

CATS

市場概況レポート^{プラス}

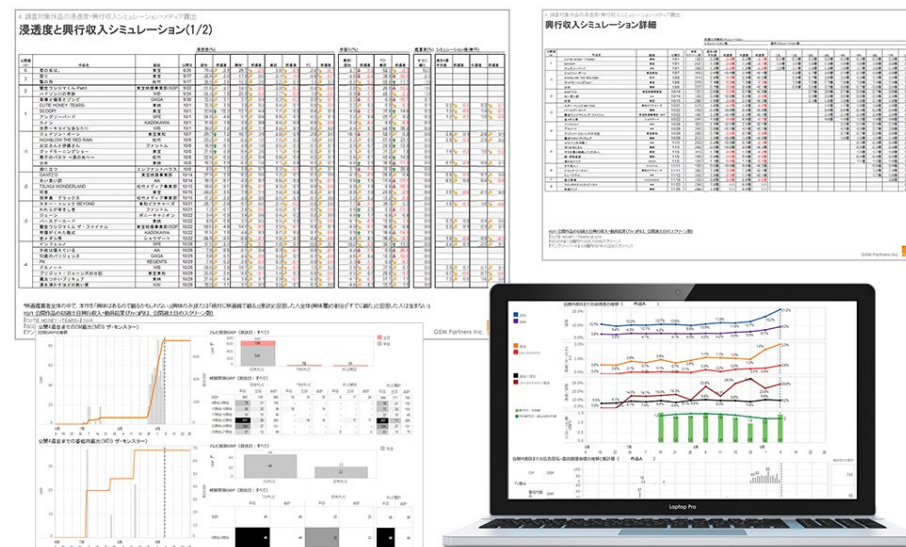
劇場公開に向けて宣伝中の作品の認知や鑑賞意欲といった市場における浸透状況や公開初週土日の興行収入シミュレーション、TV露出量、劇場予告編到達率、デジタル露出状況などを毎週トラッキング。

興行会社様や主要な配給会社様のほぼ全社でご活用いただいている、
業界のスタンダード・レポートです。

CATS ・ BIRDS ・ DOGS ・ PANDA

Cinema Analytical Tracking Survey

映画製作・興行・配給・宣伝向け分析サービス



劇場公開映画の宣伝状況を俯瞰する業界スタンダード・レポート

CATS市場概況レポート+ (プラス)

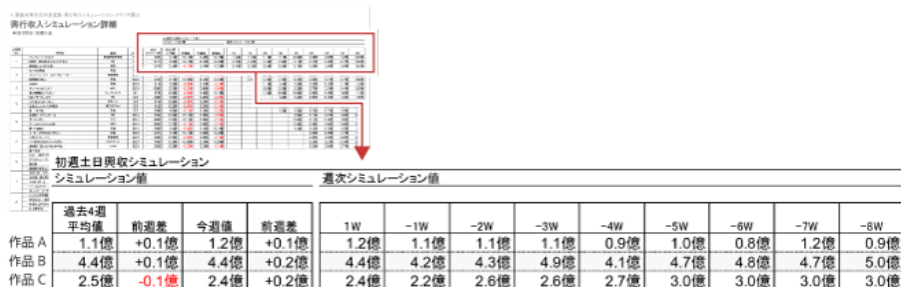
劇場公開に向けて宣伝中の作品の認知や鑑賞意欲といった市場における浸透状況や、公開初週土日の興行収入シミュレーション、テレビ露出量、劇場予告編到達率、デジタル露出状況などを毎週トラッキング。興行会社様や主要な配給会社様のほぼ全社でご活用いただいている**業界のスタンダード・レポート**です。

宣伝効果の指標！ 同時期公開作品の浸透度比較



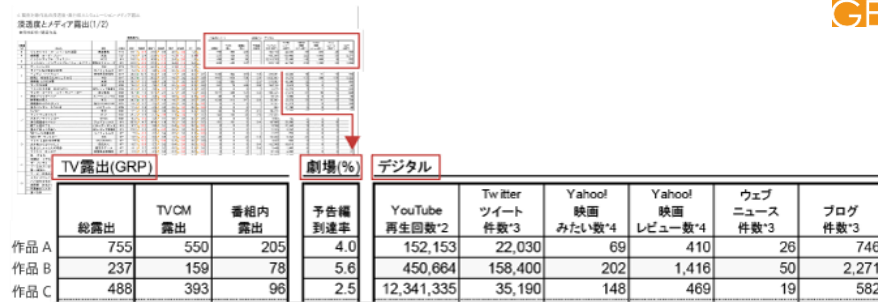
公開12週前（一部、8週前）から公開週にかけて、対象作品がどの程度市場に浸透しているかを「認知」「興味」「意欲」「FC（ファーストチョイス）」の軸で調査。週次でお届けするタイムリーなデータにより、宣伝の効果測定としてご活用いただけます。

公開初週土日の興行収入を毎週シミュレート



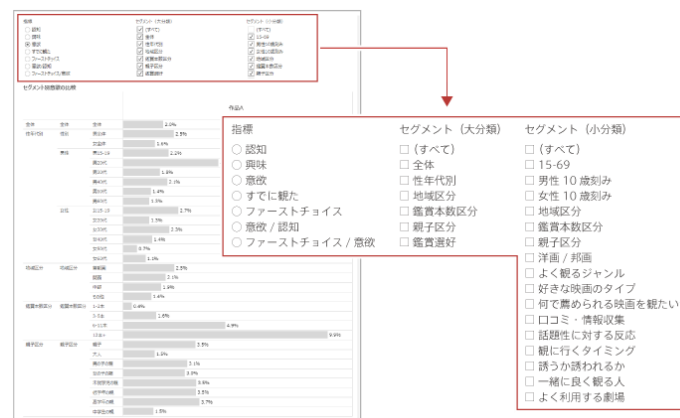
100スクリーン以上で公開される作品は、公開8週前から公開週にかけて毎週、**公開初週土日の興行収入シミュレーション値**をレポート。宣伝施策の目標値としてご活用いただけます。

メディア露出量（デジタル、テレビ露出、劇場予告編）



TV、劇場予告編に加え、**デジタル媒体のメディア露出量**を掲載。各指標の前週差もご確認いただけるため、宣伝プランの予算実績差異の検証が可能となります。

オンライン版ならセグメント別分析も可能 ※オプションになります



オプションとして「**オンライン版 ライト**」と「**オンライン版 ベーシック**」の2つのプランをご用意。通常のPDFレポートに加え、オンラインツールをご利用いただくことで、作品ごとの浸透度推移や各種指標をセグメント別（性年代別等）に分析いただけます。

購読料

年間：3,300,000円（税込）／単月：412,500円（税込）

※オンライン版の価格についてはお問い合わせください

① 宣伝効果の指標！ 同時期公開作品の浸透度比較

公開12週前（一部、8週前）から公開週にかけて、対象作品がどの程度市場に浸透しているかを「認知」「興味」「意欲」「FC（ファーストチョイス）」の軸で調査。週次でお届けするタイムリーなデータにより、宣伝が効率的に行われているかを測る指標としてご活用いただけます。

4. 調査対象作品の浸透度・興行収入シミュレーション・メディア露出
浸透度と興行収入シミュレーション(1/2)
※対象作品：公開作品

公開日	公開週	認知 (%)					興味 (%)					意欲 (%)					FC (%)					浸透度 (%)				
		認知	前週差	興味	前週差	意欲	前週差	FC	前週差	浸透度	前週差	認知	前週差	興味	前週差	意欲	前週差	FC	前週差	浸透度	前週差					
2017.07.14	1	61.1	-0.5	21.6	0.0	2.9	-0.4	1.4	-0.1	4.8	-0.6	48.1	1.9	7.3												
2017.07.21	2	71.8	2.4	23.9	-2.1	4.5	-1.2	3.1	-1.0	6.3	-2.0	68.8	-3.5	10.1												
2017.07.28	3	51.6	-0.8	18.9	-1.2	2.4	-0.8	1.1	-0.4	4.6	-1.5	46.4	0.4	3.6												

作品名	浸透度 (%)				歩留り (%)				鑑賞者 (%)
	認知	前週差	興味*	前週差	意欲	前週差	FC	前週差	
作品 A	61.1	👇 -0.5	21.6	👆 0.0	2.9	👇 -0.4	1.4	👇 -0.1	意欲/認知: 4.8 👇 -0.6, FC/意欲: 48.1 👆 1.9, すでに観た: 7.3
作品 B	71.8	👆 2.4	23.9	👇 -2.1	4.5	👇 -1.2	3.1	👇 -1.0	意欲/認知: 6.3 👇 -2.0, FC/意欲: 68.8 👇 -3.5, すでに観た: 10.1
作品 C	51.6	👇 -0.8	18.9	👇 -1.2	2.4	👇 -0.8	1.1	👇 -0.4	意欲/認知: 4.6 👇 -1.5, FC/意欲: 46.4 👆 0.4, すでに観た: 3.6

初週土日100スクリーン以上の作品：公開12週前からODS作品を除く全ての作品。
初週土日100スクリーン未満の作品：公開8週前から諸条件に鑑みて選択し調査（原則10scr以上が調査対象）。

調査対象作品

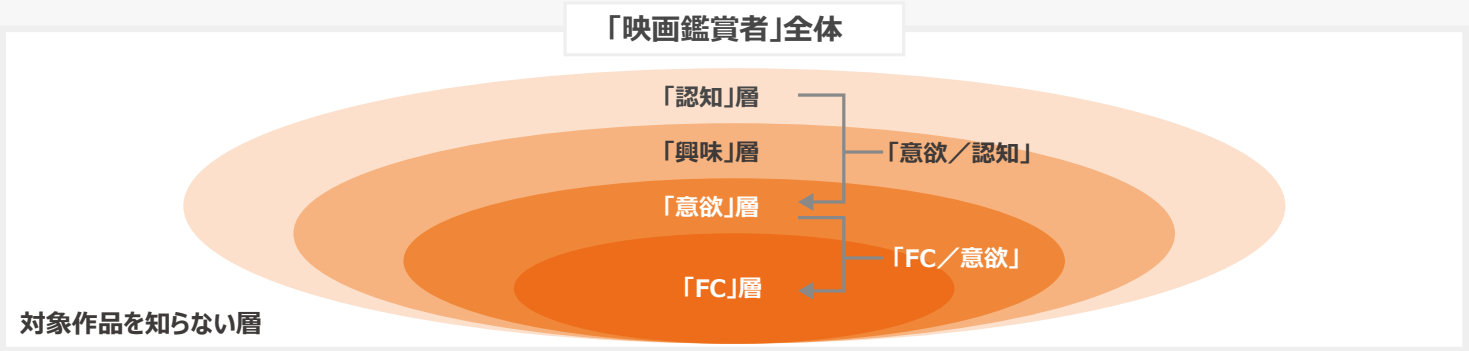
公開週まで

公開後2週目以降

浸透度 用語解説

※「映画鑑賞者」は、過去1年間に映画館で1本以上映画を観た人

浸透度	認知	映画観賞者全体の中で、対象作品のタイトルを「知っている」と回答した人の割合。
	興味	映画観賞者全体の中で、対象作品を「興味はあるので観るかもしれない」（興味のみ）または、「絶対に映画館で観る」（意欲）と回答した人全体（興味層）の割合。 「すでに観た」と回答した人は含まない。
	意欲	映画観賞者全体の中で、対象作品を「絶対に映画館で観る」と回答した人の割合。 「すでに観た」と回答した人は含まない。
	FC ※ファーストチョイス	映画観賞者全体の中で、対象作品を「最も映画館で観たい」と回答した人の割合 （鑑賞意欲がある、即ち「絶対に映画館で観る」と回答した作品が複数ある場合、その中から1つ選択）
歩留り	意欲/認知	対象作品の認知層の中で、同作を「絶対に映画館で観る」と回答した人の割合
	FC／意欲 ※FC＝ファーストチョイス	対象作品の意欲層の中で、同作を「最も映画館で観たい（FC）」と回答した人の割合
鑑賞者	すでに観た	映画観賞者全体の中で、アンケート回答時までに本作を「映画館で観た」と回答した人の割合 （本作の公開週以降のみ調査を実施）
当該週の鑑賞意向	VC ※ビューイングチョイス	映画鑑賞者全体の中で、本作を調査実施の土・日曜から次の金曜までの1週間に「劇場で鑑賞する」と回答した人の割合
予告編鑑賞者	劇場予告編到達率	映画鑑賞者全体の中で、各作品の予告編を「直近1週間に映画館で観た」と回答した人の割合



調査対象作品	初週土日100スクリーン以上で公開される作品 ・初週土日のスクリーン数は各社へのヒアリング、公式ホームページ、もしくは過去作品を参考に設定したスクリーン数を前提として評価。 （各社様のスクリーン数に修正があればご連絡ください）
--------	---

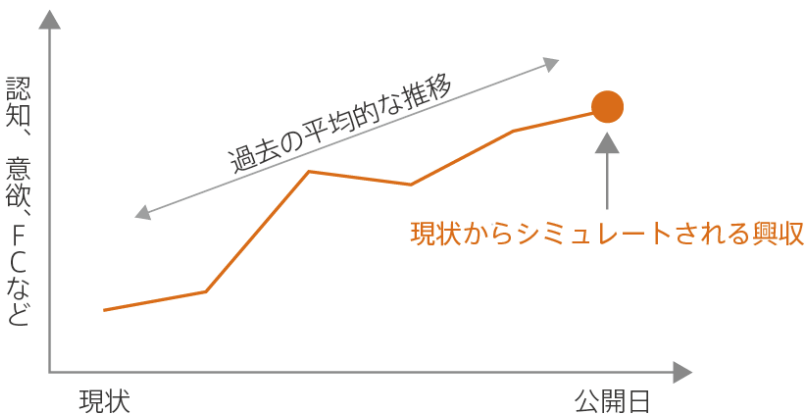
初週土日興収シミュレーション				週次シミュレーション値								
シミュレーション値												
過去4週 平均値	前週差	今週値	前週差	1W	-1W	-2W	-3W	-4W	-5W	-6W	-7W	-8W
1.1億	+0.1億	1.2億	+0.1億	1.2億	1.1億	1.1億	1.1億	0.9億	1.0億	0.8億	1.2億	0.9億
4.4億	+0.1億	4.4億	+0.2億	4.4億	4.2億	4.3億	4.9億	4.1億	4.7億	4.8億	4.7億	5.0億
2.5億	-0.1億	2.4億	+0.2億	2.4億	2.2億	2.6億	2.6億	2.7億	3.0億	3.0億	3.0億	3.0億

「シミュレーション」と「予測」の違い

シミュレーション

現状の指標から、公開週に向け、過去作品から平均的な市場浸透の推移をした場合の平均的な興収です。過去作品を洋画、邦画、その他複数の分類軸でグループ分けし、それぞれについて平均的な推移を評価しています。また、現状の意欲の全体指標だけでなく、認知、興味、ファーストチョイスに加え、セグメント別の数値を加味して評価しています。

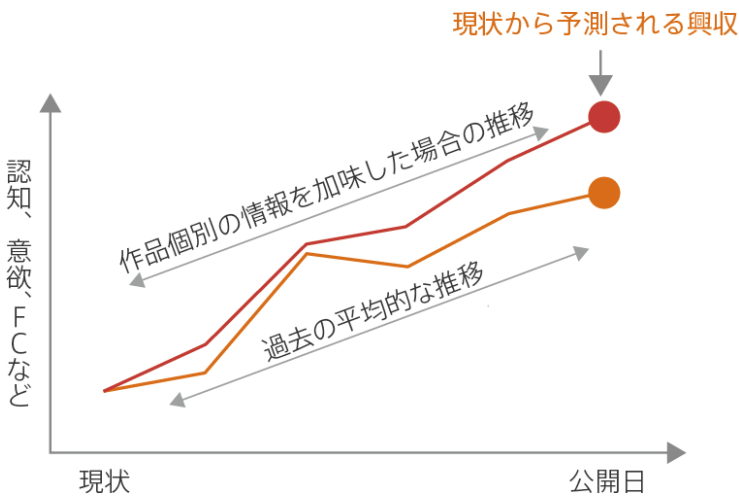
つまり、シミュレーション値は、各作品の今後予定される特別なプロモーションや露出などの特殊要因は加味されていません。もし対象作品が過去平均を超えて指標が上昇した場合は、シミュレーション値も上昇し、逆に下回るペースの場合は、シミュレーション値が低下します。



予測

現状の指標に対し、作品個別の要素を勘案した市場浸透の推移を想定した場合の興収です。作品のPA費、TV・ネットの配分などの作品ごとのプロモーション施策や露出に関する情報、上映時間・回数などの興行情報を踏まえ、過去平均と異なる要素を加味した評価をします。

つまり、「シミュレーション」が過去平均の推移をすると、どの程度か評価しているのに対し、「予測」では過去平均に対しどの程度異なるかを評価することになります。そのため、両者は異なる値になることが一般的です。
※現状のCATSでは実施しておりません



調査対象作品のYouTubeの再生回数、Twitterのツイート回数、Yahoo!映画（みたい数、レビュー数）、ウェブニュース件数、ブログ件数を集計。

デジタル

YouTube 再生回数*1	前週差	Twitter ツイート 件数*2	前週差	Yahoo! 映画 みたい数*3	前週差	Yahoo! 映画 レビュー数*3	前週差	ウェブ ニュース 件数*2	前週差	ブログ 件数*2	前週差
152,153	-1,366	22,030	-1,120	69	20	410	20	26	15	746	-23
450,664	-425,280	158,400	-8,780	202	-45	1,416	25	50	-21	2,271	-9
12,341,335	6,001,392	35,190	-7,430	148	-28	469	-8	19	-11	582	-100
994,133	388,944	44,740	47,530	248	20	1,399	54	25	46	1,954	549

詳細

YouTube再生回数

Twitterツイート数
ウェブニュース数
ブログ件数

Yahoo!映画
(みたい数、レビュー数)

各配給会社、各劇場※、シネマトゥデイ、ムービーウォーカー、および各作品の公式ホームページに掲載されている特報、予告編などの動画からリンクが張られている日本国内向けYouTubeチャンネルの公開動画の合計再生回数。限定公開の動画再生回数は含みません。

(※集計対象劇場：イオンシネマ、109シネマズ、コロナワールド、シネマサンシャイン、ティ・ジョイ、TOHOシネマズ、ユナイテッド・シネマ)

注意事項：2019年6月25日以前の各劇場公式チャンネルの動画再生回数は、システム制限上、動画公開日からの日割りで再生数をカウントしておりますので、読み取りにご注意ください。

作品タイトルの一般性、関連コンテンツの有無により大きく傾向が異なるため、作品間の比較には注意が必要。各作品におけるトレンドがより重要な指標となります。

件数は、当該週に獲得した数よりも、削除された数が多い場合、マイナスの数値となる。

③メディア露出量（デジタル、テレビ露出、劇場予告編）

興行（ロードショー）に分類される作品のTVCMだけでなく、番組内露出のシェアとGRPもカバー。
さらに、作品毎にTV局別（NHK、日本テレビ、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビ）のGRPも掲載。

5. TVCM露出・番組内露出分析（本一局及NHK）
作品別GRP露出量分析(1/2)

作品名	総露出 (15秒換算)	TVCM 露出 (15秒換算)	TV局別					番組内 露出 (15秒換算)	TV局別				
			日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ		NHK総合	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京
1. ジェノバリブ	715	231	152	0	217	0	182	114	205	0	154	15	3
2. 劇場版 名探偵コナン	61	0	0	0	0	0	0	0	78	0	2	0	64
3. インテリジェント・ウォーマー	51	0	0	0	0	0	0	0	96	0	12	0	0
4. ミュージカル・シネマ・ファンタジー	49	0	0	0	0	0	0	0	147	0	17	0	0
5. オールスターズ	35	0	0	0	0	0	0	0	97	0	10	0	0
6. ランニング・オブ・ザ・ナイト	30	0	0	0	0	0	0	0	94	0	11	0	0
7. ベンゴ・パワーズ	28	0	0	0	0	0	0	0	84	0	11	0	0
8. 劇場版 名探偵コナン	26	0	0	0	0	0	0	0	117	0	12	0	0
9. 劇場版 名探偵コナン	25	0	0	0	0	0	0	0	99	0	11	0	0
10. 劇場版 名探偵コナン	23	0	0	0	0	0	0	0	18	0	0	0	0
11. サッカー・ワールド・カップ・ハイパー・ゲーム	20	0	0	0	0	0	0	0	47	0	5	0	0
12. 劇場版 トライビッツ	19	0	0	0	0	0	0	0	62	0	0	0	0
13. 劇場版 トライビッツ	18	0	0	0	0	0	0	0	91	0	0	0	0
14. 劇場版 トライビッツ	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15. 劇場版 トライビッツ	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16. 劇場版 トライビッツ	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17. 劇場版 トライビッツ	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18. 劇場版 トライビッツ	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19. 劇場版 トライビッツ	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20. 劇場版 トライビッツ	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21. 劇場版 トライビッツ	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22. 劇場版 トライビッツ	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23. 劇場版 トライビッツ	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24. 劇場版 トライビッツ	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25. 劇場版 トライビッツ	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26. 劇場版 トライビッツ	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27. 劇場版 トライビッツ	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28. 劇場版 トライビッツ	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29. 劇場版 トライビッツ	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30. 劇場版 トライビッツ	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
36. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
39. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
48. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
49. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
51. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
53. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
54. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
55. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
56. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
59. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
60. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
61. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
62. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
63. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
64. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
65. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
66. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
69. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
79. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
84. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
85. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
86. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
87. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
88. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
90. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
91. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
92. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
93. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
94. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
95. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
96. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
97. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
98. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
99. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
100. 劇場版 トライビッツ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

作品名	総露出	TVCM 露出	TV局別					露出 回数 (15秒 換算)
			日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ	
作品 A	755	550	152	0	217	0	182	114
作品 B	237	159	0	0	0	0	159	27
作品 C	488	393	314	0	6	6	67	66
合計	1480	1102	466	0	223	6	406	207

番組名	番組内 露出	TV局別				
		NHK総合	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京
劇場版 トライビッツ	205	0	154	15	33	0
劇場版 トライビッツ	78	0	2	0	12	0
劇場版 トライビッツ	96	0	2	0	87	0
合計	379	0	158	15	132	0

調査対象作品	TVCM	本レポートでの調査有無にかかわらず「興行（ロードショー）」に分類されるすべての作品。
	TV番組	本レポートの調査作品。ただし、露出量シェアの算出においては、公開後に調査対象外となった場合でも4週目までは集計。

③メディア露出量（デジタル、テレビ露出、劇場予告編）

4つの切り口で劇場予告編到達率を集計。

- ・劇場予告編の総上映数における各作品の推定シェア(上位75%に入る作品)
- ・劇場予告編の総上映数における各作品の推定シェアと予告編到達率
- ・劇場予告編到達者が過去1週間に劇場で観た作品の割合
- ・過去1週間に鑑賞した映画作品毎に観た劇場予告編の割合



	予告編 到達率 シェア	予告編 到達率
作品 A	7.7%	5.6%
作品 B	7.3%	5.3%
作品 C	7.0%	5.0%

調査対象作品

- 今後公開となる初週土日100スクリーン以上と想定される以下の条件に合致する作品（公開12週以前であっても聴取を実施）。
- ・弊社にて劇場予告編の上映が確認できた作品。
 - ・特報・予告編がオフィシャルHP等で公開された作品（ただし、特報・予告編以外のインタビュー映像等は含まない）。

④ オンライン版なら浸透度推移、セグメント別分析も可能

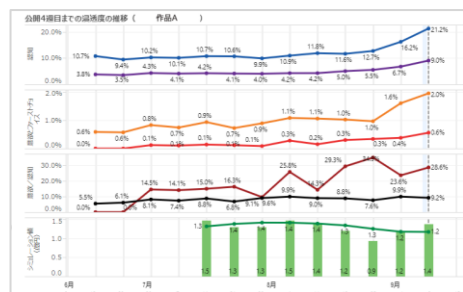
オプションとして「**オンライン版 ライト**」と「**オンライン版 ベーシック**」の2つのプランをご用意。通常のPDFデータでのレポートに加え、オンラインツール「Tableau」上でCATSデータをご利用いただけます。モニタリング中の作品に対し、インタラクティブに情報を視覚化できるため、多面的に分析いただけます。さらに、2つのプランに追加いただける特別オプション「**作品アーカイブデータ**」をご利用いただくと、モニタリング中の作品だけでなく、GEM Partnersがこれまでに調査した全作品のデータ閲覧が可能となります。

オンライン版の特長

作品別の浸透度、露出の推移

ライト

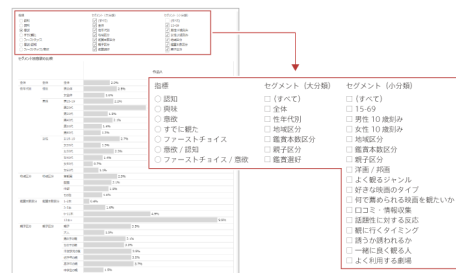
ベーシック



PDF版のレポートは、指標毎にモニタリング中の作品を網羅する形のレポートですが、オンライン版では作品別に各指標の推移をご確認いただけます。例えば「作品A」の認知や意欲といった浸透度はもちろん、TV露出、劇場予告編露出、デジタル露出が公開12週間前からどのように推移しているのかを俯瞰してご覧いただけます。

浸透度のセグメント別比較

ベーシック



認知、興味、意欲、すでに観た、ファースト
チョイスといった浸透度を以下に記したセグメ
ント別に表示可能。全体を俯瞰できるほか、
必要な情報に絞ることで宣伝プランの立案
や調整などにご活用いただけます。

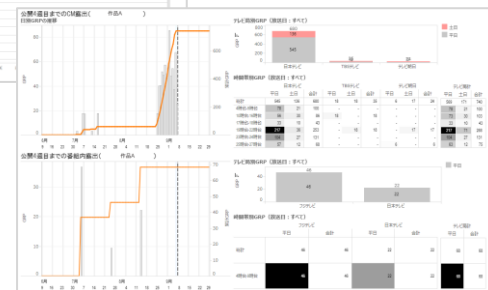
作品別露出詳細 (TV、劇場予告編、デジタル)

ライト

ベーシック



TV、劇場予告編、デジタルの露出推移を
作品別にご覧いただけます。また、「ベーシッ
ク」プランを選択いただくと「作品別 Twitter
露出詳細」もご利用可能です。



全調査作品のデータ閲覧

作品アーカイブデータ ※オプション

CATS市場概況レポート+（プラス）がご提供するデータは、モニタリング中の作品のみとなります。しかし、本オプションをご購入いただくことで、GEM Standardがこれまで調査した全作品のデータを閲覧いただけます。

仕様

CATS 市場概況レポート+（プラス）	
調査手法	インターネットアンケート
回答者属性／全体の回答者数	・全国に住む過去1年間に映画館で1本以上映画を観たと答えた15～69歳の男女 ・2,800～3,400サンプル程度（過去一定期間の回答者を除外したフレッシュサンプル）
発行頻度	毎週月曜日（月曜日が祝日の場合は、翌営業日）（毎週土～日曜日実査分をレポート）
納品形式	CATS市場概況レポート+（プラス）：PDF CATS市場概況レポート+（プラス）オンライン版 ライト／ベーシック：PDF、オンラインツール上での閲覧
浸透度 調査対象作品	【公開週まで】 ・初週土日100スクリーン以上の作品：公開12週前からODS作品を除く全ての作品を調査。 ・初週土日100スクリーン未満の作品：公開8週前から諸条件に鑑みて選択し調査（原則10scr以上が調査対象）。 【公開後の2週目以降】 1. 土日2日間の興行収入が2億円以上の作品は翌週調査。 2. 2億円未満の作品は下記のルールにより、翌週調査。 ・興行収入ランキングの上位15位までの作品の動員数合計において、動員数の上位70%に含まれる作品。 ・ただし、上記に当てはまる作品が6作品以上ある場合は、上位5位までの作品。
興行収入シミュレーション 対象作品	・初週土日100スクリーン以上で公開される作品 ・初週土日のスクリーン数は各社へのヒアリング、公式ホームページ、もしくは過去作品を参考に設定したスクリーン数を前提として評価。 （各社様のスクリーン数に修正があればご連絡ください）
テレビ露出量 調査対象作品	・【TVCM】本レポートでの調査有無にかかわらず「興行（ロードショー）」に分類されるすべての作品。 ・【TV番組】浸透度調査対象作品。ただし、露出量シェアの算出においては、公開後に調査対象外となった場合でも4週目までは集計。
デジタル露出量 調査対象作品	・浸透度調査対象作品
劇場予告編到達率 調査対象作品	今後公開となる初週土日100スクリーン以上と想定される以下の条件に合致する作品（公開12週以前であっても聴取を実施）。 ・弊社にて劇場予告編の上映が確認できた作品。 ・特報・予告編がオフィシャルHP等で公開された作品（ただし、特報・予告編以外のインタビュー映像等は含まない）。

レポート目次

1.調査対象作品とサンプル

- ・ 調査対象作品の範囲とサンプル構成
- ・ 調査対象作品一覧と本レポート内の表記

2.本資料の用語説明

3.市場全体の概況

- ・ 映画興行の浸透度・予告編記憶者の年間推移
- ・ 映画興行のTV露出量（GRP）の年間推移

4.調査対象作品の浸透度・興行収入シミュレーション・メディア露出

- ・ 浸透度と興行収入シミュレーション
- ・ 興行収入シミュレーション詳細
- ・ 浸透度とメディア露出
- ・ 今週のメディア露出と前週差
- ・ 認知と意欲／認知のポジション推移

5. TVCM 露出・番組内露出分析（キー局及びNHK）

- ・ TVCM露出・番組内露出シェア分析
- ・ 作品別GRP露出量分析

6.劇場予告編分析

- ・ 劇場予告編の総上映数における各作品の推定シェアと予告編到達率
- ・ 劇場予告編到達者が過去1週間に劇場で観た作品の割合
- ・ 過去1週間に鑑賞した映画作品毎に観た劇場予告編の割合

7.各指標別ランキング

GEM Standard

商品・サービス概要

商品・サービス一覧

レポート&DB商品

映画製作・興行・配給・宣伝向け
分析サービス



Cinema Analytical Tracking Survey

ホームエンタテインメント向け
分析サービス



Blu-ray InterNet DVD Survey

個別設計サービス

個別リサーチ&マーケティング
ソリューション



Demand & Opportunity Generating Survey

デジタルマーケティング
実行&分析



Programmatic ad AND Analytics

各サービスのポイント

レポート&DB商品

CATS

トラッキングデータをベースにした需要予測モデル
Cinema Analytical Tracking Survey

映画・配給業界のデファクトスタンダード指標

- ① 業界共通指標としての作品の浸透度と興行収入の予測
- ② 戦略立案・作品宣伝プランニング・結果検証を
ワンストップで行えるデータベースラインナップ



BIRDS

ホームエンターテインメント市場の定点観測
Blu-ray InteRnet DVD Survey

動画配信・放送・DVD市場の変化を網羅的に ダイナミックにとらえる唯一のインサイトデータ・レポート

- ① 俯瞰的に映像エンタテインメント業界をとらえるデータ
- ② 動画配信はプラットフォーム・コンテンツサイドの
マーケティングニーズすべてに対応



個別設計サービス

DOGS

戦略立案・作品評価のためのカスタマイズリサーチ
Demand & Opportunity Generating Survey

直観を確信に変えるカスタマイズリサーチで 作品の可能性を最大化するロードマップ構築

- ① エンタテインメントブランドのポテンシャル、強み・弱みを洗い出す
- ② ファンの攻略方法を明確化し、ファン層の間口奥行を拡大
- ③ アクションしやすい、具体性のある示唆を提供



PANDA

データをフル活用したデジタルマーケティング
Programmatic ad AND Analytics

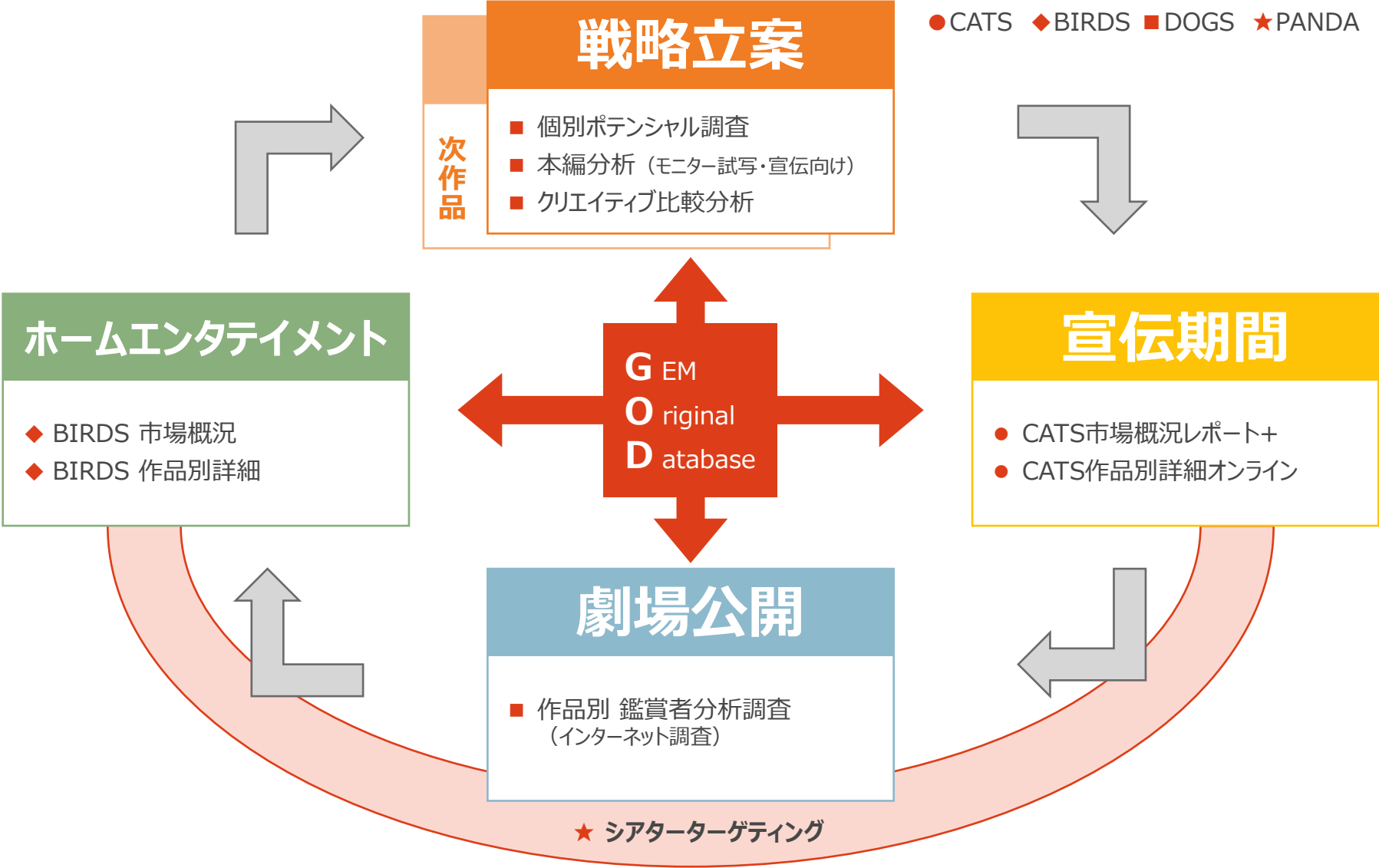
データ × デジタルの力を最大限発揮しヒットを創出

- ① トラッキングデータ、リサーチサービスの結果を活かした、
作品ごとのデジタル広告プランニング
- ② 劇場データ/映画ファンデータ保有は業界ナンバーワン



商品・サービスのラインナップワンストップのサービスを実現

映像コンテンツ事業者が、データ×デジタルマーケティングのサポートをシームレスなワンストップで受けられるラインナップ



お問い合わせ先

GEM Partners株式会社

Tel : 03-6303-1346 (平日10:00~19:00)

E-mail : sales@gempartners.com

担当 : 河西 (かさい) 、西川

 **GEM Standard**

<https://gem-standard.com/>