第5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】

2018年10月調査結果



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年から始めて、2018年の今回調査は第5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。

調査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45年以上にわたって、「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(24)・企業キャラクター(7)」、「マンガ・アニメキャラクター(23)・ゲームキャラクター(7)」、「日本(9)・海外(19)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89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7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。
- ■好感度は、「ソフトバンクのお父さん犬」、「NHKのチコちゃん」、「ペコちゃん、ポコちゃん」が上位3位。

<2018年比率>

- ■認知度は、「ペコちゃん、ポコちゃん」が81%と最も高く、次いで、「ヤンマーのヤン坊、マー坊」、「お父さん犬」、「フジテレビのガチャピン&ムック」が72~74%で続く。
- ■好感度は、上位3位の「お父さん犬」、「チコちゃん」、「ペコちゃん、ポコちゃん」が18~19%で拮抗。
- 今年登場した「チコちゃん」は、認知度はまだ40%と低めだが、好感度は18%と2割近い。
- ■同じNHKキャラクターの「どーもくん」と比べてみると、40代以下の若年層では、「どーもくん」の方が認知度が高いが、50代以上では「チコちゃん」の方が知られている。
- ■好感度については、「チコちゃん」は40代~60代女性では28~33%と高く、また、50代男性でも25%と人気がある。

〈ランキング〉

- ■今回提示したゲームキャラクター7種の中では、認知度、好感度ともに、「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。
- ■1位の「ポケットモンスター」は、認知度が80%に対して、好感度は10%とやや低め。
- ■全キャラクター89種内ランキングでみても、「ポケットモンスター」の好感度は39位と高くはない。

<2018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、認知度は約8割と高いが、好感度は1割とやや低め。
- ■認知度に注目すると、「たまごっち」は74%、「ドラゴンクエスト」は57%と半数を超えている。また、「LINE キャラクター」も49%とほぼ5割である。

ランキング結果

- ■今回提示した企業キャラクター7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。好感度は、「ソフトバンクのお父さん犬」、「NHKのチコちゃん」、「ペコちゃん、ポコちゃん」の上位3位がほぼ同比率で拮抗している。
- ■全キャラクター内ランキングを時系列でみると、「ペコちゃん、ポコちゃん」、「ヤンマーのヤン坊、マー坊」、「お父さん犬」は、認知、好感ともにランキングが低下傾向。
- ■今年登場した「チコちゃん」は、認知度は7位(全キャラ内:65位)と低いが、好感度は2位(全キャラ内:20位)と健闘している。

認知度											
		企業キャラ	全キャラ	ラクター内ラン	ノキング						
	2018年	7内ランキング	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ	2016年 96キャラ						
ペコちゃん、ポコちゃん	81%		26位	22位	23位						
ヤン坊、マー坊	74%		36位	28位	31位						
(白い)お父さん犬	72%	3	40位	30位	33位						
ガチャピン&ムック	72%	4位	41位	-	-						
どーもくん	48%	5位	60位	57位	62位						
お買いものパンダ	41%	6位	64位	-	-						
チコちゃん	40%	7位	65位	-	-						

好感度											
			全キャラ	クター内ラン	ノキング						
	2018年	企業キャラ 7内ランキング	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ	2016年 96キャラ						
(白い)お父さん犬	19%		17位	13位	12位						
チコちゃん	18%		20位	-	-						
ペコちゃん、ポコちゃん	18%	3	21位	15位	15位						
ガチャピン&ムック	13%	4位	32位	-	-						
お買いものパンダ	9%	5位	46位	-	-						
ヤン坊、マー坊	9%	6位	47位	41位	40位						
どーもくん	5%	7位	60位	50位	63位						

- ■今回提示したゲームキャラクター7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。
- ■1位の「ポケットモンスター」は、認知度が80%に対して、好感度は10%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2018年好感度は39位と高くはない。

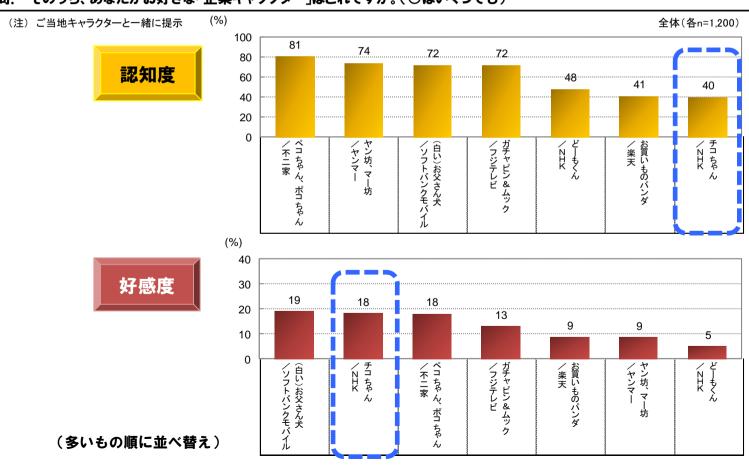
認知度										
	2018年	ゲームキャラ		ラクター内ラン						
	2010#	7内ランキング	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ	2016年 96キャラ					
ポケットモンスター	80%		27位	26位	27位					
スーパーマリオブラザーズ	78%		31位	27位	30位					
たまごっち	74%	3	38位	34位	34位					
ドラゴンクエスト	57%	4位	56位	54位	52位					
LINEキャラクター	49%	5位	58位	61位	68位					
ファイナルファンタジー	43%	6位	62位	66位	69位					
どうぶつの森シリーズ	43%	7位	63位	64位	-					

好感度											
			全キャラ	ノキング							
	2018年	ゲームキャラ 7内ランキング	2018年 89キャラ	2017年 90キャラ	2016年 96キャラ						
ポケットモンスター	10%		39位	33位	36位						
スーパーマリオブラザーズ	10%		41位	46位	35位						
ドラゴンクエスト	8%	3	51位	43位	50位						
ファイナルファンタジー	6%	4位	58位	57位	60位						
LINEキャラクター	5%	5位	61位	64位	71位						
どうぶつの森シリーズ	4%	6位	64位	62位	-						
たまごっち	3%	7位	72位	69位	79位						

調査結果の詳細 【企業キャラクター】

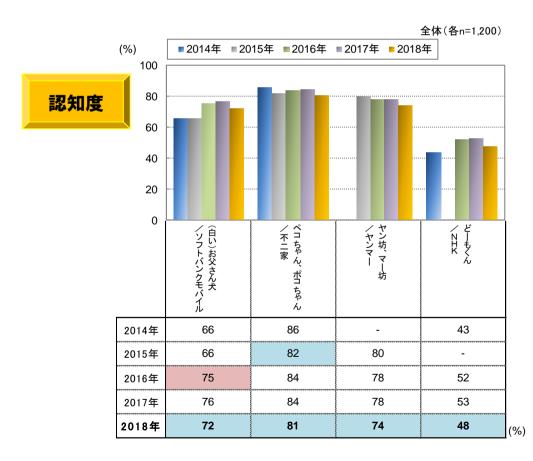
企業キャラクター7種の中でみると、

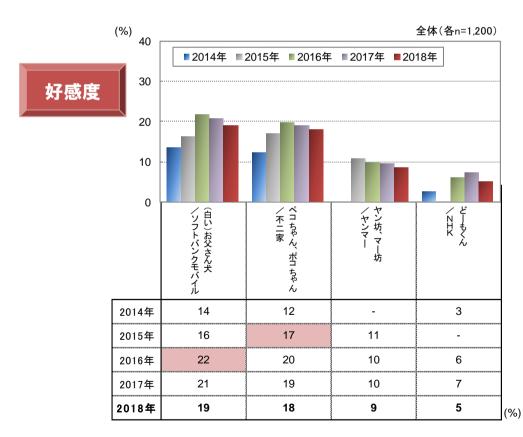
- ■認知度は、「不二家のペコちゃん、ポコちゃん」が81%と最も高く、次いで、「ヤンマーのヤン坊、マー坊」、「ソフトバンクのお父さん犬」、「フジテレビのガチャピン&ムック」が、72~74%で続く。
- ■好感度は、上位3位の「お父さん犬」、「NHKのチコちゃん」、「ペコちゃん、ポコちゃん」が18~19%で拮抗。
- ■今年登場した「チコちゃん」は、認知はまだ40%と低めだが、好感度は18%と2割近い。
 - 問. 次の「企業キャラクター」のうち、あなたがご存知のものはどれですか。知っているものをすべてお知らせください。(○はいくつでも)
 - 問. そのうち、あなたがお好きな「企業キャラクター」はどれですか。(○はいくつでも)



時系列比較できる4キャラクターについて変化をみると、

■2018年は、「お父さん犬」、「ぺこちゃん、ポコちゃん」、「ヤン坊、マー坊」、「NHKのどーもくん」の認知度が低下した。





(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

男女・年代別に認知度の違いをみると、

- ■「お父さん犬」と「ガチャピン&ムック」は、40代以下の男性と50代以下の女性で認知度が高い。
- ■NHKキャラクターの「どーもくん」と「チコちゃん」を比べてみると、40代以下の若年層では「どーもくん」の認知が上回っているが、50代以上では「チコちゃん」の方がよく知られている。

認知度

(多いもの順に並べ替え)

		n	/不二家		/ヤンマー		/ソフトバンクモバイル(白い)お父さん犬		/フジテレビ		/ XIZ X XIZ ん		/楽天		/ZIK	
全	体	1,200		81		74		72		72		48		41		40
	15~29才	112		73		54		79		79		56		58		29
	30代	95		81		73		78		79		55		44		26
男	40代	111		94		93		91		92		57		49		46
性	50代	93		81		84		70		76		41		32		49
	60代	108		73		78		60		51		22		12		37
	70代	73		51		59		21		25		22		4		29
	15~29才	110		90		55		89		81		70		75		29
	30代	92		88		88		86		85		66		72		39
女	40代	110		93		86		90		91		59		70		46
性	50代	93		85		82		80		81		44		43		59
	60代	114		83		76		57		67		44		15		49
	70代	89		64		61		44		38		26		2		34

(%)

男女・年代別に好感度の違いをみると、

- ■「お父さん犬」は50代以下女性、「ペコちゃん、ポコちゃん」は40代~60代女性、「ガチャピン&ムック」と「どーもくん」は40代女性、「楽天のお買いものパンダ」は40代以下女性、「ヤン坊、マー坊」は60代女性で、それぞれ好感度が高く、また男性に比べて女性の人気が高い傾向がある。
- ■一方、「チコちゃん」は、全体の好感度は18%だが、40代~60代女性では28~33%、50代男性でも25%と人気が高くなっている。

好感度

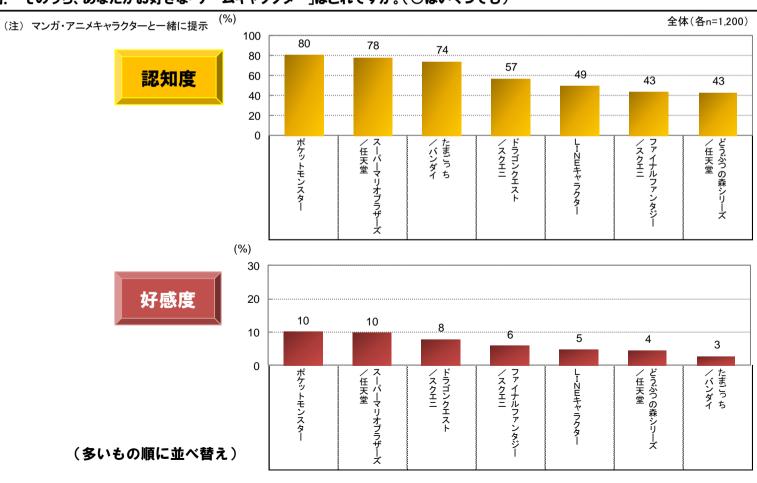
(多いもの順に並べ替え)

		n	くごうくびきょうり	/ リファベンフェベイレ	/ NTK		/不二家		/フジテレビ		/楽天		/ヤンマー ケン坊、マー坊	/ XIX	どーもくん
全	体	1,200		19		18		18		13		9	9		5
	15~29才	112		20		10		4		12		9	7		4
	30代	95		17		12		3		11		8	4		1
男性	40代	111		20		19		9		14		7	6		8
性	50代	93		18		25		15		17		4	12		5
	60代	108		8		15		16		6		3	12		1
	70代	73		4		12		16		4		0	10		0
	15~29才	110		32		6		20		17		19	2		6
	30代	92		25		12		22		17		16	5		10
女	40代	110		25		28		26		20		20	10		10
性	50代	93		25		33		29		16		10	10		5
	60代	114		16		28		37		15		5	17		4
	70代	89		15		17		18		3		0	8		2
			/ >		./ + -!!	. 10 45 1		<u> </u>		5+° ∠> . L NI					(%)

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7種の中でみると、

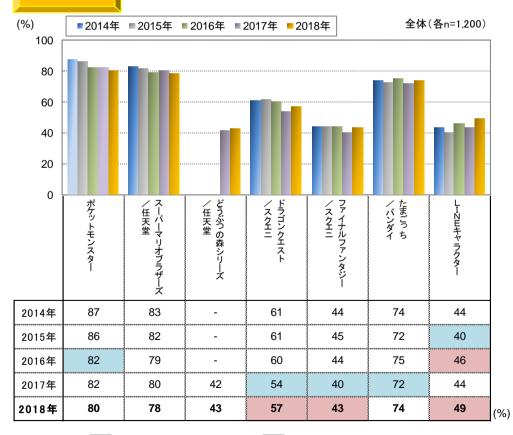
- ■「ポケットモンスター」と「スーパーマリオブラザーズ」は、認知度は約8割と高いが、好感度は1割とやや低め。
- ■認知度に注目すると、「たまごっち」は74%、「ドラゴンクエスト」は57%と半数を超えている。また、「LINEキャラクター」も49%とほぼ5割である。
 - 問. 次の「ゲームキャラクター」のうち、あなたがご存知のものはどれですか。知っているものをすべてお知らせください。(○はいくつでも)
 - 問. そのうち、あなたがお好きな「ゲームキャラクター」はどれですか。(○はいくつでも)



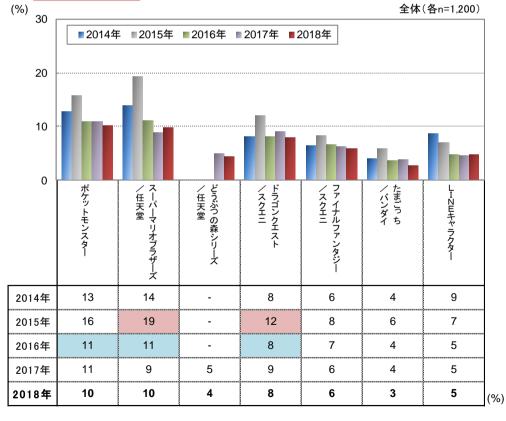
時系列でみると、

- ■2014年から2018年の変化では、「ポケットモンスター」、「スーパーマリオブラザーズ」の認知度は減少傾向にある。
- ■「LINEキャラクター」の認知度は、2018年に49%と増加。

認知度



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) 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、 また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、

- ■以下のゲームキャラクターでは、40代以下の男女で認知度が高く、50代以上で低い傾向がみられ、年代差が大きい。
- ■たとえば、「LINEキャラクター」は、29才以下の若年層では8割を超える認知度だが、70代になると5%未満とほとんど知られていない。

認知度

(多いもの順に並べ替え)

			N	ポケットモンスター		仕天ズ	/壬天堂		/ バンダイ		ドラゴンクエスト	LINEキャラクター		/ スクエニ		/ 任 天堂	どうぶつの森シリーズ
, [全	体	1,200		80		78		74		57		49		43		43
		15~29才	112		96		96		87		90		82		83		82
		30代	95		88		92		86		89		62		83		57
	男	40代	111		91		89		74		83		60		69		46
	性	50代	93		82		81		75		51		29		40		27
		60代	108		63		67		54		28		6		18		9
		70代	73		38		32		33		12		3		10		3
		15~29才	110		95		93		88		71		91		55		84
		30代	92		90		93		86		70		85		57		64
	女	40代	110		93		95		92		71		85		53		63
	性	50代	93		87		74		78		46		47		22		37
		60代	114		76		68		70		39		18		13		17
Į		70代	89		49		42		47		11		1		3		4

(%)

男女・年代別に好感度の違いをみると、

- ■以下のゲームキャラクターでは、29才以下の若年層で好感度が高い傾向がみられる。
- ■「ポケットモンスター」は29才以下男女で、「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29才以下男性、「LINEキャラクター」、「動物の森シリーズ」「たまごっち」は29才以下女性で高くなっている。
- ■「ドラゴンクエスト」は、29才以下男性だけでなく、30代、40代の男性も2割超と人気が高い。

好感度

(多いもの順に並べ替え)

		N	ポケットモンスター	***************************************	仜	ザーズスーパーマリオブラ	7.77.11.11.11.11.11.11.11.11.11.11.11.11	/ スクエニ	ファイナルファンタジー	LINEキャラクター		/任天堂/任天堂	/ バンダイ たまごつち
全	体	1,200		10		10		8	6		5	4	3
	15~29才	112		22		21		21	19		4	5	3
	30代	95		7		12		21	17		4	3	0
男	40代	111		9		19		22	13		5	1	1
性	50代	93		8		4		8	5		0	1	2
	60代	108		6		9		2	1		1	1	3
	70代	73		0		4		1	1		0	1	0
	15~29才	110		25		10		4	4		18	18	11
	30代	92		10		9		5	3		7	9	1
女	40代	110		13		12		5	5		6	7	5
性	50代	93		6		2		2	0		8	2	2
	60代	114		5		5		1	0		3	1	4
	70代	89		3		4		0	0		0	1	0
													(%)

(%)

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をおこなった

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

【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

分析サンプル数

【男女×年代】

男性	15~29才	112
男性	30代	95
男性	40代	111
男性	50代	93
男性	60代	108
男性	70代	73
/ .l.t.	4 F 20 +	440
女性	15~29才	110
	30代	92
女性		
女性	30代 40代	92
女性 女性	30代 40代 50代	92 110
女性 女性 女性 女性	30代 40代 50代	92 110 93

【男女】

男	性	592
女	性	608

(人)

調査期間

■ 2018年10月調査 (10/4~10/16) ※過去調査は、2014年~2017年いずれも10月に実施

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、45年以上にわたって、

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。