BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future

PRESS RELEASE

株式会社BANDAI SPIRITS

2024 年 2 月 20 日

令和の大人世代の趣味実態やライフスタイルを解き明かす 第 1 回「BANDAI SPIRITS 大人アンケート調査」 「プラモデル・フィギュアユーザーの実態調査」を実施

バンダイナムコグループでハイターゲット向けトイホビー事業を展開する株式会社 BANDAI SPIRITS（代表取締役社長：榊原博、本社：東京都港区）は、令和の大人世代の趣味実態やライフスタイルを把握することを目的に、「BANDAI SPIRITS 大人アンケート調査」を立ち上げました。初回となる今回は、18～59 歳のプラモデル・フィギュアユーザー1,000 人を対象に、「プラモデル・フィギュアユーザーの実態調査」を実施しました。

調査結果から、**プラモデル・フィギュアユーザーは若い世代ほど SNS の活用に積極的であり、特に情報の収集や発信・共有において顕著**であることが分かりました。また、情報発信・共有をしている人の多くが、**“自身の趣味への共感者を発見する”**ことを目的にしている傾向がうかがえました。プラモデルとフィギュアの楽しみ方には違いがあるものの、企業とユーザー、あるいはユーザー同士がつながる**コミュニケーションの場の充実やファンコミュニティの形成**が、今後のファン層の拡大やプラモデル・フィギュアの楽しみ方の幅を広げる 1 つのキーワードになるのかもしれません。

【調査概要】
調査期間 ：2023 年 12 月 14 日(木)～12 月 18 日(月)
調査地域 ：全国
調査方法 ：インターネット調査
調査対象 ：18 歳～59 歳の男女 1,000 人 ※2023 年にプラモデル or フィギュアのいずれかを自分のために購入された方

年齢別／ユーザー別	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	計
プラモデルユーザー	125	125	125	125	**500**
フィギュアユーザー	125	125	125	125	**500**
計	**250**	**250**	**250**	**250**	**1000**

（人）

調査結果 TOPIC

TOPIC①：プラモデル・フィギュアの購入動機／楽しみ方

●購入動機は、プラモデル・フィギュアユーザーともに「好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから」が 1 位。
●楽しみ方は、プラモデルユーザーでは「組み立てていく過程」が最多。フィギュアユーザーでは、「飾る・鑑賞する（ディスプレイに入れるなど）」が 6 割以上で最も多い結果に。

TOPIC②：人気の商品カテゴリー

●2023 年に購入したプラモデルカテゴリーで最も多かったのは「ガンダムシリーズ」で、ユーザーの半数以上が購入したと回答した。フィギュアカテゴリーでは「マンガ・アニメ・ゲームのキャラクター」が 6 割以上で最も多い結果に。

TOPIC③：世代間で異なる情報収集／発信・共有

●プラモデル・フィギュアに関する情報収集では、18～29 歳は「X」をはじめとした SNS が中心。40 代以上は「メーカーなどの公式サイト」や「店頭」が多い傾向。
●「自ら情報を発信・共有している」ユーザーは全体では 33.2%だが、年代・カテゴリー別で見ると 30 代以下のプラモデルユーザーは、5 割の人が「発信・共有をしている」と回答。
●情報の発信・共有の目的として多かったのは、自身の趣味への「共感者の発見」。

TOPIC④：年間購入金額／1 人当たりの保有個数

●1 年間（2023 年）の合計購入金額の平均はプラモデル：25,740 円、フィギュア：26,105 円。
●1 人当たりの保有個数の平均はプラモデル：24.4 個、フィギュア：24.9 個。

TOPIC⑤：プラモデル・フィギュアに費やす時間／あなたにとってどのような存在か？

●1 週間にかける時間はプラモデルユーザー：平均 3.5 時間、フィギュアユーザー：平均 2.3 時間。
●プラモデル、フィギュアともに「ワクワク／ドキドキなど、嬉しい・楽しい気持ちにしてくれる」「リラックスや気晴らしになり、ストレスを和らげてくれる」「自分 1 人の世界観を作り上げてくれる」存在であるという回答が 6 割を超える

TOPIC①：プラモデル・フィギュアの購入動機／楽しみ方

プラモデル・フィギュアを購入したきっかけについて聞くと（表１）、両ユーザーともに**「好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから」が最も多く**、プラモデルユーザーでは次いで「自分１人でも始められるから」が多く、フィギュアユーザーでは、「自分の家・部屋に飾りたかったから」が多い結果となりました。また、年代別に見るとプラモデル・フィギュアともに、**18-29 歳、30-39 歳では「SNS などでたまたま見て、興味を持ったから」という回答が TOP５に**入っており、SNS での情報発信・収集が活発になっている様子がうかがえます。

表１-【プラモデル・フィギュアを購入したきっかけ（上位５位）】

（複数回答 プラモデル n=500, フィギュア n=500）

プラモデルユーザー全体		
1位	**好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから**	**54.6%**
2位	**自分1人でも始められるから**	**43.6%**
3位	**作る楽しみや作りごたえがあると思ったから**	**37.0%**
4位	**自分の家・部屋に飾りたかったから**	**34.6%**
5位	**特定のテーマやシリーズに魅了され、それに関連するアイテムを集めたいから**	**28.4%**

18-29歳（n=125）		
1位	好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから	52.0%
2位	自分1人でも始められるから	45.6%
3位	自分の家・部屋に飾りたかったから	39.2%
4位	SNSなどでたまたま見て、興味を持ったから	33.6%
5位	特定のテーマやシリーズに魅了され、それに関連するアイテムを集めたいから	32.0%
	作る楽しみや作りごたえがあると思ったから	
	コレクションアイテムとして適していると感じたから	

30-39歳（n=125）		
1位	好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから	61.6%
2位	自分1人でも始められるから	39.2%
3位	SNSなどでたまたま見て、興味を持ったから	34.4%
	特定のテーマやシリーズに魅了され、それに関連するアイテムを集めたいから	
4位	自分の家・部屋に飾りたかったから	32.0%
5位	コレクションアイテムとして適していると感じたから	31.2%
	ストレス発散やリラックスできると思ったから	

40-49歳（n=125）		
1位	好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから	56.8%
2位	自分1人でも始められるから	40.0%
3位	作る楽しみや作りごたえがあると思ったから	32.0%
4位	自分の家・部屋に飾りたかったから	27.2%
5位	ストレス発散やリラックスできると思ったから	23.2%

50-59歳（n=125）		
1位	作る楽しみや作りごたえがあると思ったから	53.6%
2位	自分1人でも始められるから	49.6%
3位	好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから	48.0%
4位	自分の家・部屋に飾りたかったから	40.0%
5位	ストレス発散やリラックスできると思ったから	28.8%

フィギュアユーザー全体		
1位	**好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから**	**72.2%**
2位	**自分の家・部屋に飾りたかったから**	**44.0%**
3位	**コレクションアイテムとして適していると感じたから**	**26.8%**
4位	**自分1人でも始められるから**	**25.2%**
5位	**特定のテーマやシリーズに魅了され、それに関連するアイテムを集めたいから**	**22.2%**

18-29歳（n=125）		
1位	好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから	68.8%
2位	自分の家・部屋に飾りたかったから	34.4%
3位	自分1人でも始められるから	30.4%
4位	特定のテーマやシリーズに魅了され、それに関連するアイテムを集めたいから	26.4%
5位	SNSなどでたまたま見て、興味を持ったから	22.4%
	コレクションアイテムとして適していると感じたから	

30-39歳（n=125）		
1位	好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから	68.0%
2位	自分の家・部屋に飾りたかったから	43.2%
3位	コレクションアイテムとして適していると感じたから	25.6%
4位	特定のテーマやシリーズに魅了され、それに関連するアイテムを集めたいから	20.0%
5位	SNSなどでたまたま見て、興味を持ったから	17.6%
	ストレス発散やリラックスできると思ったから	

40-49歳（n=125）		
1位	好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから	75.2%
2位	自分の家・部屋に飾りたかったから	47.2%
3位	コレクションアイテムとして適していると感じたから	30.4%
4位	自分1人でも始められるから	27.2%
5位	ストレス発散やリラックスできると思ったから	23.2%

50-59歳（n=125）		
1位	好きなアニメやマンガのキャラクターに興味を持ったから	76.8%
2位	自分の家・部屋に飾りたかったから	51.2%
3位	コレクションアイテムとして適していると感じたから	28.8%
4位	自分1人でも始められるから	28.0%
5位	特定のテーマやシリーズに魅了され、それに関連するアイテムを集めたいから	21.6%

さらに、プラモデル・フィギュアをどのように楽しんでいるか聞いたところ（表２）、**プラモデルユーザーで最も多かった回答は「組み立てていく過程」**で、次いで「飾る・鑑賞する（ディスプレイに入れるなど）」となりました。また、**18-29 歳、30-39 歳**

では「写真撮影をする」「SNS などに投稿する」という回答が他の年代と比べて多く、1 人で楽しむだけでなく「他者への共有」を楽しむ人が多い傾向もうかがえました。**フィギュアユーザーでは、「飾る・鑑賞する（ディスプレイに入れるなど）」が 6 割以上**で最も多く、次いで「同一シリーズ・テーマのフィギュアを集める」が多い結果となりました。

表 2 -【プラモデル・フィギュアの楽しみ方】

（複数回答 プラモデル n=500, フィギュア n=500）

<プラモデルユーザー>

	組み立てていく過程	飾る・鑑賞する（ディスプレイに入れるなど）	同一シリーズ・テーマのプラモデルを集める	塗装や加工などのアレンジを楽しむ	パーツの付け替えを楽しむ	写真撮影をする	映画やアニメなどの作品のシーンを再現する	ジオラマを製作する	作品やキャラクターの研究をする	SNSなどに投稿する	友達や家族と共有する	共通の趣味を持つコミュニティで共有しあう	プラモデルなどもってイベントに参加する	他のコレクターとプラモデルをトレードする	コンテストに参加する	その他
全体 (n=500)	61.4%	52.8%	38.0%	37.2%	29.8%	27.2%	26.8%	22.8%	21.4%	20.4%	20.2%	17.4%	16.2%	12.6%	12.6%	0.6%
18-29歳 (n=125)	56.0%	48.8%	38.4%	33.6%	36.0%	30.4%	29.6%	28.0%	26.4%	24.8%	28.0%	25.6%	23.2%	18.4%	19.2%	0.8%
30-39歳 (n=125)	60.0%	52.8%	36.0%	44.0%	31.2%	40.0%	41.6%	32.0%	28.8%	31.2%	24.8%	20.8%	21.6%	16.0%	19.2%	-
40-49歳 (n=125)	60.8%	52.8%	37.6%	36.0%	25.6%	20.8%	22.4%	16.0%	16.0%	13.6%	15.2%	10.4%	12.0%	10.4%	7.2%	0.8%
50-59歳 (n=125)	68.8%	56.8%	40.0%	35.2%	26.4%	17.6%	13.6%	15.2%	14.4%	12.0%	12.8%	12.8%	8.0%	5.6%	4.8%	0.8%

<フィギュアユーザー>

	飾る・鑑賞する（ディスプレイに入れるなど）	同一シリーズ・テーマのフィギュアを集める	写真撮影をする	フィギュアのポーズを変える	映画やアニメなどの作品のシーンを再現する	友達や家族と共有する	作品やキャラクターの研究をする	パーツの付け替えを楽しむ	SNSなどに投稿する	共通の趣味を持つコミュニティで共有しあう	ジオラマやミニチュアセットを製作する	塗装や加工などのアレンジを楽しむ	フィギュアなどもってイベントに参加する	他のコレクターとフィギュアをトレードする	その他
全体 (n=500)	62.0%	37.6%	23.8%	23.4%	20.6%	18.6%	17.0%	16.6%	15.8%	13.6%	12.0%	11.8%	9.8%	8.6%	1.2%
18-29歳 (n=125)	58.4%	36.0%	23.2%	21.6%	23.2%	16.8%	20.0%	14.4%	20.0%	12.0%	13.6%	7.2%	8.8%	9.6%	-
30-39歳 (n=125)	53.6%	36.0%	22.4%	20.0%	21.6%	17.6%	14.4%	12.8%	15.2%	16.8%	12.8%	11.2%	13.6%	10.4%	-
40-49歳 (n=125)	65.6%	43.2%	30.4%	24.8%	20.8%	23.2%	19.2%	18.4%	18.4%	17.6%	12.8%	13.6%	10.4%	10.4%	1.6%
50-59歳 (n=125)	70.4%	35.2%	19.2%	27.2%	16.8%	16.8%	14.4%	20.8%	9.6%	8.0%	8.8%	15.2%	6.4%	4.0%	3.2%

TOPIC② : 人気の商品カテゴリー

2023 年に購入したプラモデルで最も多かったのは「ガンダムシリーズ」で、プラモデルユーザー全体の半数以上が購入したと回答。次いで「乗り物」「ロボット・メカ（ガンダムシリーズ以外）」が多い結果になりました。フィギュアでは、「マンガ・アニメ・ゲームのキャラクター」が 6 割以上で最も多く、次いで「美少女系」「ロボット・メカ」となりました。

【2023 年に購入したプラモデル／フィギュアのカテゴリー（上位 5 位）】

（複数回答 プラモデル n=500, フィギュア n=500）

プラモデルユーザー全体		
1位	ガンダムシリーズ	54.4%
2位	乗り物（車、バイク、鉄道、旅客機、船舶など）	35.0%
3位	ロボット・メカ（ガンダムシリーズ以外）	32.8%
4位	マンガ・アニメ・ゲームのキャラクター	30.6%
5位	ミリタリー系（戦闘機・軍艦など）	25.0%

フィギュアユーザー全体		
1位	マンガ・アニメ・ゲームのキャラクター	66.8%
2位	美少女系	20.8%
3位	ロボット・メカ	18.0%
4位	人物	15.4%
	乗り物（車、バイク、鉄道、旅客機、船舶など）	
5位	海外作品（アメコミ・映画など）	14.4%

TOPIC③ : 世代間で異なる情報収集／発信・共有

商品の情報を入手する媒体について聞いたところ（表 3）、**プラモデル・フィギュアユーザーともに 1 位「メーカーなどの公式サイト」2 位「X（旧 Twitter）」3 位「YouTube」**という結果になりました。年代別に見ると **18-29 歳の若年層では SNS での情報収集が多い傾向にあり、特にプラモデルユーザーでは 18-29 歳で、1 位「X（旧 Twitter）」2 位**

「YouTube」「メーカーなどの公式サイト」（同率）3 位「Instagram」となり、SNS を積極的に活用している傾向が顕著であることがうかがえました。

表 3 -【商品情報の入手経路（上位 3 位）】（複数回答）

プラモデルユーザー全体 (n=500)		
1位	メーカーなどの公式サイト	54.8%
2位	X（旧Twitter）	39.2%
3位	YouTube	38.6%

18-29歳 (n=125)		
1位	X（旧Twitter）	56.0%
2位	YouTube	48.8%
	メーカーなどの公式サイト	
3位	Instagram	43.2%

30-39歳 (n=125)		
1位	メーカーなどの公式サイト	63.2%
2位	X（旧Twitter）	47.2%
3位	メーカー以外のサイト	45.6%

40-49歳 (n=125)		
1位	メーカーなどの公式サイト	58.4%
2位	メーカー以外のサイト	32.0%
3位	YouTube	30.4%
	店頭	

50-59歳 (n=125)		
1位	メーカーなどの公式サイト	48.8%
2位	店頭	41.6%
3位	メーカー以外のサイト	38.4%

フィギュアユーザー全体 (n=500)		
1位	メーカーなどの公式サイト	48.8%
2位	X（旧Twitter）	46.0%
3位	YouTube	34.4%

18-29歳 (n=125)		
1位	X（旧Twitter）	59.2%
2位	YouTube	37.6%
3位	メーカーなどの公式サイト	36.8%

30-39歳 (n=125)		
1位	メーカーなどの公式サイト	46.4%
	X（旧Twitter）	
2位	メーカー以外のサイト	35.2%
3位	YouTube	32.8%

40-49歳 (n=125)		
1位	メーカーなどの公式サイト	57.6%
2位	X（旧Twitter）	43.2%
3位	メーカー以外のサイト	41.6%

50-59歳 (n=125)		
1位	メーカーなどの公式サイト	54.4%
2位	店頭	36.0%
3位	X（旧Twitter）	35.2%

「情報を自ら発信・共有しているか」という質問に対して（表４）、「している」という回答は全体では 33.2%でしたが、年代・カテゴリー別で見ると **30 代以下のプラモデルユーザーは、5 割の人が「発信・共有をしている」**と回答しました。また、プラモデル・フィギュアともに、コロナ禍（2020 年～2022 年）以降に購入を開始したユーザーは、既存ユーザー（2019 年以前に購入開始）よりも、「発信・共有をしている」人が多い結果となり、**コロナ禍でオンラインでのコミュニケーションが活発になっていたことなども影響**していると推察されます。

表 4 -【情報発信・共有の有無】（n=1,000）

(%)

		n=	発信・共有をしている	発信・共有はしていない
全体		1,000	33.2	66.8
割付別	**プラモデルユーザー**	**500**	38.6	61.4
	18－29歳	125	50.4	49.6
	30－39歳	125	50.4	49.6
	40－49歳	125	30.4	69.6
	50－59歳	125	23.2	76.8
	フィギュアユーザー	**500**	27.8	72.2
	18－29歳	125	33.6	66.4
	30－39歳	125	30.4	69.6
	40－49歳	125	30.4	69.6
	50－59歳	125	16.8	83.2
【プラモデルユーザー】購入開始時期別	新規ユーザー *23年初購入	44	54.5	45.5
	コロナ禍開始ユーザー *20年-22年購入	139	56.8	43.2
	既存ユーザー *19年以前購入	317	28.4	71.6
【フィギュアユーザー】購入開始時期別	新規ユーザー *23年初購入	43	32.6	67.4
	コロナ禍開始ユーザー *20年-22年購入	158	36.7	63.3
	既存ユーザー *19年以前購入	299	22.4	77.6

また、発信・共有をしていると回答した人にその目的を聞いたところ（表５）、プラモデル・フィギュアユーザーともに「自分の趣味を分かってもらいたいから」「共感できる人を見つけたいから」が１位となり、自分の趣味への**共感者を発見するために情報発信・共有をしている人が多い**ことがわかりました。

表５-【情報発信・共有の理由（上位５位）】

（複数回答　n=332　※情報を発信・共有していると回答した人ベース）

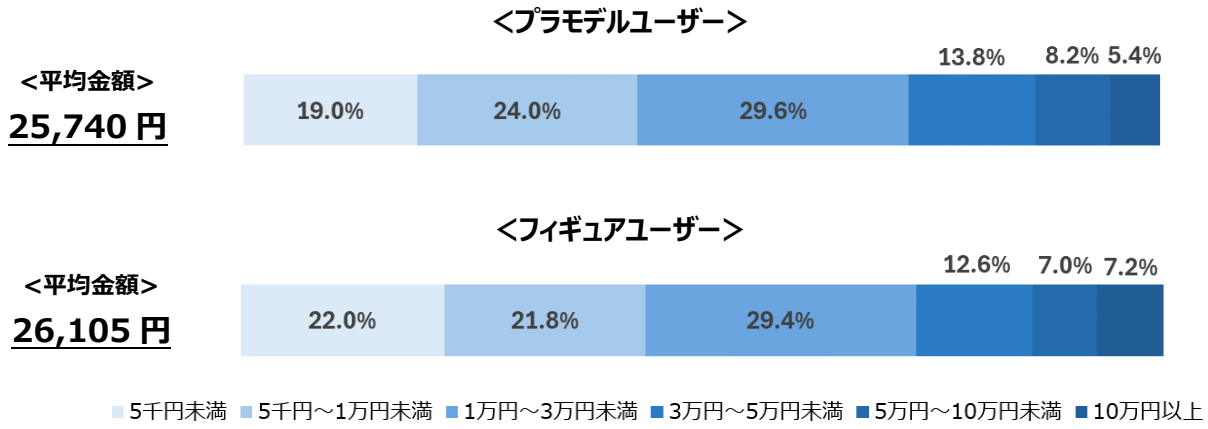
情報発信・共有の目的TOP5		
1位	自分の趣味を分かってもらいたいから 共感できる人を見つけたいから	43.1%
2位	感動や喜びを分かってほしいから	41.6%
3位	出来上がったものに対してコメントがほしいから	40.1%
4位	自分の熱量を他の人に分かってもらいたいから	38.9%
5位	他の人にアピールしたいから	32.2%

TOPIC④：年間購入金額／1 人当たりの保有個数

2023 年（1 年間）に購入した商品の合計購入金額について聞いたところ（表６）、**平均金額はプラモデルで 25,740 円、フィギュアで 26,105 円**という結果になりました。ボリュームゾーンはいずれも「1 万円～3 万円未満」が最も多く、「10 万円以上」という回答は、プラモデルで 5.4%、フィギュアで 7.2%となりました。

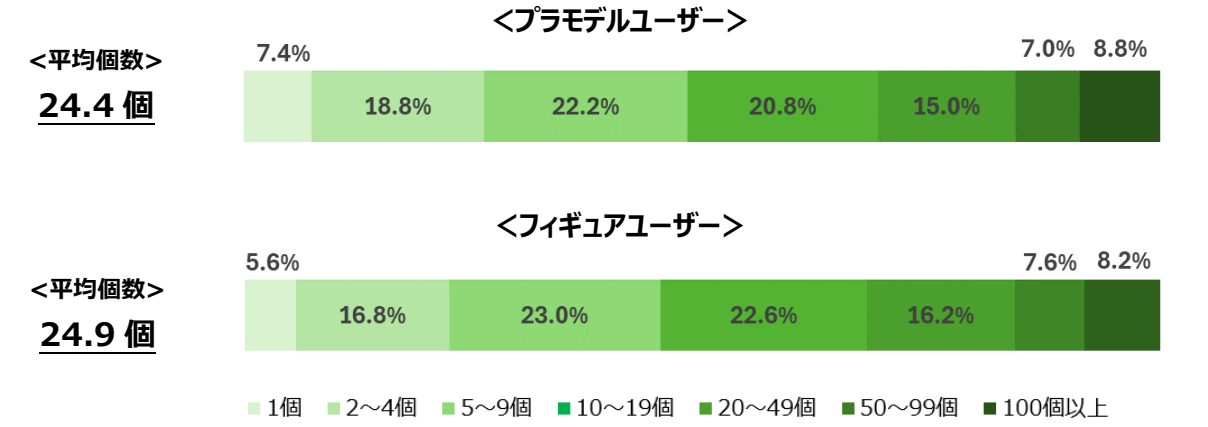
また、保有個数について聞いたところ（表７）、**1 人当たりの保有個数の平均はプラモデルで 24.4 個、フィギュアで 24.9 個**という結果になりました。ボリュームゾーンはいずれも「5～9 個」ですが、「100 個以上」という回答もプラモデルで 8.8%、フィギュアで 8.2%でした。

表６-【2023 年の商品合計購入金額】（単一回答 プラモデル n=500, フィギュア n=500）



※平均（円）の算出方法…金額幅は中間値で算出。5 千円未満は 5,000、10 万円以上は 100,000 で算出。

表７-【1 人当たりの保有個数】（単一回答 プラモデル n=500, フィギュア n=500）



※平均（個）の算出方法…個数幅は中間値で算出。100 個以上は 100 で算出。

TOPIC⑤：プラモデル・フィギュアに費やす時間／あなたにとってどのような存在か？

1 週間にかける時間は（表８）、**プラモデルで平均 3.5 時間**、**フィギュアで平均 2.3 時間**となり、組み立てや塗装などの工程があるプラモデルの方が、約 1 時間平均時間が長くなる結果となりました。年代別でみると、プラモデルは 18-29 歳が平均 4.1 時間で最も多く、フィギュアでは 30-39 歳が 2.6 時間で最も多い結果となりました。

表８-【1 週間にかける時間】

（単一回答 プラモデル n=500，フィギュア n=500）

	週に1時間程度、または1時間以下	週に2-3時間程度	週に4-5時間程度	週に6-7時間程度	週に8-9時間程度	週に10時間以上	平均（時間/週）
プラモデルユーザー	29.8%	29.0%	22.0%	11.2%	3.0%	5.0%	3.5
18-29歳 (n=125)	16.0%	32.0%	24.8%	17.6%	4.0%	5.6%	4.1
30-39歳 (n=125)	26.4%	29.6%	20.8%	15.2%	2.4%	5.6%	3.7
40-49歳 (n=125)	35.2%	32.0%	20.8%	6.4%	3.2%	2.4%	3.0
50-59歳 (n=125)	41.6%	22.4%	21.6%	5.6%	2.4%	6.4%	3.2
フィギュアユーザー	57.2%	22.2%	11.8%	4.6%	2.2%	2.0%	2.3
18-29歳 (n=125)	60.0%	16.8%	16.0%	2.4%	3.2%	1.6%	2.3
30-39歳 (n=125)	54.4%	20.0%	15.2%	4.0%	3.2%	3.2%	2.6
40-49歳 (n=125)	54.4%	25.6%	8.0%	8.0%	1.6%	2.4%	2.4
50-59歳 (n=125)	60.0%	26.4%	8.0%	4.0%	0.8%	0.8%	2.0

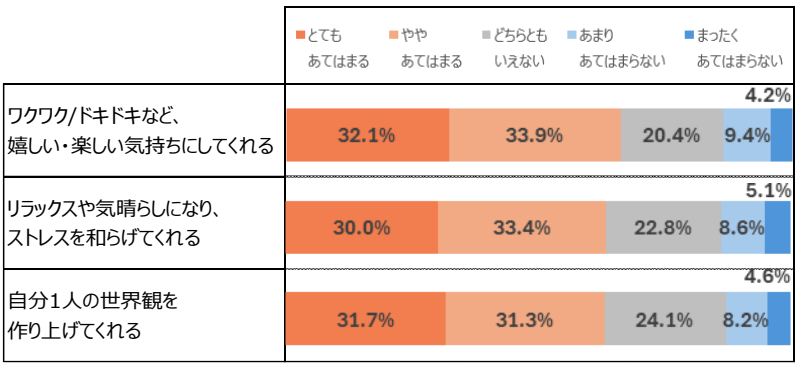
※平均時間/週の算出方法・・選択肢の中間値で算出。

また、プラモデル・フィギュアユーザーに、自身にとってプラモデル・フィギュアはどういう存在か聞いたところ（表９）、両ユーザーで、**「ワクワク／ドキドキなど、嬉しい・楽しい気持ちにしてくれる」「リラックスや気晴らしになり、ストレスを和らげてくれる」「自分 1 人の世界観を作り上げてくれる」**という回答がいずれも 6 割を超え、感動や楽しみを与えてくれるだけでなく、リラックスやストレス緩和など、日常生活にはなくてはならない存在になっていることもわかりました。

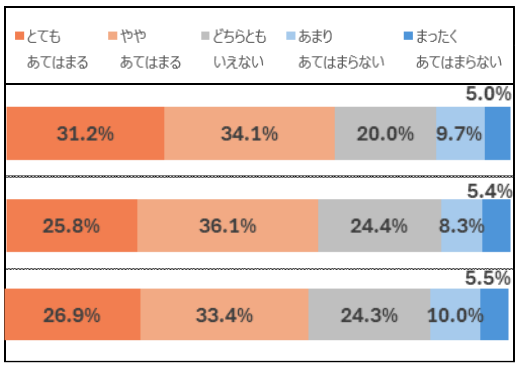
表９-【プラモデル・フィギュアはどのような存在か（上位３位）】

（プラモデル n=720，フィギュア n=1,005　＊スクリーニングデータより）

<プラモデルユーザー>



<フィギュアユーザー>



BANDAI SPIRITS 公式サイト：https://www.bandaispirits.co.jp/