

「コンテンツファン消費行動調査」 エンタメ・スポーツ計9ジャンル対象に実施 — “またがり消費”でつかむビジネスチャンス —

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ(本社:東京都港区、社長:大森壽郎)と株式会社博報堂(本社:東京都港区、社長:戸田裕一)は、エンタテインメントやスポーツなど計9ジャンルのコンテンツに対する生活者の消費行動の実態を把握する「コンテンツファン消費行動調査」を実施しました。(全国15~69歳男女/計4000名/全国7エリアを人口構成比および性・年代で割付)

この調査は、業界団体別の出荷/売上データなど既存のコンテンツ関連調査では把握できなかった、生活者のコンテンツ消費実態に本格的に迫った国内初の調査です。博報堂DYメディアパートナーズ・メディア環境研究所と博報堂研究開発局の共同研究プロジェクトが企画・実施いたしました。

調査では、「バラエティ・ドラマ」「アニメ・特撮」「マンガ・小説」「映画」「音楽」「ゲーム」「美術展・博覧会」「スポーツ」「特定のタレント・人物」の計9ジャンルを対象に、各ジャンルのコンテンツファンのコンテンツ利用状況やお金の使い方(支出項目・支出額等)を詳細に分析しました。

分析の結果、平均4.2ジャンルの「複数のコンテンツジャンルにまたがった消費」や、パッケージ、グッズ、イベント、動画配信等の「多様な項目にまたがった消費」、さらに「有料・無料にまたがった消費」と、日本のコンテンツファンの意欲的な“またがり消費”の特徴が明らかになりました。

この結果からは、複数ジャンルを組み合わせる形でファンを開拓したり、イベント等のライブ体験型コンテンツ消費や関連グッズといった周辺市場を意識した消費の掘り起こしの可能性を読み取ることができます。

博報堂DYメディアパートナーズと博報堂は今後も、生活者のコンテンツ消費動向に関する調査を定期的に行っていきます。

<当資料のサマリー> コンテンツファンの“またがり消費”3つの特徴

1. 複数のコンテンツジャンルにまたがる

利用層一人あたり平均4.2ジャンルのコンテンツを利用。支出額の合計は年間7万4502円

2. パッケージ、グッズ、イベント、動画配信など多様な項目にまたがる

従来のパッケージ消費から、ロケ地旅行・イベントなどのライブ体験型コンテンツ消費まで項目が多様化

3. 有料・無料にまたがる

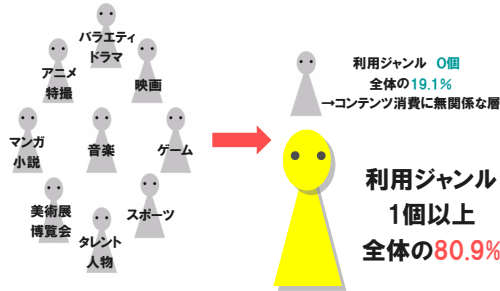
「ファン＝お金を使う」とは限らない。「プロ野球」「Jリーグ」では約6割強、「ドラマ・バラエティ」では約5割、「アニメ・特撮」では約3割のファンがコンテンツを無料で楽しむ

1. 複数のコンテンツジャンルにまたがる

生活者の80.9%が、過去1年間にコンテンツを利用。
 利用ジャンル数は平均 4.2 ジャンル、平均支出額は年間 7 万 4502 円

過去1年間に、調査対象9コンテンツジャンルのうち1つ以上を「利用^(※1)」したことがある生活者(=コンテンツ利用層)は、全体の80.9%(図1)にのぼることが分かりました。

【図1】

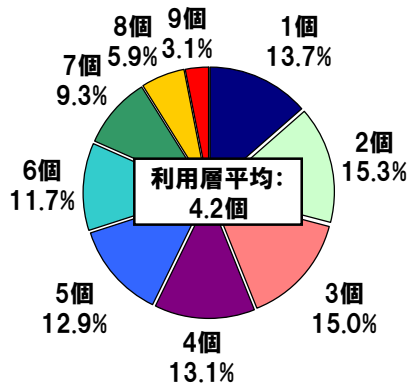


(※1)
 下記の4行動のいずれかに当てはまる人を「広義のコンテンツファン」と定義
 「興味」 そのジャンルに対して興味・関心がある
 「利用」 過去一年に、鑑賞・閲読・観戦・購入などの商品やサービスを利用したことがある(無料で利用含む)
 「ファン」 特定の作品に対してファンである(作品名を対象者が自由回答で記入)
 「支出」 過去一年に、そのジャンルの商品やサービスに実際にお金を使ったことがある

コンテンツ利用層は、1年間で平均4.2ジャンル(図2)のコンテンツをまたがって利用しており、合計支出金額は計74,502円(1ジャンル平均17,885円)(図3)でした。

【図2】 コンテンツ利用ジャンル数(利用層ベース)

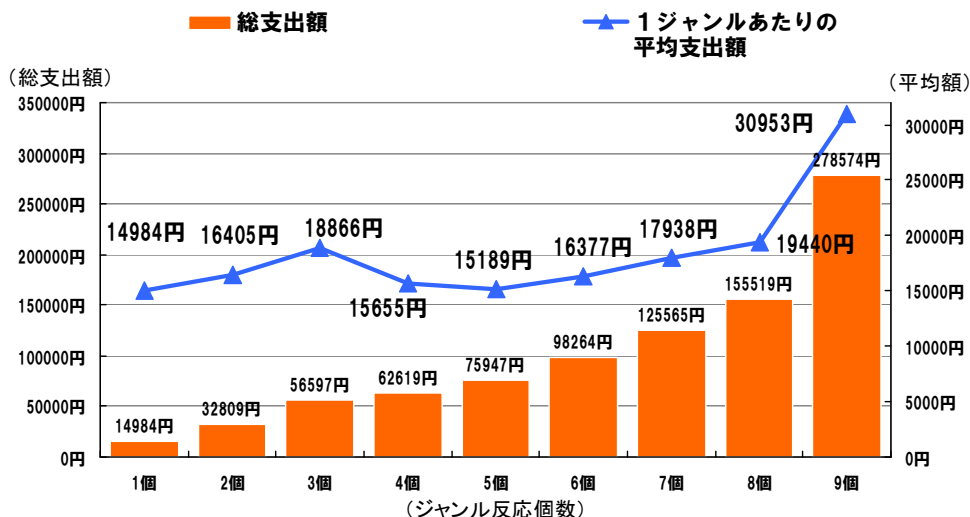
【図3】 合計支出金額(利用層ベース)



一人あたり合計支出金額
74,502円
1ジャンル平均
17,885円

利用ジャンル数と支出額の関係では、またがるジャンルが増えても、1ジャンルあたりの平均支出単価は下がらず、1ジャンル15,000円前後を保ち続けており、コンテンツファンの意欲的な消費実態が発見されました。(図4)

【図4】 利用ジャンル数別のコンテンツ総支出額/1ジャンルあたり平均支出額(利用層ベース)



【図5】対象9ジャンルの利用層/支出層ボリューム、平均支出金額、平均利用ジャンル数

	利用層	支出層	平均支出金額	利用ジャンル数
ドラマ・バラエティ 推定市場規模:2,685億円	4位 3,715万人	8位 1,493万人	17,978円	5.46個
アニメ・特撮 推定市場規模:3,987億円	6位 2,490万人	6位 1,655万人	24,087円	6.03個
マンガ・小説 推定市場規模:7,819億円	3位 3,828万人	3位 3,418万人	22,872円	5.47個
映画 推定市場規模:7,539億円	1位 4,887万人	1位 4,379万人	17,216円	5.00個
音楽 推定市場規模:1兆2,759億円	2位 4,516万人	2位 4,017万人	31,765円	5.13個
ゲーム 推定市場規模:7,676億円	5位 2,876万人	4位 2,460万人	31,200円	5.69個
美術展・博覧会 推定市場規模:2,417億円	7位 2,388万人	5位 2,065万人	11,708円	5.28個
野球 推定市場規模:1,977億円	9位 (2,222万人)	9位 (643万人)	(30,730円)	(5.26個)
サッカー 推定市場規模:1,112億円	8位 (2,269万人)	10位 (317万人)	(35,058円)	(5.45個)
タレント・人物 推定市場規模:6,217億円	10位 2,058万人	7位 1,505万人	41,322円	5.77個

※推定市場規模＝各ジャンルの支出層ボリューム×平均支出金額によって推定
 ※「スポーツ」は市場規模の大きい「野球」「サッカー」を抜粋

これまでは各コンテンツ業界それぞれにマーケティングが行われてきましたが、これらのデータにより、実際は同じ「コンテンツファン」という大きなターゲットを狙っている可能性が高いことが分かりました。今後は、ジャンルを超えたクロスマーチャンダイズ、クロスメディアマーケティングによるアプローチが有効になるといえます。

2. パッケージ、グッズ、イベント、動画配信など多様な項目にまたがる

従来のパッケージ消費から、ロケ地旅行・イベントなどのライブ体験型コンテンツ消費まで項目が多様化
 特にリアル体験型コンテンツ消費は平均支出額が高い

(例: ドラマ・バラエティ作品のロケ地旅行: 55,136 円/アニメ・特撮コミックマーケット: 20,951 円)

近年のメディア環境の変化に伴い、生活者のコンテンツ支出項目は、従来のパッケージ消費(CD・DVD や楽曲のレンタル・購入、ゲームソフト、マンガ単行本等)に加え、関連グッズ、ファンクラブ、動画配信、イベントなど多様化の一途をたどっていることが、調査から明らかになりました。(図6・7) (例えるならば「金額の大小に関わらず、レシートが長くなっている状態」と言えます。)

特に、ドラマ・バラエティジャンルでの「ロケ地旅行」の平均支出額が 55,136 円、アニメ・特撮の「コミックマーケット」の平均支出額が 20,951 円と、リアル体験型コンテンツ消費での支出額が高いことが分かりました。

【図6】 例. 「ドラマ・バラエティ」ジャンル支出層の支出項目と平均金額

	平均金額	支出層	推定市場規模
合計	17978円	1493万人	2685億円
1 バラエティ・ドラマ作品に関するロケ地旅行	55136円	124万人	682億円
2 BS、CS、ケーブルテレビなどでの視聴	14301円	466万人	666億円
3 DVD、ブルーレイディスクの購入視聴	7481円	578万人	432億円
4 DVD、ブルーレイディスクのレンタル	4163円	868万人	361億円
5 バラエティ・ドラマ作品に関する楽曲購入	2870円	396万人	114億円
6 バラエティ・ドラマ作品に関する楽曲レンタル	2077円	376万人	78億円
7 バラエティ・ドラマキャラクターグッズ関連商品	4283円	173万人	74億円
8 バラエティ・ドラマに関する雑誌・専門誌	2605円	259万人	67億円
9 バラエティ・ドラマ作品に関するイベント	8343円	79万人	66億円
10 PCインターネット動画配信サービス	4106円	151万人	62億円
11 バラエティ・ドラマに関する関連書籍	1997円	227万人	45億円
12 その他バラエティ・ドラマ関連商品	2879円	94万人	27億円
13 携帯電話視聴	1469円	67万人	10億円

■ パッケージ消費 ■ ライブ体験型コンテンツ消費 ■ 平均金額1万円以上に網掛け
 ※推定市場規模(=平均金額×支出層ボリューム)の高い順

【図7】 例. 「アニメ・特撮」ジャンル支出層の支出項目と平均金額

	平均金額	支出層	推定市場規模
合計	24087円	1655万人	3987億円
1 DVD、ブルーレイディスクの購入視聴	13393円	697万人	934億円
2 「アニメ」「特撮」キャラクターグッズ関連商品	9647円	558万人	538億円
3 コミックマーケット・イベント関連消費	20951円	211万人	443億円
4 BS、CS、ケーブルテレビなどでの視聴	12550円	349万人	438億円
5 DVD、ブルーレイディスクのレンタル	3281円	900万人	295億円
6 映画館での視聴	3438円	792万人	272億円
7 「アニメ」「特撮」作品に関する楽曲の購入	5515円	445万人	246億円
8 「アニメ」「特撮」に関する雑誌・専門誌	6391円	342万人	218億円
9 「アニメ」「特撮」に関する関連書籍	4325円	373万人	161億円
10 「アニメ」「特撮」に関連する場所・施設への訪問	7196円	151万人	108億円
11 「アニメ」「特撮」に関するイベント・コンサート	6682円	148万人	99億円
12 その他、「アニメ」「特撮」関連商品・サービス	4836円	187万人	90億円
13 「アニメ」「特撮」作品に関する楽曲のレンタル	1769円	382万人	68億円
14 PCインターネット動画配信サービス	2540円	214万人	54億円
15 ファンクラブの利用	3027円	58万人	18億円
16 携帯電話視聴	991円	45万人	4億円

■ パッケージ消費 ■ ライブ体験型コンテンツ消費 ■ 平均金額1万円以上に網掛け
 ※推定市場規模(=平均金額×支出層ボリューム)の高い順

3. 有料・無料にまたがる

「ファン＝お金を使う」とは限らない —「プロ野球」では約6割強、「ドラマ・バラエティ」では約5割、「アニメ・特撮」では約3割のファンがコンテンツを無料で楽しむ

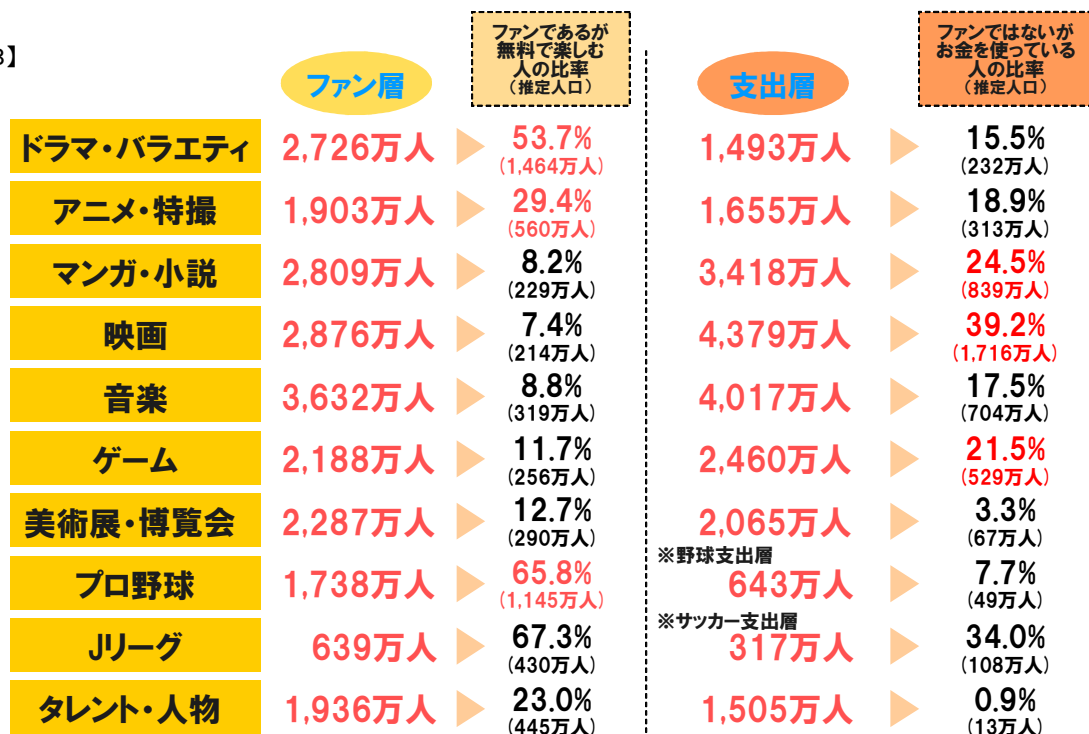
コンテンツファンの行動を「ファン」と「支出」の2つの行動から分析した結果、「そのコンテンツのファンである＝お金を使う」とは必ずしも限らないことが明らかになりました。(図8)

無料で楽しむ人が多いジャンル (ファンのみ層＝ファンであるが支出していない人が多い)
 ＝「ドラマ・バラエティ」、「アニメ・特撮」、「プロ野球」

ファンであり、お金も使う人が多いジャンル (ファン&支出層が多い)
 ＝「マンガ・小説」、「映画」、「音楽」、「ゲーム」、「美術展・博覧会」

特にファンではないが、お金を使う人が多いジャンル (支出のみ層＝ファンではないが支出している人が多い)
 ＝「マンガ・小説」、「映画」、「ゲーム」

【図8】



※20%かつ500万人以上を赤字で記載

このように有料・無料を使い分け、複数のコンテンツジャンル・多様な支出項目に「またがり消費」するファンに向けて、従来のビジネスをベースに、どのように新しい関連市場を開発していくかが、今後のコンテンツビジネスに取り組む上でのカギとなると言えます。

<以下、参考情報>

■調査概要

- ・調査方法:インターネット調査
- ・調査地区/対象者:全国 15~69 歳の男女 (全国7エリアを人口構成比および性・年代で割付)
- ・有効回収サンプル数: 4000 サンプル
- ・調査時期:2011 年 1 月 29 日(土)~30 日(日)

■本調査の特徴

- ・コンテンツファン行動を、「興味」「利用」「ファン」「支出」の4行動に分類し把握^(※1)
- ・「誰が」「何に」「いくら」支出しているかを分析したリアルなデータ
- ・全国7エリアを人口構成比および性・年代で割付した調査設計により、市場規模の推計が可能
- ・既存の各業界団体別の出荷/売上データからは把握できなかった支出項目も捕捉
- ・シングルソースデータのためコンテンツのジャンルをまたいだファン行動の分析が明らかに
- ・どんな機器やサービスを使っているか等のコンテンツ利用環境とのクロスデータも算出可能

(※1)コンテンツファン行動

- 「興味」 そのジャンルに対して興味・関心がある
- 「利用」 過去一年に、鑑賞・閲読・観戦・購入などの商品やサービスを利用したことがある(無料での利用含む)
- 「ファン」 特定の作品に対してファンである(作品名を対象者が自由回答で記入)
- 「支出」 過去一年に、そのジャンルの商品やサービスに実際にお金を使ったことがある

<対象9ジャンル>

- ①バラエティ・ドラマ ②アニメ・特撮 ③マンガ・小説 ④映画 ⑤音楽 ⑥ゲーム ⑦美術展・博覧会
- ⑧スポーツ ⑨特定のタレント・人物

<サマリーレポートの提供について>

「コンテンツファン消費行動調査 2011」のサマリーレポート(62 頁)を無料でご提供いたします。
ご希望の方は、下記の担当者にお問い合わせください。

また、ジャンル別の詳細な解説を中心とした勉強会等のご要望も承ります。
詳しくはお問い合わせください。

■お問い合わせ先

<博報堂DYメディアパートナーズ>

広報室 加藤・山崎 TEL:03-6441-9347
メディア環境研究所 加藤 TEL:03-6441-9713

<博報堂>

広報室 藤井・山野 TEL:03-6441-6161
研究開発局 木下 TEL:03-6441-6483