

報道関係者各位

2011年10月25日  
ニホンモニター株式会社

## あらちゃん出現で志木市の広告効果75億円！！ ～ 特別住民票交付や専属広報設置で注目度高まる～

メディアの調査・分析を行うニホンモニター株式会社(本社:東京都港区浜松町、代表取締役社長:葦澤美樹)は、2011年10月10日～2011年10月23日における荒川に出現したアザラシの「あらちゃん」に関する報道調査結果をまとめました。調査結果は弊社WEBサイトでも公開しています。( <http://www.n-monitor.co.jp/> )

### 【調査概要】

調査項目: 荒川に出現したアザラシの「あらちゃん」に関する調査

調査期間: 2011年10月10日～2011年10月23日

対象局: NHK総合/日本テレビ/TBS/フジテレビ/テレビ朝日/テレビ東京(東京地区地上波オンエア分)

### 【「あらちゃん」出現で広告効果75億円】

10月10日、埼玉県志木市の荒川にアザラシ出現のニュースがテレビで報道された。翌11日には、NHKのほか民放各局が生中継で取り上げるなどアザラシ報道は一挙に過熱。「あらちゃん」の愛称で一躍メディアの注目の的となった。現地を訪れた志木市の長沼明市長はメディアのインタビューで、「志木あらちゃん」として特別住民票の交付をいち早く表明。交付式の模様はテレビで大きく伝えられた。さらに市では女性職員をあらちゃん専属広報に任命し、ツイッターで「あらちゃん」の情報発信も開始。一方、地元の商店街も地域振興につなげたいと、アザラシの形に似せたメンチカツを売り出すなど、市全体が一緒になって人気を盛り上げている。

今回の報道の特徴として、本来であればアザラシだけにスポットが当たるところを、市が積極的にバックアップを行ったことで、話題が一過性に終わらず、関心が継続されている点が挙げられる。

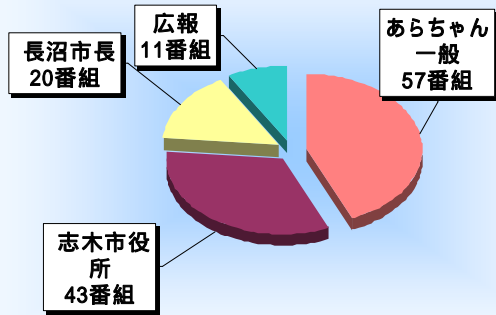
あらちゃん報道が始まった10月10日から23日までの14日間でテレビが取り上げた番組数は102番組、合計時間は7時間47分30秒に及んだ。CMスポット料金に換算すると、その広告効果は75億円にものぼり、志木市の素早い対応がより大きなPR効果を生んだと考えられる。

### 【ツイッターでもPRを後押し】

TVで大きく取り上げられている中、ツイッターではどのようなツイートがあるのか志木市が住民票を交付した翌日から10月23日までをモニタリングした。モニタリング期間の総ツイート数は3,227件。やはり、住民票交付翌日の19日のツイート数が1,651件と最も多く、住民票交付に対する関心の高さが伺えられ、行政の動きとしては話題性がかなりあったと考えられる。

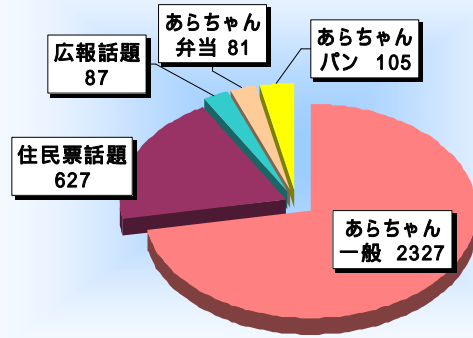
行政の話題以外では、あらちゃん人気にあやかり「あらちゃん弁当」「あらちゃんパン」の話題もあり、テレビ同様にツイッター上でも志木市のPR効果を更に大きくさせるものとなった。

【 あらちゃん関連報道番組数 10/10～10/23 】



話題ごとに番組数をカウント、同じ番組内での重複あり

【 あらちゃん関連ツイート数3227件 10/19～10/23 】



この件に関するお問合せ先

ニホンモニター株式会社 調査課 中澤 / 山本 / 長塚

〒105-0013 東京都港区浜松町 1-7-3 第一ビル 2F

TEL: 03 3578 6800 FAX : 03 3578 6822 E-mail : mkt2@n-monitor.co.jp URL : <http://www.n-monitor.co.jp/>