

2019 年 6 月 27 日

株式会社博報堂 D Y メディアパートナーズ

株式会社博報堂

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」 ストリーミングサービス・動画サービスの活況を背景に 音楽コンテンツが上位を占める

「コンテンツファン消費行動調査 2019」より

株式会社博報堂 D Y メディアパートナーズ（東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅）と株式会社博報堂（東京都港区、代表取締役社長：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 2019 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 1000 以上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

【 音楽コンテンツが好調な一年に 】

2019 年調査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（下表）を見ると、リーチ力ランキングでは米津玄師やあいみょんといった新顔アーティストが上位に急上昇していることがわかります。支出喚起力ランキングでは、昨年デビューしたばかりの King & Prince が 5 位に。

新たに上位にランクインした米津玄師やあいみょん、DA PUMP といったアーティストに共通するのは、ストリーミングサービスや動画サービスでの人気です。同じくランクインしている宇多田ヒカルや乃木坂 46 も、ストリーミングサービスにおける再生回数ランキング上位にたびたび見受けられます。ストリーミングサービスへの楽曲提供を解禁したアーティストも多く、19 位の back number も 2019 年に解禁し再生回数を伸ばしています。このように、若者の利用が多いデジタルサービスでの接触を意識しているアーティストが目立ちました。さらに、このようなアーティストは、デジタルサービス内にとどまらず、NHK 紅白歌合戦のような注目度の高いテレビ番組に出演し、リスナーの幅を広げました。実際に米津玄師は、同調査 2018 年版では利用者平均年齢が 30.6 歳でしたが、NHK 紅白歌合戦出場後の 2019 年調査では 37.9 歳に上昇し、同時にリーチ力も約 3 倍に伸びています。

上述のように、ストリーミングサービスや動画サービスで若年層を中心としたコア層に支持を得た後、テレビ番組などによって利用層が拡大し、音楽コンテンツがランキングの上位を占める結果となりました。

2019 年調査全体リーチ力・支出喚起力ランキング Top20

リーチ力			支出喚起力			
NEW	1 位	名探偵コナン	1,202 万人	1 位	嵐	380 億円
	2 位	米津玄師	1,067 万人	2 位	乃木坂46	350 億円
	3 位	安室奈美恵	871 万人	NEW 3 位	ジョジョの奇妙な冒険	194 億円
	4 位	嵐	852 万人	4 位	ONE PIECE	189 億円
NEW	5 位	君の名は。	842 万人	NEW 5 位	King & Prince	184 億円
	6 位	DA PUMP	826 万人	NEW 6 位	ファイナルファンタジーシリーズ	181 億円
NEW	7 位	スター・ウォーズ	792 万人	7 位	安室奈美恵	180 億円
	8 位	ポケットモンスター	783 万人	NEW 8 位	機動戦士ガンダムシリーズ	170 億円
	9 位	ドラえもん	761 万人	9 位	ドラゴンクエストシリーズ	169 億円
NEW	10 位	宇多田ヒカル	761 万人	NEW 10 位	KinKi Kids	151 億円
	11 位	ONE PIECE	754 万人	11 位	名探偵コナン	144 億円
	12 位	星野源	751 万人	12 位	B'z	141 億円
	13 位	AKB48	742 万人	13 位	樺坂46	137 億円
NEW	14 位	サザンオールスターズ	723 万人	14 位	関ジャニ∞	137 億円
	15 位	Mr.Children	723 万人	15 位	ポケットモンスター	124 億円
NEW	16 位	進撃の巨人	696 万人	16 位	刀剣乱舞	120 億円
	17 位	乃木坂46	694 万人	17 位	星野源	118 億円
	18 位	いきものがかり	653 万人	18 位	ラブライブ！	114 億円
	19 位	back number	653 万人	NEW 19 位	ももいろクローバーZ	108 億円
	20 位	あいみょん	634 万人	20 位	Mr.Children	106 億円

※ NEW：2018 年調査で 20 位以内でなく、2019 年調査で 20 位以内にランクインしたコンテンツ

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 D Y メディアパートナーズ／株式会社博報堂 広報室 玉・大野 TEL：03-6441-6161

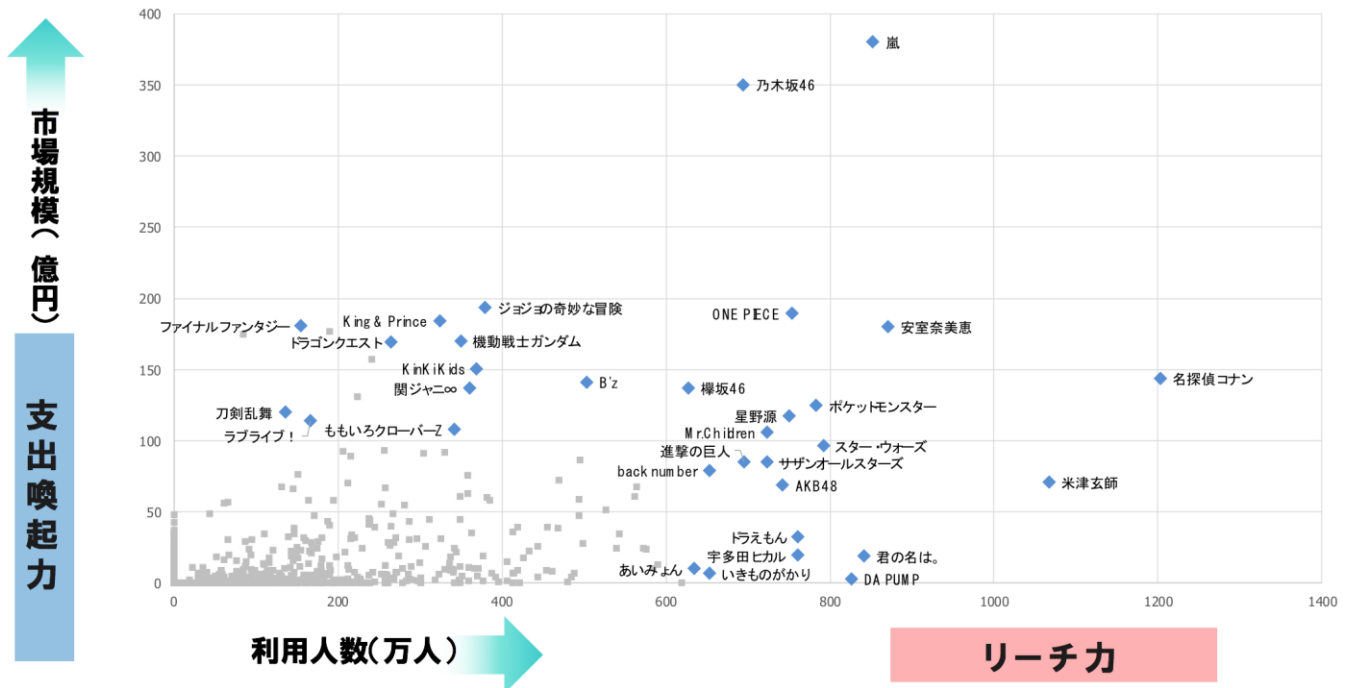
■リーチ力と支出喚起力*

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。

■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。



==ご参考==

■コンテンツビジネスラボ（※1）

content business lab

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・計約 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。2019 年で 9 回目となる調査。

- ・ 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：5000 サンプル
 - ※短時間回答者・下位 5%サンプルカット
 - ※人口構成比に合わせウェイトバック集計
 - ※2019 年調査以降：PC or スマートフォン インターネット利用者
- ・ 調査時期：2019 年 2 月 21 日（木）～28 日（木）
- ・ 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 年調査から個別のテレビ番組についても聴取
- ・ 2017 年調査から定額制配信系サービスの利用状況についても聴取
- ・ 2018 年調査から今後開催・公開予定のコンテンツの利用意向についても聴取

【調査の特徴】

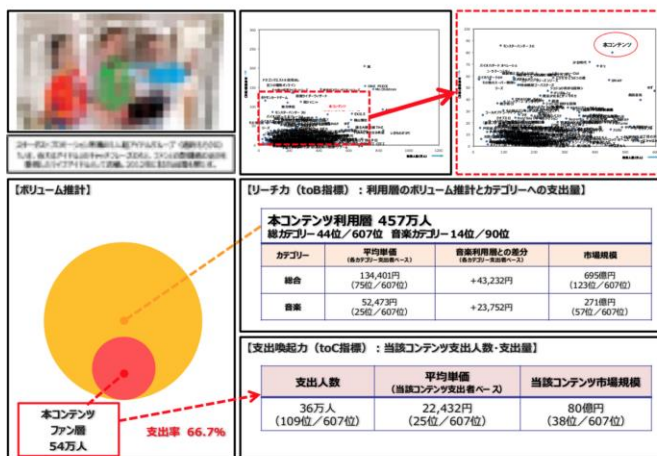
- ◇ コンテンツファンの行動を、「興味」「利用」「支出」「ファン」の 4 行動に分類し把握
- ◇ 「誰が」「何に」「いくら」支出しているかを分析したリアルなデータ
- ◇ 全国 7 エリアを性年代人口構成比で割付した調査設計により、市場規模の推計が可能
- ◇ 支出喚起力は各カテゴリのファン上位 5 コンテンツのカテゴリの計でファン推計人口 30 万人以上かつ支出 N 数 10 以上のみ掲載
- ◇ 既存の各業界団体別の出荷・売上データからは把握できなかった支出項目も捕捉
- ◇ シングルソースデータのためコンテンツのジャンルをまたいだファン行動が明らかに
- ◇ どんな機器やサービスを使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。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、カスタマイズしてご提供している。

(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 プロフィールシート サンプル



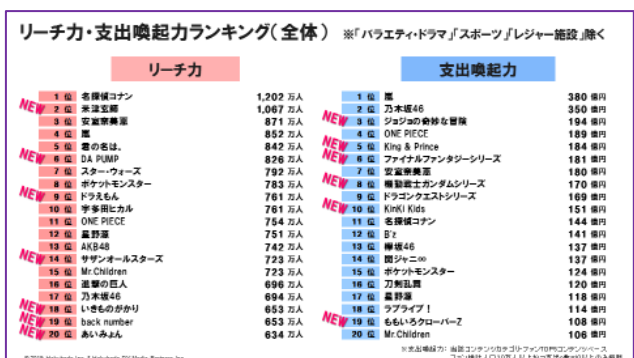
ユーザープロファイリング デモグラフィック特性



■コンテンツファン消費行動調査レポート

コンテンツファン消費行動調査で各 11 カテゴリ別に分析した、市場トレンド概要レポートをご提供しています。前述のリーチ力・支出喚起力ランキングデータはもちろん、各カテゴリの利用層・支出層のボリュームやコンテンツに対するお金の使い方など、コンテンツ市場の概況を分析することが可能です。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から無料サンプルレポートおよび、有償のレポートをご購入いただくことが可能です。(<http://contents.wizbiz.org/>)

(コンテンツファン消費行動調査レポートイメージ図)



■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 D Y メディアパートナーズ コンテンツビジネスセンター ビジネス推進部 神田 TEL：03-6441-9632

株式会社博報堂 研究開発局 谷口・名雲・後 TEL：03-6441-9063