

アニメ聖地巡礼の概要について 大規模量的調査から



株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター

研究員 五十嵐 大悟



じゃらんリサーチセンター 研究員
五十嵐 大悟 (いがらし だいご)

大和市（神奈川県）出身

修士（学術 放送大学）、埼玉大学人文社会科学研究科博士課程在学
関心事項は文化人類学、社会調査、知的財産権、憲法学（人権）など
所属学会：日本観光研究学会、日本GI（性別不合）学会

メタバースに用いるアバターに関する法実務でも活動しており、
法整備に関する政府委員（内閣府）の委嘱経験あり

2014年～2016年 はアニメ製作企業にて勤務

2020年4月より弊社調査開発業務に従事

主な分野：社会福祉、コンテンツツーリズム、基礎統計

「国内宿泊旅行ニーズ調査」「セクシュアルマイノリティの旅行に関する調査」
「発達障害者等の旅行に関する調査」などを担当

【スクリーニング調査】 調査対象者：全国16歳から69歳までの日本在住者（株式会社インテージの登録モニター）。割付及び回収数：2020年実施の国勢調査データをベースにエリア×性年代の人口動態を加味して2023年の人口様態に沿って株式会社インテージが作成したモデルによる。31,096件。不足となるセルについては、同エリアの近年代で補填。ウェイトバック：2020年実施の国勢調査データをベースにエリア×性年代の人口動態を加味して2023年の人口様態に沿ってウェイトバック集計。調査期間：2024/3/18（月）～2024/3/25（月）。

【本調査】 調査対象者：スクリーニング調査において、何等かのコンテンツについて聖地巡礼を過去1年以内に行ったと回答した者に対して最大3作品までを聴取。割付及び有効回収数：スクリーニング設問において過去1年間の映像作品（ゲームを含む）に関する聖地巡礼の実施内容が、実写系コンテンツまたは海外の非実写系コンテンツのみ回答300人、日本の非実写系コンテンツのみ回答300人、両方回答300人を目標に1,121人から1,509件を回収（本調査において具体的なコンテンツ名を「なし」と記載したような回答は無効回答として回収していない。ただし、コンテンツ名の聴取に対して地域名を記載したようなものは有効回答として回収した）。ウェイトバック：なし。調査期間：2024/3/27（水）～2024/3/29（金）。なお、スクリーニング調査時点の回答ジャンルと本調査での回答ジャンルの不一致は無視した。

「日本のテレビアニメ」の視聴頻度

人口全体からすると、週1回以上見る人の割合は37.3%
男女差に大きな違いは見受けられない

40代以下の方が視聴頻度が高いものの、50代以上でも一定の視聴頻度は存在している

回答数	性別計	男性							女性						
		年代計	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	年代計	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳
	31,096	15,531	876	2,406	2,637	3,317	3,480	2,816	15,299	834	2,306	2,533	3,238	3,464	2,923
ほぼ毎日見る／プレイする	7.1	8.3	12.1	11.5	10.4	9.4	6.5	3.5	5.9	8.1	9.7	8.4	6.3	4.1	1.9
週3回以上見る／プレイする	8.5	9.7	13.1	12.2	13.3	9.4	8.0	5.5	7.4	10.0	8.5	10.2	7.7	6.6	3.8
週1回以上見る／プレイする	21.7	22.4	23.9	23.1	25.1	25.2	21.7	16.6	21.0	19.0	20.1	25.2	23.3	21.0	15.9
月1回以上見る／プレイする	13.0	13.4	13.3	12.5	14.0	14.6	13.7	11.8	12.6	17.1	14.4	13.0	14.1	11.6	9.4
半年に1回以上見る／プレイする	14.1	13.2	9.8	10.7	11.5	13.6	14.8	15.8	15.0	15.3	15.6	13.9	14.9	15.1	15.4
見ない／プレイしない	35.6	32.9	27.7	30.0	25.7	27.8	35.3	46.9	38.1	30.6	31.7	29.3	33.8	41.6	53.5

(%)

「日本のテレビアニメ」のグッズ消費傾向

1年間の公式グッズ購入個数は全体として、1個以上購入した人は17.5%

若年の方が購入頻度が高く、20-29歳においては、男性で29.8%、女性で27.9%

	性別計	男性							女性						
		年代計	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	年代計	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳
回答数	31,096	15,531	876	2,406	2,637	3,317	3,480	2,816	15,299	834	2,306	2,533	3,238	3,464	2,923
10個/回以上ある	4.0	4.3	11.1	7.8	6.0	4.2	1.9	0.9	3.7	8.7	7.7	5.0	3.3	1.7	0.5
5個/回以上ある	4.3	4.7	6.0	8.6	6.8	4.1	3.0	1.9	3.9	10.2	7.6	5.3	3.2	1.8	1.2
1個/回以上ある	9.2	10.1	14.8	13.4	12.3	10.8	7.4	6.1	8.3	13.2	12.6	10.7	8.9	5.7	4.0
ない	82.4	80.8	68.0	70.1	74.9	80.9	87.6	91.1	84.1	68.0	72.1	79.0	84.6	90.8	94.3

(%)

「日本のテレビアニメ」の非公式グッズ（同人グッズ）消費傾向

1年間の非公式グッズ（同人誌や同人グッズ）購入個数は全体として、1個以上購入した人は5.4%

若年の方が購入頻度が高く、20-29歳においては、男性で11.5%、女性で9.7%

	性別計	男性							女性						
		年代計	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	年代計	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳
回答数	31,096	15,531	876	2,406	2,637	3,317	3,480	2,816	15,299	834	2,306	2,533	3,238	3,464	2,923
10個以上ある	1.1	1.2	2.9	2.5	1.4	1.1	0.4	0.4	0.9	1.9	1.7	1.8	0.9	0.3	0.2
5個以上ある	1.3	1.6	4.1	3.7	2.1	1.1	0.6	0.5	1.1	1.9	3.0	1.3	0.9	0.3	0.1
1個以上ある	3.0	3.3	5.1	5.3	4.7	2.8	2.1	1.9	2.6	6.1	5.0	2.8	2.1	1.4	1.4
ない	39.6	41.0	39.0	32.9	37.0	39.0	45.0	49.6	38.4	40.3	33.2	34.6	35.9	39.9	45.9
非公式の商品を知らない	55.0	52.9	48.9	55.6	54.8	56.1	51.8	47.6	57.1	49.9	57.1	59.6	60.1	58.1	52.5

(%)

過去1年間に1回以上「日本のテレビアニメ」の聖地巡礼をした人の割合

性別で分析すると、男性の方が多いものの、男性：女性＝1：0.68（差は3.2pt程度）であり、**聖地巡礼実施有無に先行研究ほどの極端な男女差はなかった。**

若年層の実施者が多いことは男女で共通していた

回答者属性

	性合計	男性	女性
年齢計	31,096	15,531	15,299
16-19歳	1,747	876	834
20-29歳	4,779	2,406	2,306
30-39歳	5,212	2,637	2,533
40-49歳	6,612	3,317	3,238
50-59歳	6,979	3,480	3,464
60-69歳	5,766	2,816	2,923

「日本のテレビアニメ」の聖地巡礼実施率
(過去1年間に1回以上行った人の割合)

	性合計	男性	女性
年齢計	8.3%	9.9%	6.7%
16-19歳	15.1%	17.2%	12.8%
20-29歳	15.5%	17.5%	13.4%
30-39歳	10.9%	13.2%	8.4%
40-49歳	7.2%	9.0%	5.5%
50-59歳	4.8%	5.7%	3.9%
60-69歳	3.8%	4.6%	2.9%

過去1年間に1回以上「日本のテレビアニメ」の聖地巡礼をした人の割合

回答者属性	性合計		
	性合計	男性	女性
職業計	31,096	15,531	15,299
学生・生徒（アルバイトなし）	1,276	696	570
学生・生徒（アルバイトあり）	1,265	583	671
専業主婦／専業主夫（パート・アルバイトなし）	2,834	48	2,779
パート・アルバイト	4,938	1,035	3,866
派遣社員	732	270	458
契約社員	1,408	828	572
正社員	12,315	8,271	3,974
個人事業主・フリーランス（1人会社を含む）	1,350	934	405
会社経営者・団体役員	458	373	84
年金受給者・生活保護受給者・給付金受給者	744	412	326
無職	2,633	1,397	1,205
その他	414	258	154
答えたくない	729	427	234

「日本のテレビアニメ」の聖地巡礼実施率 (過去1年間に1回以上行った人の割合)	性合計		
	性合計	男性	女性
職業計	8.3%	9.9%	6.7%
学生・生徒（アルバイトなし）	13.6%	15.4%	11.2%
学生・生徒（アルバイトあり）	18.2%	19.6%	17.0%
専業主婦／専業主夫（パート・アルバイトなし）	5.0%	25.0%	4.7%
パート・アルバイト	6.6%	9.2%	5.8%
派遣社員	10.0%	12.6%	8.3%
契約社員	7.2%	7.0%	7.2%
正社員	9.7%	10.7%	7.6%
個人事業主・フリーランス（1人会社を含む）	6.3%	6.3%	6.4%
会社経営者・団体役員	9.2%	8.3%	10.7%
年金受給者・生活保護受給者・給付金受給者	4.2%	5.1%	3.1%
無職	5.1%	5.9%	4.2%
その他	5.6%	4.7%	7.1%
答えたくない	5.1%	6.8%	2.1%

職業で分析すると、「学生・生徒（アルバイトあり）」の実施率が高かった。

過去1年間に1回以上「日本のテレビアニメ」の聖地巡礼をした人の割合

年収で分析すると400万円～600万円未満および、800万円以上の女性で実施率が高かった

回答者属性				「日本のテレビアニメ」の聖地巡礼実施率 (過去1年間に1回以上行った人の割合)			
	性合計	男性	女性		性合計	男性	女性
年収計	31,096	15,531	15,299	年収計	8.3%	9.9%	6.7%
0円（無職・学生・専業主婦／主夫などで収入がない場合を含む）	3,833	1,135	2,669	0円（無職・学生・専業主婦／主夫などで収入がない場合を含む）	7.1%	10.4%	5.7%
1円～200万円未満	6,508	1,941	4,515	1円～200万円未満	8.2%	11.4%	6.7%
200万円～400万円未満	6,014	3,178	2,811	200万円～400万円未満	9.0%	9.8%	8.1%
400万円～600万円未満	4,055	2,975	1,071	400万円～600万円未満	12.5%	13.1%	10.6%
600万円～800万円未満	1,845	1,566	274	600万円～800万円未満	11.7%	11.8%	9.9%
800万円以上	1,445	1,308	134	800万円以上	9.5%	8.7%	17.2%
分からない	1,665	650	993	分からない	6.7%	7.2%	6.3%
答えたくない	5,731	2,778	2,832	答えたくない	4.8%	5.6%	4.0%

実施回数でいうと「5回以上ある」「10回以上ある」については男性は女性の2倍となった。

「日本のテレビアニメ」の 1年間の聖地巡礼の実施回数

	性合計	男性	女性
10回以上ある	0.6%	0.8%	0.4%
5回以上ある	0.6%	0.8%	0.4%
3回以上ある	1.1%	1.3%	0.8%
2回以上ある	1.4%	1.7%	1.2%
1回以上ある	4.6%	5.3%	4.0%
ない	91.7%	90.1%	93.3%

性合計 n=31,096

-
- ①男女で実施「有無」の差は極端に大きくはない
(男性：女性=1：0.67)
 - ②男女差よりも職業・年収等の属性による差が大きい
 - ③5回以上行うヘビーユーザーは男性の方が2倍多い
(ただし女性も男性の半数ある)

したがって、「聖地巡礼」は男性のみが実施しがちというわけではない。

ただし、超ヘビーユーザーについては男性の方が多く、見かけ上（延べ人数として）男性の方が多く見える可能性がある。

本調査において聖地巡礼を行う理由を聴取すると、キャラクターが魅力的だからのほか、その土地が「聖地」として有名だからや、距離的に近いからといった項目が上位に挙がった

日本のテレビアニメ

調査数	478
キャラクターや登場人物（または配信者）が魅力的だから	28.7
いわゆる「聖地」として既に知られている場所を見たかったから	28.5
その地域がいわゆる「聖地」として有名だから	26.6
目的地が距離的に近いから	25.1
ストーリー（または配信内容）が面白いから	24.3
キャラクターや登場人物（または配信者）が作中（または配信）で利用している場所や施設を見たり利用したかったから	24.1
その作品（または配信内容）に描かれた風景が魅力的だから	22.6
キャラクターや登場人物（または配信者）や登場人物の住む世界観を体験したかったから	21.3
その地域がもともと一般的な観光地として有名だから	20.5
その作品（または配信者）に関連する展示物（キャラクターのPOPやポスターなど）を見たかったから	15.9

上位10項目を抜粋

本調査における同行者の割合

本調査において同行者を聴取すると、「1人旅」が最も多かったものの、合計値としては複数人での旅行の方が割合は多い

日本の
テレビア
ニメ

調査数	478
1人旅	38.3
恋人との2人での旅行	5.2
夫婦・パートナー2人での旅行	13.8
18歳未満の子どもを連れた家族旅行	8.6
親を連れた家族旅行	7.3
その他の家族旅行	5.6
友人との旅行	20.1
職場やサークルなどでの団体旅行	1.0
その他	—

本調査において作品に関連した旅行について再度行いたいかを聴取したところ、何らかの形で行いたいと回答した人の割合は96.2%であり、同一地域に対する旅行意向のある人は75.9%だった

Q.その作品（または配信者）に関連した旅行は、また行いたいと思いますか。

日本の
テレビア
ニメ

調査数	478
一度行った地域（や場所）にまた行きたい	51.0
その作品（または配信者）にゆかりのある別の地域（や場所）に行きたい	20.3
一度行った地域（や場所）にも行きたいし、その作品（または配信者）にゆかりのある別の地域（や場所）にも行きたい	24.9
行いたくない	3.8

本調査における人気作品ランキングと分布

来訪作品ランキング（国内2次元系）

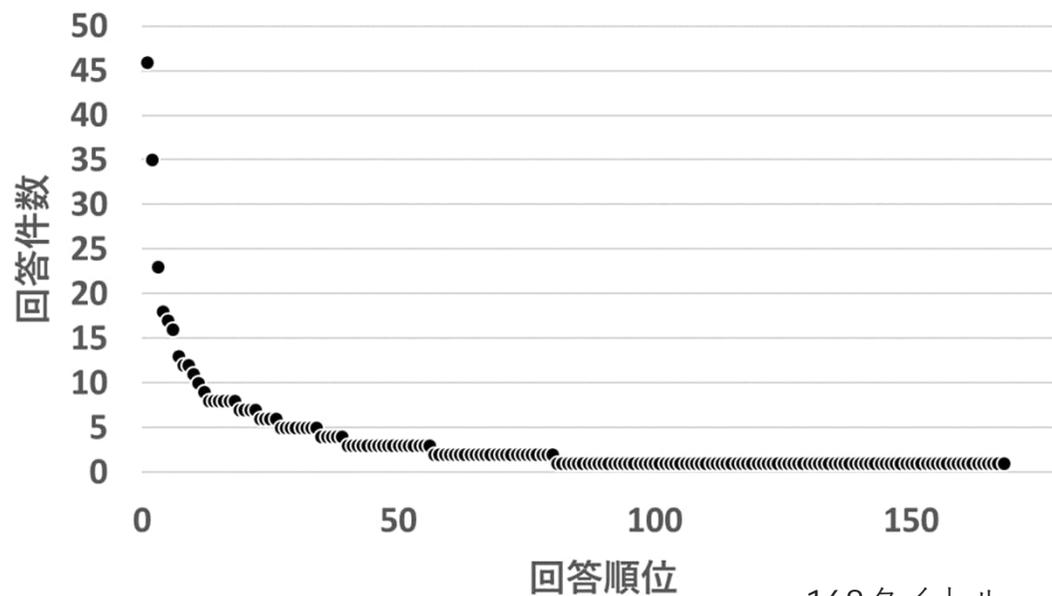
順位	タイトル名（シリーズ・施設・番組名）	件数
1	君の名は。	46
2	ゆるキャン△	35
(参考値)	(「ラブライブ！」シリーズ総計)	35
3	スラムダンク	23
4	千と千尋の神隠し	18
5	名探偵コナン	17
6	ラブライブ！（無印含むがシリーズ名の可能性あり）	16
7	ガールズ＆パンツァー	13
8	ぼっち・ざ・ろっく! 刀剣乱舞	12
10	あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。	11
11	呪術廻戦	10
12	ONE PIECE	8
	ジブリパーク	
	鬼滅の刃	
	響け！ユーフォニアム	
	新世紀エヴァンゲリオン	
18	青春ブタ野郎シリーズ	7
	けいおん!	
	すずめの戸締まり	
	ラブライブ！サンシャイン!!	
	ラブライブ！虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会	

（抽出された件数の総数：569件）

本調査で1人最大3件まで回答された名称（自由記述）を正規化したのち「作品名」「地名」「制作スタジオ名（制作スタジオ名を関したテーマパークを含む）」「人物・キャラクター名」「店舗名」「その他」「不明」に分類し、「作品名」と「制作スタジオ名」のみを抽出し、さらにジャンルとして「日本のテレビアニメ」「日本のアニメ映画」「日本語のVTuber」「日本メーカーのゲーム」のみを抽出した。

聖地巡礼は多種多様なコンテンツで行われているが、ごく一部の作品に人気が集まっていた。

タイトルの分布



168タイトル
回答件数569

-
- ① 聖地巡礼の理由は「キャラクター性」や「聖地として有名」という要素によるものが強い
 - ② グループで旅行する人の方が1人旅より多い
ただし、1人旅の割合は約4割ある
 - ③ 聖地巡礼者のリピート意向はとても強い
 - ④ 作品によって旅行先としての人気の差が非常に大きい

作品・目的地によって旅行者属性に差がある

	年代							
	君の名は。(岐阜)		君の名は。(東京)		ゆるキャン△		スラムダンク	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
年代計	13	6	11	4	27	8	12	11
10代	2	1	2	1	4	2	1	1
20代	1		7	1	8	3	3	1
30代	3	2		1	7		3	1
40代	4	1	2	1	3	1	2	5
50代	2	1			5	1		
60代	1	1				1	3	3

あなたの職業を教えてください。複数ある場合は最も近いものを選択してください。

	君の名は。(岐阜)		君の名は。(東京)		ゆるキャン△		スラムダンク	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
職業計	13	6	11	4	27	8	12	11
学生・生徒(アルバイトなし)	2	1	2	1	4	1	1	
学生・生徒(アルバイトあり)			5		1		1	2
専業主婦/専業主夫(パート・アルバイトなし)		1		1		1		
パート・アルバイト	1	2		1	3	3		1
派遣社員							1	1
契約社員					2		1	
正社員	10	2	3	1	14	2	7	4
個人事業主・フリーランス(1人会社を含む)			1		2			1
会社経営者・団体役員								
年金受給者・生活保護受給者・給付金受給者								1
無職					1		1	
その他						1		1
答えたくない								

作品・目的地によって旅行者属性に差がある

その作品（または配信者）に関連した旅行は、どなたと一緒にいくことが最も多いですか。				
	君の名は。（岐阜）	君の名は。（東京）	ゆるキャン△	スラムダンク
同行者計	19	15	35	23
1人旅	5	10	10	2
恋人との2人での旅行			2	2
夫婦・パートナー2人での旅行	5		5	6
18歳未満の子どもを連れた家族旅行	2		6	1
親を連れた家族旅行	3	2	4	
その他の家族旅行	2		2	4
友人との旅行	2	3	6	7
職場やサークルなどでの団体旅行				1
その他				

作品・目的地によって旅行理由に若干の差がある

その作品（または配信者）に関連した旅行をしようと思った理由について、あてはまるものをすべて選択してください。（複数選択の上位項目を抜粋）

君の名は。（岐阜）

- その地域がいわゆる「聖地」として有名だから 7
- いわゆる「聖地」として既に知られている場所を見たかったから 6
- その地域がもともと一般的な観光地として有名だから 5

君の名は。（東京）

- その作品（または配信内容）に描かれた風景が魅力的だから 5
- キャラクターや登場人物（または配信者）や登場人物の住む世界観を体験したかったから 5
- いわゆる「聖地」として既に知られている場所を見たかったから 5
- 目的地が距離的に近いから 5

ゆるキャン△

- キャラクターや登場人物（または配信者）が作中（または配信）で利用している場所や施設を見たり利用したかったから 10
- その作品（または配信内容）に描かれた風景が魅力的だから 9
- その地域がいわゆる「聖地」として有名だから 9
- いわゆる「聖地」として既に知られている場所を見たかったから 9

スラムダンク

- いわゆる「聖地」として既に知られている場所を見たかったから 11
- その地域がいわゆる「聖地」として有名だから 8
- キャラクターや登場人物（または配信者）が魅力的だから 6
- その地域がもともと一般的な観光地として有名だから 6
- 目的地が距離的に近いから 6

しかし地域愛着度の上昇やリピート意向はいずれの作品でも高い

その作品（または配信者）に関連した旅行は、また行いたいと思いますか。				
	君の名は。（岐阜）	君の名は。（東京）	ゆるキャン△	スラムダンク
計	19	15	35	23
一度行った地域（や場所）にまた行きたい	7	3	14	11
一度行った地域（や場所）にも行きたいし、その作品（または配信者）にゆかりのある別の地域（や場所）にも行きたい	5	7	9	5
その作品（または配信者）にゆかりのある別の地域（や場所）に行きたい	6	5	11	5
行いたくない	1		1	2

あなたが1年以内（2023年2月～2024年2月）に旅行した作品名（または配信者名）の地域（行った地域）について、コンテンツに関係しているというだけでなく、地域そのものが好きになりましたか。				
	君の名は。（岐阜）	君の名は。（東京）	ゆるキャン△	スラムダンク
同行者計	19	15	35	23
そう思う	8	6	19	12
少し思う	10	8	11	8
あまりそう思わない	1		4	2
そう思わない				
コンテンツを見る前から好きだった		1	1	1

-
- ① 聖地巡礼者像は作品・目的地によって異なる
 - ② 聖地巡礼の理由は「聖地として有名だから」
は人気上位作品で共通している
 - ③ 地域愛着度の上昇やリピート意向の強さは
作品・目的地に関係なく高かった

【補足】聖地巡礼はアニメだけじゃない！

なお、調査ではアニメ以外の多種多様な映像コンテンツについて聴取していたが、**聖地巡礼の実施が最も多いのは「日本の実写ドラマ（NHK大河ドラマ・朝ドラ除く）」**であり、次いで「NHK大河ドラマ・朝ドラ」と「日本のテレビアニメ」だった。

	日本の実写ドラマ (NHK大河ドラマ・NHK連続テレビ小説(朝ドラ)を除く)	NHK大河ドラマ・NHK連続テレビ小説(朝ドラ)	海外の実写ドラマ	日本の実写映画	海外の実写映画	日本のテレビアニメ	日本のアニメ映画	海外のテレビアニメ	海外のアニメ映画	日本語の配信者(実在の人物で、YouTube rを含む)	外国語の配信者(実在の人物で、YouTube rを含む)	日本語のVTuber(YouTube ber以外含む)	外国語のVTuber(YouTube ber以外含む)	日本メーカーのゲーム(スマホ・PC・ゲーム機含む)	海外メーカーのゲーム(スマホ・PC・ゲーム機含む)
10回以上ある	0.6	0.5	0.2	0.3	0.2	0.6	0.5	0.2	0.2	0.5	0.2	0.3	0.2	0.4	0.2
5回以上ある	0.7	0.5	0.3	0.4	0.3	0.6	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3	0.3	0.3	0.4	0.2
3回以上ある	1.1	0.9	0.6	0.8	0.6	1.1	0.9	0.6	0.5	0.8	0.5	0.6	0.6	0.7	0.5
2回以上ある	1.6	1.5	0.8	1.3	0.8	1.4	1.3	0.7	0.6	0.9	0.7	0.7	0.6	0.8	0.6
1回以上ある	5.8	5.0	1.9	4.4	1.9	4.6	4.1	1.5	1.4	2.2	1.3	1.6	1.2	1.8	1.2
ない	90.2	91.7	96.1	92.8	96.1	91.7	92.8	96.8	96.9	95.1	96.9	96.5	97.2	96.0	97.2
コンテンツツーリズム実施率*	9.8	8.3	3.9	7.2	3.9	8.3	7.2	3.2	3.1	4.9	3.1	3.5	2.8	4.0	2.8

n=31,096

(%)

*「10回以上ある」～「1回以上ある」の回答の合計。「ない」を除く各セルに対して、0～10%の範囲でグラデーションを付けた。

聖地巡礼者の大規模リサーチの結果の活用としては、
全体値として一般的傾向を掴むことも有用だが、
**巡礼者の属性は作品によって大きな差があることを前提とし
て考えることが重要**

特に作品によって人気は大きく異なることは大前提

全体的な数値は巡礼行為に対する思い込みを修正するためには
非常に重要な意味を持つと思われるが、その一方として、
作品毎に巡礼者も巡礼行為も異なる
ことを認識することが重要

しかしながら旅行の動機としては「**聖地として有名だから**」
という理由が多く挙げられること、**聖地巡礼は地域愛やリ
ピート旅行を促進する**ことは一般的傾向として言える

ご清聴ありがとうございました！



じゃらんリサーチセンターの研究に関する情報、
観光に関する有益な情報提供を無料で受けられる
「**じゃらん観光ネットワーク**」にぜひご登録ください。

<https://jrc.jalan.net/jkn/>



【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

■本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。

■本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。

事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

[メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>

[その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail: jalan_rc@r.recruit.co.jp

■本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、

その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。

また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。

最新の研究事例や
調査データなど情報満載の
メルマガを受け取れます！