

報道関係者各位

2007年9月13日  
株式会社ジャパン通信社  
株式会社ワイズワークスプロジェクト  
ニホンモニター株式会社

**イチロー選手 7年連続 200本安打達成 広告効果は26億円!!!**

～広告効果測定第6弾～

新聞・雑誌合計2,000媒体の調査/分析を行っている株式会社ジャパン通信社（東京都中央区、代表取締役社長：鈴木和夫）、インターネット情報の調査/分析を行う株式会社ワイズワークスプロジェクト（東京都台東区、代表取締役社長：鍋島日之樹）、TV放送の総合調査/分析を行うニホンモニター株式会社（東京都港区、代表取締役社長：葦沢美樹）の3社は共同で、広告効果測定の第6弾として『イチロー選手 7年連続 200本安打達成(9/4、9/5)』のメディア露出広告効果測定を行った。

日本が誇る安打製造機、マリナーズのイチロー選手が7年連続の200安打の偉業を成し遂げた。その上記念すべき200安打目はヤンキースのクレメンス投手からの一発であった。数日前から各メディアがカウントダウンをしながら見守っていた200本安打達成のニュースの広告効果金額は、**26億6061万2696円**となった。内訳は**新聞・雑誌 8億2742万7521円**、**TV 17億597万6775円**、**WEB 1億2720万8400円**となっている。

**【 スポーツ選手としての純粋なメディア注目度はNo1 】**

	合計	新聞・雑誌	TV	WEB
イチロー200本安打	2,660,612,696	827,427,521	1,705,976,775	127,208,400
ダルビッシュ婚約	2,613,292,604	222,911,432	2,318,777,772	71,603,400
イチローMVP	6,378,575,378	1,098,021,236	5,084,907,510	195,646,632

常に進化し続け、記録を塗り替えていくイチロー選手。もはや200本安打は当たり前のように世間では思われているが、それは並大抵のことではない。そして今年、メジャー史上3人目となる7年連続200本安打を成し遂げた。200安打目が現役最多勝投手クレメンスからのアーチ、チームの連敗をストップさせたことなど、様々な要素が加わり、各メディアが大きく取り上げた。

先日行ったダルビッシュ有投手のお立ち台での婚約発表のニュースと比較してみると、合計では奇しくも同額ほどの26億円超という結果になったが、その内訳は大きく違っている。新聞・雑誌は倍以上、WEB上でも倍近くもイチロー選手のメディア露出度が多い。ダルビッシュ投手が芸能ニュースでも取り上げられていたことを考えると、純粋にスポーツの話題だけでここまでの数字をはじき出したのは、いかに多くのメディアが連続200本安打達成の記録に注目していたかがわかる。

ちなみに、米大リーグでMVPをとったときのイチロー選手の広告効果金額とあわせると、**90億3918万8074円**となる。2つの偉大なる記録を打ち立てたとはいえ、ここまでの注目を集めるイチロー選手は、やはり類まれなるスーパースターであろう。

#### 『概要』

調査対象案件	『イチロー選手7年連続200本安打達成』のメディア露出広告効果測定		
調査対象期間	9/4～9/5（新聞・雑誌）		
	9/4～9/5（WEB）		
	9/4～9/5（TV）		
調査対象媒体	全国紙	23紙	279版（東京本紙5紙,地方本紙18紙,,地方版279版）
	スポーツ紙	27紙	
	地方紙	107紙	
	その他の新聞	429紙	
	雑誌	1,135誌	
	WEB	国内主要ニュースサイト：600サイト	
	TV	東京キー局6局(NHK、NTV、TBS、CX、EX、TX)	