

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」

リアルタイム、リアルプレイスでの体験設計を重視したコンテンツに注目

～「コンテンツファン消費行動調査 2016」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2016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740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

2016年調査における個別タイトル・アーティストに関するTop10ランキングを見ると(下表)、リーチ力では「ONE PIECE」がトップとなり、他には「名探偵コナン」「進撃の巨人」「ドラゴンボール」といった、2015年に劇場映画化した人気コミック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、2015年にドームツアーを行った「嵐」を筆頭に、ライブ活動の活発なアーティストグループが多数を占めました。また、「ラブライブ！」や「アイドルマスターシリーズ」といったリアルタイム性の高いアニメ・リズムゲーム・声優イベントを提供している作品も入りました。

リーチ力・支出喚起力共に、劇場公開、ライブコンサート、イベントといった、リアルタイムかつリアルプレイスで提供されるライブ体験型のコンテンツのパワーが目立つ結果となりました。

2016年調査全体 リーチ力・支出喚起力ランキング Top10

リーチ力	支出喚起力
1位 ONE PIECE 771万人	1位 嵐 734億円
2位 名探偵コナン 759万人	2位 ラブライブ！ 439億円
3位 進撃の巨人 727万人	NEW3位 仮面ライダーシリーズ 389億円
NEW4位 ドラゴンボール 574万人	NEW4位 アイドルマスターシリーズ 341億円
NEW5位 スター・ウォーズ 564万人	NEW5位 関ジャニ∞ 191億円
6位 AKB48 557万人	NEW6位 KinKi Kids 178億円
NEW6位 嵐 557万人	NEW7位 ディズニーキャラクター 158億円
NEW8位 暗殺教室 539万人	NEW8位 機動戦士ガンダムシリーズ 143億円
9位 いきものがかり 498万人	9位 三代目J Soul Brothers 141億円
10位 ルパン三世 491万人	NEW10位 ドラクエシリーズ 140億円

※市場規模:
ファン推計人口30万人以上かつ支出N数10以上の掲載

■リーチ力と支出喚起力(※)

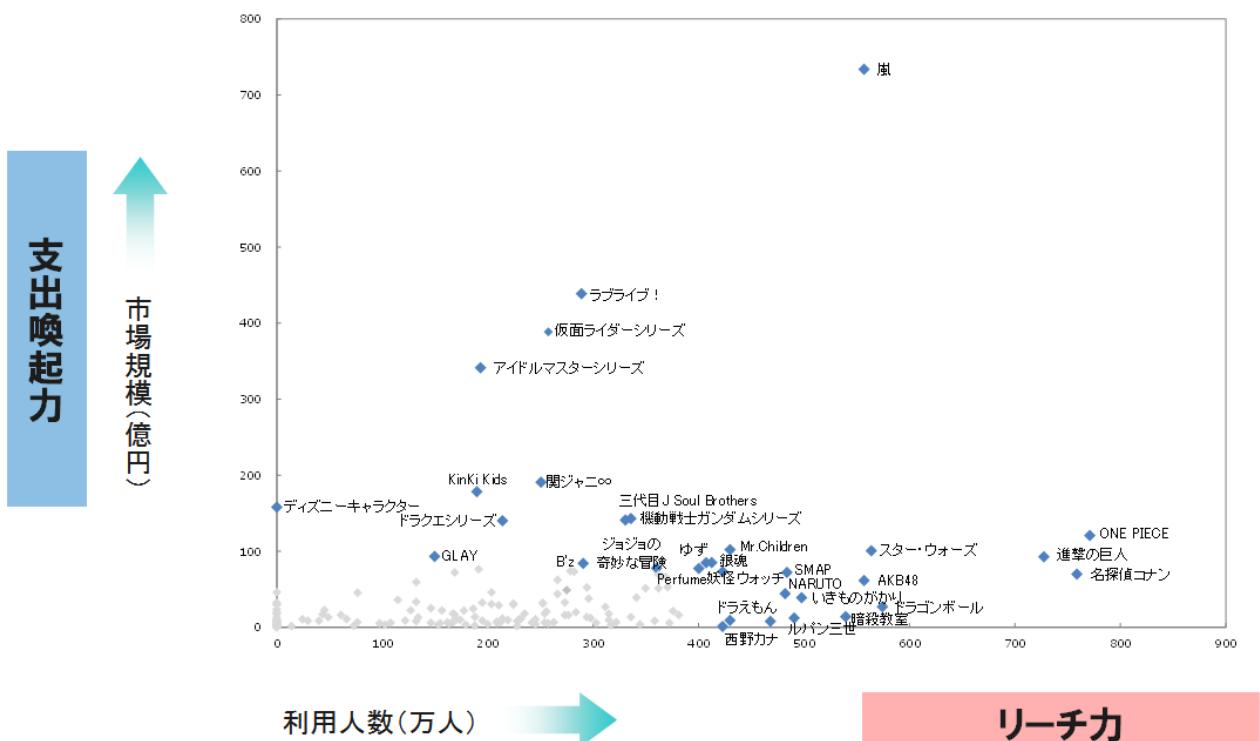
リーチ力:そのコンテンツが一年間に到達できる人数を表す指標です。コンテンツの力を活かして幅広い生活者に自社商品やサービスを知らせる際に参照します。この指標が高いと、キャラクターアップ・CMへの起用・PRなどの活用に向いています。

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 2016 年 2 月 5 日(金)~9 日(火)
- ・全 11 カテゴリ(「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

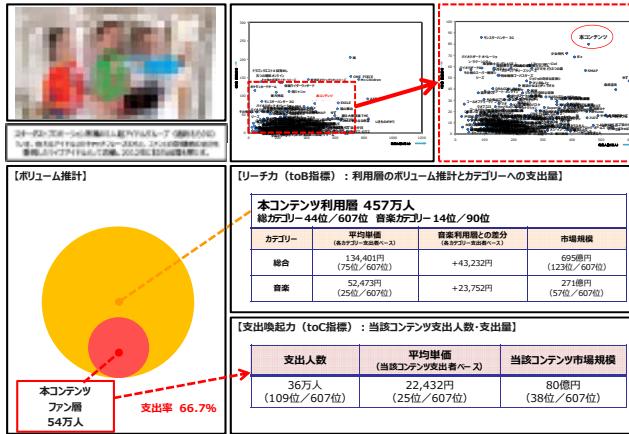
■コンテンツプロファイリングシート

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ァイルシート。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。

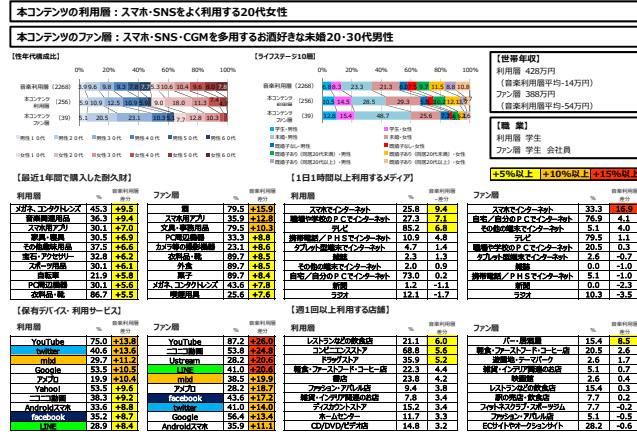
コンテンツビジネスラボでは、本サービスによって、コンテンツ・そのファン・企業活動の3者を効果的に結び付け、コンテンツビジネス活性化に向けての支援をしてまいります。また、これらの他にも、コンテンツホルダーの皆様向けに、コンテンツカテゴリごとのトレンドを分析したレポートの販売、追加分析サービスや勉強会なども、一昨年よりご提供しております。

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・斎藤 (03-6441-9713)

株式会社博報堂 研究開発局 木下・道堂・山本 (03-6441-9063)