

第8回 NRC全国キャラクター調査

【Part 2 企業キャラクター編】

2021年12月調査結果



株式会社日本リサーチセンター

東京都墨田区江東橋4-26-5 URL: <https://www.nrc.co.jp/>

日本ではマンガやアニメなどに登場するキャラクター人気が高く、キャラクターを商品化したビジネスも盛況ですが、キャラクター市場の実態としてどのようなキャラクターが認知され、好感をもたれているでしょうか。

上記を把握するため、弊社は2014年から毎年秋に、自主調査企画として「NRC全国キャラクター調査」を実施してきました。2021年の第8回は調査実施が12月とずれましたが、（第6回までは10月、第7回は11月）例年と同じく、調査手法は訪問留置によるアンケートです。（注1）

今回調査では、ご当地キャラ17種、企業キャラ14種の合計31キャラクターについて、認知度と好感度を質問しました。（注2）レポートは、Part1～Part2に分けて弊社HPで公開します。本篇Part2では、企業キャラ（14種）の結果紹介となります。

（注1）本調査は、**NOS（日本リサーチセンターオムニバス調査）**を利用しています。

アンケート登録パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは50年にわたって、「調査員を使った訪問留置」、「パネルモニターではない毎回抽出方式」で調査を継続しております。

日本全国の15～79才男女個人1,200人について、地域・都市規模と性年代を日本の人口構成に合うように回収していますので、全体比率は、地域や年代等の偏りが少ない結果としてご覧になることができます。

（注2）キャラクターは名前のみで、画像提示は行っておりません。

全体結果

提示した企業キャラクター14種の結果は、

▼認知度

「ペコちゃん、ポコちゃん/不二家」(89%) が最も高く、次いで、「ガチャピン&ムック/フジテレビ」(81%)、「チョコちゃん/NHK」(81%)、「ヤン坊、マー坊/ヤンマー」(81%)、「(白い)お父さん犬/ソフトバンク」(79%)、「チキンラーメン ひよこちゃん/日清食品」(75%)、「ポンタ/Pontaカード」(70%) が7割以上でした。

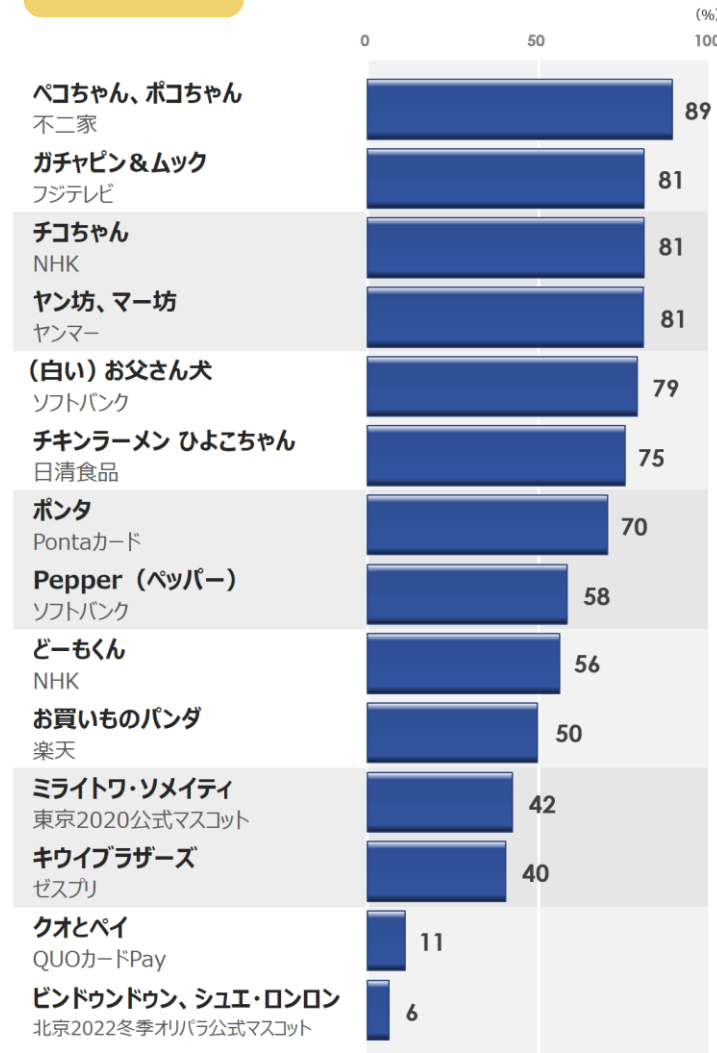
▼好感度

「ペコちゃん、ポコちゃん」(26%) が最も高く、次いで、「チョコちゃん」(24%)、「ガチャピン&ムック」(22%)「(白い)お父さん犬」(21%)と続きます。

Q. 次のうち、あなたをご存知のものはどれですか。知っているものをすべてお知らせください。(〇はいくつでも)
Q. そのうち、あなたがお好きな「企業キャラクター」はどれですか。(〇はいくつでも)

認知度

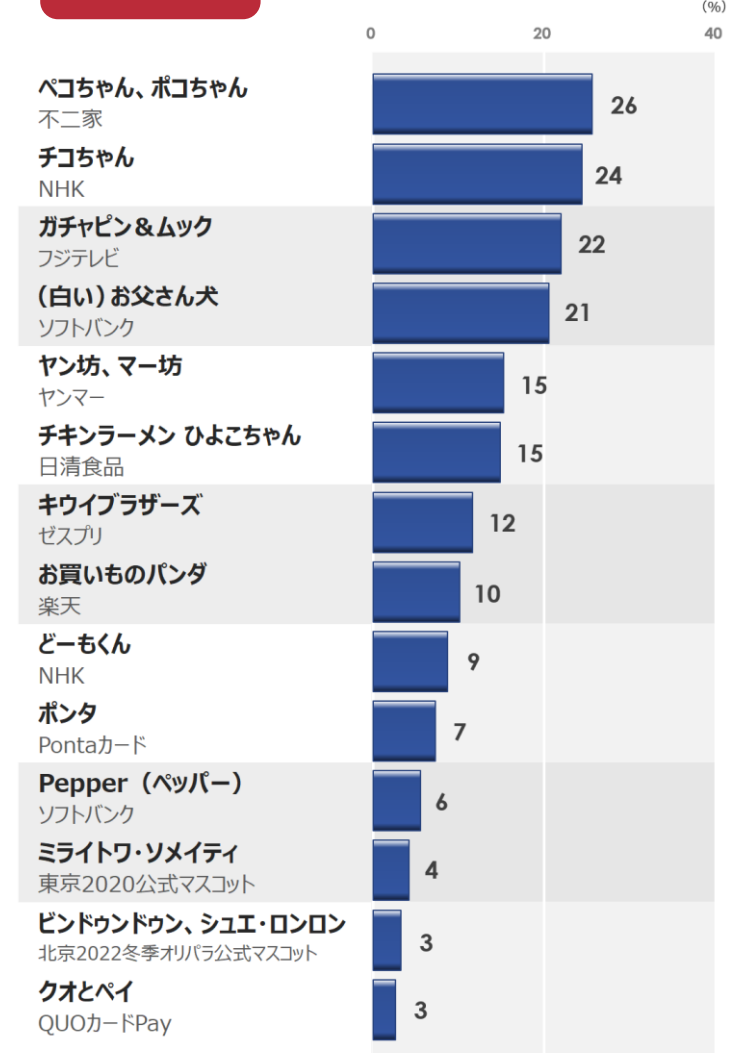
(n=1,200)



※多いもの順に並べ替え

好感度

(n=1,200)



※多いもの順に並べ替え

時系列で認知度の変化をみると、

▼「ペコちゃん、ポコちゃん」は、2014年から2021年まで一貫して8割超と安定しています。

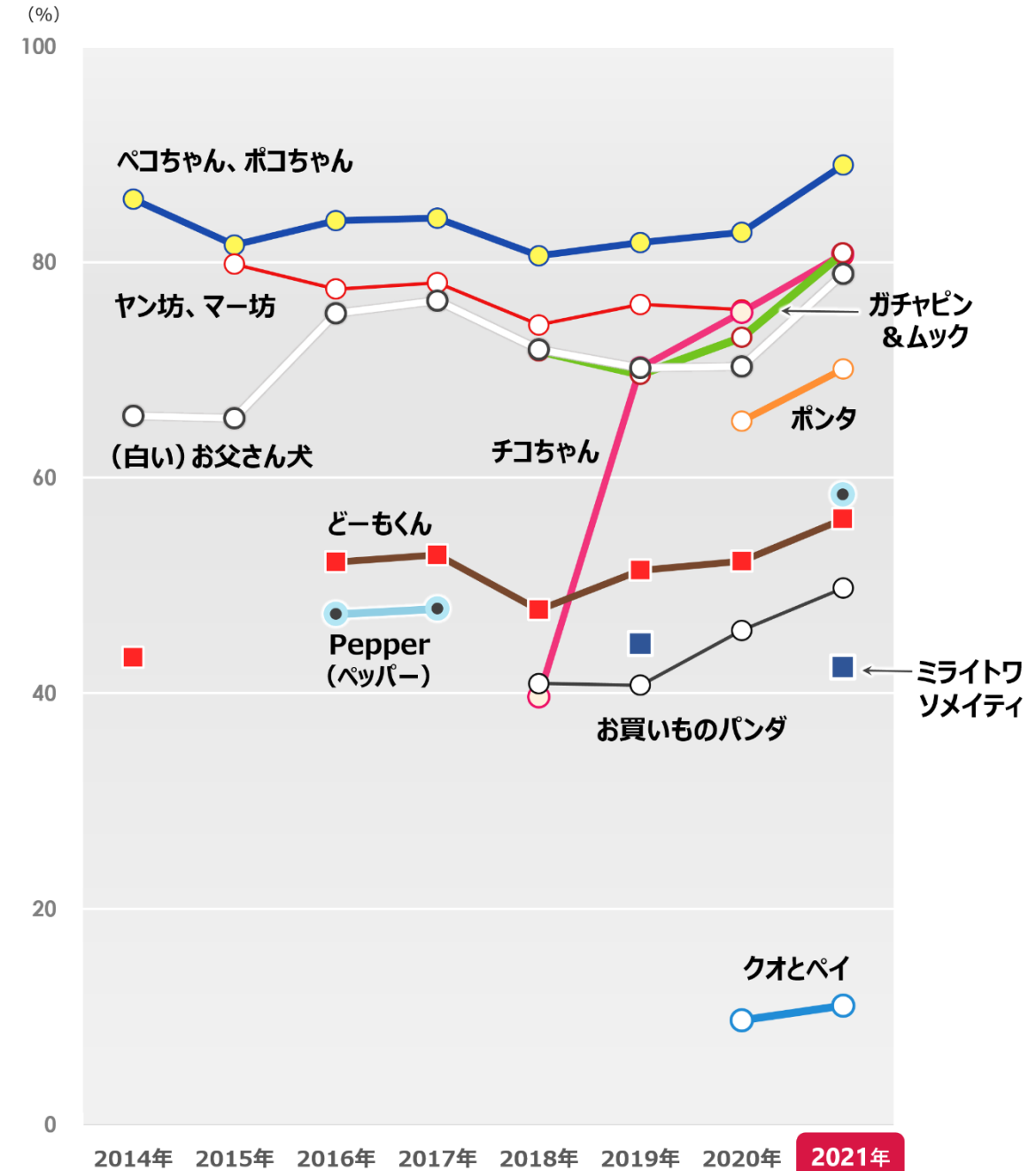
▼「チョコちゃん」は、2018年（40%）から、2019年（70%）で30ポイントアップし、さらに2021年は81%まで増加しました。

▼また、「ガチャピン&ムック」（81%）、「Pepper(ペッパー）」（58%）、「どーもくん」（56%）、「お買いものパンダ」（50%）もそれぞれ増加傾向にあります。

▼ 2015年から2021年まで「ヤン坊、マー坊」は、7～8割台、「(白い)お父さん犬」は6～7割台で推移しています。

（時系列比較できる11キャラクターのみ）

認知度	(n=1,200) 注：「-」は聴取なしを示す							
	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
ペコちゃん、ポコちゃん	86	82	84	84	81	82	83	89
ガチャピン&ムック	-	-	-	-	72	70	73	81
チョコちゃん	-	-	-	-	40	70	75	81
ヤン坊、マー坊	-	80	78	78	74	76	76	81
(白い)お父さん犬	66	66	75	76	72	70	70	79
ポンタ	-	-	-	-	-	-	65	70
Pepper (ペッパー)	-	-	47	48	-	-	-	58
どーもくん	43	-	52	53	48	51	52	56
お買いものパンダ	-	-	-	-	41	41	46	50
ミライトワ・ソメイティ	-	-	-	-	-	45	-	42
クオとペイ	-	-	-	-	-	-	10	11



時系列で好感度の変化をみると、

▼「チコちゃん」は、2018年から2019年では、18%→26%と8ポイントアップでしたが、2021年は24%で、2020年とほぼ変わらずの結果でした。

▼「ペコちゃん、ポコちゃん」は、2021年は26%にアップしました。

▼「ガチャピン&ムック」、「ヤン坊、マー坊」は、2018年から2021年まで、それぞれ13%→22%、9%→15%と増加傾向にあります。

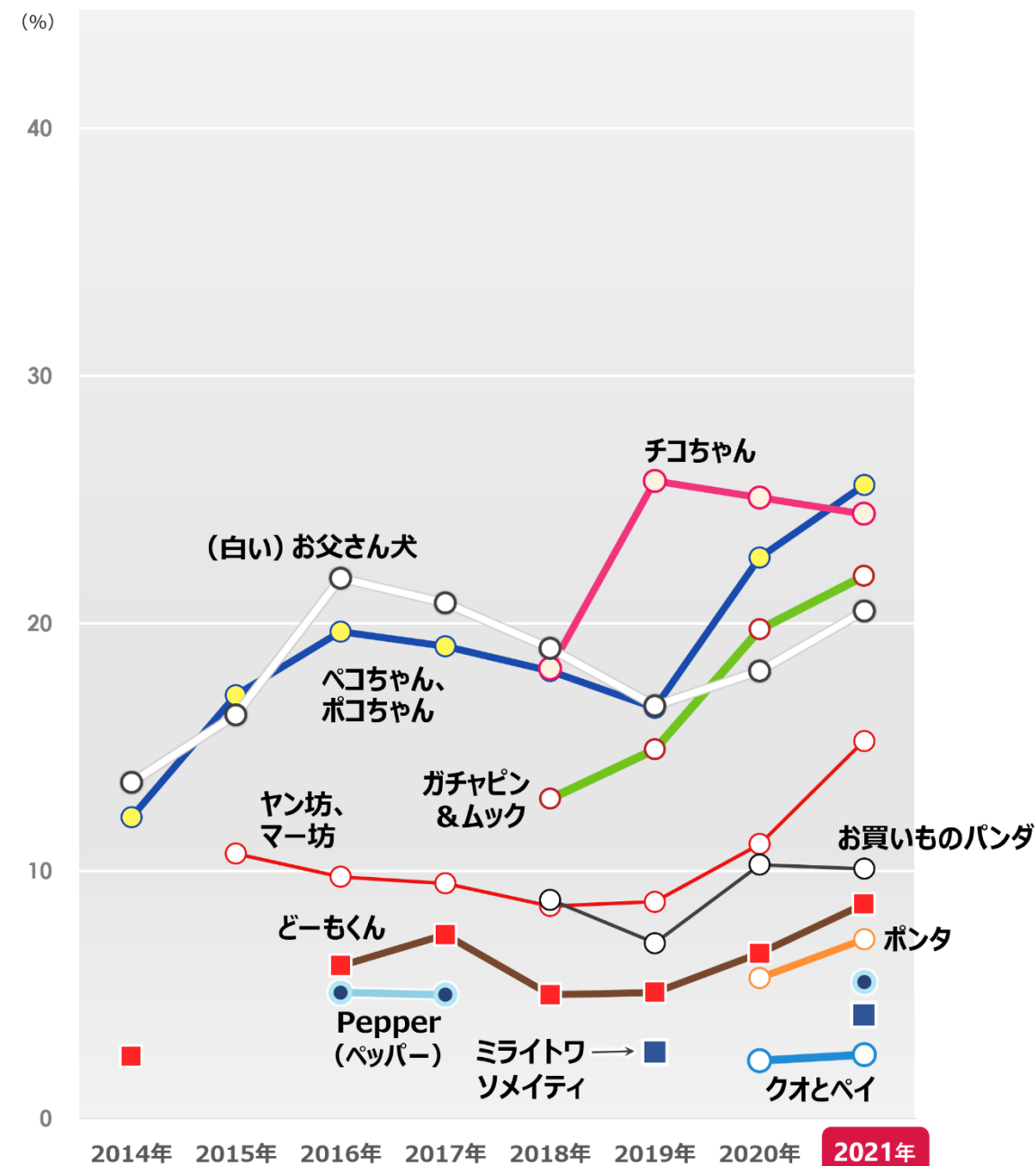
(時系列比較できる11キャラクターのみ)

好感度

(n=1,200) 注:「-」は聴取なしを示す

(%)

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
ペコちゃん、ポコちゃん	12	17	20	19	18	17	23	26
チコちゃん	-	-	-	-	18	26	25	24
ガチャピン&ムック	-	-	-	-	13	15	20	22
(白い)お父さん犬	14	16	22	21	19	17	18	21
ヤン坊、マー坊	-	11	10	10	9	9	11	15
お買い物パンダ	-	-	-	-	9	7	10	10
どーもくん	3	-	6	7	5	5	7	9
ポンタ	-	-	-	-	-	-	6	7
Pepper (ペッパー)	-	-	5	5	-	-	-	6
ミライトワ・ソメイティ	-	-	-	-	-	3	-	4
クオとペイ	-	-	-	-	-	-	2	3



2021年 男女年代別 調査結果

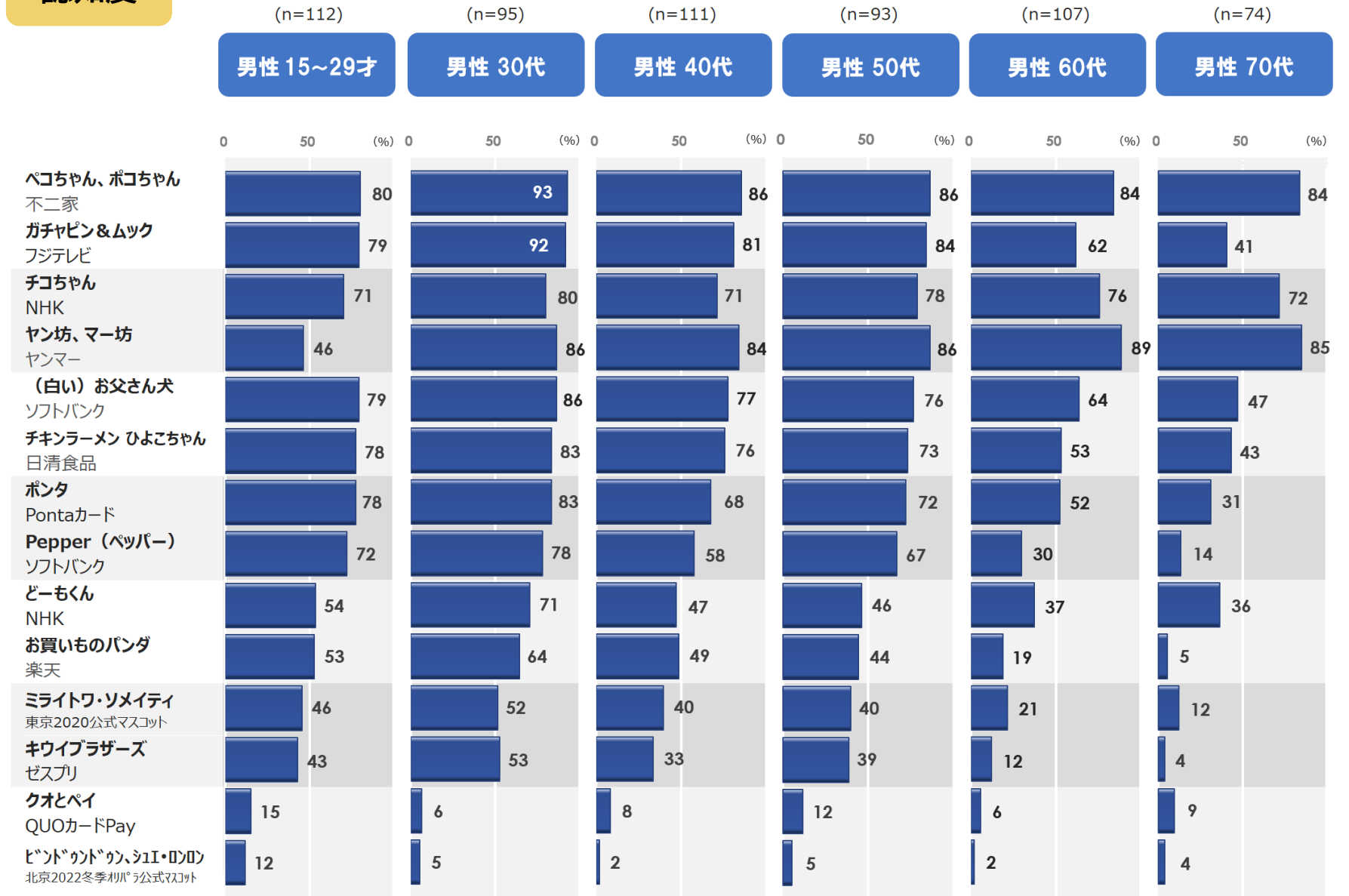
男性・年代別に認知度の違いをみると、

▼「ペコちゃん、ポコちゃん」、「チコちゃん」は、男性の全年代層で認知度が、それぞれ8割、7割以上と高いです。

▼「ヤン坊、マー坊」は、29才以下若年層を除いた30代以上では8割超です。

▼高齢層を除く50代以下でみれば、「ガチャピン&ムック」は79%～92%と約8割以上で、「お父さん犬」、「チキンラーメン ひよこちゃん」「ポンタ」は、68～86%と約7割以上の高い認知度となっています。

認知度



※全体の多いもの順に並べ替え

女性・年代別に認知度の違いをみると、

▼総じて男性よりも認知度が高い傾向がみられます。

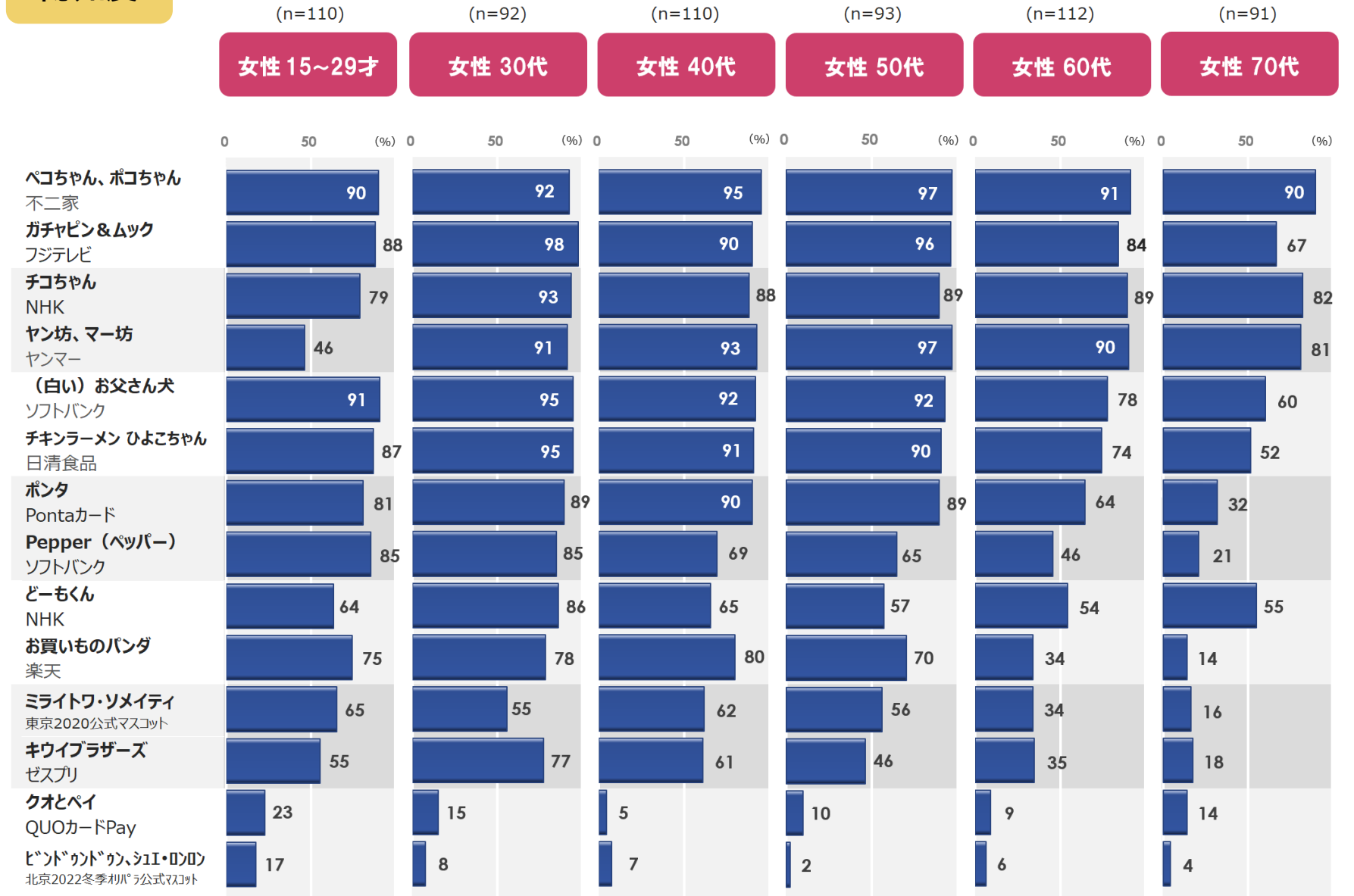
▼特に、「ペコちゃん、ポコちゃん」は、女性の全年代で9割以上の認知度でした。また、「チョコちゃん」も約8割以上と高いです。

▼「ヤン坊、マー坊」も30代以上は8割を超えています。一方、「ガチャピン&ムック」は60代以下では8割以上となっています。

▼「お父さん犬」、「チキンラーメン ひよこちゃん」は、50代以下で約9割以上、「ポンタ」は8割超です。

▼「お買い物パンダ」は、全体の認知度は50%ですが、50代以下の女性では7割以上の認知度となっています。

認知度



※全体の多いもの順に並べ替え

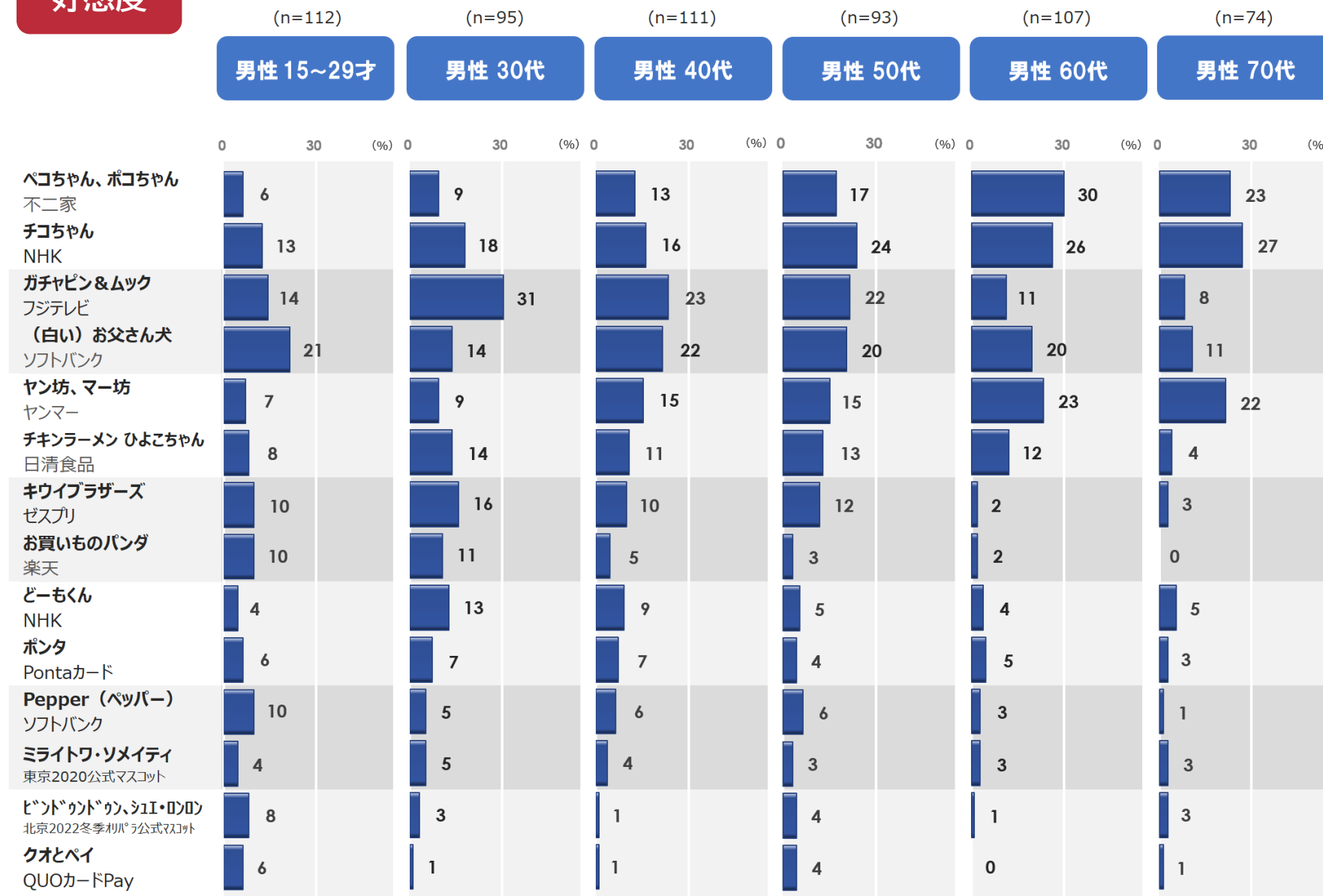
年代別に好感度の違いをみると、

■ 男性の中で最も好感度が高かったのは30代男性の「ガチャピン&ムック」（31%）でした。

■ 「ペコちゃん、ポコちゃん」「ヤン坊、マー坊」は60代以上、「チョコちゃん」は50代以上で2割以上です。

■ また「ガチャピン&ムック」は30代～50代、「お父さん犬」は15-29才、40-60代で2割以上です。

好感度



※全体の多いもの順に並べ替え

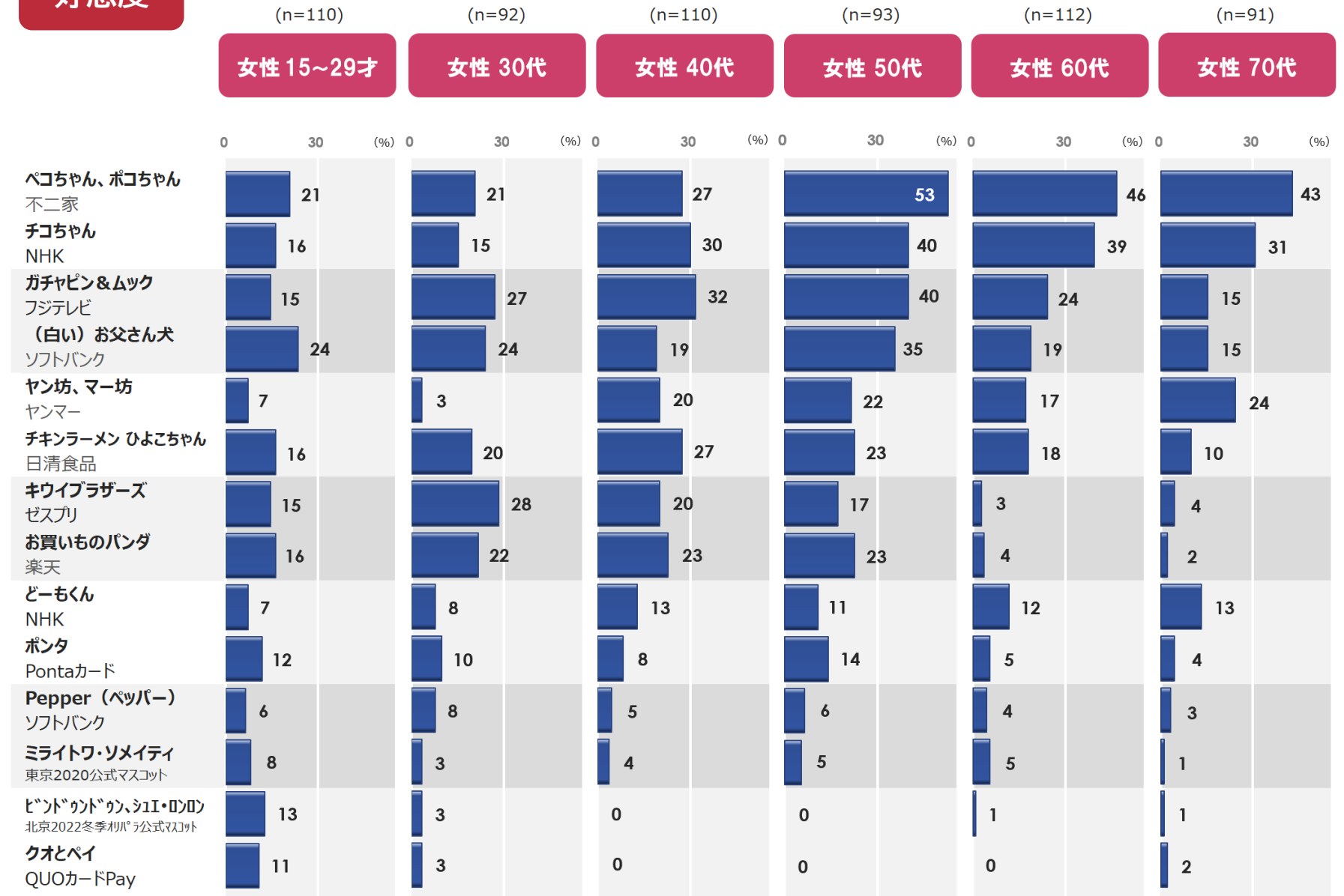
年代別に好感度の違いをみると、

▼認知度と同様に、女性の方が総じて男性よりも好感度が高い傾向がみられます。

▼「ペコちゃん、ポコちゃん」は50代以上女性で4割～5割台と特に高いのが目立ちます。

▼同様に、「チコちゃん」は50～60代女性で約4割、「ガチャピン&ムック」は50代女性で40%の好感度となっています。

好感度



※全体の多いもの順に並べ替え

調査概要 / 提示キャラクター

調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 1,200人
- ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付

抽出方法

- 200地点を抽出
- 住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当（一部エリアサンプリング）

調査期間

- 2021年12月調査（11/29～12/11） ※2014年～2019年は10月調査、2020年は11月調査

分析サンプル数

エリア

北海道・東北	132
関 東	444
中部・北陸	192
近 畿	192
中国・四国・九州	240

男女

男 性	592
女 性	608

男女×年代

男 性	15～29才	112
	30～39才	95
	40～49才	111
	50～59才	93
	60～69才	107
	70～79才	74
女 性	15～29才	110
	30～39才	92
	40～49才	110
	50～59才	93
	60～69才	112
	70～79才	91

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、50年にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、定期的実施する乗り合い形式（オムニバス）の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します（1,200票）。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい高齢層やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのににも有用な手法と言えます。

第8回（2021年）計31種

問1 ご当地キャラ（17）と企業キャラクター（14）

- 1) メロン熊（北海道夕張市）
- 2) むすび丸（宮城県仙台市）
- 3) さのまる（栃木県佐野市）
- 4) ぐんまちゃん（群馬県）
- 5) ふっかちゃん（埼玉県深谷市）
- 6) カパル（埼玉県志木市）
- 7) ふなっしー（千葉県船橋市）
- 8) アルクマ（長野県）
- 9) オカザえもん（愛知県岡崎市）
- 10) ひこにゃん（滋賀県彦根市）
- 11) 滝ノ道ゆずる（大阪府箕面市）
- 12) ちっちゃいおっさん（兵庫県尼崎市）
- 13) せんとくん（奈良県）
- 14) しまねっこ（島根県）
- 15) みきゃん（愛媛県）
- 16) しんじょう君（高知県須崎市）
- 17) くまモン（熊本県）
- 18) どーもくん /NHK
- 19) チコちゃん /NHK(チコちゃんに叱られる!)
- 20) ガチャピン&ムック /フジテレビ
- 21) (白い)お父さん犬 /ソフトバンク
- 22) P e p p e r（ペッパー） /ソフトバンク
- 23) ペコちゃん、ポコちゃん /不二家
- 24) キウイブラザーズ /ゼスプリ
- 25) チキンラーメン ひよこちゃん /日清食品
- 26) ヤン坊、マー坊 /ヤンマー
- 27) お買い物パンダ /楽天
- 28) ポンタ /Pontaカード
- 29) クオとペイ /Q U OカードP a y
- 30) ミライトワ・ソメイティ /東京2020公式マスコット
- 31) ビンドゥンドゥン、シュエ・ロンロン /北京2022冬季オリンピック・パラリンピック公式マスコット

第1回 2014年 計106種

- ご当地キャラクター 22
- 日本と海外の有名キャラクター 29
- マンガ・アニメキャラクター 28
- ゲーム・企業キャラクター 27

第5回 2018年 計89種

- ご当地キャラクター 24
- 日本と海外の有名キャラクター 28
- マンガ・アニメキャラクター 23
- ゲーム・企業キャラクター 14

第2回 2015年 計116種

- ご当地キャラクター 26
- 日本と海外の有名キャラクター 31
- マンガ・アニメキャラクター 30
- ゲーム・企業キャラクター 29

第6回 2019年 計83種

- ご当地キャラクター 18
- 日本と海外の有名キャラクター 26
- マンガ・アニメキャラクター 21
- ゲーム・企業キャラクター 18

第3回 2016年 計96種

- ご当地キャラクター 20
- 日本と海外の有名キャラクター 32
- マンガ・アニメキャラクター 24
- ゲーム・企業キャラクター 20

第7回 2020年 計84種

- ご当地キャラクター 18
- 日本と海外の有名キャラクター 26
- マンガ・アニメキャラクター 21
- ゲーム・企業キャラクター 19

第4回 2017年 計90種

- ご当地キャラクター 18
- 日本と海外の有名キャラクター 30
- マンガ・アニメキャラクター 21
- ゲーム・企業キャラクター 21

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先：日本リサーチセンター広報室 メール：information@nrc.co.jp

掲載時には、必ず当社クレジットを明記いただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの記載をお願い致します。