

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」

社会現象化した2016年の代表的なヒットコンテンツがランクイン ~「コンテンツファン消費行動調査 2017」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:矢嶋弘毅)と株式会社博報堂(本社:東京都港区、社長:水島正幸)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2017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832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・支出喚起力ランキングの概要

2017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(下表)を見ると、リーチ力・支出喚起力ともに、2016年を代表する社会現象化したヒットコンテンツ・作品が上位を占めました。

リーチ力においては、2016年邦画における歴代興行収入2位を記録した「君の名は。」が1位となりました。「星野源」や「宇多田ヒカル」などテレビドラマ出演やタイアップを行ったアーティストや、2016年7月にサービス開始したゲーム「Pokémon GO」の影響による「ポケットモンスター」もランクインしました。

支出喚起力においては、メンバーによる出演で話題になった劇場映画公開やその関連のツアーを行った「EXILE」を筆頭に、ライブ活動が活発なアーティストグループが多数を占めました。また、2016年11月に新シリーズが発売となった「ファイナルファンタジーシリーズ」や7月に公開された映画「シン・ゴジラ」の影響による「ゴジラシリーズ」が7位にランクインしています。

2017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	
NEW 1位 君の名は。	1,097万人	1位 嵐	502億円
2位 名探偵コナン	971万人	NEW 2位 EXILE	460億円
3位 ONE PIECE	961万人	3位 ラブライブ！	238億円
NEW 4位 星野源	846万人	NEW 4位 ファイナルファンタジーシリーズ	199億円
NEW 5位 宇多田ヒカル	825万人	NEW 4位 乃木坂46	199億円
6位 ドラゴンボール	809万人	6位 関ジャニ∞	198億円
NEW 7位 ポケットモンスター	796万人	NEW 7位 ゴジラシリーズ	177億円
8位 いきものがかり	754万人	NEW 8位 Hey!Say!JUMP	160億円
NEW 9位 SMAP	743万人	NEW 9位 NEWS	156億円
10位 嵐	736万人	NEW 10位 ONE PIECE	155億円

*NEW:2016年調査で10位以内でなく、2017年度調査で10位以内にランクインしたコンテンツ

■リーチ力と支出喚起力*

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のこと。

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。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。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る。

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。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る。

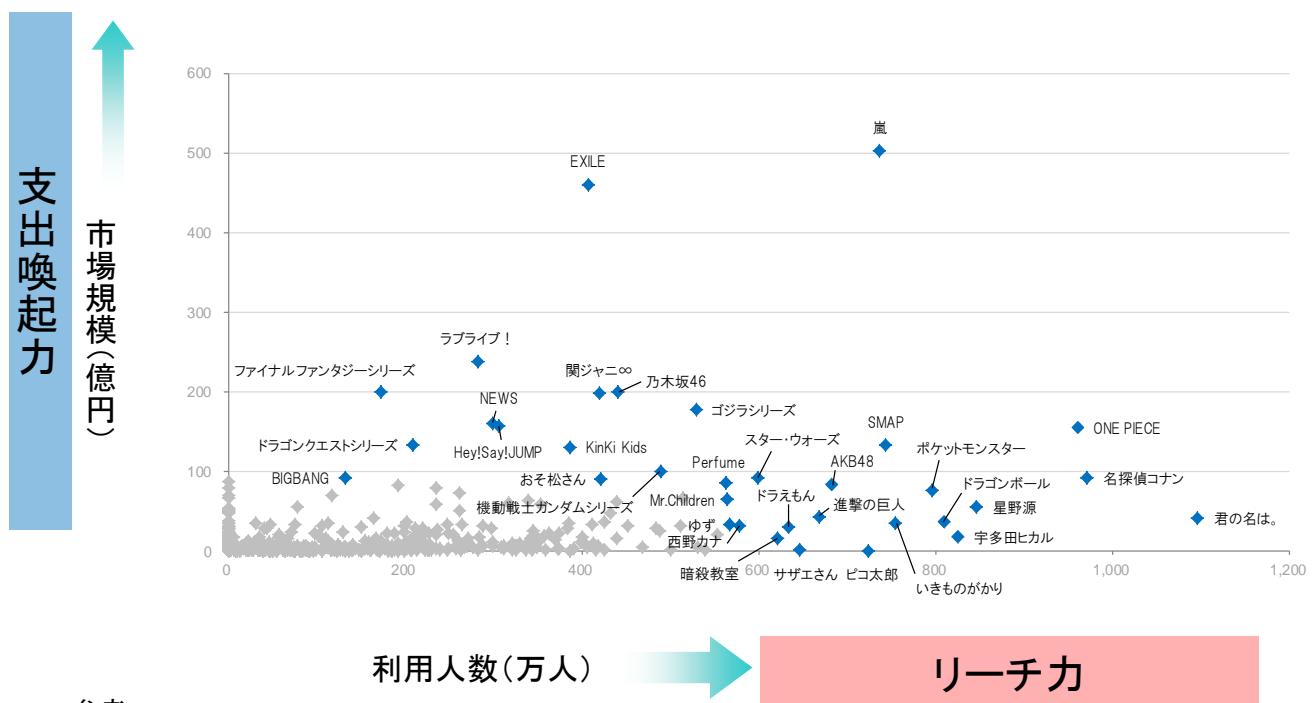
【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ/株式会社博報堂 広報室 江渡・山崎

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)

コンテンツのリーチ力・支出喚起力を俯瞰でき、コンテンツの選定に活用可能。



=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。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る。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る。

■ 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る。

- ・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 2017年2月10日(金)~27日(月)
- ・全11カテゴリ(「ドラマ・バラエティ」「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」「レジャー施設・イベント」「特定のタレント・人物」)
- ・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)

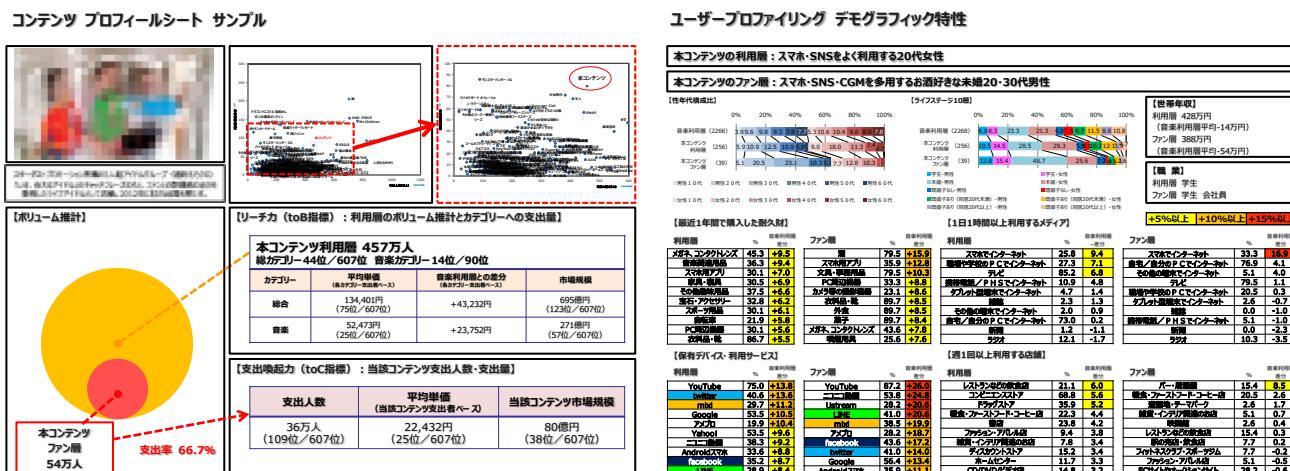
- ・コンテンツファンの行動を、「興味」「利用」「支出」「ファン」の4行動に分類し把握
 - ・「誰が」「何に」「いくら」支出しているかを分析したリアルなデータ
 - ・全国7エリアを性年代別人口構成比で割付した調査設計により、市場規模の推計が可能
 - ・支出喚起力は各カテゴリのファン上位5コンテンツのカテゴリの計でファン推計人口30万人以上かつ支出N数10以上ののみ掲載
 - ・既存の各業界団体別の出荷/売上データからは把握できなかった支出項目も捕捉
 - ・シングルソースデータのためコンテンツのジャンルをまたいだファン行動の分析が明らかに
 - ・どんな機器やサービスを使っているか等のコンテンツ利用環境とのクロスデータも算出可能
 - ・コンテンツファンの行動だけでなく、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。直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となっている。「リーチ力・支出喚起カラーキング」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る。

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・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いく。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いる。

(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。

※お問い合わせ先

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ/株式会社博報堂 広報室 江渡・山崎(03-6441-6161)

【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・後・道堂(03-6441-9063)