

NEWS RELEASE

コンテンツビジネスラボ「リーチ力・支出喚起力ランキング」

リーチ力では、リバイバル系コンテンツが新たにランクイン、
支出喚起力では、ライブ体験型消費の作品・アーティストが躍進

～「コンテンツファン消費行動調査 2015」より～

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)との共同研究プロジェクト「コンテンツビジネスラボ」(※1)は、毎年実施している全国調査「コンテンツファン消費行動調査」(※2)の 2015 年版を実施し、そのデータをもとに最新の全 11 カテゴリ・計 678 のコンテンツに関する、「リーチ力・支出喚起力ランキング」を算出いたしました。

※「リーチ力」と「支出喚起力」は、企業のコンテンツ活用を促進するために、コンテンツビジネスラボが開発した独自指標

■リーチ力・支出喚起力ランキングの概要

2015 年 2 月時点における個別タイトル・アーティストに関する Top20 ランキングを見ると(下表)、リーチ力では「アナと雪の女王」がトップとなり、「ルパン三世」「るろうに剣心」「寄生獣」といったリバイバルコンテンツが上位に入りました。

また、ファンによる支出喚起力ランキングで上位に入っているコンテンツは、ライブコンサートやイベントなど、ライブ体験を重視したコンテンツが上位を占めました。今回トップとなった「ラブライブ！」は学園アイドルグループを描いた雑誌発コンテンツですが、アニメ化の他にも頻繁に新曲が実装されるリズムアクションゲームや声優によるライブといった、作品モチーフとの相性も良く且つリアルタイム性の高い体験の提供を精力的に行っており、実在のアイドルグループ同様にライブ体験型消費コンテンツが支出喚起力を伸ばす上での共通項だということが分かりました。

2015 年全体 リーチ力・支出喚起力ランキング Top20

リーチ力				支出喚起力			
1位 アナと雪の女王 NEW	1,553万人	11位 テルマエ・ロマエ NEW	651万人	1位 ラブライブ！ NEW	423億円	11位 EXILE	126億円
2位 ふなっしー	1,010万人	12位 ドラえもん NEW	621万人	2位 嵐	367億円	12位 関ジャニ∞	125億円
3位 くまモン	963万人	13位 嵐	610万人	3位 SMAP NEW	354億円	13位 ドラゴンクエストシリーズ NEW	119億円
4位 ONE PIECE	879万人	14位 Mr.Children	596万人	4位 機動戦士ガンダムシリーズ NEW	169億円	14位 Mr.Children	113億円
5位 永遠の0	856万人	15位 るろうに剣心 NEW	582万人	5位 ONE PIECE	156億円	15位 椎名林檎 NEW	105億円
6位 名探偵コナン	802万人	16位 サザンオールスターズ	574万人	6位 ももいろクローバーZ NEW	150億円	16位 B'z	95億円
7位 進撃の巨人	754万人	17位 妖怪ウォッチ NEW	558万人	7位 東方神起	139億円	17位 乃木坂46 NEW	87億円
8位 AKB48	696万人	18位 サザエさん	553万人	8位 AKB48	139億円	18位 ファイナルファンタジーシリーズ	84億円
8位 ルパン三世 NEW	696万人	19位 EXILE	547万人	9位 進撃の巨人	130億円	19位 ポケットモンスター	82億円
10位 いきものがかり	688万人	20位 寄生獣 NEW	542万人	10位 三代目J Soul Brothers NEW	128億円	20位 妖怪ウォッチ NEW	79億円

※リーチ力と支出喚起力

リーチ力:そのコンテンツが一年間に到達できる人数を表す指標です。コンテンツの力を活かして、幅広い生活者に自社商品やサービスを知らせる際に参照する。この指標が高いと、キャラクタータイアップ、CM への起用、PR などの活用に向いています。

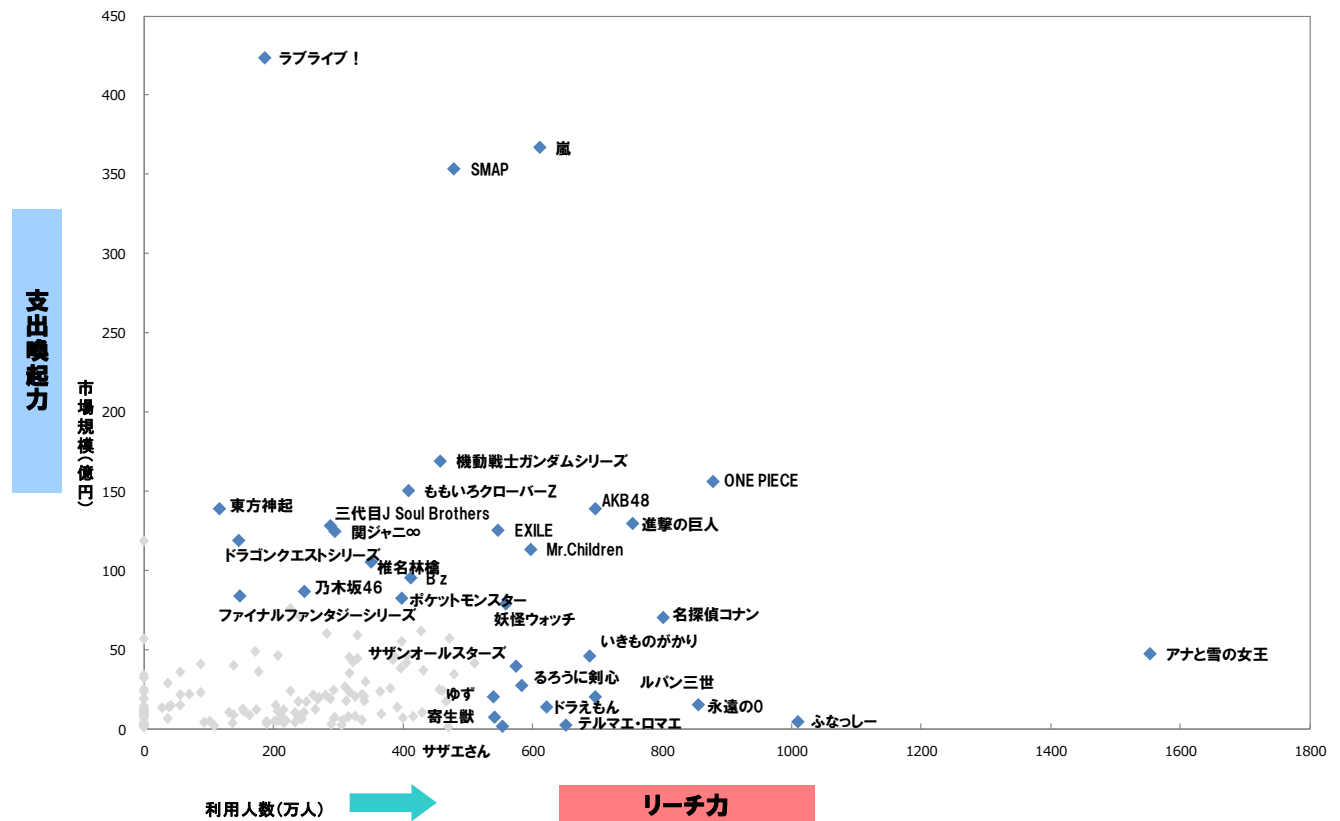
支出喚起力:コアファンによる、年間の関連市場規模の指標です。自社の商品やサービスそのものにコンテンツを組み込んだオリジナルの企画を開発し、コンテンツファンの実際の購買を目的とする際に、どのくらいの売上規模が見込めるかを推計することができます。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室 山崎・山崎 03-6441-9347

株式会社博報堂 広報室 西尾・竹本 03-6441-6161

■リーチ力・支出喚起力マッピング 横軸・・・リーチ力(単位:万人) 縦軸・・・支出喚起力(単位:億円)



=参考=

■ コンテンツビジネスラボ (※1)

独自調査『コンテンツファン消費行動調査』の知見をもとに、近年企業のニーズが高まっているコンテンツを起点とした広告やビジネス設計の支援を行う専門チームです。独自に提唱する『コンテンツファン発火モデル』を用いて、企業やコンテンツホルダーが実施するコンテンツを起点とした広告コミュニケーションの設計支援や、新規事業・サービス展開のマーケティング支援等を行っています。博報堂のマーケティングプランナーと研究開発職員、博報堂DYメディアパートナーズのコンテンツビジネス開発の専門家などで構成されるメンバーは、スポーツ、ドラマ、アニメ、ゲーム、音楽など、さまざまなカテゴリーの熱心なファンでもあり、コンテンツに対する豊富な知見と情熱を有しています。

■ コンテンツファン消費行動調査 (※2)

コンテンツビジネスラボが独自に実施する生活者調査。全国の 15～69 歳男女・計 5,000 名を対象に、エンタテインメントやスポーツなど計 11 カテゴリーのコンテンツに対する消費行動の実態を把握したもので、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調査として、2011 年の発表以来、幅広い業種の企業やコンテンツホルダーにご活用頂いています。

- ・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エリアを性年代別人口構成比で割付)
- ・有効回収サンプル数: 5,000 サンプル
- ・調査時期 2015 年 2 月 7 日(土)～9 日(月)
- ・全 11 カテゴリー(「バラエティ・ドラマ」「アニメ・特撮」「マンガ・ライトノベル」「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」「レジャー施設・イベント」)

※2014 年度から個別のテレビ番組についても聴取

(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
- ・「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エリアを性年代別人口構成比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
- ・コンテンツファン行動だけでなく、意識・価値観、コンテンツ以外の財・サービス購入・関心も聴取

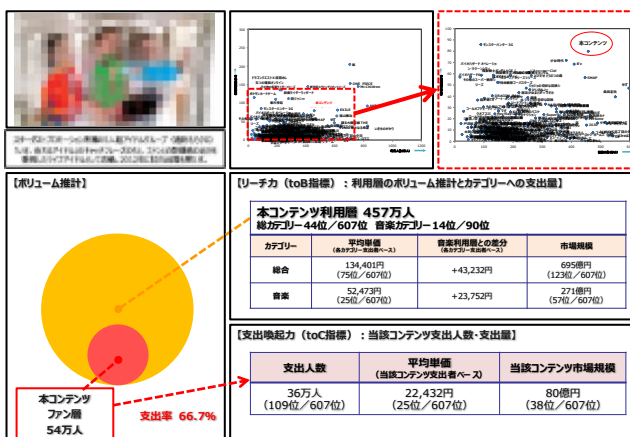
■コンテンツプロファイリングシート

ファンの詳細な性年代属性・ライフステージや、人数のボリュームなどの情報をまとめたプロフィールシート。最近一年間に購入した耐久財やサービス、保有デバイス・利用しているネットサービス・よく利用するメディア、週一回以上訪れる店舗など、ファンのコンテンツ利用以外の行動について、組み合わせた分析が可能です。「リーチ力・支出喚起力ランキング」とあわせて活用することで、コンテンツのポテンシャルと、その具体的な活用方法が明らかになります。

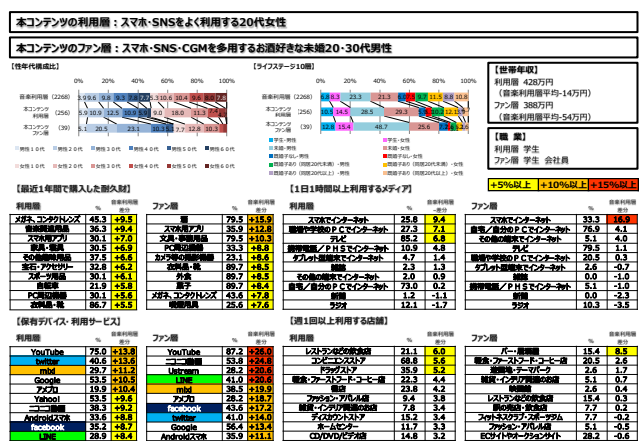
コンテンツビジネスラボでは、本サービスによって、コンテンツ・そのファン・企業活動の3者を効果的に結び付け、コンテンツビジネス活性化に向けての支援をしております。また、これらの他にも、コンテンツホルダーの皆様向けに、コンテンツカテゴリごとのトレンドを分析したレポートの販売、追加分析サービスや勉強会なども、一昨年よりご提供しております。

コンテンツプロファイリングシートイメージ図

コンテンツ プロフィールシート サンプル



ユーザープロファイリング デモグラフィック特性



■コンテンツビジネスラボの調査データご提供、ビジネス支援に関するご相談について

＜無料サンプルレポート提供＞

「コンテンツファン消費行動調査」の無料サンプルレポートをご提供しています。

下記サイトからお申し込み下さい。

<http://contents.wizbiz.org/>

(ビジネス情報ポータルサイト「WizBiz」内の博報堂コンテンツファン消費行動調査ページ)

＜カテゴリ別レポート提供(有料)＞

クライアント様へ:担当営業にお声掛けいただければ、カテゴリ別に分析レポートをご提供いたします。

その他企業様へ:下記サイトからお申し込みいただけます。

<http://contents.wizbiz.org/>

(ビジネス情報ポータルサイト「WizBiz」内の博報堂コンテンツファン消費行動調査ページ)

＜追加分析サービス・勉強会＞

調査データを元に、コンテンツのファンの性年代別などの属性、ファンの支出項目や使用デバイス詳細、情報源、またコンテンツタイアップ時の判断の材料となる消費財やサービスとの相性など、詳細かつオリジナルな分析が可能です。詳しい分析をご希望の企業様には、追加分析や勉強会を行います。担当営業または下記の窓口までお問い合わせください。

【コンテンツビジネスラボ担当窓口】

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 加藤 (03-6441-9713)

株式会社博報堂 研究開発局 木下・道堂(03-6441-9063)、猪谷 (03-6441-6483)、肥塚(03-6441-6486)