

## 東京読売巨人軍5年ぶりのリーグ優勝は63億円の広告効果！ ～広告効果測定第7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(所在地: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(所在地: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(所在地:東京都港区、代表取締役社長:葦沢 美樹)の3社は共同で、広告効果測定第7弾として『東京読売巨人軍5年ぶりのリーグ優勝(10月2日)』のメディア露出広告効果測定を行った。

5年ぶり31度目のセ・リーグ制覇を決めた巨人。本拠地東京ドームで試合が行われた10月2日は実数発表で最高となる4万6260人も観客を集め、逆転サヨナラ勝ちでリーグ優勝を果たした。一方、その優勝の瞬間を地上波中継するTV局は無く、以前から人気低迷がささやかれてもいた巨人。リーグ優勝を決めた10月2日と翌日10月3日のメディアの露出度に注目してみた。

### 《巨人優勝の広告効果は63億円以上!!》

優勝した10月2日(WEB、TVのみ)と翌日10月3日の調査期間での広告費用換算金額は**63億7177万6725円**となった。内訳は、新聞・雑誌**19億7869万4014円**、WEB**2億6828万1200円**、TV**41億2480万1511円**となっている。

特に新聞・雑誌は過去6回の調査と比べても驚異的な数字となっている。イチロー選手が日本人選手初のMVPを獲得した「第78回MLBオールスター」(広告効果測定第3弾)での最高額26億6171万634円(調査期間は11日間)や日米大学野球選手権で活躍した斉藤祐樹投手(広告効果測定第2弾)での21億4499万7527円(調査期間は11日間)に迫る金額を10月3日のわずか1日のみで出した。

	調査期間	新聞・雑誌	TV	WEB
斉藤祐樹投手①	7日	1,628,581,796	-	-
斉藤祐樹投手②	11日	2,144,997,527	7,755,750,319	357,588,000
MLBオールスター	11日	2,661,710,634	7,431,579,036	413,047,800
巨人リーグ優勝	1日	1,978,694,014	4,124,801,511	268,281,200

※斉藤祐樹投手①は『全日本大学野球選手権大会』 ②は『日米大学野球選手権大会』の換算金額

### ●巨人人気は不減だった!?

かつての栄光は影を潜め、巨人はここ数年優勝争いに加わることがなく、観客動員数も阪神タイガースに1位の座を奪われていた。人気実力ともに低迷気味ではあったが、今回の広告効果測定の結果、メディアの露出度は依然衰えてはいないものとなった。今シーズンからセ・リーグもプレイオフ制度を導入し、近年にない熾烈な優勝争いが繰り広げられていただけに、巨人優勝というニュースは世の中の注目を一心に集めていたニュースだったと言ってよいだろう。今後、クライマックスシリーズ、日本シリーズを制し日本一となった場合、さらなる注目を集めることは間違いないだろう。

『調査概要』

調査対象案件	東京読売巨人軍 5 年ぶりのリーグ優勝のメディア露出広告効果測定
調査対象期間	10 月 3 日 (新聞・雑誌) 10 月 2 日～10 月 3 日 (WEB) 10 月 2 日～10 月 3 日 (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)