

第6回 NRC全国キャラクター調査

【Part2:企業キャラクター・ゲームキャラクター編】

2019年10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のでしょうか。

上記の問題意識より、弊社の自主調査企画として、「NRC全国キャラクター調査」を時系列（毎年1回）で実施してまいりました。2014年から始めまして、2019年の今回調査は第6回となります。（注1）

本調査は、日本全国の15～79歳男女を対象に、訪問留置法（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、代表性のある信頼の高いデータを提供してきました。また、エリア・都市規模と性年代は、日本の人口構成に合致するように割り付けておりますので、全体の比率は、年代等の偏りがない結果としてご覧になることができます。

NRCレポートでは、Part1～Part5に分けて、
「ご当地キャラクター(18)・企業キャラクター(13)」、「マンガ・アニメキャラクター(21)・ゲームキャラクター(5)」、「日本(10)・海外(16)の有名キャラクター」の3つのジャンルごとに質問した、合計83種のキャラクターの認知度と好感度を紹介していきますが、本レポートは「Part2:企業キャラクター・ゲームキャラクター編」の結果です。

（注1）キャラクターは名前のみの提示で、画像提示は行っておりません。

＜ランキング＞

- ・今回提示した企業キャラクター13種の中では、認知度は、「不二家のペコちゃん、ポコちゃん」が1位、「マクドナルドの دونالد・マクドナルド」が2位、「KFCのカーネル・サンダース」が3位。
- ・好感度は、「NHKのチコちゃん」が1位、「ソフトバンクのお父さん犬」が2位、「ペコちゃん、ポコちゃん」が3位。
- ・全キャラクター内ランキングでみると、「チコちゃん」は前回より順位がアップし、認知度は65位→42位、好感度は20位→7位となった。

＜2019年比率＞

- ・認知度は、「ペコちゃん、ポコちゃん」、「Donald・マクドナルド」、「カーネル・サンダース」が8割前後で高い。
「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会マスコットのミライトワ・ソメイティ」の認知度は45%。
- ・好感度は、「チコちゃん」が26%と高く、「お父さん犬」、「ペコちゃん、ポコちゃん」、「フジテレビのガチャピン&ムック」の15~17%を上回った。

＜時系列変化＞

- ・「チコちゃん」は、認知度は、2018年 40%→2019年 70%と30ポイントのアップ。好感度は、2018年 18%→2019年 26%と8ポイントアップした。

＜ランキング＞

- ・今回提示したゲームキャラクター5種の中では、認知、好感ともに、「ポケットモンスター」が1位で、「スーパーマリオブラザーズ」が2位、「ドラゴンクエスト」が3位。
- ・1位の「ポケットモンスター」は、認知度が83%に対して、好感度は12%とやや低め。
- ・全キャラクター内ランキングでみても、「ポケットモンスター」の2019年好感度は32位と高くはない。

＜2019年比率＞

- ・「ポケットモンスター」と「スーパーマリオブラザーズ」は、認知度は8割超と高いが、好感度は1割強とやや低め。

＜時系列変化＞

- ・2018年から2019年の動きに注目すると、「スーパーマリオブラザーズ」、「ドラゴンクエスト」、「ファイナルファンタジー」は、認知度がアップした。

ランキング結果

■今回提示した企業キャラクター13種の中では、認知度は、「不二家のペコちゃん、ポコちゃん」が1位、「マクドナルドのドナルド・マクドナルド」が2位、「KFCのカーネル・サンダース」が3位だが、好感度は、「NHKのチコちゃん」が1位、「ソフトバンクのお父さん犬」が2位、「ペコちゃん、ポコちゃん」が3位だった。

■全キャラクター内ランキングを時系列でみると、「チコちゃん」は前回より順位がアップし、認知度は65位→42位、好感度は20位→7位となった。

認知度

	2019年	企業キャラ 13内ランキング	全キャラクター内ランキング		
			2019年 83キャラ	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ
ペコちゃん、ポコちゃん	82%		29位	26位	22位
ドナルド・マクドナルド	80%		31位	-	-
カーネル・サンダース	78%		34位	-	-
ヤン坊、マー坊	76%	4位	36位	36位	28位
アフラックダック	71%	5位	41位	-	43位
チコちゃん	70%	6位	42位	65位	-
(白い)お父さん犬				40位	30位

好感度

	2019年	企業キャラ 13内ランキング	全キャラクター内ランキング		
			2019年 83キャラ	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ
チコちゃん	26%		7位	20位	-
(白い)お父さん犬	17%		22位	17位	13位
ペコちゃん、ポコちゃん	17%		23位	21位	15位
ガチャピン&ムック	15%	4位	27位	32位	-
ヤン坊、マー坊	9%	5位	48位	47位	41位
お買いものパンダ	7%	6位	54位	46位	-
アフラックダック	6%	7位	56位	-	53位

(注)2017年までは「アフラックダック、ブラックスワン/Aflac」、2019年は「アフラックダック/Aflac」と表記

■今回提示したゲームキャラクター5種の中では、認知、好感ともに、「ポケットモンスター」が1位で、「スーパーマリオブラザーズ」が2位、「ドラゴンクエスト」が3位。

■1位の「ポケットモンスター」は、認知度が83%に対して、好感度は12%とやや低め。

■全キャラクター内ランキングでも、「ポケットモンスター」の2019年好感度は32位と高くはない。

認知度

	2019年	ゲームキャラ 5内ランキング	全キャラクター内ランキング		
			2019年 83キャラ	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ
ポケットモンスター	83%		25位	27位	26位
スーパーマリオブラザーズ	82%		28位	31位	27位
ドラゴンクエスト	62%		53位	56位	54位
LINEキャラクター	50%	4位	60位	58位	61位
ファイナルファンタジー	48%	5位	63位	62位	66位

好感度

	2019年	ゲームキャラ 5内ランキング	全キャラクター内ランキング		
			2019年 83キャラ	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ
ポケットモンスター	12%		32位	39位	33位
スーパーマリオブラザーズ	11%		37位	41位	46位
ドラゴンクエスト	9%		46位	51位	43位
ファイナルファンタジー	7%	4位	55位	58位	57位
LINEキャラクター	5%	5位	60位	61位	64位

調査結果の詳細 【企業キャラクター】

企業キャラクター13種の中でみると、

- 認知度は、「ペコちゃん、ポコちゃん」、「ドナルド・マクドナルド」、「カーネル・サンダース」が8割前後で高い。
「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会マスコットのミライトワ・ソメイティ」は、45%の認知だった。
- 好感度は、「チョコちゃん」が26%と高く、「お父さん犬」、「ペコちゃん、ポコちゃん」、「フジテレビのガチャピン&ムック」の15~17%を上回った。

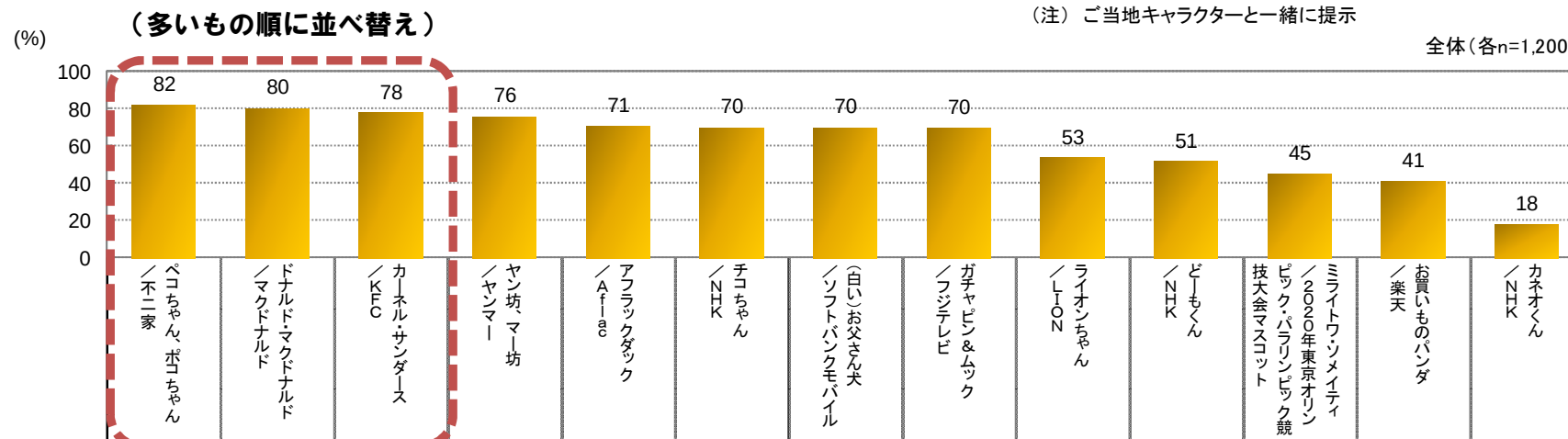
問. 次の「企業キャラクター」のうち、あなたがご存知のものはどれですか。知っているものをすべてお知らせください。(○はいくつでも)

問. 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。(○はいくつでも)

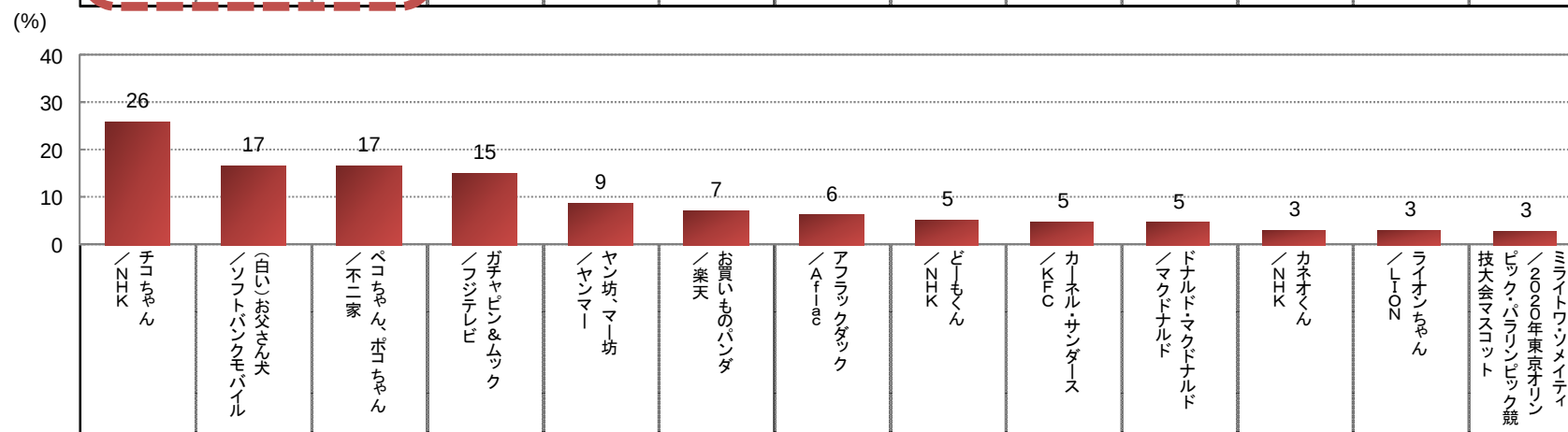
(注) ご当地キャラクターと一緒に提示

全体(各n=1,200)

認知度



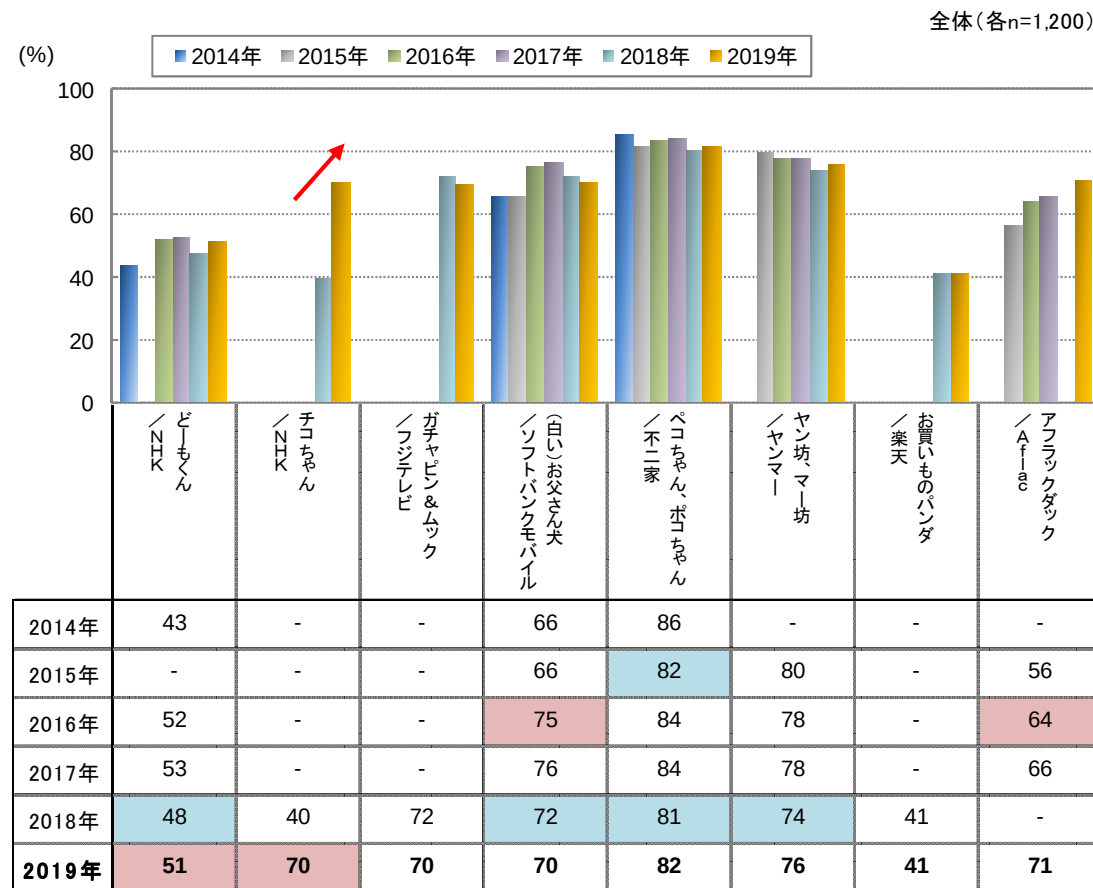
好感度



時系列比較できる8キャラクターについて変化をみると、

■「チコちゃん」は、2018年 40%→2019年 70%と、認知度が30ポイントもアップした。

認知度



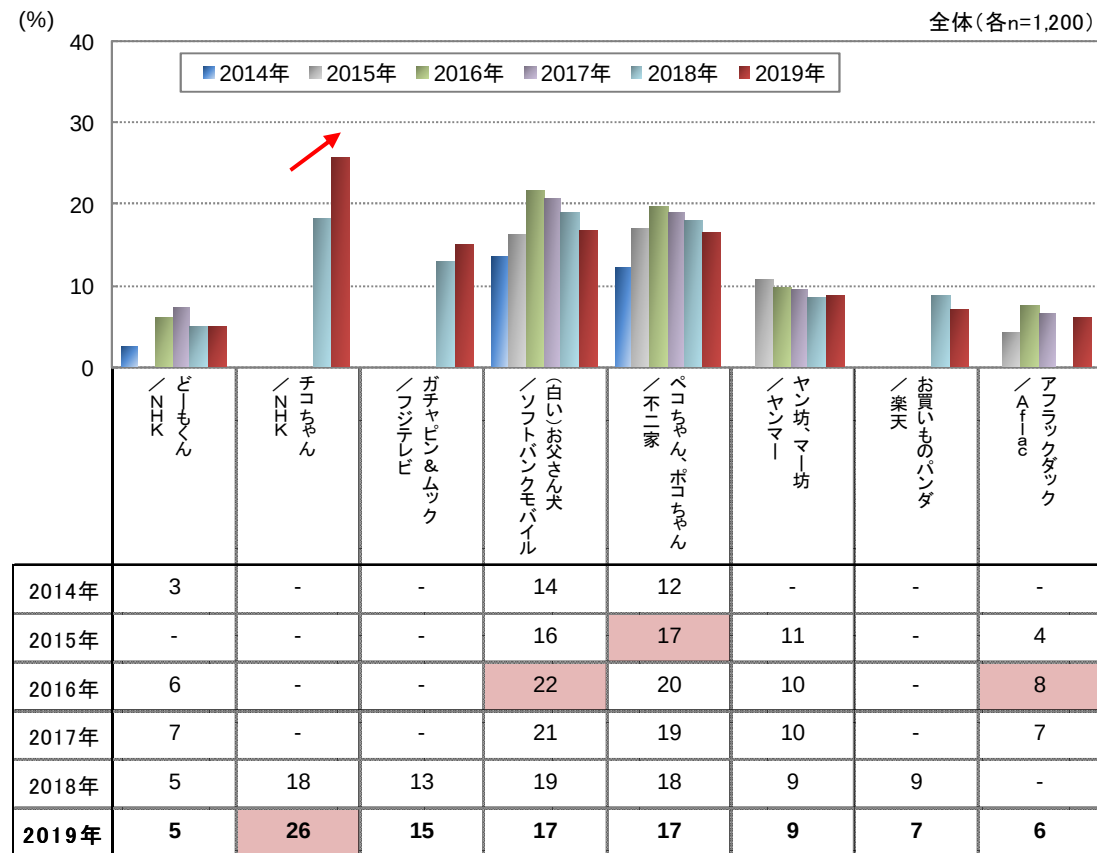
(注) 赤色は前年より3ポイント以上高い、青色は3ポイント以上低い

(注) 2017年までは「アフラックダック、ブラックスワン／Aflac」、2019年は「アフラックダック／Aflac」と表記

時系列比較できる8キャラクターについて変化をみると、

■「チョコちゃん」は、2018年 18%→2019年 26%と、好感度が8ポイントアップした。

好感度



(注) は前年より3ポイント以上高い、 は3ポイント以上低い

(注) 2017年までは「アフラックダック、ブラックスワン/Aflac」、2019年は「アフラックダック/Aflac」と表記

男女・年代別に認知度の違いをみると、

■ NHKキャラクターの中では、「チコちゃん」は30代～60代女性、「どーもくん」は40代以下女性、「カネオくん」は50代以上女性の認知が高くなっている。

■ 「ミライトワ・ソメイティ」は、全体での認知は45%だが、30代～50代女性では58～66%と高い。

認知度

(多いもの順に並べ替え)

		n	ペコちゃん ／不二家	ドンالد・マクドナルド ／マクドナルド	カーネル・サンダース ／KFC	ヤン坊、マー坊 ／ヤンマー	アフラックダック ／Afiaac	チコちゃん ／NHK	(白)お父さん大 ／ソフトバンクモバイル	ガチャピン&ムック ／フジテレビ	ライオンちゃん ／LION	どーもくん ／NHK	ミライトワ・ソメイティ ／2020年東京オリン ピック・パリンピック 競技大会マスコット	お買いものパンダ ／楽天	カネオくん ／NHK
全 体		1,200	82	80	78	76	71	70	70	70	53	51	45	41	18
男 性	15～29才	112	71	85	77	38	59	54	72	70	42	45	40	44	8
	30代	95	77	85	80	78	78	61	78	79	66	52	39	56	14
	40代	111	79	85	80	80	73	59	72	70	55	43	40	40	21
	50代	93	90	85	87	94	74	73	72	76	57	45	47	34	16
	60代	106	74	60	69	79	58	66	51	53	29	35	32	9	14
	70代	75	68	59	49	72	31	67	41	24	15	32	16	0	16
女 性	15～29才	110	80	95	83	54	85	75	81	81	65	66	47	68	8
	30代	92	92	95	93	88	90	83	91	93	80	78	66	78	11
	40代	110	95	88	91	91	88	83	86	90	74	70	58	67	20
	50代	93	91	88	87	90	84	76	75	83	68	55	65	61	25
	60代	112	88	82	76	88	71	78	67	65	57	50	46	14	31
	70代	91	73	48	49	65	47	69	46	38	23	42	34	8	30

(注) : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

(%)

男女・年代別に好感度の違いをみると、

■「チコちゃん」は、全体的好感度は26%だが、40代女性では46%と特に高くなる。

■「お父さん犬」は女性の全年代で、「ペコちゃん、ポコちゃん」は30代以上の女性で、「ガチャピン&ムック」は40代以下の女性で、好感度が20%を超えている。

好感度

(多いもの順に並べ替え)

		n	チコちゃん ／NHK	(白い)お父さん犬 ／ソフトバンクモバイル	ペコちゃん ポコちゃん ／不二家	ガチャピン&ムック ／フジテレビ	ヤン坊、マー坊 ／ヤンマー	お買いものパンダ ／楽天	アフラックダック ／Aflac	ドモくん ／NHK	カーネルサンダース ／KFC	ドナルド・マクドナルド ／マクドナルド	カネオくん ／NHK	ライオンちゃん ／LION	ミライトワ・ソメイメイ ／2020年東京オリンピック・パラリンピック 競技大会マスコット
全 体		1,200	26	17	17	15	9	7	6	5	5	5	3	3	3
男 性	15～29才	112	8	8	5	11	0	4	3	0	8	11	1	2	1
	30代	95	8	5	3	15	5	5	3	6	2	1	1	0	1
	40代	111	23	14	6	15	4	5	3	4	4	4	6	2	4
	50代	93	28	11	8	15	8	6	3	3	3	4	4	2	1
	60代	106	27	18	17	10	15	0	4	5	6	1	1	2	5
	70代	75	21	11	21	4	13	0	1	3	9	7	0	4	1
女 性	15～29才	110	24	21	15	23	4	15	14	6	6	5	2	5	3
	30代	92	25	23	21	25	11	17	5	10	5	5	2	2	0
	40代	110	46	22	25	21	14	19	14	7	5	5	2	5	5
	50代	93	27	22	27	18	8	6	9	5	3	4	5	5	3
	60代	112	37	24	29	15	14	3	8	6	4	3	8	4	6
	70代	91	32	21	24	3	12	2	4	5	1	3	2	1	1

(注)  : 全体より5ポイント以上高い、  : 5ポイント以上低い

(%)

調査結果の詳細 【ゲームキャラクター】

ゲームキャラクター5種の中でみると、

■「ポケットモンスター」と「スーパーマリオブラザーズ」は、認知度は8割超と高いが、好感度は1割強とやや低め。

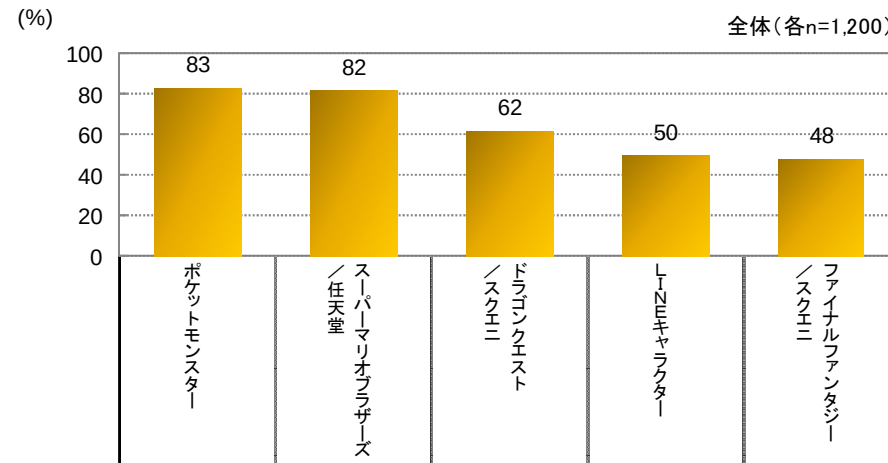
問. 次の「ゲームキャラクター」のうち、あなたをご存知のものはどれですか。知っているものをすべてお知らせください。(○はいくつでも)

問. そのうち、あなたがお好きな「ゲームキャラクター」はどれですか。(○はいくつでも)

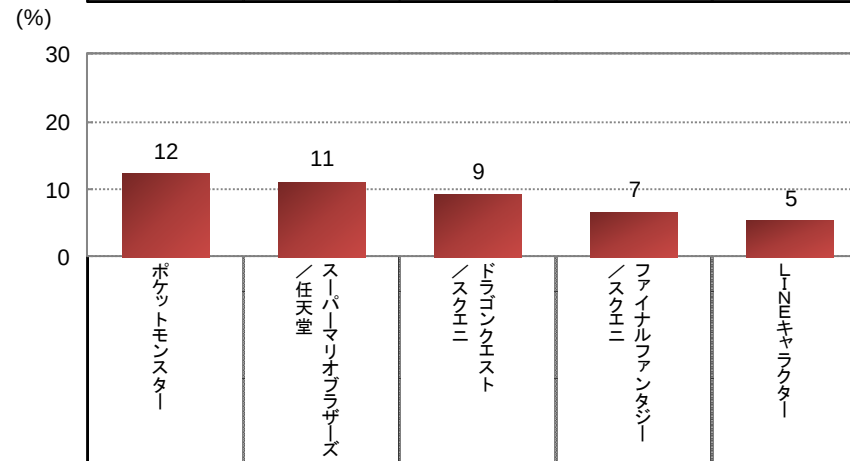
(多いもの順に並べ替え)

(注) マンガ・アニメキャラクターと一緒に提示

認知度



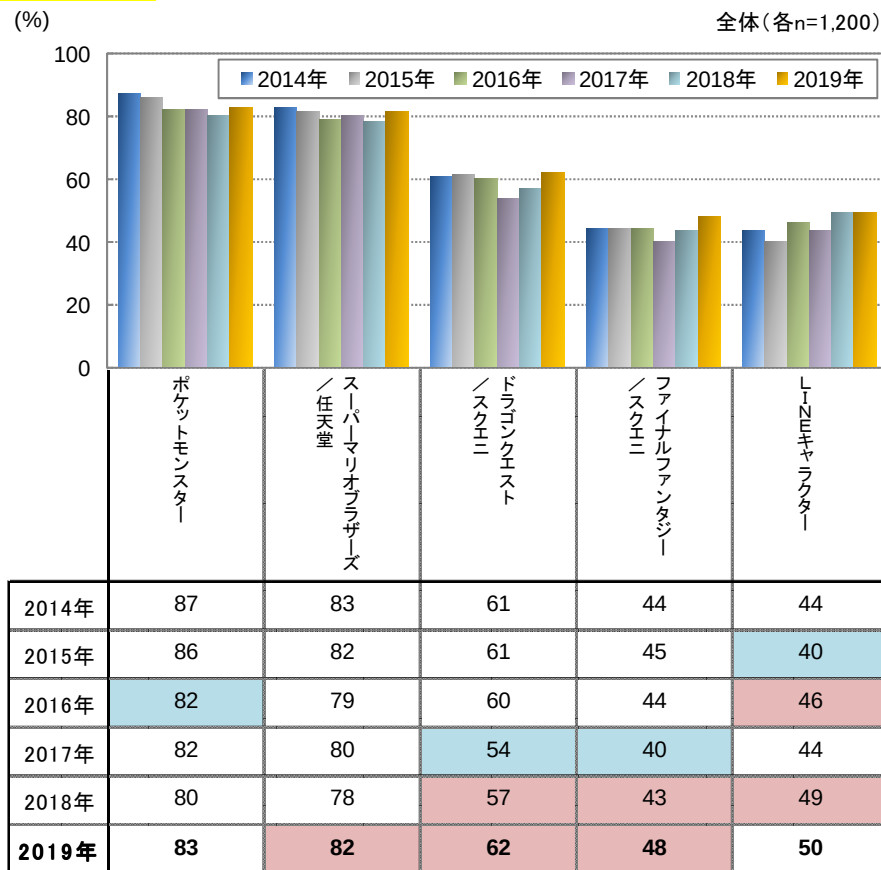
好感度



時系列でみると、

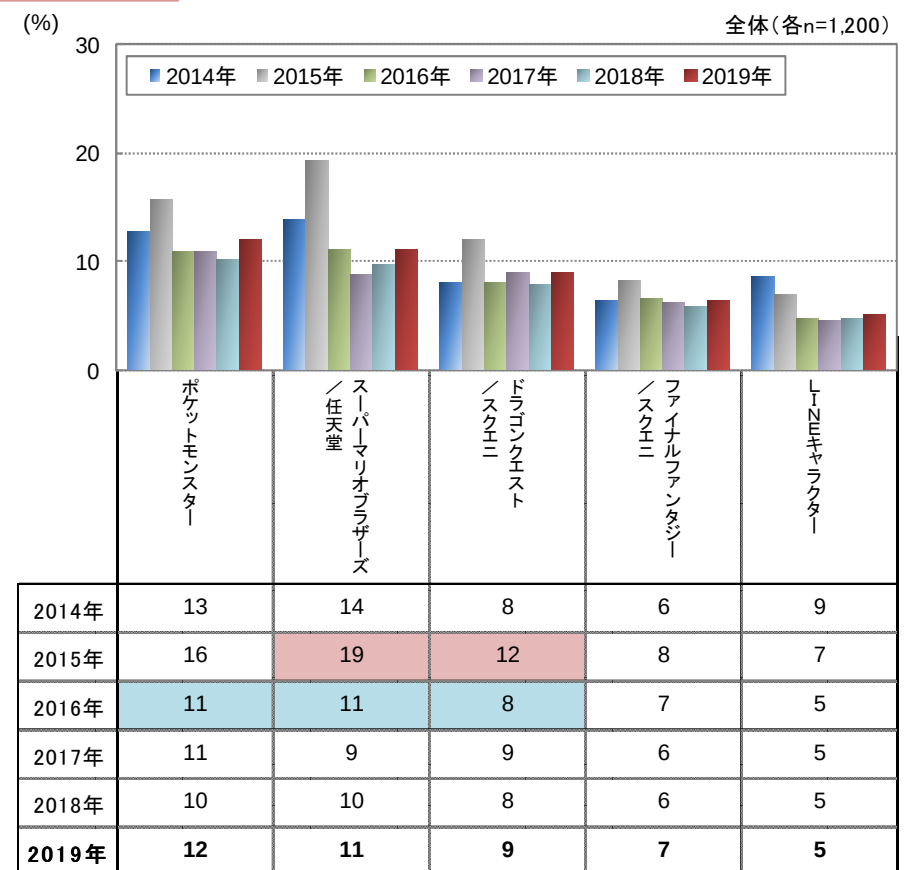
■ 2018年から2019年の動きに注目すると、「スーパーマリオブラザーズ」、「ドラゴンクエスト」、「ファイナルファンタジー」は、認知度がアップした。

認知度



(注) は前年より3ポイント以上高い、 は3ポイント以上低い

好感度



(注) 2015年まではゲームキャラと企業キャラを一緒に聴取していたが、2016年以降は企業キャラはご当地キャラと一緒に、ゲームキャラはアニメ・マンガキャラと一緒に聴取する質問形式に変更した

男女・年代別に認知度の違いをみると、

■ いずれのキャラクターも、高齢層に比べて40代以下の認知率が高い。

■ 「ドラゴンクエスト」、「LINEキャラクター」、「ファイナルファンタジー」は、50代以上になると認知率が低くなり、若年層との差が大きい。

認知度

(多いもの順に並べ替え)

		N	ポケットモンスター	スーパーマリオブラザーズ ／任天堂	ドラゴンクエスト ／スクエニ	LINEキャラクター	ファイナルファンタジー ／スクエニ
全 体		1,200	83	82	62	50	48
男 性	15～29才	112	92	88	79	74	72
	30代	95	91	94	92	69	86
	40代	111	87	92	84	51	74
	50代	93	84	83	54	35	41
	60代	106	67	66	45	10	26
	70代	75	56	52	24	0	8
女 性	15～29才	110	92	94	81	86	65
	30代	92	99	93	76	89	67
	40代	110	96	94	74	85	54
	50代	93	89	87	57	52	39
	60代	112	78	77	42	21	21
	70代	91	55	53	22	4	4

(%)

(注) : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

男女・年代別に好感度の違いをみると、

■「ポケットモンスター」は、29才以下の男性では27%、女性では21%と2割を超えている。

■「スーパーマリオブラザーズ」は、29才以下男性で、「ドラゴンクエスト」は30代~40代男性で、「ファイナルファンタジー」は30代男性で、好感度が2割以上と高い。

好感度

(多いもの順に並べ替え)

		N	ポケットモンスター	スーパーマリオブラザーズ ／任天堂	ドラゴンクエスト ／スクエニ	ファイナルファンタジー ／スクエニ	LINEキャラクター
全 体		1,200	12	11	9	7	5
男 性	15~29才	112	27	20	16	17	5
	30代	95	11	15	25	22	1
	40代	111	3	10	23	8	3
	50代	93	11	8	6	3	3
	60代	106	4	8	3	2	1
	70代	75	5	12	3	1	0
女 性	15~29才	110	21	16	8	7	15
	30代	92	18	15	10	10	11
	40代	110	14	13	4	1	11
	50代	93	15	8	3	2	6
	60代	112	10	6	4	3	3
	70代	91	4	1	0	0	1

(%)

(注)  :全体より5ポイント以上高い、  :5ポイント以上低い

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

- 毎月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て

調査期間

- 2019年10月調査（10/3～10/15） ※過去調査は、2014年～2018年のいずれも10月に実施

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	106
70～79才	75
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

(人)

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、毎月1回定期的に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。

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も有用な手法と言えます。

《 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

掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
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掲載をお願い致します。