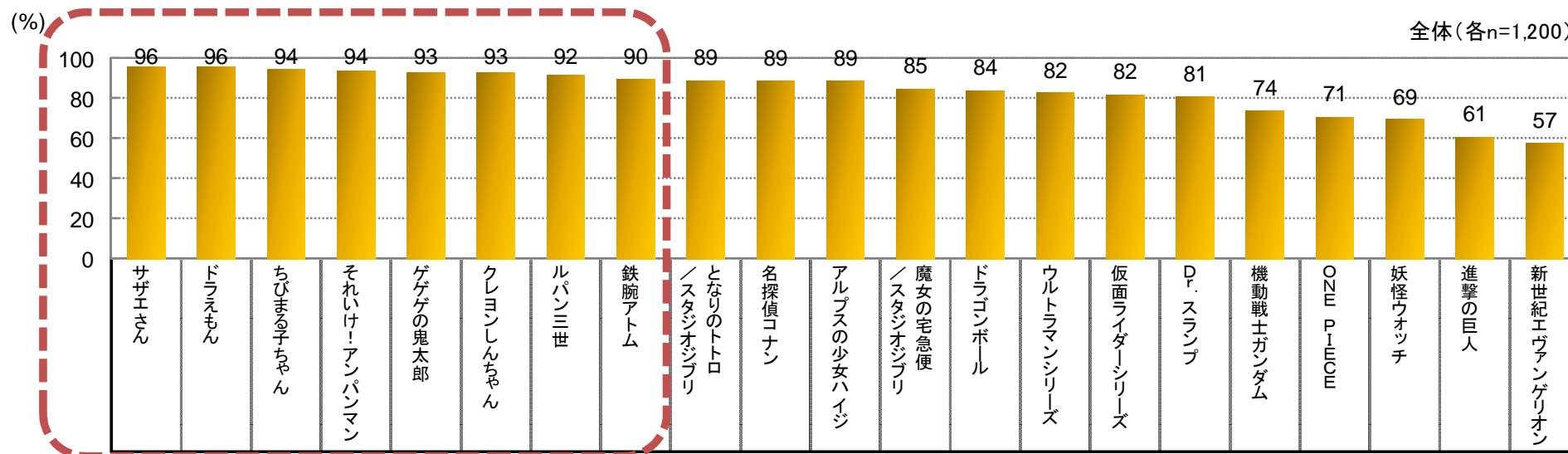
調査結果の詳細

以下のマンガ・アニメキャラクター21種の中で認知度をみると、

- 「サザエさん」と「ドラえもん」が96%と最も高い。
- 次いで、「ちびまる子ちゃん」、「それいけ！アンパンマン」、「ゲゲゲの鬼太郎」、「クレヨンしんちゃん」、「ルパン三世」、「鉄腕アトム」が9割以上で続く。
- また、「となりのトトロ」、「名探偵コナン」、「アルプスの少女ハイジ」も9割弱で続いており、21種のうち16キャラクターが8割以上の認知率である。

認知度

問. 次の「アニメ・マンガキャラクター」のうち、あなたをご存知のものはどれですか。知っているものをすべてお知らせください。(○はいくつでも)
(多いもの順に並べ替え)



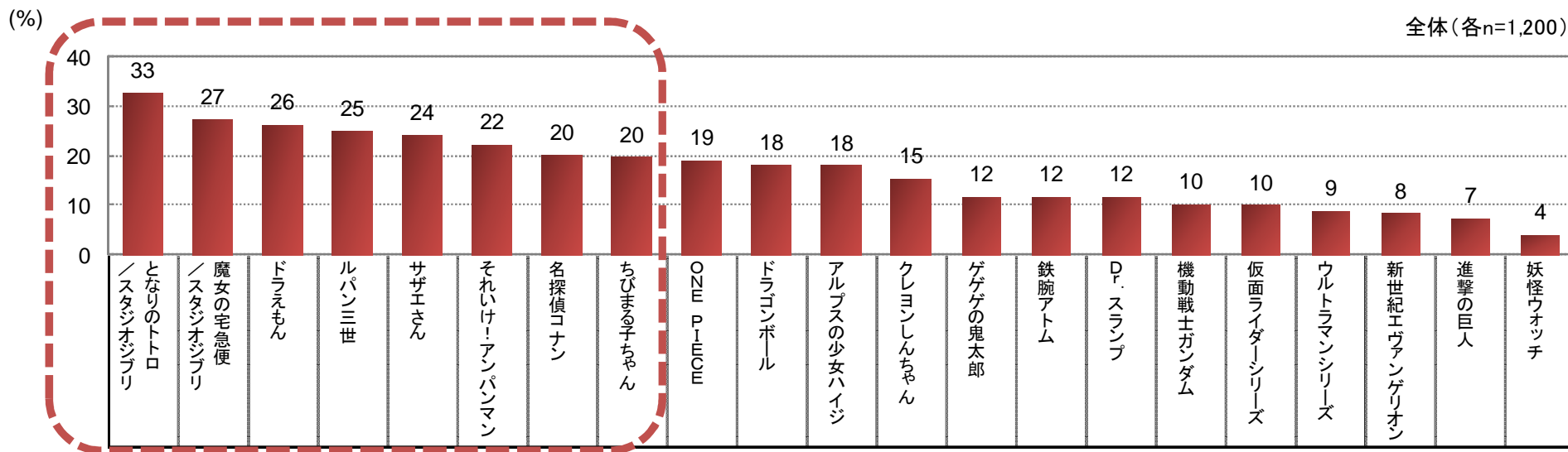
以下のマンガ・アニメキャラクター21種の中で好感度をみると、

- 「となりのトトロ」が33%でトップ。
- 次いで、「魔女の宅急便」が27%、「ドラえもん」が26%、「ルパン三世」が25%、「サザエさん」が24%、「それいけ！アンパンマン」が22%、「名探偵コナン」と「ちびまる子ちゃん」が20%と続く。
- ジブリキャラクターの「となりのトトロ」と「魔女の宅急便」が、1位、2位で並んでおり、人気が高い。

好感度

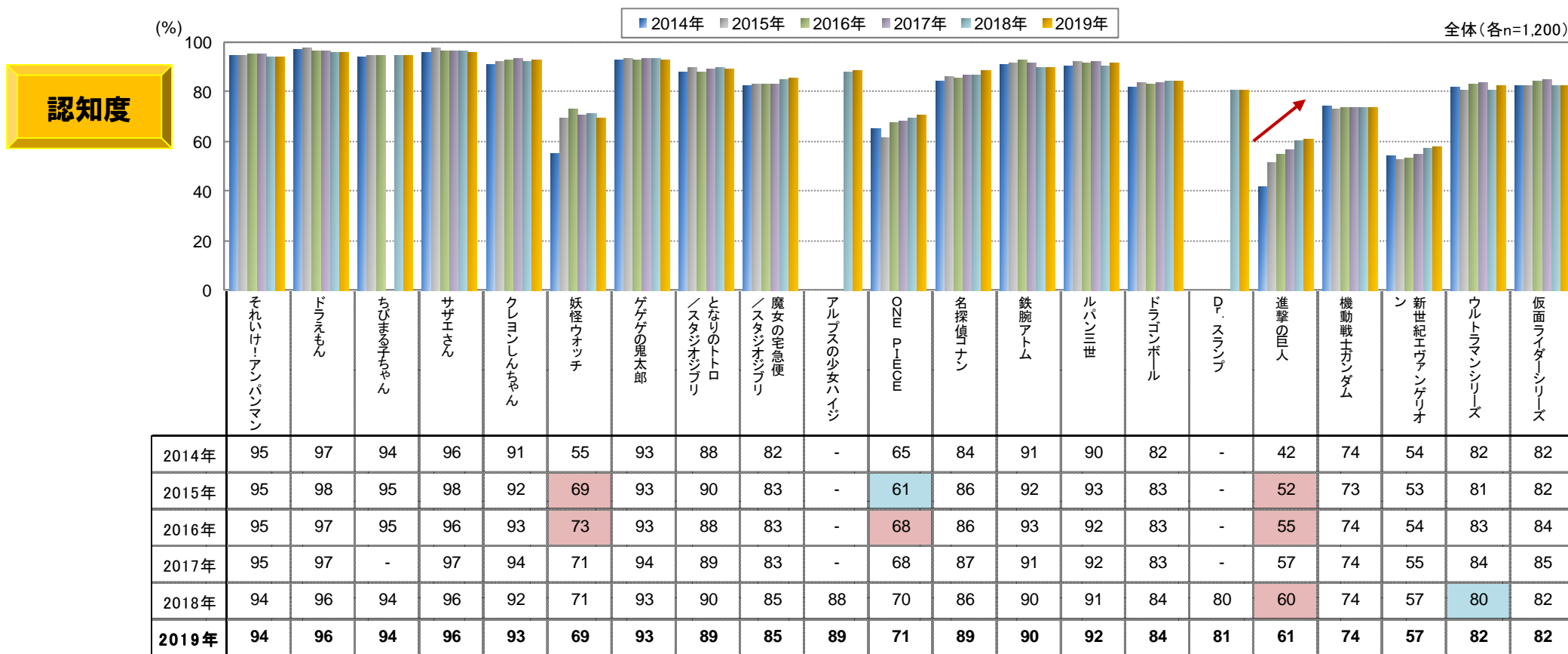
問. そのうち、あなたがお好きな『アニメ・マンガ』キャラクターはどれですか。(○はいくつでも)

(多いもの順に並べ替え)



時系列での認知度の変化をみると、

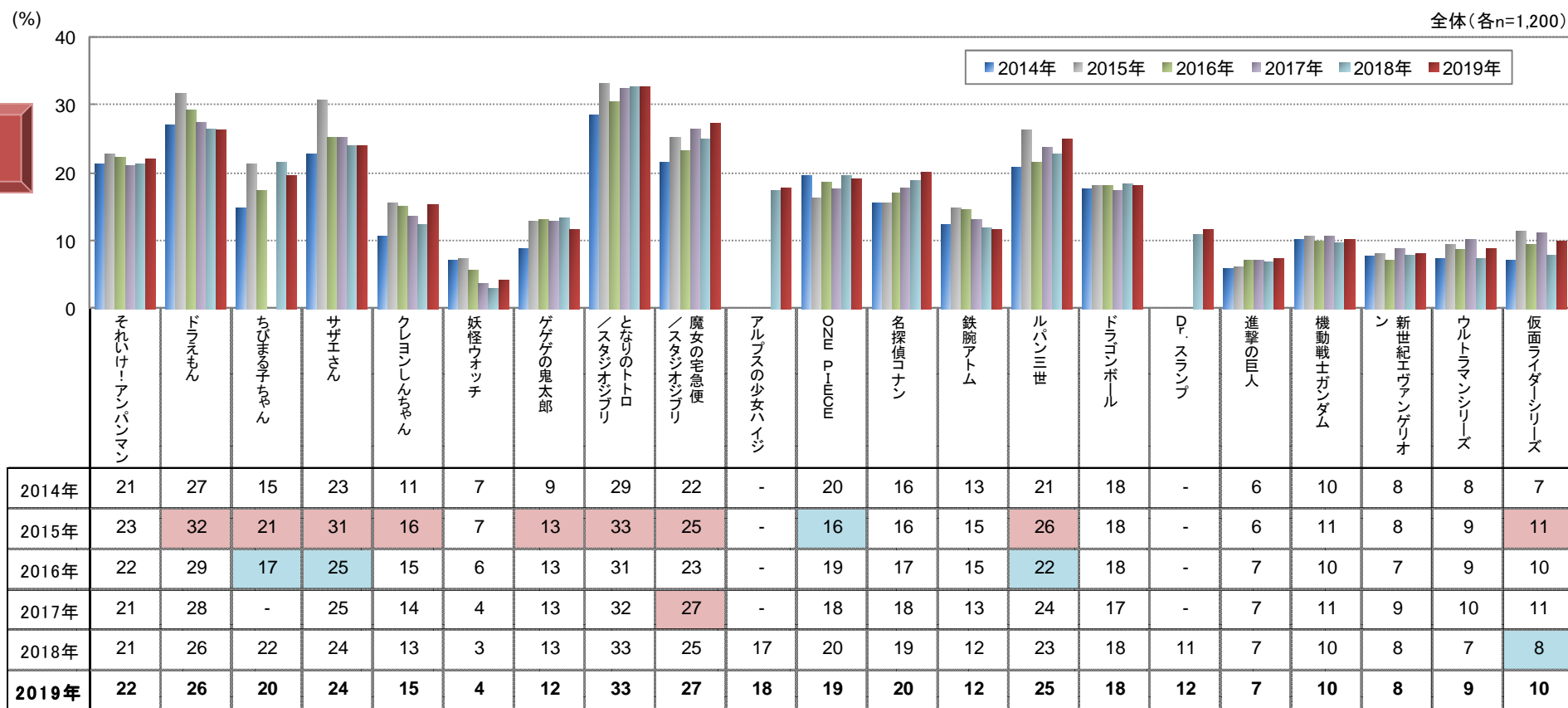
■ ほとんど動きがみられないキャラクターが多い中、「進撃の巨人」は、2014年 42%→2019年 61%と、この6年間で認知度が19ポイント増加している。



(注) ■ は前年より3ポイント以上高い、■ は3ポイント以上低い

時系列での好感度の変化をみると、

■ 年によって多少の動きはあるものの、いずれのキャラクターも2014年から2019年の6年間では、特に大きな変化はみられない。



(注) 赤色は前年より3ポイント以上高い、青色は3ポイント以上低い

男女・年代別に認知度の違いをみると、

■「サザエさん」、「ドラえもん」、「ちびまる子ちゃん」、「ゲゲゲの鬼太郎」は、男女ともに、15才から70代までの全年代層で認知度が8割以上と高く、誰もが知っている“国民的マンガ・アニメ”のキャラクターと言える。

認知度 (多いもの順に並べ替え)

		サザエさん	ドラえもん	ちびまる子ちゃん	それいけ!アンパンマン	ゲゲゲの鬼太郎	クレヨンしんちゃん	ルパン三世	鉄腕アトム	となりのトトロ ／スタジオジブリ	名探偵コナン	アルプスの少女ハイジ	魔女の宅急便 ／スタジオジブリ	ドラゴンボール	ウルトラマンシリーズ	仮面ライダーシリーズ	D・スランプ	機動戦士ガンダム	OZU P-1000	妖怪ウォッチ	進撃の巨人	新世紀エヴァンゲリオン	
全体	n	1,200	96	96	94	94	93	93	92	90	89	89	85	84	82	82	81	74	71	69	61	57	
男性	15~29才	112	93	96	95	96	94	93	91	79	89	94	82	85	90	81	86	74	76	88	87	82	78
	30代	95	96	97	96	96	95	96	96	94	96	96	87	95	97	88	91	88	86	91	92	83	87
	40代	111	95	96	95	95	93	93	95	89	92	94	85	91	92	91	86	87	91	85	79	79	75
	50代	93	98	98	96	97	95	95	97	95	94	92	92	83	88	91	95	89	84	80	61	63	67
	60代	106	91	91	89	88	88	85	87	83	74	79	78	71	81	81	81	70	62	45	35	41	39
	70代	75	91	89	84	76	84	77	76	88	60	67	71	45	51	63	71	48	55	15	24	24	16
女性	15~29才	110	96	97	97	99	93	96	93	89	97	96	93	97	92	78	80	80	77	95	92	81	75
	30代	92	99	99	98	99	98	98	98	97	98	98	97	98	98	87	86	98	84	96	95	85	79
	40代	110	100	100	100	100	99	100	99	97	99	98	98	99	98	85	86	98	84	94	95	75	71
	50代	93	98	98	96	97	98	96	94	94	96	94	97	95	86	90	89	91	77	82	70	59	47
	60代	112	100	98	99	96	96	96	89	91	93	87	95	86	77	82	72	82	59	51	56	33	31
	70代	91	93	87	86	86	81	82	80	86	76	63	84	66	48	65	63	55	44	9	30	12	10

(%)

(注) : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

男女・年代別に好感度の違いをみると、

- 「となりのトトロ」、「魔女の宅急便」は、60代以下の女性で好感度が高い。また、「ドラえもん」、「ちびまる子ちゃん」は、30～60代女性で比較的高い傾向がある。
- 一方、「ルパン三世」は30～50代男性、「ONE PIECE」と「ドラゴンボール」は、40代以下男性で人気がある。

好感度 (多いもの順に並べ替え)

	n	となりのトトロ ／スタジオジブリ	魔女の宅急便 ／スタジオジブリ	ドラえもん	ルパン三世	サザエさん	それいけ!アンパンマン	名探偵コナン	ちびまる子ちゃん	ONE PIECE	ドラゴンボール	アルプスの少女ハイジ	クレヨンしんちゃん	ゲゲゲの鬼太郎	鉄腕アトム	D.スランプ	機動戦士ガンダム	仮面ライダーシリーズ	ウルトラマンシリーズ	新世紀エヴァンゲリオン	進撃の巨人	妖怪ウォッチ	
全体	1,200	33	27	26	25	24	22	20	20	19	18	18	15	12	12	12	10	10	9	8	7	4	
男性	15～29才	112	16	14	19	26	12	11	26	9	36	28	5	21	4	3	6	13	14	11	12	18	4
	30代	95	22	21	18	34	6	8	16	8	34	44	2	15	5	4	2	17	7	5	21	8	3
	40代	111	23	14	15	34	9	10	13	8	28	27	5	10	9	5	9	35	10	8	13	5	3
	50代	93	20	12	18	37	11	14	12	12	17	19	11	9	14	4	10	18	25	20	9	3	2
	60代	106	24	19	27	29	32	21	20	22	8	12	12	12	25	26	12	6	9	20	6	2	3
	70代	75	13	9	28	21	39	19	13	21	3	7	17	11	21	35	5	7	12	15	4	1	0
女性	15～29才	110	46	49	26	17	17	29	34	17	29	12	7	34	12	3	11	4	9	2	14	21	9
	30代	92	46	42	37	15	26	39	33	30	32	16	16	24	7	3	23	4	7	1	13	15	8
	40代	110	50	42	40	20	26	26	21	27	15	15	27	14	8	5	21	5	9	5	4	6	6
	50代	93	46	32	29	33	33	35	22	29	12	6	43	14	17	10	9	3	9	12	2	2	2
	60代	112	54	43	32	21	40	29	20	30	7	21	34	15	13	29	24	5	6	10	2	1	5
	70代	91	24	23	24	11	43	25	10	22	1	3	37	3	10	18	4	2	2	0	0	1	1

(注) :全体より5ポイント以上高い、 :5ポイント以上低い

(%)

調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 1,200人

※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付

抽出方法

- 毎月200地点を抽出
- 住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当て

調査期間

- 2019年10月調査（10/3～10/15） ※過去調査は、2014年～2018年のいずれも10月に実施

分析サンプル数

【エリア】

北海道・東北	132
関東	444
中部・北陸	192
近畿	192
中国・四国・九州	240

【男女】

男性	592
女性	608

【男女×年代】

男性15～29才	112
30～39才	95
40～49才	111
50～59才	93
60～69才	106
70～79才	75
女性15～29才	110
30～39才	92
40～49才	110
50～59才	93
60～69才	112
70～79才	91

(人)

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、50年にわたって、

- ①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式（オムニバス）の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい高齢層やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先：日本リサーチセンター広報室 メール：information@nrc.co.jp

掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。