

作品名 :「プラチナデータ」 2013年03月16日公開 配給会社:東宝

310スクリーン公開、公開週土日興行収入 4.0億、最終興行収入 25.4億

同時期公開作品(100Scr以上公開作品):

前週:「オズ はじまりの戦い」、「映画ドラえもん のび太のひみつ道具博物館」

同週:「クラウド アトラス」、「しまじろうとフフのだいぼうけん」、「プリキュアオールスターズNewStage2」、「ひまわりと子犬の7日間」



CATS全体指標別推移

認知率先週比+5以上、
認知率、意欲/認知率+1以上

| 意欲率、認知率、意欲/認知率 | ↓公開週 | | | | | | | | | | |
|----------------|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| | 公開何週前か | -8W | -7W | -6W | -5W | -4W | -3W | -2W | -1W | 1W | 2W |
| 意欲率(%) | | 2.0 | 1.9 | 3.0 | 2.9 | 3.2 | 3.1 | 2.9 | 3.5 | 4.4 | 3.3 |
| 認知率(%) | | 16 | 16 | 19 | 20 | 22 | 24 | 27 | 32 | 44 | 50 |
| 意欲/認知率(%) | | 12.7 | 11.8 | 15.7 | 15.0 | 14.7 | 12.8 | 10.8 | 11.2 | 10.0 | 6.6 |

| 予告編到達率 | | | | | | | | | | | 累積 |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 公開何週前か | -8W | -7W | -6W | -5W | -4W | -3W | -2W | -1W | 1W | 2W | |
| 予告編到達率(%) | | 0.7 | 0.7 | 2.0 | 1.5 | 1.0 | 1.6 | 1.9 | 1.8 | 2.8 | 14.0 |

| TV露出量 | | | | | | | | | | | 累積 |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-------|-------|
| 公開何週前か | -8W | -7W | -6W | -5W | -4W | -3W | -2W | -1W | 1W | 2W | |
| TVCM露出量 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 276 | 275 | 551 |
| 番組内露出量 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 145 | 540 | 358 | 1,689 | 2,188 | 4,919 |

公開週の性年代・鑑賞本数・地域別指標

全体数値の125%~150%

全体数値の150%以上

2013/03/16実査分(公開週/1w)

| | 全体 | 男性全体 | 女性全体 | 男性 | | | | 女性 | | | | 年間鑑賞本数別 | | | | 地域別 | | | |
|-----------|-------|------|-------|-------|-----|-----|------|-------|-----|------|-----|---------|------|-------|------|------|-----|-----|-----|
| | | | | 15-19 | M1 | M2 | M3 | 15-19 | F1 | F2 | F3 | 1~2本 | 3~5本 | 6~11本 | 12本~ | 首都圏 | 関西 | 中部 | その他 |
| サンプル数 | 1,767 | 767 | 1,000 | 72 | 197 | 250 | 248 | 89 | 288 | 314 | 309 | 902 | 536 | 211 | 119 | 690 | 315 | 192 | 571 |
| 意欲率(%) | 4.4 | 3.2 | 5.3 | 7.2 | 1.8 | 2.6 | 3.6 | 10.8 | 5.0 | 5.4 | 4.0 | 1.2 | 4.7 | 9.6 | 17.8 | 5.1 | 4.2 | 3.3 | 3.9 |
| 認知率(%) | 44 | 35 | 51 | 41 | 39 | 36 | 29 | 62 | 56 | 53 | 41 | 36 | 47 | 59 | 66 | 41 | 44 | 46 | 47 |
| 意欲/認知率(%) | 10.0 | 9.1 | 10.4 | 17.7 | 4.6 | 7.1 | 12.7 | 17.5 | 9.0 | 10.1 | 9.6 | 3.4 | 9.9 | 16.4 | 27.1 | 12.6 | 9.7 | 7.1 | 8.3 |

劇場鑑賞者構成比

映画鑑賞者構成よりも高い割合

公開1週目(1w)~公開2週目(2w)の間の累計(n=38)

| | 全体 | 男性全体 | 女性全体 | 男性 | | | | 女性 | | | | 年間鑑賞本数別 | | | | 地域別 | | | |
|----------|-----|------|------|-------|----|----|----|-------|----|----|----|---------|------|-------|------|-----|----|----|-----|
| | | | | 15-19 | M1 | M2 | M3 | 15-19 | F1 | F2 | F3 | 1~2本 | 3~5本 | 6~11本 | 12本~ | 首都圏 | 関西 | 中部 | その他 |
| 映画鑑賞者(%) | 100 | 43 | 57 | 4 | 11 | 14 | 14 | 5 | 16 | 18 | 17 | 51 | 30 | 12 | 7 | 39 | 18 | 11 | 32 |
| 本作鑑賞者(%) | 100 | 17 | 83 | 6 | 3 | 0 | 8 | 13 | 21 | 17 | 32 | 17 | 33 | 21 | 29 | 28 | 32 | 18 | 22 |

<用語の解説>

【意欲率とは】映画観賞者人口の中で本作を観たいと考えている人の割合

【認知率とは】映画観賞者人口の中で本作を知っている人の割合

【意欲/認知率とは】本作の認知者の中で、本作を観たいと考えている人の割合

【予告編到達率とは】予告編到達率は、1週間の間に、全映画観賞者(その週は映画を見てない人も含む)の何パーセントが、その予告編を見た(かつ記憶している)のかを示す。

【TV露出量とは】HeadlineTV(<http://www.vle.jp/headlineTV/>)のデータを利用し、作品ごとの露出時間と長さをデータ集計*1し、年間平均視聴率*2で重みづけをおこなった指数。

調査実査日の前の一週間を集計対象としている(1月8日(土曜日)が実査日であれば、1月1日(土曜日)~1月7日(金曜日)が集計対象。企業タイアップCMは含まない。

*1 首都圏エリアのNHK総合及びキー局(“日本テレビ”“TBS”“フジテレビ”“テレビ朝日”“テレビ東京”)の放送が対象。

対象作品に関する露出時間を15秒を1単位として換算。15秒以下も加算しており、秒数に応じて加算数値を調整している(例:5秒の場合は1/3)。

*2 年間の時間帯別総世帯視聴率を、各局の平均世帯視聴率の高さの割合に合わせて重みづけしたものを使用。時間帯別総世帯視聴率、各局の平均世帯視聴率は情報メディア白書より。