

第3回NRC全国キャラクター調査

【Part2:企業キャラ・ゲームキャラ編】

2016年10月調査結果



日本リサーチセンター

Member of Gallup International Association

東京都中央区日本橋本町2-7-1

TEL:03-6667-3400(代) FAX:03-6667-3470

<http://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ある。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だろうか？

「ご当地キャラクター・企業キャラクター」「マンガ・アニメ・ゲームキャラクター」「日本・海外の有名キャラクター」の3つのジャンルごとに合計96種類のキャラクターを聴取した中で、本レポートでは「企業キャラクター」12種類、「ゲームキャラクター」8種類について、認知度と好感度を質問した結果を紹介する。

なお、本調査は、「第2回NRC全国キャラクター調査」に続く第3回調査であり、日本全国の15～79歳男女を対象に、訪問留置法という手法で、2016年10月5日～17日に実施した。

（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りつけており、全体数字は、エリアや年代で偏りが無い結果となっている）

本調査は、全部で96種類のキャラクターについて、認知度、好感度を聴取している。（キャラクターの画像提示はなし）

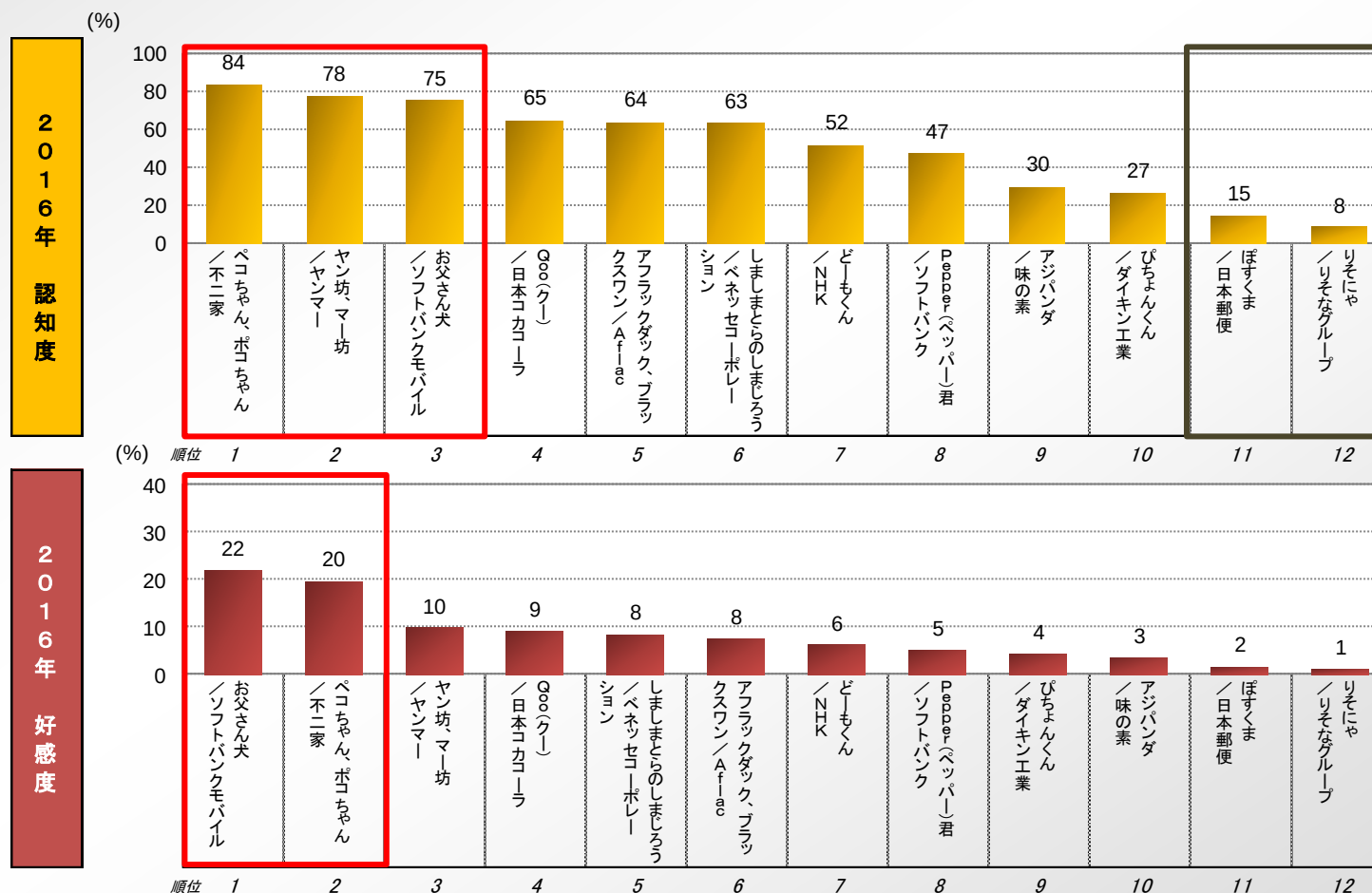
ご当地キャラクター	20キャラ
企業キャラクター	12キャラ
日本のキャラクター	10キャラ
海外のキャラクター	22キャラ
マンガ・アニメキャラクター	24キャラ
ゲームキャラクター	8キャラ
合 計	96キャラ

調査結果 サマリー

【企業キャラ】

■「ペコちゃん、ポコちゃん」と「お父さん犬」は認知、好感ともに高い。

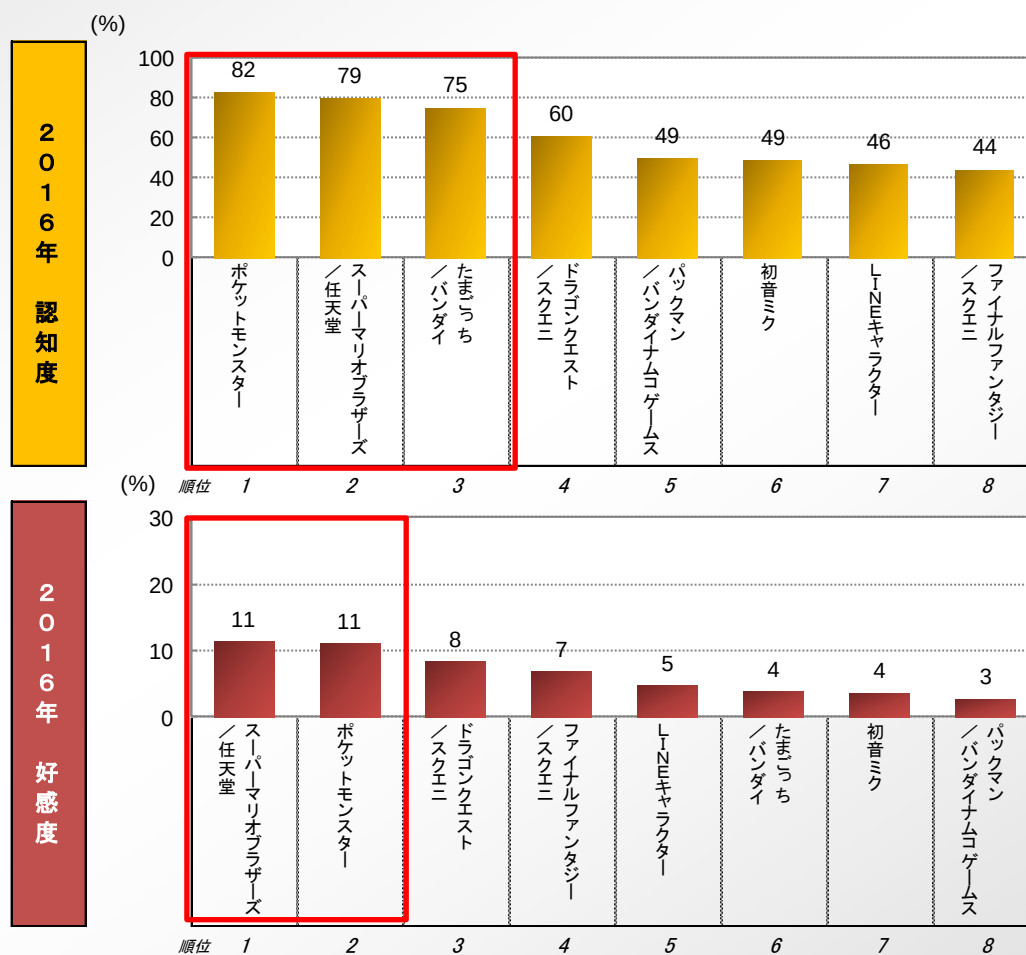
- ◆ 企業キャラクター12種類を提示した結果では、認知度は「ペコちゃん、ポコちゃん」「ヤン坊、マー坊」「お父さん犬」が75%以上と高い。
- ◆ 好感度は、「お父さん犬」「ペコちゃん、ポコちゃん」が20～22%。
- ◆ 『ゆるキャラグランプリ2016』で「企業・その他ゆるキャラ」部門1位の「ぼすくま」の認知度は15%、3位の「りそにゃ」の認知度は8%であった。
- ◆ 時系列でみると、「お父さん犬」「アフラックダック、ブラックスワン」は前年から認知度、好感度ともに上昇。



【ゲームキャラ】

■「ポケットモンスター」「スーパーマリオブラザーズ」の認知度は高いが、好感度は1割程度。

- ◆ 認知度は、「ポケットモンスター」「スーパーマリオブラザーズ」「たまごっち」が75%以上と高い。
- ◆ 好感度は、「スーパーマリオブラザーズ」「ポケットモンスター」がともに11%。



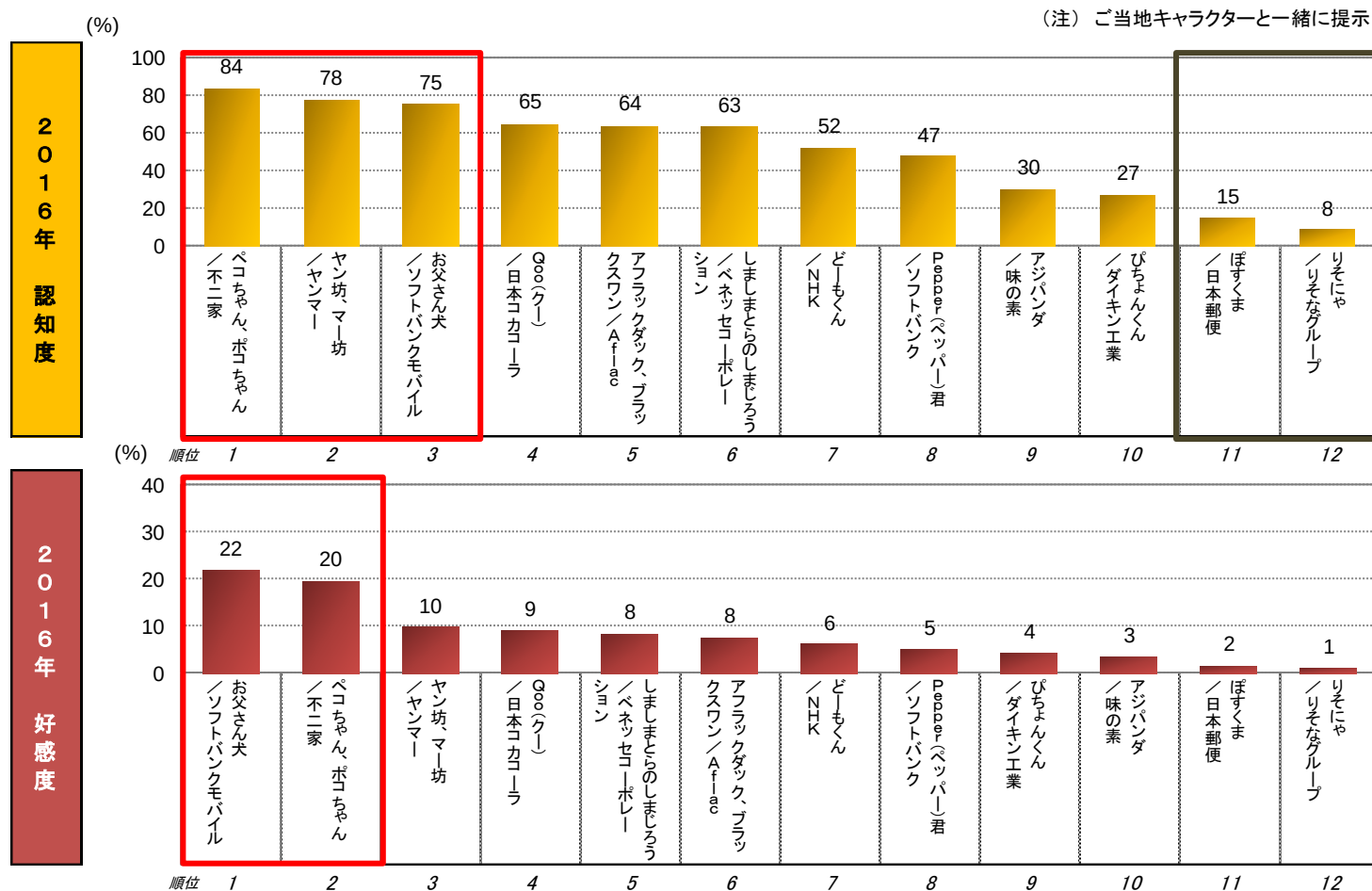
調査結果 詳細 1. 企業キャラ

「ペコちゃん、ポコちゃん」と「お父さん犬」は認知、好感ともに高い。

- 企業キャラクター12種類を提示した結果では、認知度は「ペコちゃん、ポコちゃん」「ヤン坊、マー坊」「お父さん犬」が75%以上と高い。
- 好感度は、「お父さん犬」「ペコちゃん、ポコちゃん」が20~22%。
- 『ゆるキャラグランプリ2016』で「企業・その他ゆるキャラ」部門1位の「ぼすくま」の認知度は15%、3位の「りそにゃ」の認知度は8%であった。

問. 次の「企業キャラクター」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「企業キャラクター」はどれですか。(○はいくつでも)



全キャラクター内での認知度ランキングみると、企業キャラ内1位の「ペコちゃん、ポコちゃん」で23位が最上位。
全キャラクター内での好感度ランキングでは、「お父さん犬」が12位、「ペコちゃん、ポコちゃん」が15位。

■96種類のキャラクターを提示した結果での認知度ランキングでは、「ペコちゃん、ポコちゃん」が23位、「ヤン坊、マー坊」が31位、「お父さん犬」が33位でトップ20以内には入らなかった。

■一方、好感度ランキングでは、「お父さん犬」が12位、「ペコちゃん、ポコちゃん」が15位とトップ20以内にランクイン。

認知度

	企業キャラ12 内ランキング	全96キャラ内 ランキング	認知度	
ペコちゃん、ポコちゃん		23位	84%	
ヤン坊、マー坊		31位	78%	
お父さん犬		33位	75%	
Qoo(クー)		4位	49位	65%
アフラックダック、ブラックスワン		5位	50位	64%
しましまとらのしまじろう		6位	51位	63%
どーもくん		7位	62位	52%

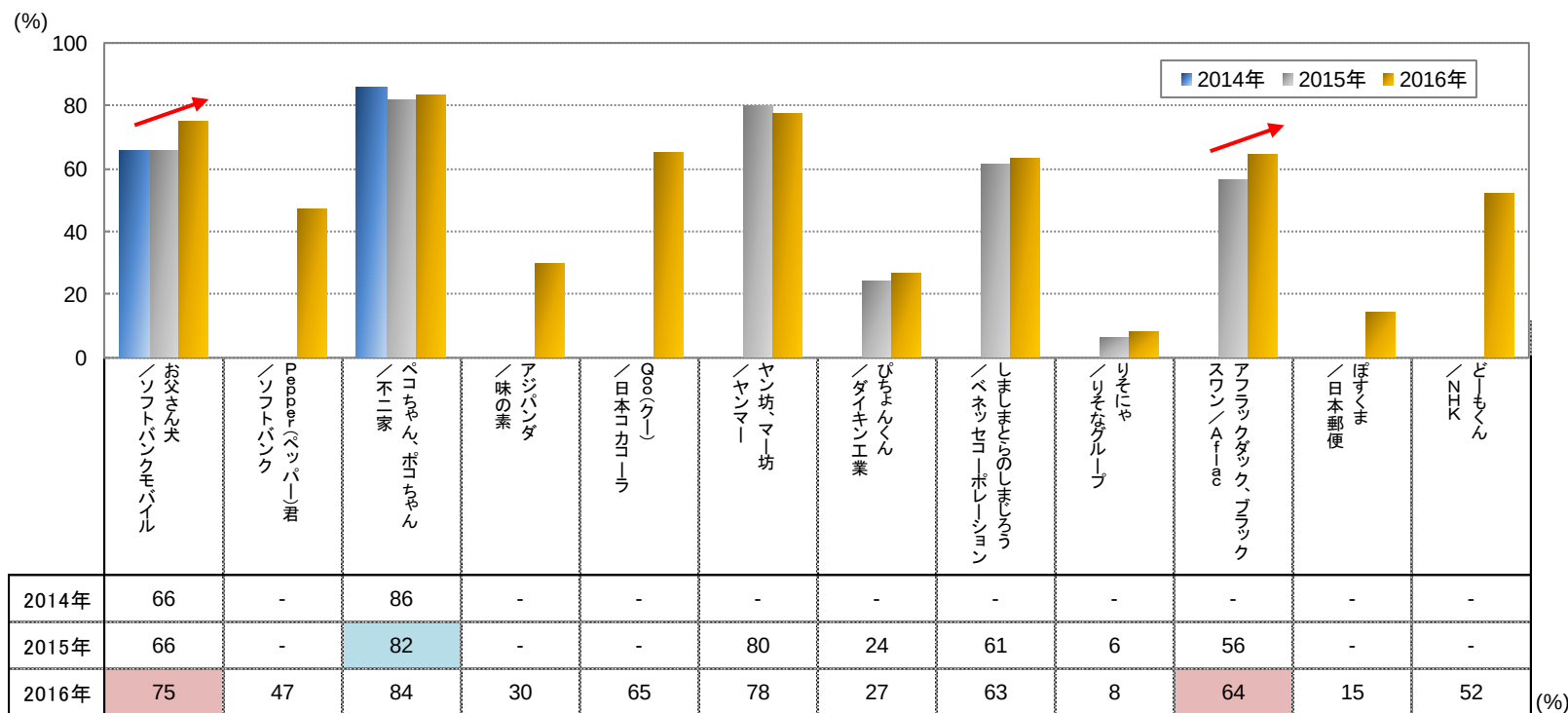
好感度

	企業キャラ12 内ランキング	全96キャラ内 ランキング	好感度	
お父さん犬		12位	22%	
ペコちゃん、ポコちゃん		15位	20%	
ヤン坊、マー坊		40位	10%	
Qoo(クー)		4位	45位	9%
しましまとらのしまじろう		5位	49位	8%
アフラックダック、ブラックスワン		6位	52位	8%
どーもくん		7位	63位	6%

「お父さん犬」と「アフラックダック、ブラックスワン」は認知度が前年から上昇。

■2014年からの時系列で企業キャラクターの認知度をみると、「お父さん犬」と「アフラックダック、ブラックスワン」は前年から認知度が上昇。

認知度

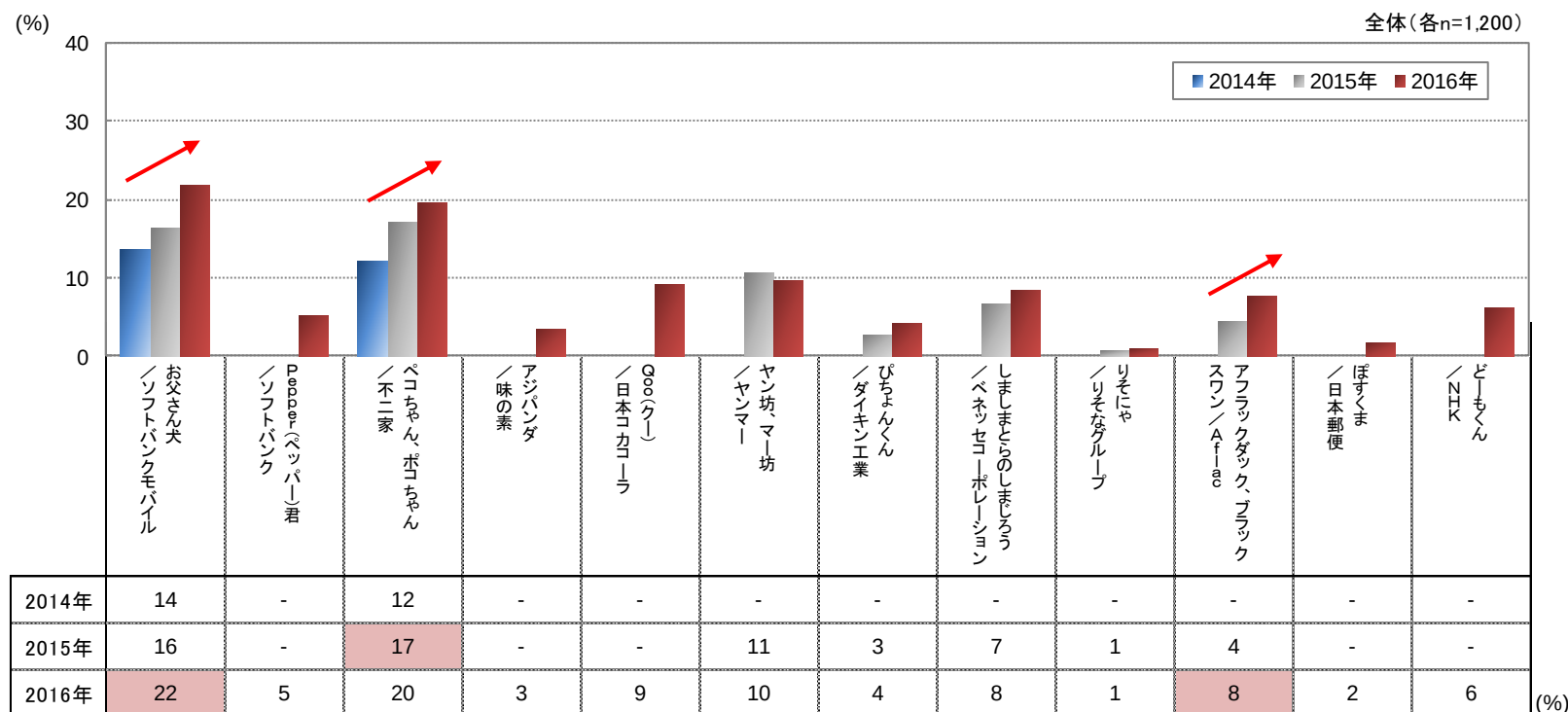


(注) ■ は前年より3ポイント以上高い、■ は3ポイント以上低い

「お父さん犬」「ペコちゃん、ポコちゃん」「アフラックダック、ブラックスワン」は好感度が前年から上昇。

■2014年からの時系列で企業キャラクターの好感度をみると、「お父さん犬」「ペコちゃん、ポコちゃん」「アフラックダック、ブラックスワン」は前年から好感度が上昇している。

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

年代により認知に差があり、古くから親しまれている「ヤン坊、マー坊」は若年層で認知が低く、「お父さん犬」などの新しいキャラクターは高齢層で認知が低い。

■認知度を性・年代別にみると、全般的には男性よりも女性で、高齢層よりも若年層で高い傾向がみられる。

■「ヤン坊、マー坊」は古くから親しまれているため50代や60代でも認知度が高い一方、男女とも20代以下では認知度が低い。

■「ペコちゃん、ポコちゃん」も男性20代以下で認知度が低い。

■「アフラックダック、ブラックスワン」は女性では50代以下で認知が高い一方、男性では30代でのみ認知が高い。

		n	お父さん犬 ／ソフトバンクモバイル	Pepper(ペパー)君 ／ソフトバンク	ペコちゃん、ポコちゃん ／不二家	アジパダ ／味の素	QooQoo ／日本コカコーラ	ヤン坊、マー坊 ／ヤンマー	びちよんくん ／ダイキン工業	しましまとらのしまじろう ／ベネッセコーポレーション	りそなや ／りそなグループ	アフラックダック、ブラック スワン／Aflac	ほすくま ／日本郵便	どーもくん ／NHK
認知度	全 体	1,200	75	47	84	30	65	78	27	63	8	64	15	52
	15～29才	112	88	65	77	35	78	56	22	71	13	64	11	51
	30代	97	91	63	90	36	85	85	42	82	8	77	11	57
	40代	109	83	63	84	28	76	90	37	68	4	68	12	53
	50代	92	75	48	86	24	68	86	28	57	4	68	9	54
	60代	109	56	17	72	6	26	76	14	24	5	38	6	30
	70代	77	40	9	55	6	9	62	1	9	1	29	3	27
	15～29才	108	92	72	95	61	91	61	41	89	18	81	25	73
	30代	97	94	69	97	58	95	82	51	96	18	90	29	76
	40代	105	90	52	93	47	87	84	35	82	8	83	26	57
	50代	91	78	52	89	35	78	91	27	77	13	73	22	55
	60代	113	65	32	88	12	49	87	13	58	4	65	9	50
	70代	90	41	13	72	7	26	69	6	33	3	24	10	37

(注)  : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

(%)

「ペコちゃん、ポコちゃん」「Qoo(クー)」は女性の好感度が高く、男性で低い。

■好感度を性・年代別にみると、年代別で差があるキャラクターと、男女で差があるキャラクターに分かれる。

■「ペコちゃん、ポコちゃん」「Qoo(クー)」は女性の好感度が高いのに対して、男性の好感度は低い。

■「ヤン坊、マー坊」は男性60代以上、女性60代で好感度が高い。また、「アジパンダ」は女性30代、40代で好感度が高い。

好感度			お父さん犬 ／ソフトバンクモバイル		P deeer (ペーパー)君 ／ソフトバンク		ペコちゃん、ポコちゃん ／不二家		アジパンダ ／味の素		Qoo(クー) ／日本コカコーラ		ヤン坊、マー坊 ／ヤンマー		ぴちくん ／ダイキン工業		しましまとらのしまじろう ／ベネッセコーポレーション		りそな ／りそなグループ		アフラックダック、ブラック スワン／Affac		ぼすくま ／日本郵便		どーもくん ／NHK	
	n																									
	全 体		1,200	22	5	20	3	9	10	4	8	1	8	2	6											
	男 性	15～29才	112	26	8	3	4	5	3	3	8	2	8	3	4											
		30代	97	21	4	14	2	4	8	2	5	0	2	0	5											
		40代	109	22	7	11	4	8	10	7	8	1	6	2	8											
		50代	92	21	7	17	2	7	11	1	4	0	9	0	5											
		60代	109	18	2	24	2	4	16	6	6	2	6	3	5											
		70代	77	12	1	9	1	3	16	0	4	0	6	0	3											
	女 性	15～29才	108	27	6	19	2	19	5	7	12	3	10	3	7											
30代		97	27	4	26	9	20	4	6	13	3	12	3	11												
40代		105	21	7	25	10	16	7	9	11	0	7	3	3												
50代		91	33	4	35	1	10	12	4	14	1	10	3	8												
60代		113	19	6	36	1	9	19	2	10	0	9	0	5												
70代		90	14	3	16	3	3	9	2	3	1	6	0	10												

(注) : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

(%)

「ペコちゃん、ポコちゃん」「しましまとらのしまじろう」は関東で認知度が高い。また、「ぴちゅくん」は企業本社が大阪であるためか、近畿で高い。

■認知度をエリア別にみると、全般的に北海道・東北、中国・四国・九州では認知度が低い。

■「ペコちゃん、ポコちゃん」「しましまとらのしまじろう」は、関東で認知度が高い。

■「ぴちゅくん」は企業本社が大阪であるためか、近畿で高い。

認知度		n	お父さん大 ソフトバンクモバイル	Peppermint ソフトバンク	不二家 ペコちゃん、ポコちゃん	アジパンダ 味の素	Qoo(クー) 日本コカコーラ	ヤン坊、マー坊 ヤンマー	ぴちゅくん ダイキン工業	しましまとらのしまじろう ベネッセコーポレーション	りそな りそなグループ	アフラックダック、ブラック スワン/Affac	ぼすくま 日本郵便	どーもくん NHK
	全 体	1,200	75	47	84	30	65	78	27	63	8	64	15	52
	北海道・東北	144	71	42	78	20	56	77	14	54	3	62	14	51
	関 東	432	78	51	89	34	69	76	28	69	12	68	16	53
	中部・北陸	192	76	46	84	30	66	82	29	63	6	64	19	56
	近 畿	192	79	51	86	32	67	77	41	66	8	69	12	45
	中国・四国・九州	240	68	43	76	27	61	78	20	58	6	55	10	54

(%)

(注) : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

エリア別では企業キャラクターの好感度に大きな違いはない。

■好感度をエリア別にみると、「ペコちゃん、ポコちゃん」は北海道・東北、中部・北陸で好感度が低いものの、全般的に大きな違いはない。

好感度																
		n	お父さん犬 ／ソフトバンクモバイル	Pepper(ペッパー)君 ／ソフトバンク	ペコちゃん、ポコちゃん ／不二家	アジパンダ ／味の素	Qoo(クー) ／日本コカコーラ	ヤン坊、マー坊 ／ヤンマー	びちよんくん ／ダイキン工業	しましまとらのしまじろう ／ベネッセコーポレーション	りそにや ／りそなグループ	アフラックダック、ブフラック スワン／Aflac	ぽすくま ／日本郵便	どーもくん ／NHK		
全 体		1,200	22	5	20	3	9	10	4	8	1	8	2	6		
地域別	北海道・東北	144	17	6	15	1	6	13	3	10	1	8	2	6		
	関 東	432	26	6	23	5	10	9	4	8	1	8	2	8		
	中部・北陸	192	20	3	14	3	8	7	3	9	1	7	2	3		
	近 畿	192	20	7	23	4	13	13	7	7	1	10	2	6		
	中国・四国・九州	240	20	4	18	2	8	9	4	8	1	6	0	5		

(%)

(%)

(注)  : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

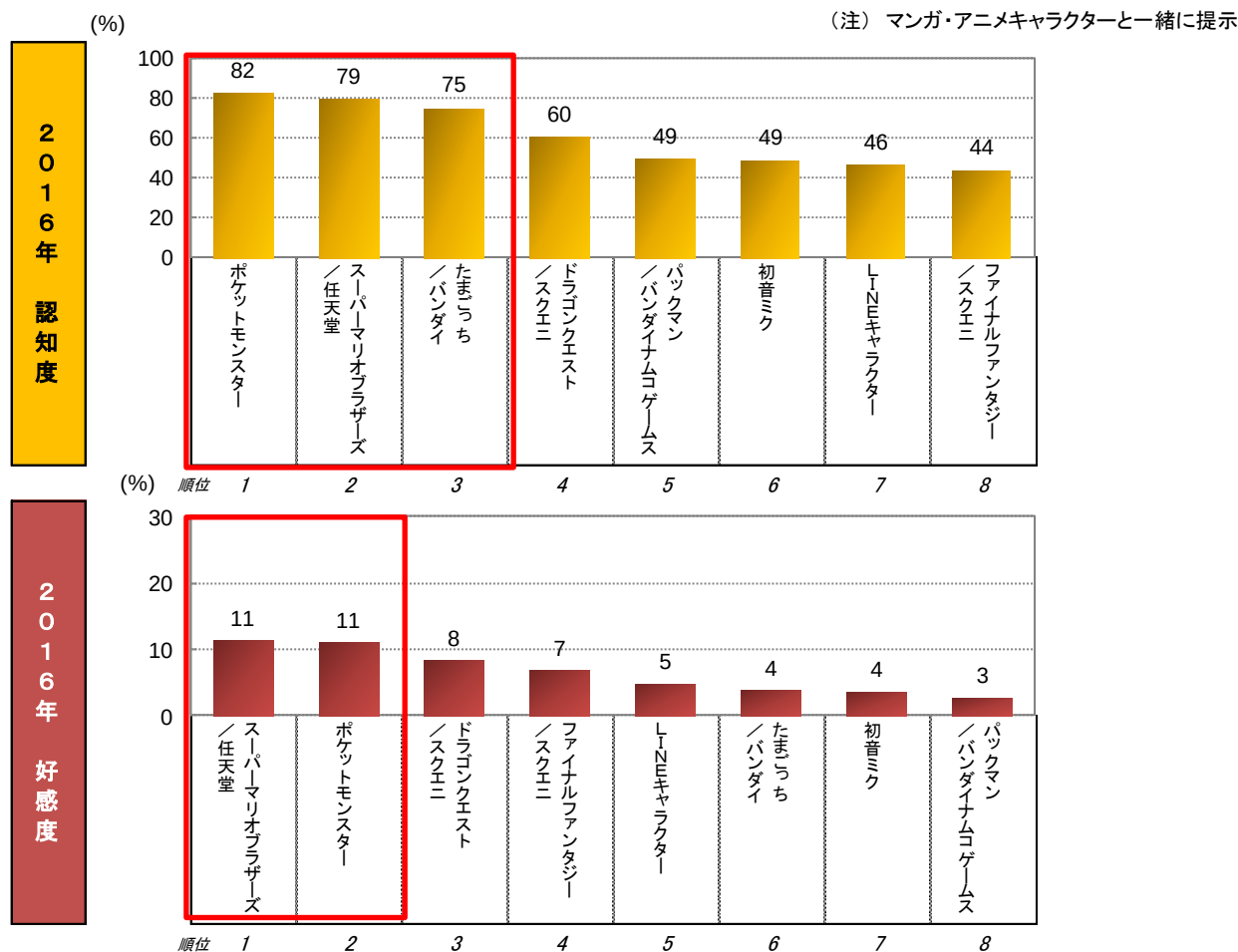
2. ゲームキャラ

「ポケットモンスター」「スーパーマリオブラザーズ」の認知度は高いが、好感度は1割程度。

- 認知度は、「ポケットモンスター」「スーパーマリオブラザーズ」「たまごっち」が75%以上と高い。
- 好感度は、「スーパーマリオブラザーズ」「ポケットモンスター」がともに11%。

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)



全キャラクター内での認知度ランキングをみると、ゲームキャラ内1位の「ポケットモンスター」で27位が最上位。
全キャラクター内での好感度ランキングでは、ゲームキャラ内1位の「スーパーマリオブラザーズ」でも35位と低め。

■96種類のキャラクターを提示した結果での認知度ランキングでは、「ポケットモンスター」が27位、「スーパーマリオブラザーズ」が30位、「たまごっち」が34位。

■好感度ランキングでは、「スーパーマリオブラザーズ」が35位、「ポケットモンスター」が36位、「ドラゴンクエスト」が50位で、認知度ランキングよりも順位が低くなっている。

認知度

	ゲームキャラ8 内ランキング	全96キャラ内 ランキング	認知度	
ポケットモンスター		27位	82%	
スーパーマリオブラザーズ		30位	79%	
たまごっち		34位	75%	
ドラゴンクエスト		4位	52位	60%
パックマン		5位	64位	49%
初音ミク		6位	65位	49%
LINEキャラクター		7位	68位	46%
ファイナルファンタジー		8位	69位	44%

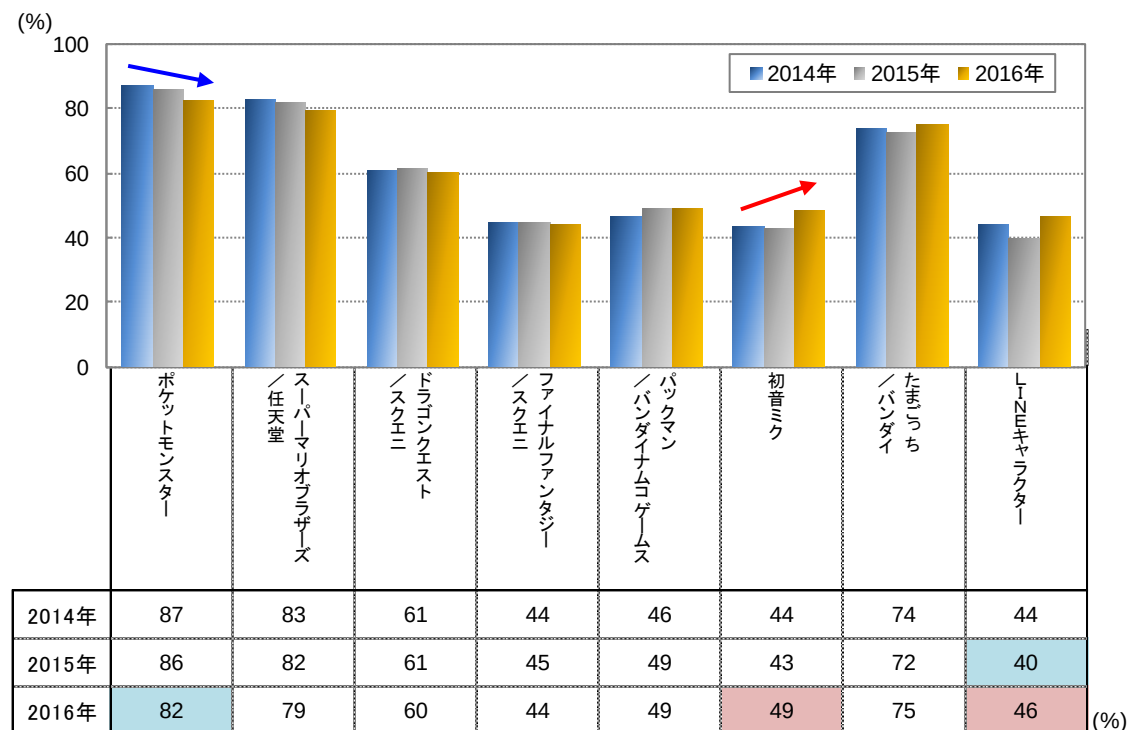
好感度

	ゲームキャラ8 内ランキング	全96キャラ内 ランキング	好感度	
スーパーマリオブラザーズ		35位	11%	
ポケットモンスター		36位	11%	
ドラゴンクエスト		50位	8%	
ファイナルファンタジー		4位	60位	7%
LINEキャラクター		5位	71位	5%
たまごっち		6位	79位	4%
初音ミク		7位	80位	4%
パックマン		8位	86位	3%

「初音ミク」と「LINEキャラクター」の認知度が前年から上昇。

■2014年からの時系列でゲームキャラクターの認知度をみると、「初音ミク」と「LINEキャラクター」の認知度は前年から上昇。

認知度

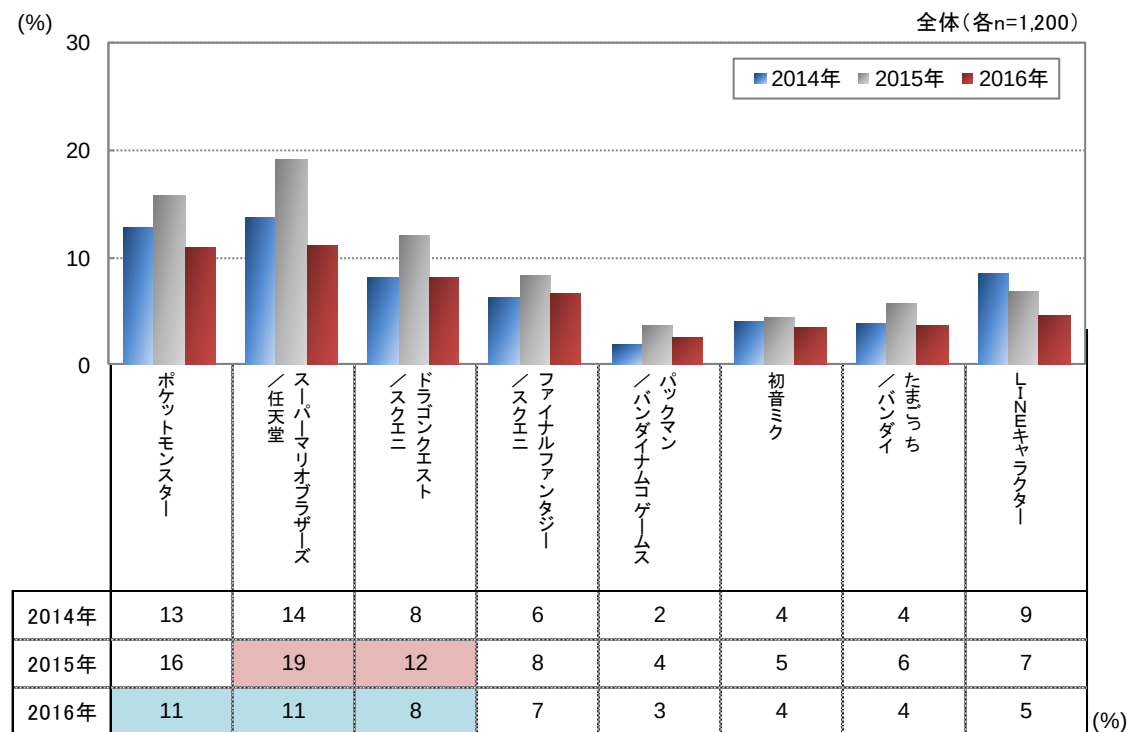


(注) は前年より3ポイント以上高い、 は3ポイント以上低い

いずれのゲームキャラクターも前年から好感度が低下。

■2014年からの時系列でゲームキャラクターの好感度をみると、「ポケットモンスター」「スーパーマリオブラザーズ」「ドラゴンクエスト」「LINEキャラクター」を始め、ほとんどのキャラクターで前年から好感度が低下。
(これは、今年ゲームキャラクターの提示位置を変更したことが影響しているかもしれない。)

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と一緒に聴取していたが、2016年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

全体的に、若年層で認知が高く、高齢層で認知が低い。

■認知度を性・年代別にみると、全般的に高齢層よりも若年層で高い傾向がみられる。

■「ポケットモンスター」は男性40代以下、女性50代以下、「スーパーマリオブラザーズ」は男女とも40代以下、「ドラゴンクエスト」と「ファイナルファンタジー」は男性30代、「たまごっち」は男性30代と女性30代以下で、それぞれ90%以上の認知がある。

		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	パックマン ／バンダイナムコゲームス	初音ミク	たまごっち ／バンダイ	LINEキャラクター
全 体		1,200	82	79	60	44	49	49	75	46
男性	15～29才	112	93	91	86	75	75	79	82	75
	30代	97	96	98	96	90	85	77	94	73
	40代	109	90	90	82	68	72	60	79	55
	50代	92	80	85	53	40	61	40	71	29
	60代	109	59	61	38	15	22	20	53	7
	70代	77	45	36	26	5	9	5	34	0
	70代	77	45	36	26	5	9	5	34	0
女性	15～29才	108	96	94	72	62	64	77	92	87
	30代	97	94	92	79	60	57	58	90	75
	40代	105	94	90	64	42	58	58	89	75
	50代	91	91	85	56	34	41	51	86	43
	60代	113	81	74	40	18	25	30	73	12
	70代	90	58	43	19	6	10	11	48	7
	70代	90	58	43	19	6	10	11	48	7

(注)  : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

(%)

性・年代によって好感度の高いキャラクターは異なる。

■好感度を性・年代別にみると、「ポケットモンスター」は男女とも20代以下と女性50代、「スーパーマリオブラザーズ」は男性30代以下、「ドラゴンクエスト」は男性40代以下、「ファイナルファンタジー」は男性30代以下、「初音ミク」と「たまごっち」は女性20代以下、「LINEキャラクター」は女性30代、40代で、それぞれ好感度が高い。

		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	パックマン ／バンダイナムコゲームス	初音ミク	たまごっち ／バンダイ	LINEキャラクター
全 体		1,200	11	11	8	7	3	4	4	5
男 性	15～29才	112	22	18	14	16	3	6	2	8
	30代	97	8	26	32	27	4	2	2	6
	40代	109	8	14	16	7	7	3	1	4
	50代	92	7	7	3	1	1	3	1	0
	60代	109	2	8	5	4	2	3	4	4
	70代	77	6	12	0	0	1	1	1	0
女 性	15～29才	108	23	14	8	8	4	15	9	8
	30代	97	10	10	7	10	2	4	5	10
	40代	105	9	7	3	3	4	1	4	10
	50代	91	16	8	3	0	1	2	4	2
	60代	113	11	8	3	0	0	0	5	0
	70代	90	6	2	1	1	2	1	4	1

(注)  : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

(%)

「スーパーマリオブラザーズ」「ドラゴンクエスト」は近畿で認知度が高い。また、「ファイナルファンタジー」「初音ミク」は関東で高い。

■認知度をエリア別にみると、一般的に北海道・東北、中国・四国・九州では認知度が低い。

■「スーパーマリオブラザーズ」「ドラゴンクエスト」は、近畿で認知度が高い。

■「ファイナルファンタジー」「初音ミク」は、関東で認知度が高い。

認知度			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	バックマン ／バンダイナムコゲームス	初音ミク	たまごっち ／バンダイ	LINEキャラクター
		N								
	全 体	1,200	82	79	60	44	49	49	75	46
	地域別	北海道・東北	78	73	51	37	44	40	67	34
		関 東	86	84	64	50	54	55	79	49
		中部・北陸	83	80	58	43	51	49	76	50
		近 畿	87	85	67	46	53	46	77	49
		中国・四国・九州	75	69	55	35	40	42	70	44

(%)

(注)  : 全体より5ポイント以上高い、 : 5ポイント以上低い

エリア別のゲームキャラクターの好感度に大きな違いはない。

■エリア別にみても、好感度に大きな違いはない。

		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 イ タ ジ ー / ス ク エ ニ	パ ッ ク マ ン / バ ン ダ イ ナ ム ゲ ー ム ス	初 音 ミ ク	た ま ご う ち / バ ン ダ イ	ト ー ン キ ャ ラ ク タ ー
好 感 度	全 体	1,200	11	11	8	7	3	4	4	5
	北海道・東北	144	12	12	6	6	1	2	5	5
	関 東	432	11	14	10	8	4	5	3	6
	中部・北陸	192	9	6	7	7	2	2	4	3
	近 畿	192	11	15	9	6	4	4	3	5
	中国・四国・九州	240	12	6	6	6	1	3	4	3

(%)

(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

調査期間

- 2016年10月調査 2016/10/5 ～ 2016/10/17（過去調査は2014年、2015年いずれも10月に実施）

分析サンプル数

【性別】

男 性	596
女 性	604

【エリア別】

北海道・東北	144
関 東	432
中部・北陸	192
近 畿	192
中国・四国・九州	240

【年代別】

男性 15～29才	112
30～39才	97
40～49才	109
50～59才	92
60～69才	109
70～79才	77
女性 15～29才	108
30～39才	97
40～49才	105
50～59才	91
60～69才	113
70～79才	90

(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、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60代以上の対象者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。**