

統合フェイト学

統合フェイト学で見る
フェイトの経済効果

講義概観

以下のプロセスを経てフェイトと日本経済の関係を分析していく。

- リカルなのはの売り上げ分析
- フェイトの売り上げ分析
- リカルなのは市場の経済効果分析
- フェイトの経済効果

リリカルなのはシリーズの売り上げ分析

- 売り上げ高の推移
- 市場の拡大

DVD売上枚数推移

- リリカルなのはシリーズは最新シリーズ「ストライカーズ」では累計19万枚以上を売り上げ、2007年の小売市場規模キャラクターランキングでは62位にランクインするなど、目覚ましい成長を遂げている市場である。
- 1位 ポケットモンスター 8.41% 1340億2100万円
- 2位 ハローキティ 6.57% 1046億9952万円
- 16位 ドアゴンボールシリーズ 1.69%
- 17位 仮面ライダー電王 1.61%
- 32位 涼宮ハルヒシリーズ 0.55%
- 33位 遊☆戯☆王 0.52%
- 43位 ファイナルファンタジーシリーズ 0.44%
- 46位 仮面ライダーシリーズ 0.40%
- 49位 THE iDOLM@STER-アイドルマスター- 0.34%
- 50位 甲虫王者ムシキング 0.34%
- 55位 BLEACH-ブリーチ- 0.30%
- 62位 魔法少女リリカルなのはシリーズ 0.27%
- 63位 コードギアス 反逆のルルーシュ 0.26%
- 67位 テニスの王子様 0.24%

市場規模

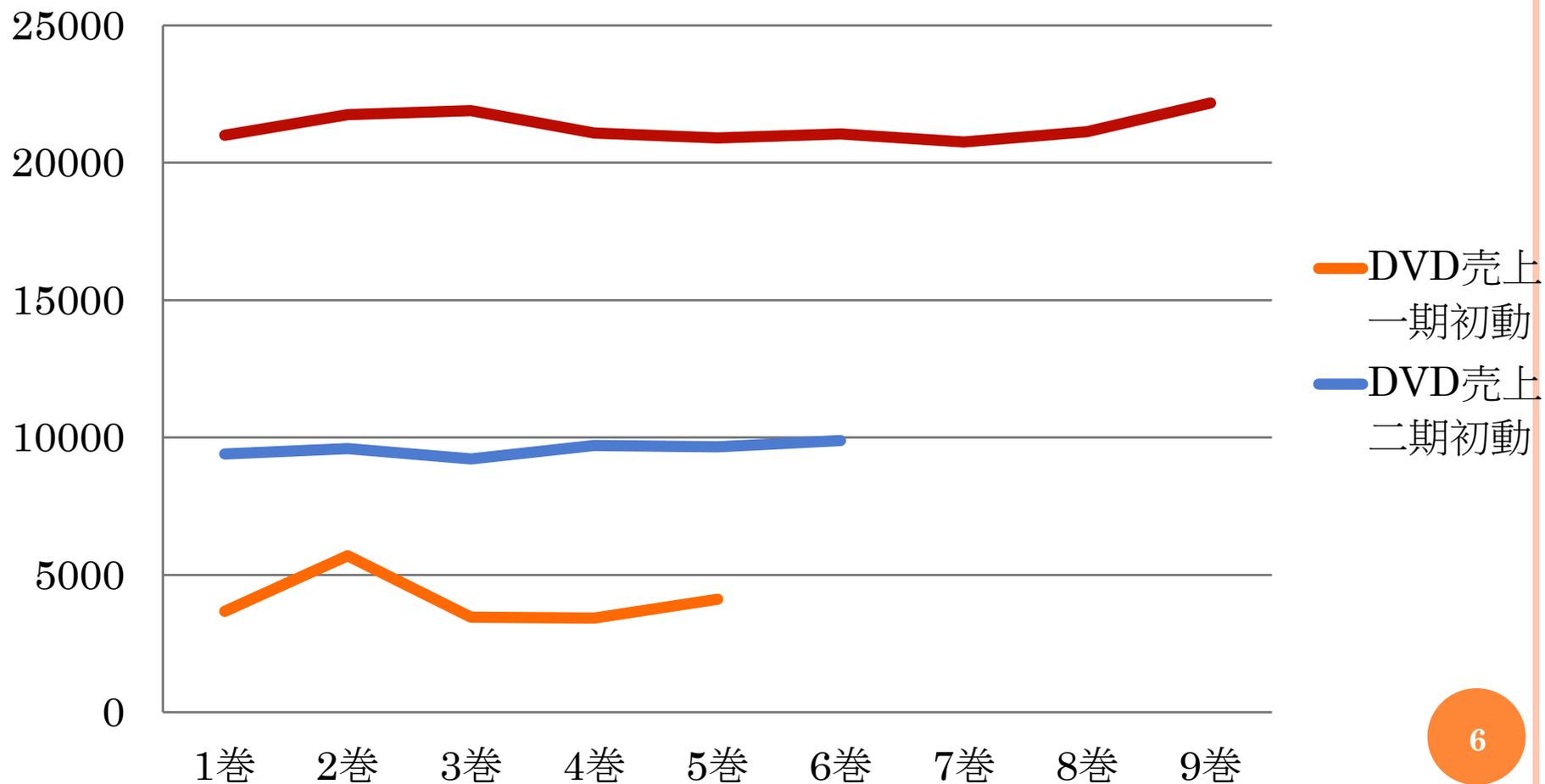
- 前述の市場規模ランキングのデータをもとに計算するとリリカルなのはシリーズの市場はおよそ43億円という結果になる。

小売市場規模 × 市場シェア

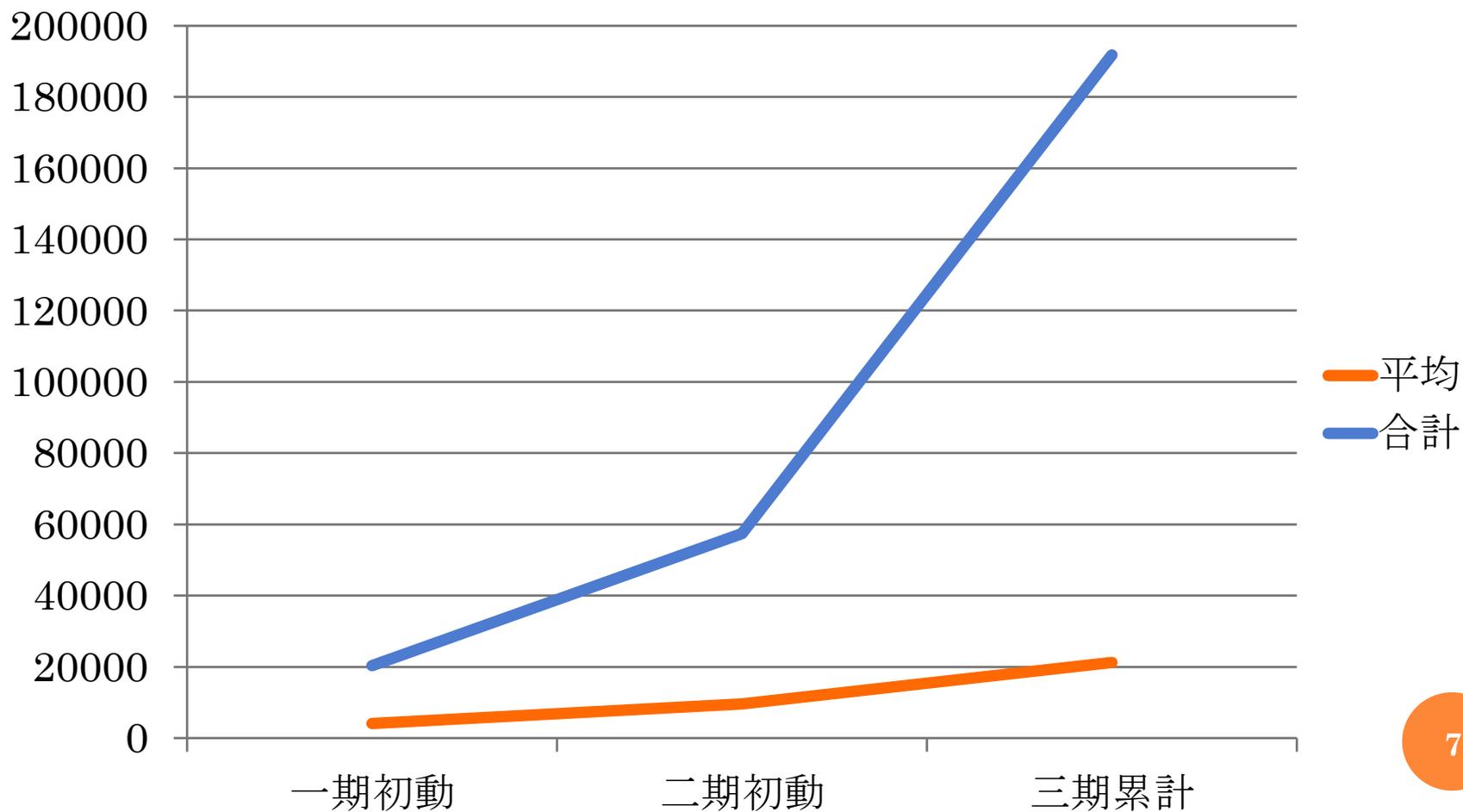
- しかしこのデータは2年も前のデータであり、その現在価値を知るにはリリカルなのはシリーズが拡大市場なのか、非拡大市場なのかを知る必要がある。

DVD売上高の推移

DVD売上推移



一卷当たり及びシリーズ合計の 売上推移



サウンドステージ売り上げ推移

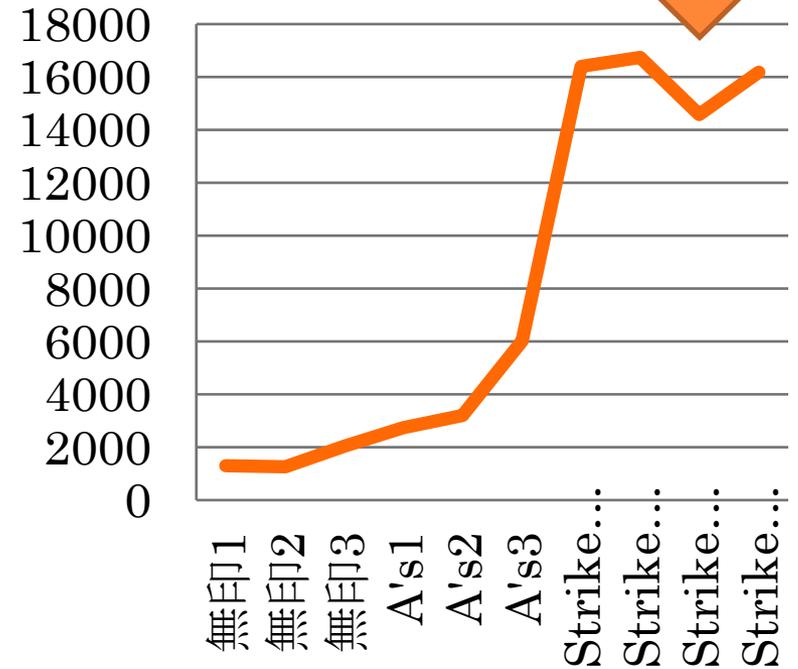
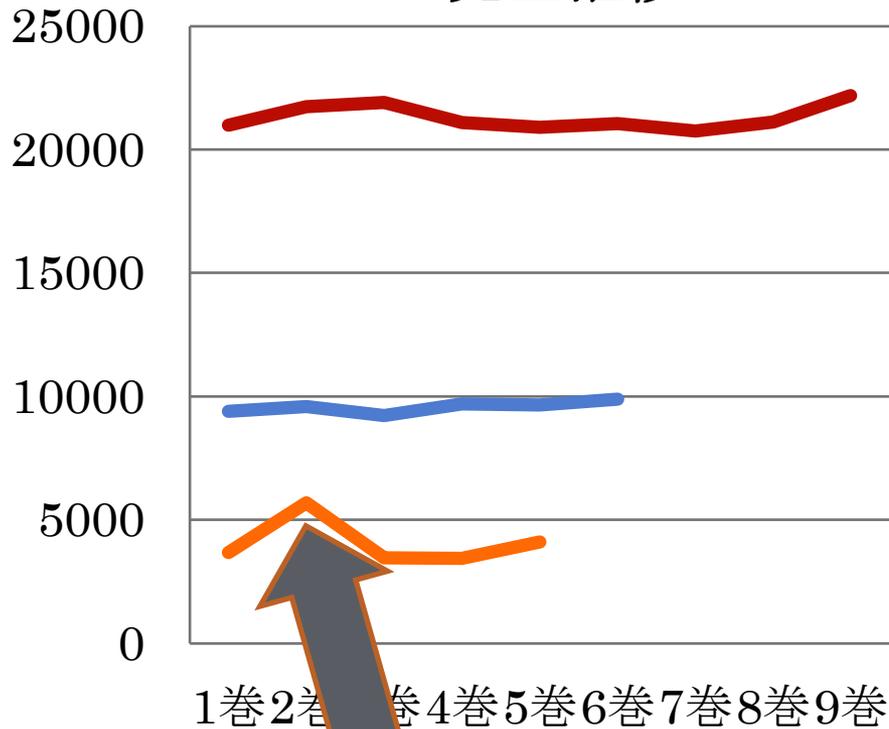


リカルなのは市場の展望

- 統計が示しているようにリカルなのは市場はやや落ち着きつつあるが、まだまだ未成熟な市場であることが分かる。

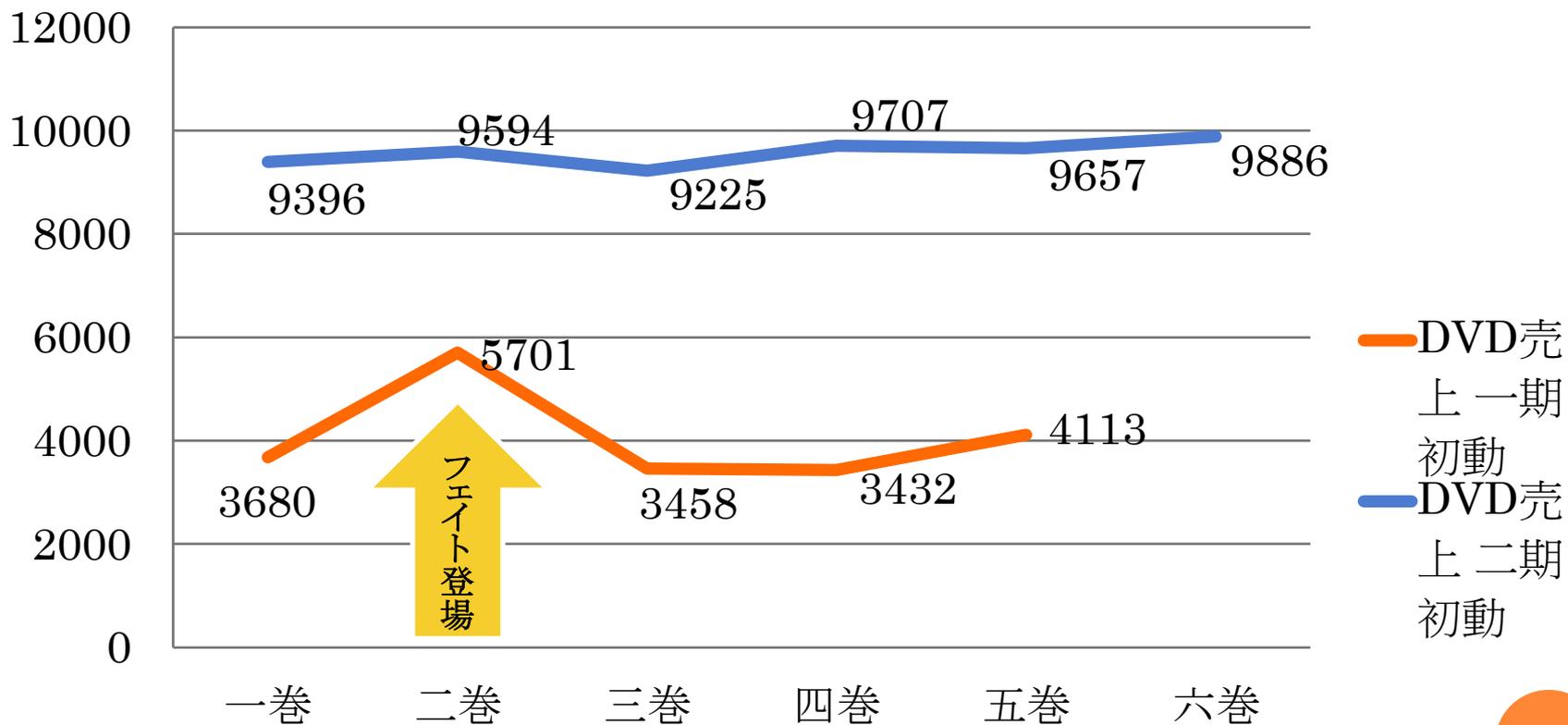
フェイトの売上分析

DVD売上推移

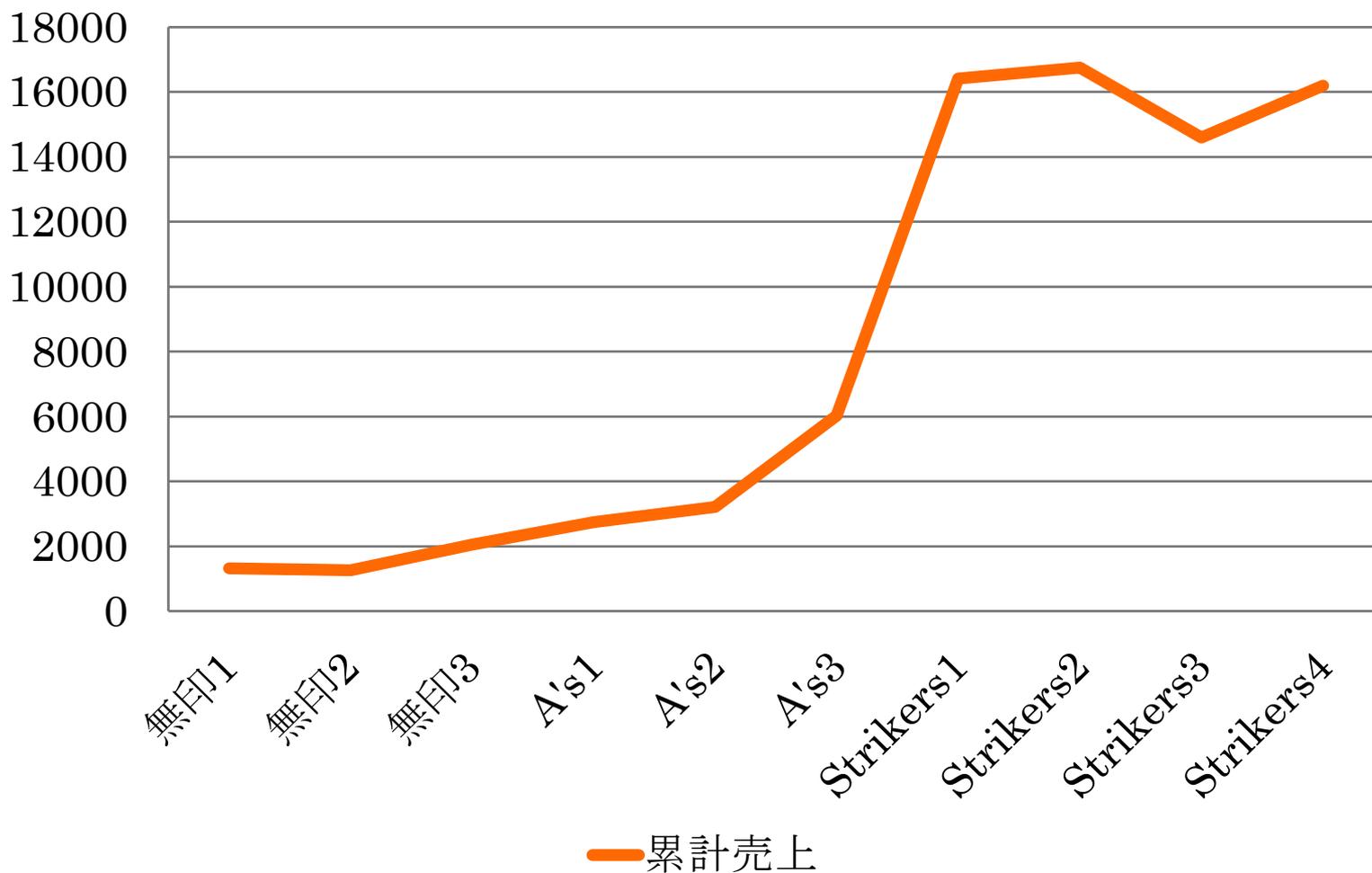


売り上げ急増の原因

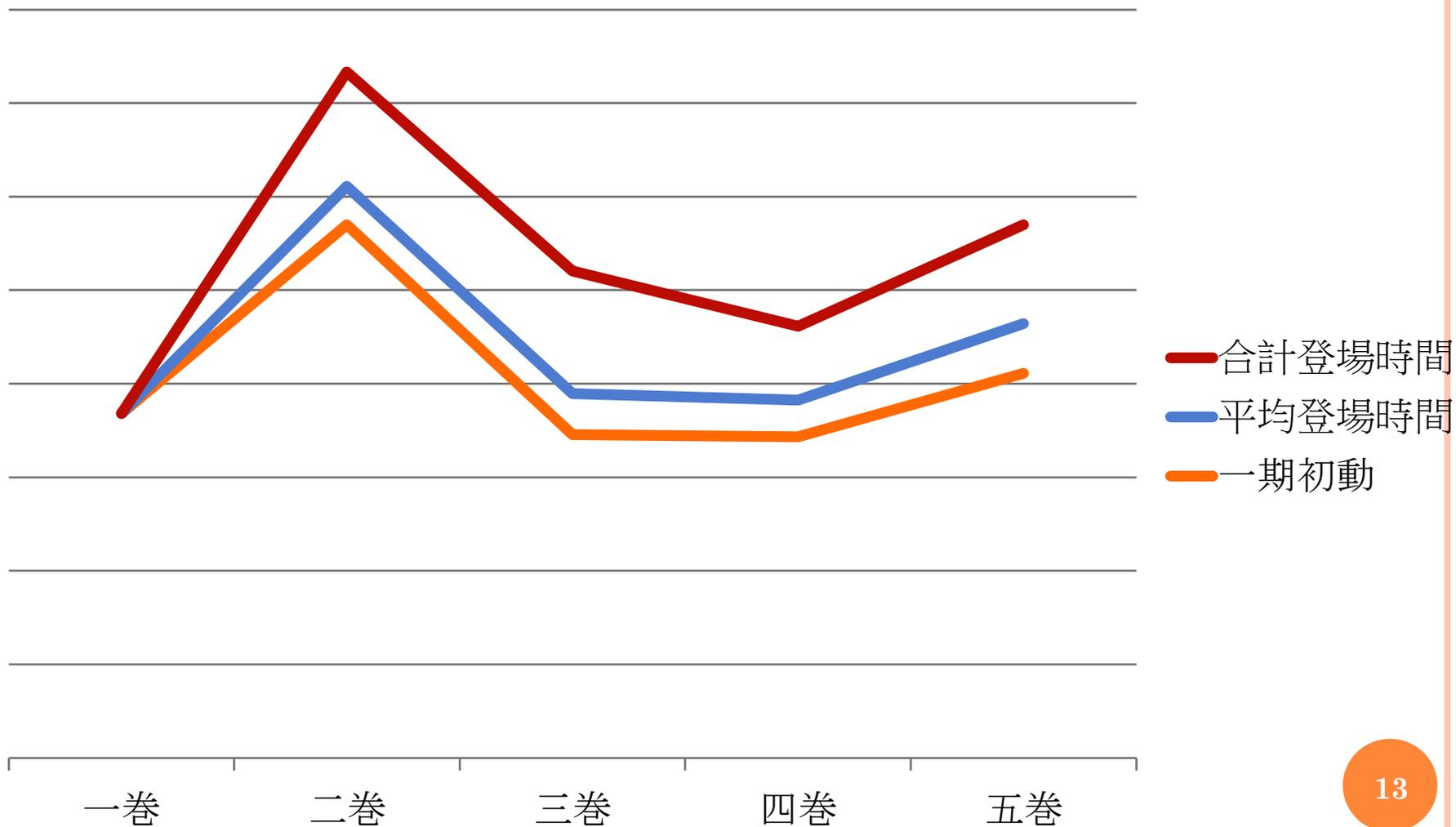
DVD初動枚数推移



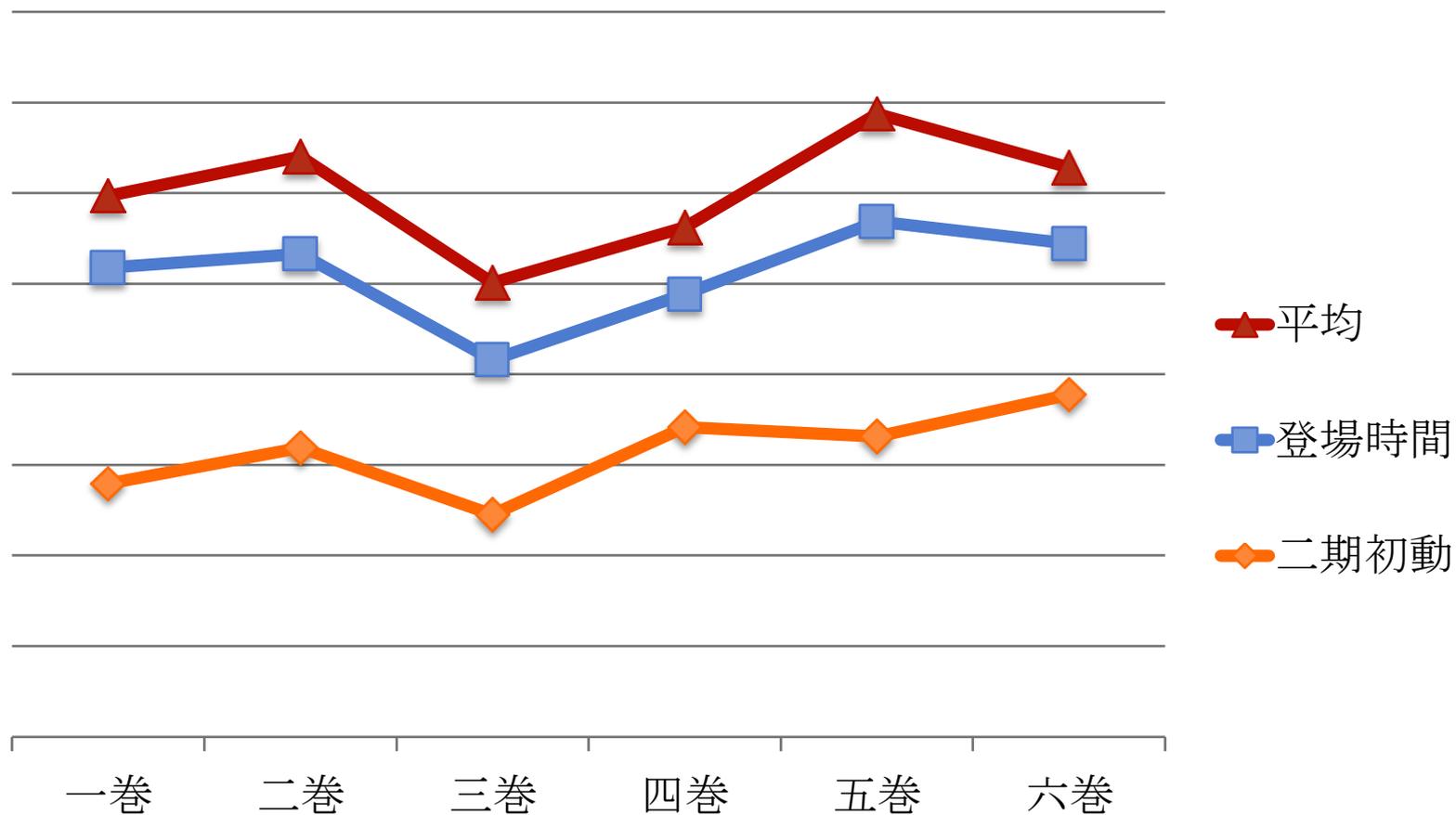
売り上げ急落の原因



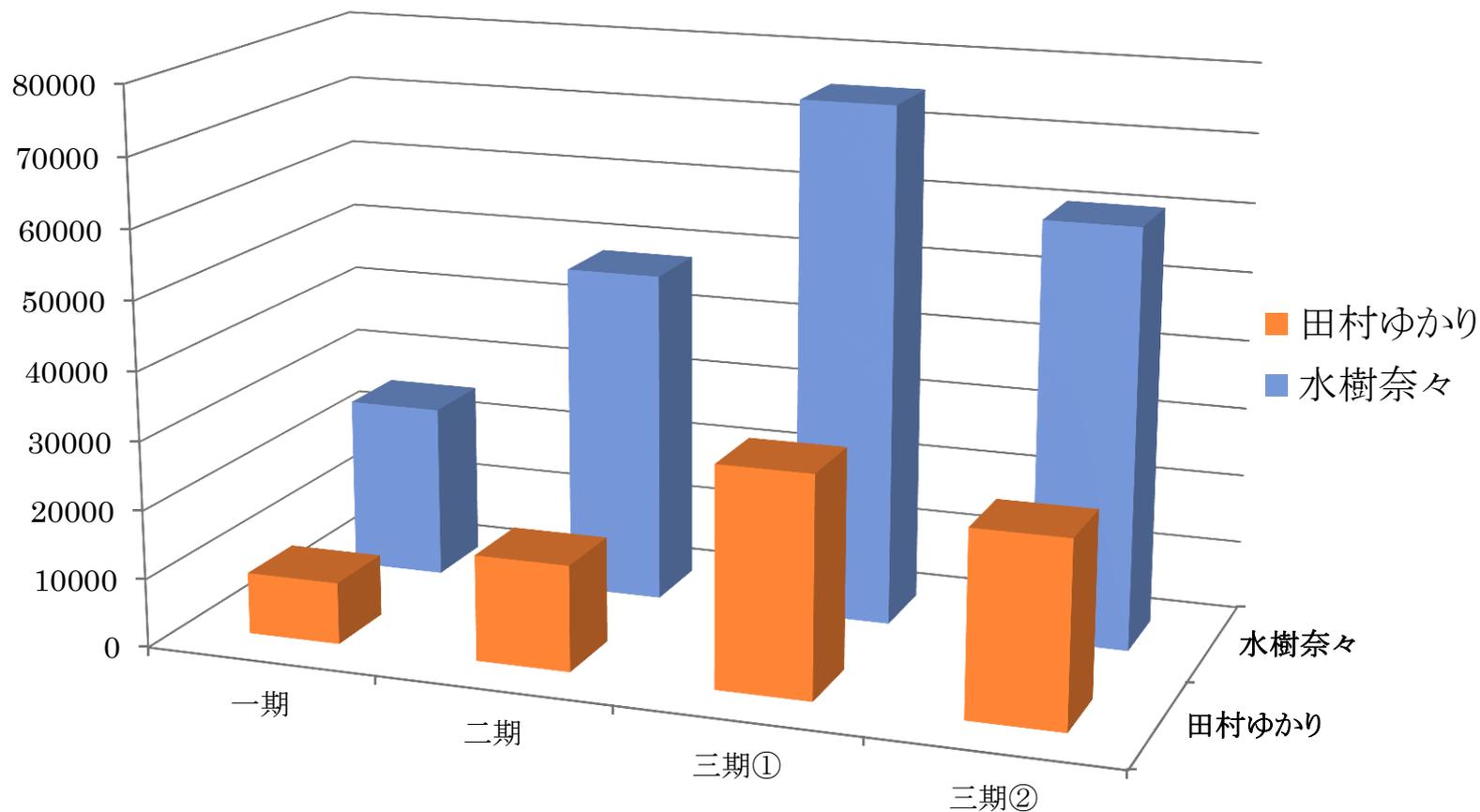
一期DVD売上とフェイト登場時間相関



二期DVD 売りあげとフェイト登場時間の相関



主題歌CD 累計売上推移



リカルなのは市場の経済効果分析

いくつかの状況が発生したときに、それが経済全体にどのような影響を与えるかを考えるのが経済学である。

今回はいくつもある可能性の中から三つの場合を取り上げて、その経済に与える影響を考えていく。

オタク市場の特性

- オタク市場の評価

客単価が高い

景気に左右されにくい。

- パレートの法則

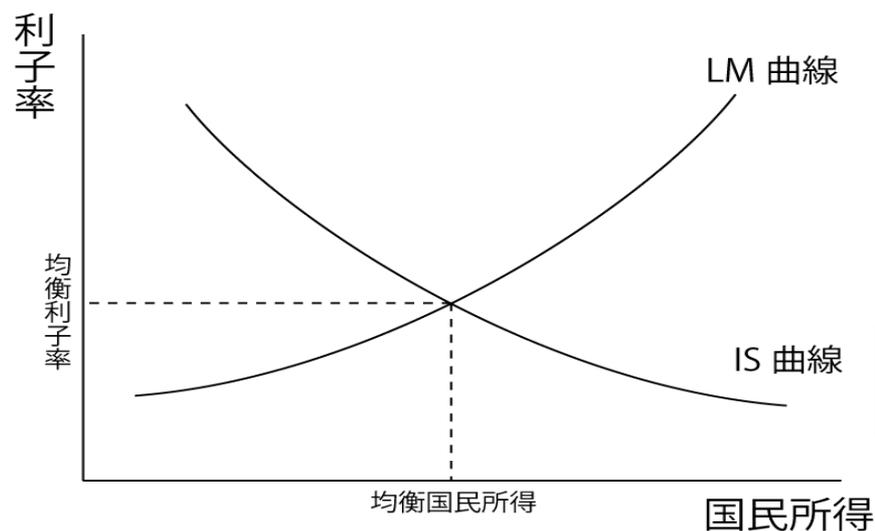
顧客が享受する価値の80%は企業活動の20%から生まれ、企業利益の80%は20%のコアユーザーによってもたらされる。

分析方法

- 今回はIS-LM分析に基づいて、変動為替相場制の大国開放経済を想定した経済効果を考える。

IS-LM分析

- IS曲線: $Y=C+I(r)+G+NX(e)$
- LM曲線: $M/P=L(Y, r)$
- Y:生産量、C:消費、I:投資、r:利子率、G:政府支出、NX:純輸出、e:為替相場
- LM曲線は国民所得と利子率の均衡点を示す
- 投資と純輸出は利子率の減少関数であり、LM曲線は利子率の増加関数である。



その① なのは四期がはじまる場合

市場変化

- 四期がはじまる

- 消費が拡大

- 利子率の増加
- 純輸出の減少

- 均衡国民所得がわずかに上昇し、世界利子率もわずかに上昇する。

その② フェイトが結婚した場合

市場変化

- 関連製品の発売
- 消費者の関心が高まる

- 消費が拡大

- 以下その①と同じ

その③ フェイトが死んだ場合

市場変化

- 消費者の関心の減退
- 後追い自殺者の発生

- 消費減退
- 労働力の損失

- 利子率減少

- 経済・社会的損失が大

まとめ

- これからの展開次第ではまだリリカルなのは市場に成長余力はあるが、まだまだ市場は小さい。
- これからの市場戦略次第で経済規模はさらに大きくなる。
- フェイトが重要



- **フェイトは死なない。**