

2026年7月1日  
株式会社 電通グループ

## 電通グループ、海外 5 地域で **Fandom Intelligence** の提供を開始 ー エンターテインメント領域におけるブランドの IP パートナーシップを支援 ー

株式会社電通グループ（本社：東京都港区、代表執行役 社長 グローバルCEO：佐野 傑、以下「当社」、また、当社およびグループ会社を総称して「dentsu」）のグループ横断のイニシアティブ「電通スポーツ&エンターテインメント」は、今年6月18日（木）より、コンテンツの影響力分析と、それをビジネスに活かす戦略設計を統合した独自ソリューション「Fandom Intelligence（ファンダム<sup>※1</sup>・インテリジェンス）」（以下「本ソリューション」）を、米国、英国、インド、中国、台湾の5地域で提供開始しました。

世界のコンテンツ市場は、2018年から2027年までCAGR 5%で成長すると予測されており<sup>※2</sup>、これに伴い、IPパートナーシップ市場も拡大を続けています。エンターテインメント・ビジネス・センター<sup>※3</sup>はじめ株式会社電通の関連局ならびに株式会社電通グループのグローバルビジネス開発オフィスが協働して開発したコンテンツソリューションには、dentsuが日本で蓄積した知見に米国、英国、インド、中国、台湾で新たに収集した調査データ（以下、「調査データ」）<sup>※4</sup>が統合されており、ファンダムの市場をまたいだ拡大傾向や、特に日本をはじめとするアジアのエンターテインメントIPのグローバル文化への影響プロセスの分析が可能です。そして、この分析をベースに戦略設計を行うことにより、クライアント・ブランドに最適な課題解決を提案します。

dentsu のエンターテインメント事業の中核には、ブランドとファンの中長期的な関係を築くという目標があり、Fandom Intelligence の提供はその目標の実現に大きく貢献します。dentsu は、この目標を実現することで、今後もスポーツ&エンターテインメント領域での優位性を高め、クライアントの「グロース・パートナー」として、ブランドおよびクライアントの持続的価値向上に貢献していきます。

※1 ファンダム：特定のコンテンツ、ブランド、アーティストを熱心に応援するファン集団

※2 出所：経済産業省第1回エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会（P34）

[https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/entertainment\\_creative/pdf/001\\_04\\_00.pdf](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/entertainment_creative/pdf/001_04_00.pdf)

※3 エンターテインメント・ビジネス・センター（EBC）は、dentsu の日本事業を統括・運営する dentsu Japan の中核企業である株式会社電通の社内組織として、年間 100 件以上のブランドと IP のコラボレーション、および 60 以上のアニメ作品への投資を実行しています。日本 IP に関する専門拠点として機能し、ニューヨーク、ロンドン、ムンバイ、上海の各地域チームが各市場のクライアントにサービス提供を行っています。

※4 dentsu の年次調査「Fandom Intelligence Study」によるデータ。

実施時期：2025年12月（最新）

実施主体：dentsu/dentsu sports analytics

対象市場：米国、英国、中国、台湾、インド

サンプル数：21,000ss（米国、中国、インド 5000ss, 英国、台湾 3000ss）

形式：オンライン調査

内容：アニメ、ゲーム、映画、テレビ、スポーツ、音楽、クリエイターなど日本、海外の約 200 の作品および IP の認知度、好意度、視聴状況、コラボ商品の購買意向。エンタメカテゴリー別の興味・行動変容。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ グループコーポレートコミュニケーションオフィス 小嶋、原田、島津

Email : [group-cc@dentsu.com](mailto:group-cc@dentsu.com)