

2023年9月7日

株式会社博報堂D Yホールディングス

株式会社博報堂

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ラボ「リーチ力・支出喚起力ランキング」

### エンタメ業界にコロナ禍前に迫る復調の兆し

～「コンテンツファン消費行動調査 2023」より～

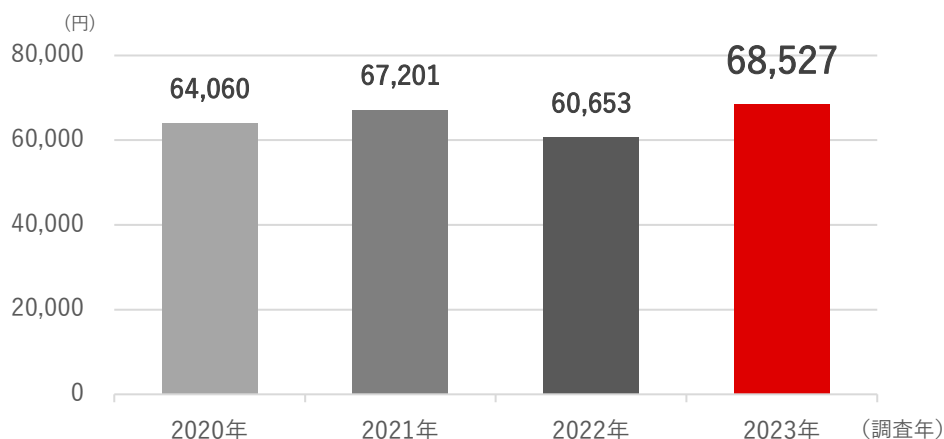
株式会社博報堂D Yホールディングス、株式会社博報堂と株式会社博報堂D Yメディアパートナーズの共同研究プロジェクト「コンテンツビジネスラボ」は「コンテンツファン消費行動調査 2023」を実施し、そのデータをもとにアニメや音楽など全 11 カテゴリ・計 1200 以上のコンテンツに関する、「リーチ力・支出喚起力<sup>※</sup>ランキング」を算出しました。

また、カテゴリ別調査レポートの販売を開始いたしました。(レポートの詳細は 4 ページ「コンテンツファン消費行動調査 2023」カテゴリ別レポート概要をご参照ください)

#### <調査結果の概要>

●コンテンツへの支出がコロナ禍以降で最高に。リアルイベントやレジャーが伸長  
生活者のコンテンツへの年間平均支出額は前年調査から 7,874 円増加し 68,527 円で、コロナ禍以降最も高くなりました。

図 1：コンテンツへの平均支出金額の推移

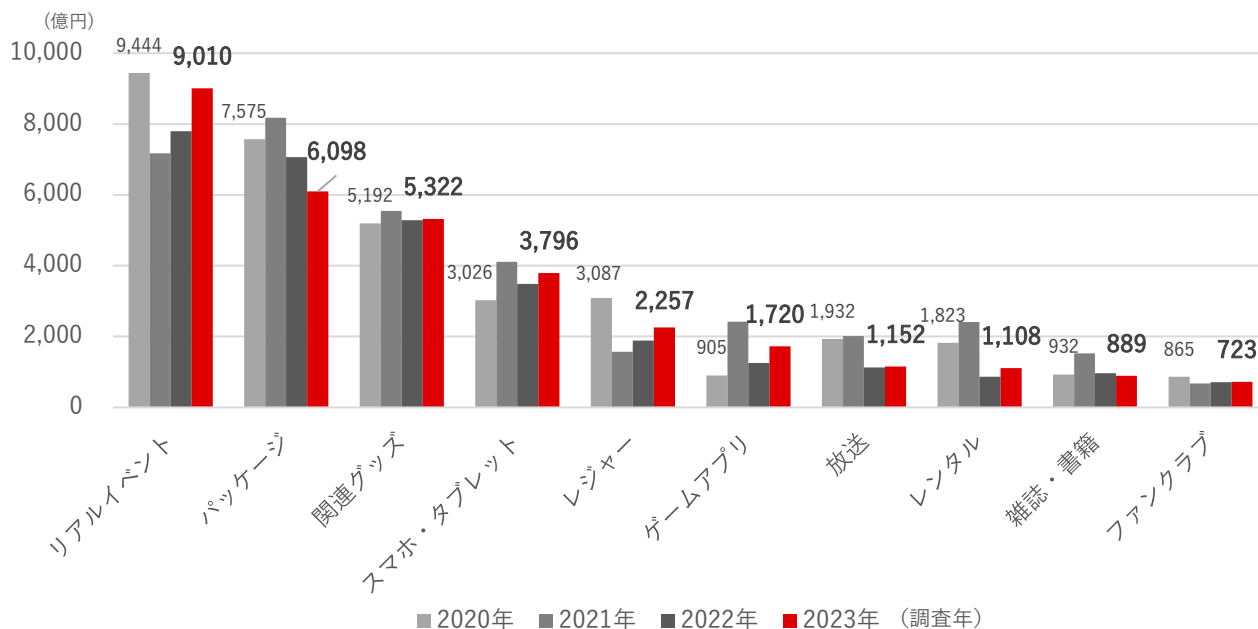


カテゴリ別で分析すると(図2)、2022年調査ではリアルイベントやレジャー、ファンクラブ市場でコロナ禍による落ち込みから回復の兆し、いわゆるリベンジ消費が見られましたが、2023年調査ではリアルイベント市場は前年からさらに大きく伸び、コロナ禍前の規模に迫っています。また、レジャー市場やファンクラブ市場も前年から拡大が続いています。

新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、音楽ライブやスポーツの試合などリアルイベントでは会場の収容人数や声出しに制限がありましたが、2022年半ばから徐々に緩和され、今年にかけては条件付きながら声を出してアーティストやアスリートを応援することができる「声出し解禁」が進みました。

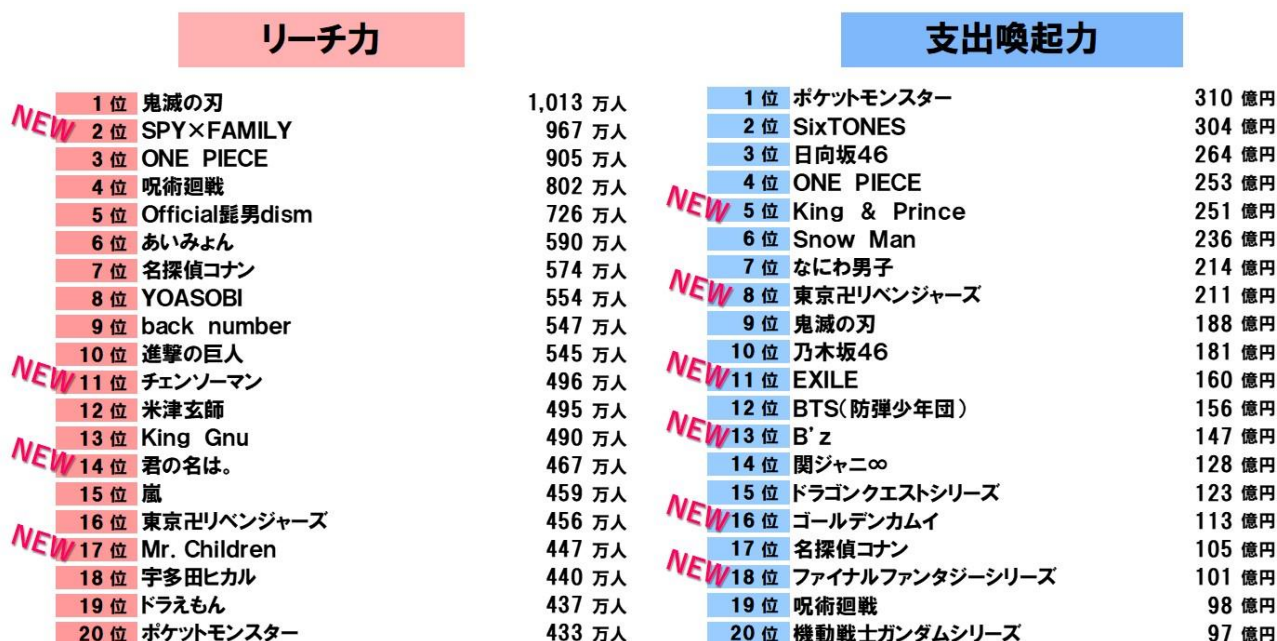
音楽のライブ・コンサートの推定市場規模は前年から53%増加(+602億円)、野球の生観戦は67%増加(+183億円)など、リアルな場に熱気が戻った結果、リアルイベントそのものへの支出が増え、ファンクラブやグッズなどへの支出も増加したとみられます。

図2：各カテゴリの推計市場規模の推移



●多様な接点を作りながら“象徴的な瞬間”を逃さなかったコンテンツが支出を呼び込む

図3：2023年リーチ力・支出喚起力ランキング TOP20



※「NEW」：2022年調査では20位以内に入らず、2023年調査で20位以内にランクインしたコンテンツ  
 ※支出喚起力：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

どれだけ多くの生活者に接触できるかを示す「リーチ力」ランキングでは、『鬼滅の刃』が2年連続1位になりました。2022年初めまでテレビアニメの放送があったほか、新作の放送開始までの間も再編集

された過去の作品が劇場上映されたり、絶えずグッズやコラボレーション商品が販売されていたりと多くの生活者の目に触れ続けたことで、依然高いリーチ力を保っています。

マンガ発の新作テレビアニメのヒットも目立ちました。『SPY×FAMILY』が2位、『チェンソーマン』が11位に初ランクイン。『SPY×FAMILY』はテレビアニメのヒットでマンガの販売も伸びたほか、主人公のセリフがTikTokでトレンドになるなど様々な年代にもリーチし、2022年を代表するコンテンツを印象付けました。また、『チェンソーマン』も深夜帯のテレビアニメながら、毎話異なるエンディングテーマ曲を流すなど意欲的なプロモーションで話題をつくりました。

「支出喚起力」ランキングでは、接点を充実させてきた中で“象徴的な瞬間”を逃さずヒットにつなげたコンテンツのランクアップが目立ちました。

1位の『ポケットモンスター』（2022年調査：4位）は、ゲーム・テレビアニメ・グッズを展開し、さらに自治体とのコラボレーションなどフィジカルの接点も拡大して、生活者との関係を深めました。2022年は家庭用ゲーム機向けに新作ソフトを2タイトル発売する重要な年になりましたが、その発表などの節目にSNSでトレンド入りするなど話題づくりに成功。いずれも大ヒットを記録しました。

8位の『東京卍リベンジャーズ』と16位の『ゴールデンカムイ』は初のランクイン。いずれもテレビアニメ化や映画化、公的機関も含めた多様なコラボレーションを果たすなど、マンガにとどまらない接点を増やし人気が高まりました。マンガは昨年完結を迎えましたが、完結後も積極的なイベント開催や映画化など一段と幅広くビジネスを展開しています。

これまで着実に足場を固め生活者との接点を広げてきたコンテンツが、新作ゲームやマンガの完結といった“象徴的な瞬間”をプロモーションによってしっかり話題化することで、生活者の支出につなげたといえそうです。

※リーチ力・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。

## ■ 「コンテンツファン消費行動調査 2023」 概要

- ・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：10000サンプル
- ・調査時期：2023年3月10日（金）～15日（水）
- ・調査機関：株式会社H.M.マーケティングリサーチ

※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

※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

※2019年調査からインターネット利用者（PC or スマートフォン）に聴取

※2019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

### ■ 「コンテンツファン消費行動調査2023」カテゴリ別レポート

コンテンツファン消費行動調査で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把握することができます。カテゴリ別の有料レポートのほか、無料サンプルレポートもご提供しています。下記専用ページよりお申込みください。

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

<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)

「コンテンツファン消費行動調査2023」市場トレンド概要 全カテゴリー詳細編

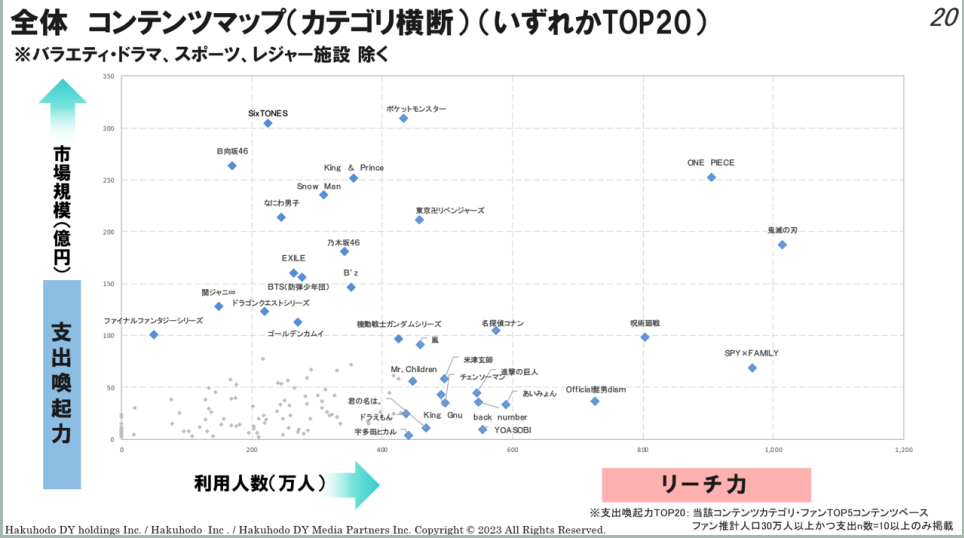
2023年7月  
content business lab

Hakuhodo DY holdings & HAKUHODO & Hakuhodo DY media partners

#### リーチ力・支出喚起力ランキング(全体) ※バラエティドラマ、スポーツ、レジャー施設 除く

リーチ力		支出喚起力	
1位 鬼滅の刃	1,013 万人	1位 ポケットモンスター	310 億円
2位 SPY×FAMILY	967 万人	2位 SixTONES	304 億円
3位 ONE PIECE	905 万人	3位 日向坂46	264 億円
4位 呪術廻戦	802 万人	4位 ONE PIECE	253 億円
5位 Official髭男dism	726 万人	5位 King & Prince	251 億円
6位 あいみょん	590 万人	6位 Snow Man	236 億円
7位 名探偵コナン	574 万人	7位 なにわ男子	214 億円
8位 YOASOBI	554 万人	8位 東京リベンジャーズ	211 億円
9位 back number	547 万人	9位 鬼滅の刃	188 億円
10位 進撃の巨人	545 万人	10位 乃木坂46	181 億円
11位 チェンソーマン	496 万人	11位 EXILE	160 億円
12位 米津玄師	495 万人	12位 BTS(防弾少年団)	156 億円
13位 King Gnu	490 万人	13位 B'z	147 億円
14位 霧の名家	467 万人	14位 関ジャニ∞	128 億円
15位 嵐	459 万人	15位 ドラゴンクエストシリーズ	123 億円
16位 東京リベンジャーズ	455 万人	16位 コールデンカムイ	113 億円
17位 Mr. Children	447 万人	17位 名探偵コナン	105 億円
18位 宇多田ヒカル	440 万人	18位 ファイナルファンタジーシリーズ	101 億円
19位 ドラえもん	437 万人	19位 呪術廻戦	98 億円
20位 ポケットモンスター	433 万人	20位 機動戦士ガンダムシリーズ	97 億円

Hakuhodo DY Holdings Inc. / Hakuhodo Inc. / Hakuhodo DY Media Partners Inc. Copyright © 2023 All Rights Reserved. ※支出喚起力: 当該コンテンツカテゴリファン推計人口30万人以上かつ支出喚起力100以上のコンテンツ



### ■追加分析サービス：コンテンツプロファイリングシート

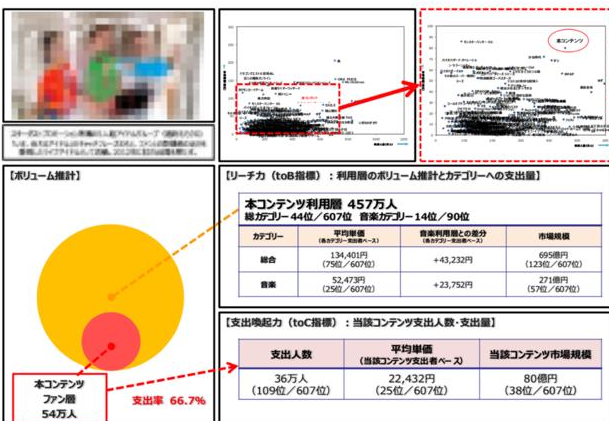
追加の分析サービスとして、ファンの詳細な性年代属性・ライフステージや、人数のボリュームなどの情報をまとめた「コンテンツプロファイリングシート」を作成し、ご提供しています。

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を組み合わせた分析が可能になり、「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」「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支援をしていきます。

(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



詳しい追加分析をご希望の企業様には、勉強会も行っています。  
追加分析サービス、勉強会などに関するお問い合わせは、下記の窓口までお問い合わせください。  
※当社クライアント様につきましては、担当営業にお申しつけください。



【追加分析サービス・勉強会に関するお問い合わせ】

コンテンツビジネスラボ担当窓口

株式会社博報堂 D Y ホールディングス マーケティング・テクノロジー・センター 和田・後  
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 戦略企画室 中川・神田  
メールアドレス：cbl-contact@hakuhodo.co.jp

■コンテンツビジネスラボ

## 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。独自のヒット研究やデータ解析を通して、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 D Y ホールディングスのナレッジ開発職、博報堂のマーケティングプランナー、博報堂 D Y メディアパートナーズのコンテンツプロデュース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。

---

【報道関係のお問い合わせ】

株式会社博報堂 D Y ホールディングス グループ広報・IR室  
株式会社博報堂 広報室  
株式会社博報堂 D Y メディアパートナーズ 広報室  
玉・山田 koho.mail@hakuhodo.co.jp 03-6441-6161