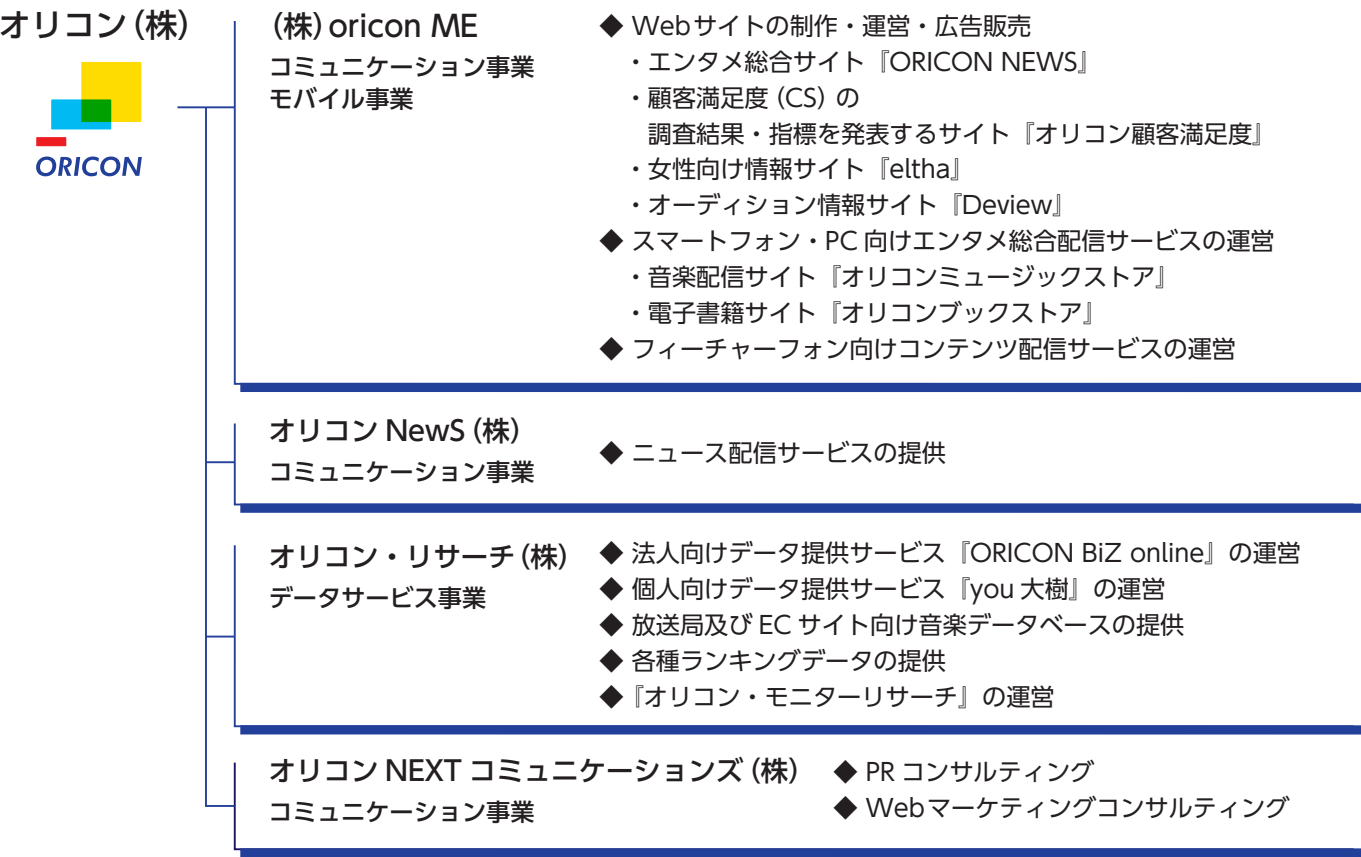




商 号	オリコン株式会社
英 文 名	Oricon Inc.
証券コード	東証 JASDAQ 4800
設 立	1999 年 10 月 1 日
	決算：3 月末
資 本 金	10 億 9,245 万円 (2020 年 3 月 31 日現在)
連結従業員数	195 名 (2020 年 3 月 31 日現在)
連結売上高	41 億 7,225 万円 (2019 年 4 月 1 日 ～ 2020 年 3 月 31 日)
主 要 銀 行	三井住友、三菱 UFJ、みずほ
本社所在地	〒106-0032 東京都港区六本木 6-8-10 STEP 六本木
U R L	https://www.oricon.jp/

ヒットという目に見えないものを 「客観的」「公平」な立場から“情報化”する

Top Message

トップメッセージ

「オリコン」は、日本のヒットの象徴として長きにわたり刻み込まれてきた非常に高い価値観を持つブランドです。

「客観的」「公平」「流行」「信頼感」、そして「安心できる」こと。
これらはランキング情報を提供し続けることで社会から得た評価であり、同時に、社会からの期待であると受けとめております。
情報が洪水のように押し寄せる現代において、社会的な要請を受けて様々な領域に価値を広げていくことが、当社グループの使命です。

社会からの大きな期待に応えるべく、当社グループは社名の由来となった
“Original Confidence（絶対的な信頼）” “Consumer Oriented（消費者本位）” を忘れずに、
新しい価値の創造（イノベーション）を目指し、文化、消費、産業の発展に貢献してまいります。



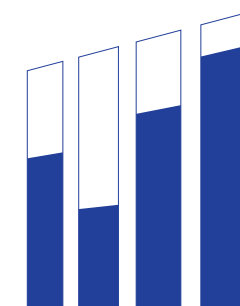
代表取締役社長

小池 恒

Management Policy

経営方針

当社グループのすべての事業セグメントで「オリコン」ブランドを活用し、音楽分野のみならず、様々な産業分野で公平中立な立場からデータをランキング化するなどして商品・サービスの価値を可視化します。また、サイレントマジョリティの代弁者として、広く社会にその情報を提供することを通し、より豊かな生活の実現と、その生活に寄り添う様々な企業の発展に貢献する社会的価値の高い企業を目指します。



ORICON CODE

社訓

- ・「オリコン、ORICON」ブランドの価値を認識し、愛着と誇りを持つこと。
- ・最適化よりも常に新しい価値の創造（イノベーション）を目指し、「今」、「次代」を見た事業展開を積極的に推し進めること。
- ・自身の事業がどこでどのように利益をあげているか熟知し、利益追求にまい進する情熱を持つこと。
- ・潮流である人工知能（A.I.）などのテクノロジーを熟知し、常に新しいビジネスモデルを追い続けること。
- ・公正であることを常とし、自らの仕事を通して文化、消費、産業の発展に貢献すること。
- ・源流ビジネスであるランキング発信事業で得た社会からの信頼こそ一番の資産であると認識すること。

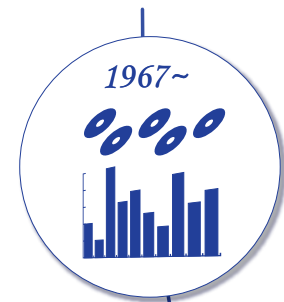
会社沿革

- 
- The top of the page features a photograph of an ORICON office interior. On the left, a large white wall displays the ORICON logo, which consists of three overlapping squares (yellow, blue, and red) followed by the word "ORICON" in blue capital letters. To the right of the logo is a blue reception desk. Further right, a glass-walled office corridor is visible, with a blue door featuring the "J-POP" logo. The ceiling has recessed lighting and a security camera.
- 1999年** (株)おりこんダイレクトデジタル設立
データベース事業及び携帯電話向けコンテンツ提供を目的とした事業を開始
音楽情報サイト『ORICON STYLE』（現『ORICON NEWS』）のサービス開始
- 2000年** ナスダック・ジャパン（現 東証 JASDAQ）に新規上場
- 2001年** (株)オリコンを株式取得により子会社化
- 2002年** 商号をオリコン(株)に変更
勁文社より『月刊デ☆ビュー』事業を営業譲渡により取得
- 2003年** 患者満足度に基づいた医療ランキング本『患者が決めた！いい病院』を発刊
- 2005年** 純粋持株会社に移行
グループ会社を再編し、子会社の商号をオリコン DD (株)、オリコン・モバイル(株)に変更
分社型の新設分割を行い、当社の営業の全部を承継する、
オリコン・マーケティング・プロモーション(株)設立
Web サイト『ORICON STYLE』全面リニューアル
- 2006年** 『オリコン顧客満足度ランキング』事業を開始
ニュースコンテンツ外部配信事業を開始
- 2007年** 商号を(株) oricon ME に変更（オリコン・モバイル(株)）
- 2008年** 商号をオリコン・リサーチ(株)に変更（オリコン・マーケティング・プロモーション(株)）
- 2009年** 法人向けデータ提供サービス『ORICON BiZ online』配信開始
- 2013年** オリコン NewS (株)設立（オリコン DD (株)のニュース配信事業を新設分割し承継）
(株) oricon ME とオリコン DD (株)を合併し、(株) oricon ME とする
芸能・エンタメニュースに特化した YouTube チャンネル『ORICON NEWS』を開設
- 2017年** Web サイト『ORICON STYLE』全面リニューアル、『ORICON NEWS』に名称変更
- 2019年** 『オリコン顧客満足度ランキング』調査データの学術研究分野向けの提供を開始
- 2020年** オリコン NEXT コミュニケーションズ(株)設立 / PR コンサルティング等を目的とした事業を開始
Web サイト『ORICON NEWS』が月間 3 億 PV 達成
公式 YouTube チャンネル『ORICON NEWS』登録者数 100 万人を突破

オリコンの企業価値の源泉

日本のヒットの象徴として

高い知名度と信頼を確立したブランド



現在のオリコン株式会社は1999年に設立されましたが、「オリコンランキング」は1967年に設立された株式会社オリジナルコンフィデンス(2001年に当社が連結子会社化)がはじまりとなります。
音楽のヒットを正確に伝えるため、全国のレコード店との協力体制を構築し、「どのレコードが何枚売れたか」という販売データを収集・集計。
1968年よりランキング情報の提供を開始しました。



毎週発表される「オリコンランキング」は、「人気」や「流行」を最も分かりやすく可視化したものとして、音楽ファンや音楽関係者から注目される指標になり、注目度の高まりと共にアーティストの目標となりました。
また、ランキング情報を「トップアーティスト」自らがSNS等で発信し、拡散することで、「オリコン」との“ブランドコラボレーション”が大きなプロモーション効果を生むようになりました。



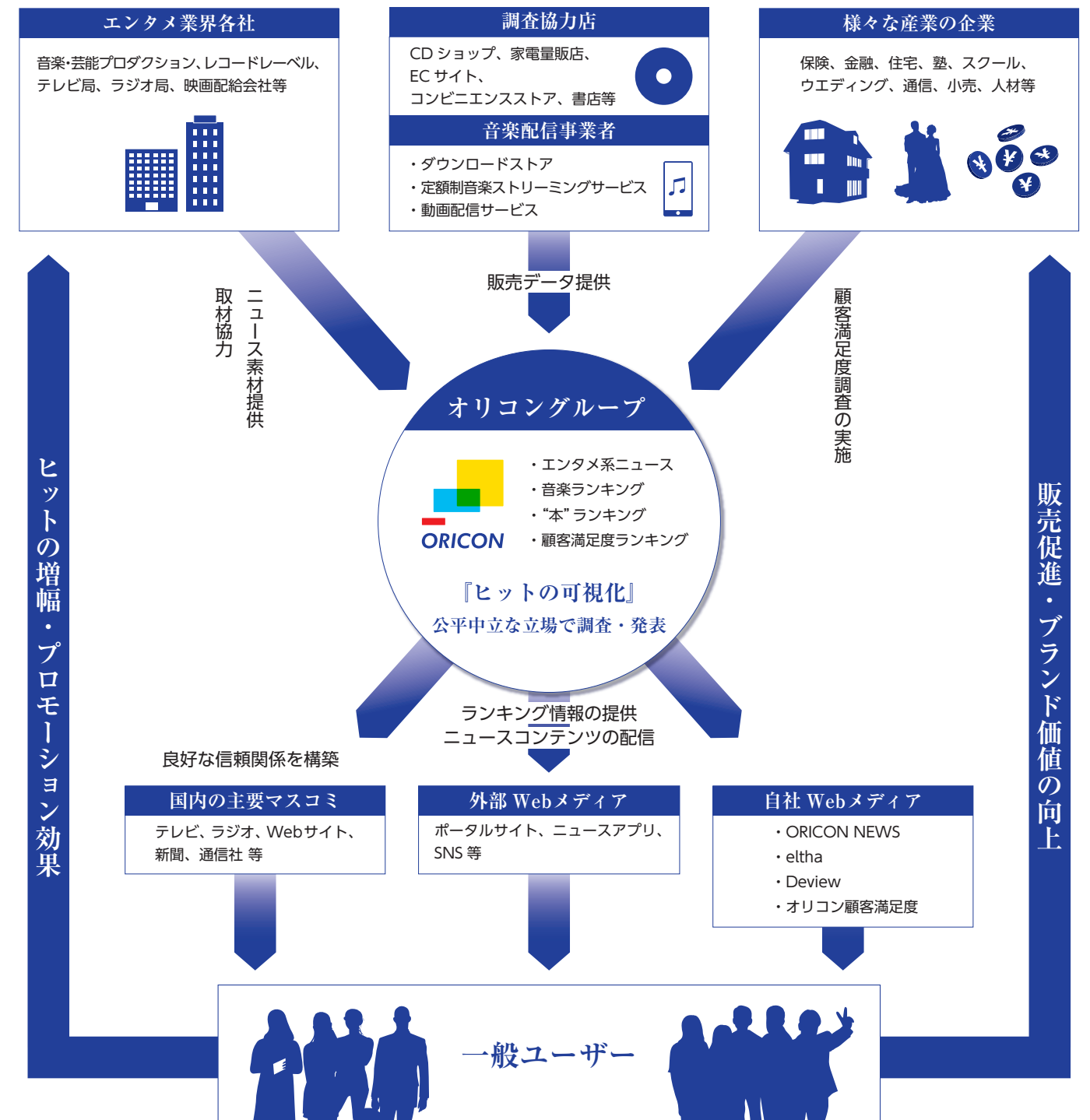
その結果、「信頼感」「最新」「安心できる」「メジャーである」といった非常に高い付加価値を創造できる最高のランキングブランドとして、高い知名度と信頼を確立してきました。

オリコンランキングの歴史

1967年	週刊誌『総合芸能市場調査』創刊
1968年	シングルランキング発表開始 (1月4日付、1位は黒沢明とロス・プリモス「ラブユー東京」)
1970年	アルバムランキング発表開始 (1月5日付、1位は森進一「花と涙／森進一のすべて」／当時はLPランキング)
1979年	一般向け音楽情報週刊誌「オリコン全国ヒット速報」創刊
1997年	デイリーランキング発表開始
2003年	患者満足度に基づいた医療ランキング本 『患者が決めた！いい病院』発刊
2006年	オリコン顧客満足度ランキング発表開始
2008年	“本”ランキング発表開始
2016年	デジタルアルバムランキング発表開始
2017年	デジタルシングル(単曲)ランキング発表開始
2018年	合算シングルランキング、合算アルバムランキング、 ストリーミングランキング発表開始



オリコングループが長年培ってきた 情報のバリューチェーン



✓信頼性の高い確かな情報
✓一般ユーザーへの伝達力・発信力

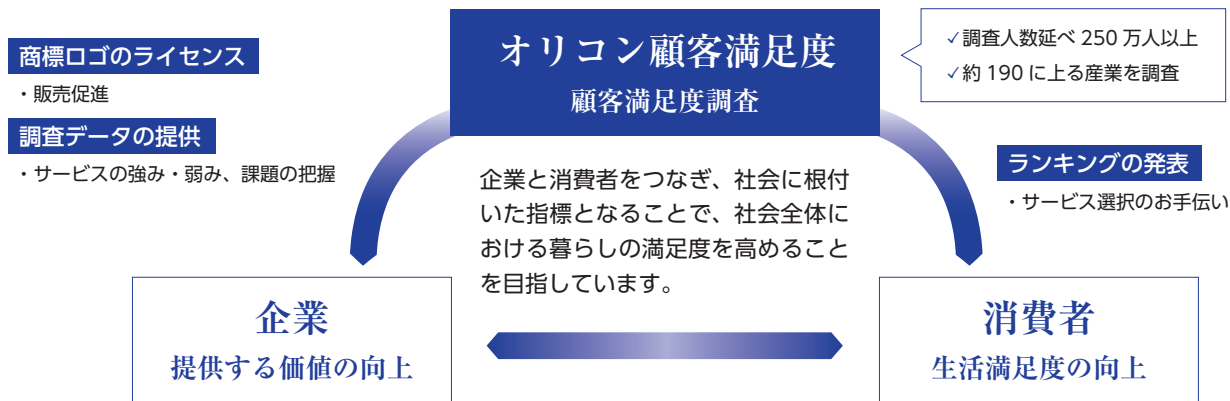
より多くの情報、より高い価値の情報が集まる好循環が生まれる

顧客満足度（CS）調査事業

社会全体における暮らしの満足度を高める

2006 年より、実際のサービス利用者を対象とした顧客満足度調査を実施し、結果をランキングとして発表しています。様々な商品やサービスの品質及び信頼性を可視化し、企業と消費者にサービスを提供しています。

第三者の立場で独自に調査する日本最大の調査機関



ビジネスを幅広くサポートする 3つのサービス



主なオリコン顧客満足度ランキング

計 190 ランキング発表 (2021 年 1 月時点)

- 保険（自動車保険／火災保険）
- 美容（エステサロン）
- 住宅（不動産仲介／リフォーム）
- 金融（ネット証券／スマホ決済サービス）
- スポーツ＆ヘルス（フィットネスクラブ）
- ビジネス（ビジネスチャットツール）
- 塾（中学・高校・大学受験 集団塾）
- ウェディング（ハウスウェディング）
- 人材（転職サイト／人材派遣会社）
- スクール（英会話スクール／通信講座）
- 小売（家電量販店／ドラッグストア）
- トラベル（旅行予約サイト／ホテル）
- 通信（格安 SIM・スマホ／プロバイダ）
- 生活（ネットスーパー／引越し会社）
- レジャー（映画館／テーマパーク）等



オリコン顧客満足度アワード

ランキング第 1 位に選出された企業の功績を称え、年に一度授賞式を開催

オウンドメディア『ミチタリ by オリコン顧客満足度』

満足度向上を追求するすべての人へヒントを提供するメディアを運営

学術向けデータ提供

過去の顧客調査データを大学や公的研究機関の研究向けに無償提供

ニュース配信・PV 事業

芸能イベント、トレンド分析、ランキング情報を記事&動画コンテンツとして展開

ニュースコンテンツ配信

日本最大級のニュース通信社として信用・信頼できる確かな情報を発信

100社以上のメディアへのコンテンツ配信、月間コンテンツ表示総数 15億 imp 超

主なコンテンツ配信先



Webメディア & プラットフォーム展開

良質で信頼性の高いエンタメ&ライフスタイル情報を提供



月間 PV 287,000,000
月間 UB 40,000,000 2020 年 7~9 月平均



最新情報を発信する日本最大級のエンタメ総合サイト

芸能・エンタメ・ライフスタイルを中心に月間 2,000 本以上のニュース / 特集記事を自社制作。大手ポータルサイトをはじめ全国各地のメディアに広くコンテンツ提供を行っており、圧倒的な情報量で最旬な情報を発信しています。

公式 SNS アカウント

LINE 262万 (友だち数) Facebook 16万 (いいね! 数)
Twitter 87万 (フォロワー数) Instagram 3万 (フォロワー数)
※本体アカウント・アニメアカウント合算
2021 年 2 月 1 日時点

芸能動画を毎日配信!
ORICON NEWS

YouTube チャンネル登録者数 120万

芸能会見やオリジナル動画コンテンツ、生配信番組等を積極的に配信

エンタメメディア 国内 1 位



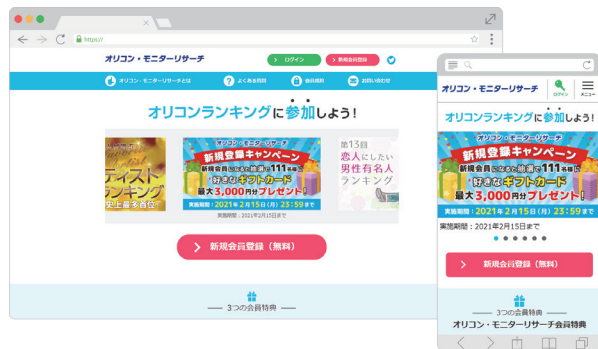
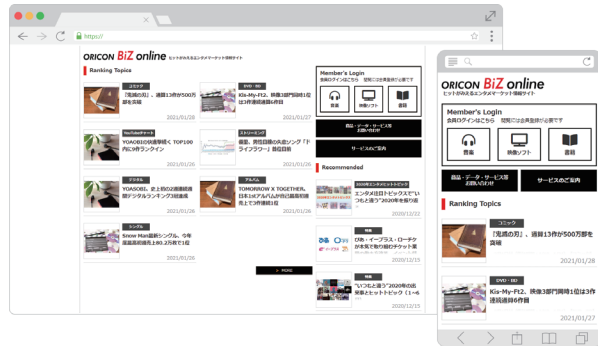
大人女子のアクティブ Life
を支える総合ライフスタイルメディア



芸能界デビューを夢見る人を
応援する、安心と信頼の
オーディションメディア

データサービス事業

エンタメ業界必携の総合オンラインデータサービス



ORICON BiZ online

総合マーケティングデータベースサービスサイト

音楽・映像・書籍といった各業界の最新マーケット動向から、詳細なランキングデータを完全網羅。エンタメ市場の「今」を捉え、「未来」を予測するのに最適な、正確かつリアルなデータを日々提供しており、市場動向の分析からプロモーションの立案、事業戦略ツールとしても活用されています。

オリコン・モニターリサーチ

エンタメランキング調査やトレンド調査を実施

オリコングループで発表するアンケート調査を、自社モニターを活用し実施。旬のアーティストや俳優、アナウンサー、ドラマなどについての、エンタメランキング調査から、生活意識・トレンド調査やアーティストのファン分析などクライアント企業向けマーケティング調査まで多様な分野に対応します。

モバイル事業

最新の音楽、ランキング、ニュース、コミックのエンタメ総合配信サービス



オリコンミュージックストア

スマートフォン・PC 向け音楽配信サイト

最新曲はもちろん、独占配信曲やアーティストからのオリジナル特典、多彩なジャンルのカタログ曲を数多く取り揃え、ランキングやニュースも楽しめる総合サービスです。

オリコンブックストア

マンガが中心の電子書籍サイト

最新コミックや無料コミック、話題のマンガ、ロングセラーなど多数配信し、バラエティに富んだ特集でおすすめ作品をお届けしています。

コンサルティング事業

PRやWebマーケティング領域で課題を解決する新事業（2020年11月より開始）

「ニュース配信・PV 事業」「顧客満足度（CS）調査事業」等のオリコングループの強みと、オリコンNEXTコミュニケーションズが可能とするPR・Webマーケティング領域でのコンサルティング事業との相乗効果で、お取引先様の課題を解決する事業です。



STEP1

定型メニューで課題ヒアリング

STEP2

オリジナルの課題解決提案

STEP3

施策の実行・結果分析

お取引先様

- (1) PR 領域の課題を抱えている企業
- (2) Web 領域の課題を抱えている企業
- (3) 顧客満足度ランキング獲得の認知を向上させたい企業



✓ 当社グループとして獲得しきれなかったPR 予算・コンサルティング予算等の獲得

✓ お取引先様が抱える課題の解決を実現することでの信頼獲得・リピート発注