

2019年6月27日

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

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DY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	
1位	名探偵コナン	1,202万人	380億円
2位	米津玄師	1,067万人	350億円
3位	安室奈美恵	871万人	194億円
4位	嵐	852万人	189億円
5位	君の名は。	842万人	184億円
6位	DA PUMP	826万人	181億円
7位	スター・ウォーズ	792万人	180億円
8位	ポケットモンスター	783万人	170億円
9位	ドラえもん	761万人	169億円
10位	宇多田ヒカル	761万人	151億円
11位	ONE PIECE	754万人	144億円
12位	星野源	751万人	141億円
13位	AKB48	742万人	137億円
14位	ザザンオールスターズ	723万人	137億円
15位	Mr.Children	723万人	124億円
16位	進撃の巨人	696万人	120億円
17位	乃木坂46	694万人	118億円
18位	いきものがかり	653万人	114億円
19位	back number	653万人	108億円
20位	あいみょん	634万人	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DY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

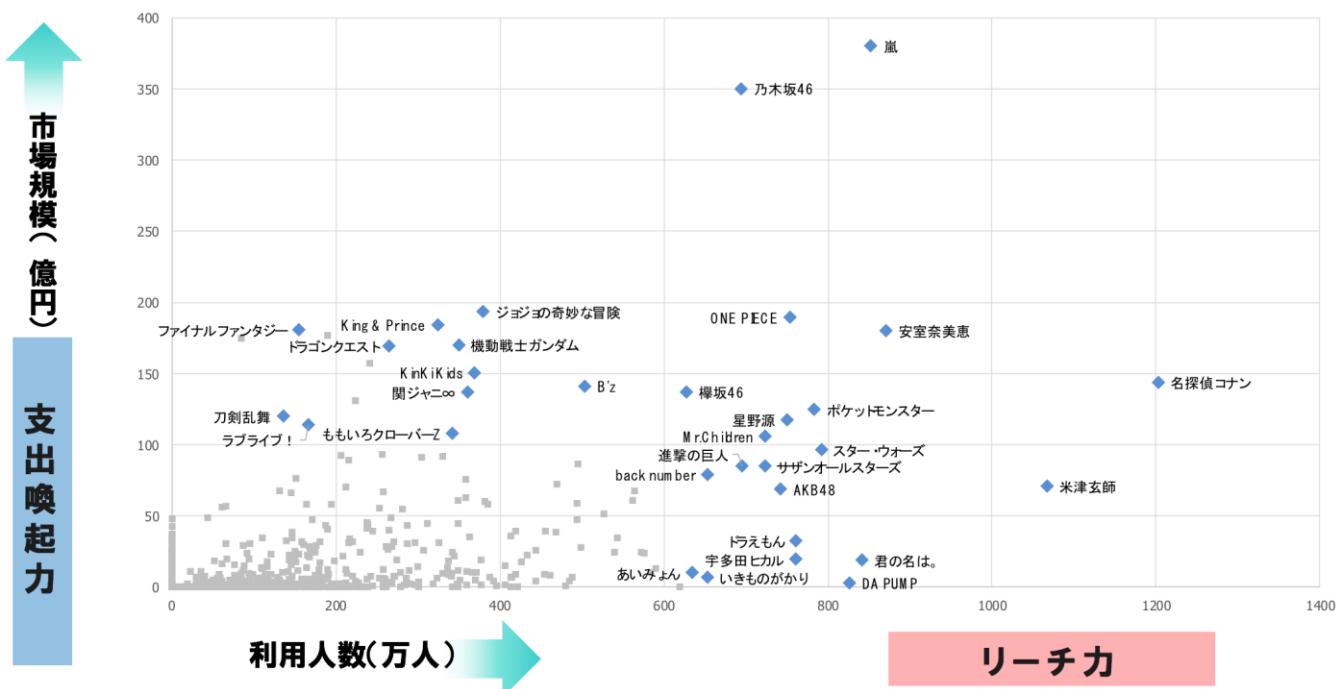
■リーチ力と支出喚起力*

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考。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。



= = = 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】

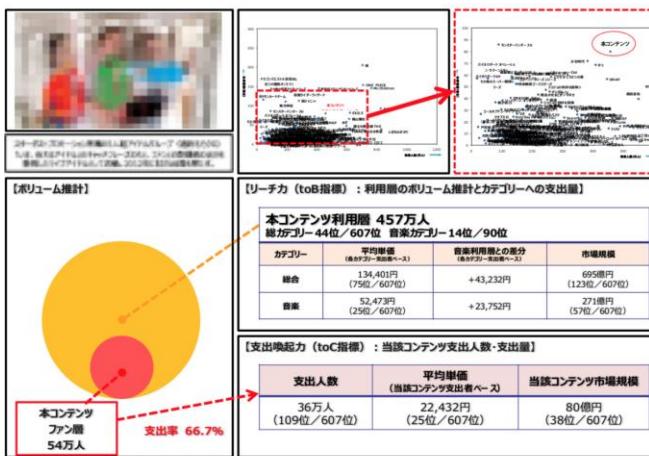
- ◊ コンテンツファンの行動を、「興味」「利用」「支出」「ファン」の4行動に分類し把握
- ◊ 「誰が」「何に」「いくら」支出しているかを分析したリアルなデータ
- ◊ 全国7エリアを性年代人口構成比で割付した調査設計により、市場規模の推計が可能
- ◊ 支出喚起力は各カテゴリのファン上位5コンテンツのカテゴリの計でファン推計人口30万人以上かつ支出N数10以上ののみ掲載
- ◊ 既存の各業界団体別の出荷/売上データからは把握できなかった支出項目も捕捉
- ◊ シングルソースデータのためコンテンツのジャンルをまたいだファン行動が明らかに
- ◊ どんな機器やサービスを使っているか等のコンテン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



■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