

WBC フライ級タイトルマッチ 「国民の期待」は37億円！

内藤大助 vs 亀田大毅戦編 ～広告効果測定第8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8弾として『WBC フライ級タイトルマッチ 12回戦：内藤大助 vs 亀田大毅(10/11)』のメディア露出広告効果測定を行った。

WBC フライ級タイトルマッチ:内藤大助(宮田) vs 亀田大毅(協栄)戦が有明コロシアムで行われた。以前より両陣営の舌戦が繰り広げられ、ボクシングファンのみならず多くの人々の注目を集めた試合結果は内藤選手が3-0の判定勝ち。あのボンサクレック選手からベルトを奪った苦労人の内藤選手、片やその言動で注目と非難を浴びる亀田家との一戦に注目をしてみた。

《各メディアで話題独占！37億387万8258円》

	新聞・雑誌	TV	WEB
内藤 vs 大毅戦	871,802,732	2,592,592,326	239,483,200
ダルビッシュ有投手婚約発表	222,911,432	2,318,777,772	71,603,400

以前行った「ダルビッシュ有投手の婚約発表」調査と比べても大幅に上回る換算金額になった。新聞・雑誌報道にいたっては約4倍近くの開きになった。スポーツ紙各誌は勿論のこと、全国紙・地方紙でも大々的に取り上げられ、また日程的にもプロ野球のクライマックスシリーズの合間に試合が組まれたことも大きな要因と考えられる。WEB上での報道も約3倍の差が出た。ポータル系のニュースサイトや新聞社各社のサイトに多く掲載されたことが要因と考えられる。戦前「国民の期待に応えます!」と宣言し、プレッシャーの掛かるなか初防衛戦で勝利を収め37億円超の換算金額を算出した内藤選手。各メディアとも試合内容と共に大毅選手の反則行為も大きくクローズアップされた形で報道され、もし対戦相手が大毅選手でなければここまでの換算金額にはならなかったであろうと容易に推測できる。こと日本におけるボクシングを取り巻く状況を考えれば一戦で37億円という換算金額は大きなインパクトを与えると同時に亀田家がボクシング界の「諸刃の剣」的な存在であるということが改めて実証される結果となった。

『概要』

調査対象案件 『WBC フライ級タイトルマッチ：内藤大助 vs 亀田大毅』戦のメディア露出広告効果測定

調査対象期間 10/12 （新聞・雑誌）

10/11~12 （WEB）

10/11~12 （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)