

販売施策イベントに基づく売上集計ルールの改定について

平成 29 年 9 月 8 日

オリコン株式会社

弊社では、従来、同一タイトルのミュージックアーティスト参加型の販売施策イベント（以下、販促イベント）の集計ルールについて、「イベント参加の購入者数×2 枚」を上限とするルールを適用してまいりましたが、来年度集計分より、「購入者数×3 枚」を上限とするルールに改定することといたします。

同一タイトルの販促イベントにおける一人当たりの平均購入枚数である 2.95 枚は、店頭販売、E コマースなどを主とする既存のマーケティング手法の同一タイトル CD の平均形態数※の 1.97 枚と比べると、約 1.5 倍の開きがあります。さらには、100 枚単位購入することで、アーティストと「デートができる」、「添い寝ができる」、「旅行に行ける」などのヒットとは無縁の特典をつけているケースや数十枚単位のセット販売なども散見します（このような売上報告を弊社では「外れ値」と認識しています）。このようなことから、「販促イベントを活用することによって、ヒットが安易に造られるのではないか」という懸念が広がっており、弊社では「購入者数×CD 平均形態数 (1.97≒2 枚)」を上限とすることで、公平性を保ってきました。

しかし、販促イベントは日々多様化・拡充が進んでおり、今年度上半期では、シングル全体に対する枚数の構成比も、31.5%を超えるに至っております。弊社は、販促イベントの売上も CD 販売のメインストリームの一つとなったと位置付け、可能な限り、マーケットの実態に即して集計を行うことに決定いたしました（両平均数に約 1 枚の差があるのは営業努力の結果と判断するに至りました）。集計の上限を「購入者数×イベントの一人当たりの購入平均枚数 (2.95≒3 枚)」に引き上げることで、イベント販売の実態が数値に反映されることとなります。しかも、前述の行き過ぎとも思える販促イベントの数（外れ値）を除くこともできます。

今後も単純な売上報告合算ではなく、「外れ値」の除去や、販促イベントでの購入者総数の把握などのより正確を期するための集計作業を行いつつ、信頼に足るランキングを発信し続けていきたいと考えております。

なお、ユーザー 800 人を対象に行った意識調査として、下記のグラフ「新ルール設定のオピニオン」をご参照ください。グラフの結果によりますと、同一タイトルの販促イベントでの適当な購入枚数が「3 枚以内」と考える人が大多数であることが分かります。

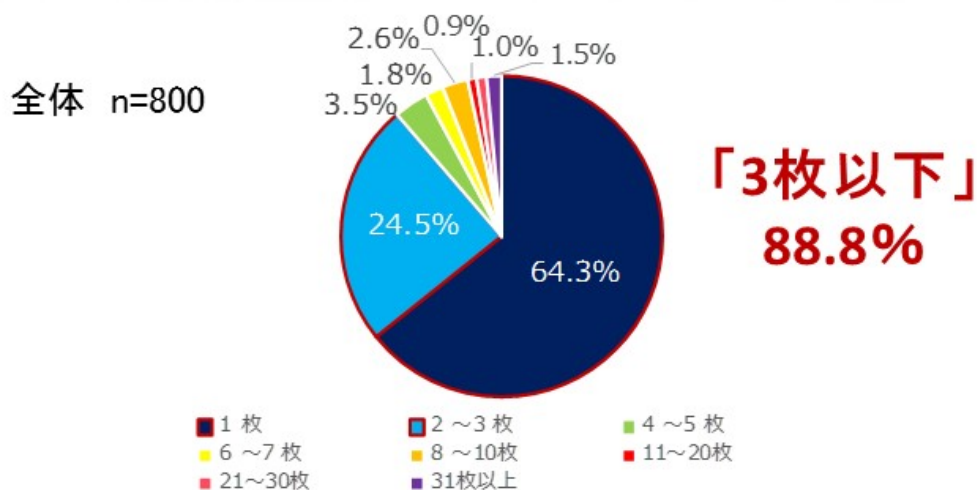
改定ルールの適用は、盤種を問わず、平成 29 年 12 月 11 日付の「デイリーランキング」、また同年 12 月 25 日付の「ウィークリーランキング」以降とさせていただきます。

※確率密度分布の中央値。

新ルール設定のオピニオン

「CD購入に関するアンケート」より抜粋

Q.同一タイトルのCDを購入するのに適当だと思う枚数（SA） 全体



Q.同一タイトルのCDを購入するのに適当だと思う枚数（SA） 個別



<調査概要>

調査対象: 全国10～40代男女、1年以内でCD購入者

サンプル数: イベント参加経験者: 性年代別各50サンプル、合計400サンプル

イベント参加未経験者: 性年代別各50サンプル、合計400サンプル

調査期間: 2017.9.4(月)～9.6(水)

調査手法: インターネット調査

調査機関: 株式会社マーケティング・アプリケーションズ

以上