

報道関係者各位

視聴者が釘付けになったCMクリエイティブは？ 2022年年間CMクリエイティブCスコアランキングTOP30を発表 【新規CM出稿企業編】

ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビの「視られている量」を測るREVISIO株式会社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下REVISIO）は、テレビCMを中規模出稿している企業に絞り、2022年年間で視聴者の視線を釘付けにしたテレビCMクリエイティブのランキング「2022年年間CMクリエイティブCスコアランキングTOP30【新規CM出稿企業編】」を公開しました。

■CMクリエイティブランキングの概要

どのようなCMクリエイティブが、視聴者からよく見られたのかを明らかにするため、2022年1月1日～2022年12月31日（2022年1年間）の、コア視聴層（男女13～49歳）が注視したCMクリエイティブのランキングを作成いたしました。

本ランキングでは

- 関東にて2016年4月から2021年12月の間に投稿がなく、2022年に投稿がある企業（＝新規CM出稿企業）※社名変更等も含む
- 2022年に関東で初回放送があり500GRP以上出稿された15秒/30秒CM
- 年未年始やW杯開催時の通常と異なる見られ方をする期間に投稿開始したCMを除外したものの

を対象としております。上記条件にあてはまるCM数は157CMでした。

本ランキングに使われている「クリエイティブスコア（Cスコア）」は、クリエイティブを評価するためのREVISIO独自の指標です。Cスコアは、クリエイティブの良し悪しを知るために活用されています。また、当社ウェブサイトにて50位までのランキングも公開しております。

■50位までのランキングはこちらからダウンロードいただけます

REVISIOコーポレートサイト：

URL <https://attention.revisio.co.jp/l/1010172/2023-03-07/8wkn>

■2022年 年間CMクリエイティブCスコアランキングTOP30

【新規CM出稿企業編】 (セグメント: 男女13-49歳)

2022年 年間CMクリエイティブランキング TOP30【新規CM出稿企業編】

対象属性：男女13-49歳

対象期間：2022年1月1日～2022年12月31日（ただし、年始1月1日～3日 Wカップ11月20日～12月18日を除く）

対象CM：期間中に初回出稿、500GRP以上出稿、かつ15秒CMと30秒CMの500GRP時点でのランキング

対象企業：2016年4月から2021年12月の間に投稿がなく、2022年に投稿がある企業

| 順位 | 企業名 | CM名 | CM 秒数 | Cスコア |
|----|------------------------|--|----------|------|
| 1 | 地主 | JINUSHIビジネス「新社名」篇 | 30 | 118 |
| 2 | アゴダ | アゴダ「旅上手の秘密」篇 | 30 | 117 |
| 3 | mederi | メデリビル「産婦人科医たち登場」篇 | 15 | 114 |
| 4 | ピカパカ | ピカパカPCR クイック検査センター「宅配検査～9月の事前予約」篇 | 15 | 112 |
| 5 | BIKEN | 带状疱疹.jp「50歳を過ぎたら気をつけたい带状疱疹のおはなし リスク」 | 30 | 111 |
| 6 | 創通メディカル | MYTREX HIHO FINE BUBBLE+「ROLA、実感」篇 | 30 | 111 |
| 7 | アルペン | アルペン「アルペングループ史上最大のGW応援セール!」篇 | 15 | 111 |
| 8 | ベネフィットワン | ベネフィットワン「HRテック」篇 | 15 | 110 |
| 9 | プラスチックホンダ | ナーレ「Naleソング」篇 | 15 | 108 |
| 10 | リミックスポイント | BITPOINT「俺のBITPOINT!」篇 | 15 | 108 |
| 11 | ISSリアライズ | ISSリアライズ「製造業に、新たな出会いを。」篇 | 15 | 108 |
| 12 | NIPPON EXPRESSホールディングス | NIPPON EXPRESSホールディングス「SAMURAI SPIRIT 2022」篇 | 30 | 108 |
| 13 | GMOくまポン | くまポン byGMO「2022ver」篇 | 15 | 107 |
| 14 | NIPPON EXPRESSホールディングス | NIPPON EXPRESSホールディングス「原英莉花プロ UPDATE」篇 | 30 | 107 |
| 15 | ネクイノ | スマルナ「スマホでスマルナ」篇 | 15 | 107 |
| 16 | リンガーハットジャパン | リンガーハット「60周年記念メニュー 夏野菜と豚しゃぶ冷やしちゃん」 | 15 | 107 |
| 17 | SCSK | SCSK「Suits」篇 | 15 | 106 |
| 18 | 弥生 | 弥生「経理デジタル化」篇 | 15 | 106 |
| 19 | TOKIUM | TOKIUMインボイス「発足」篇 | 15 | 106 |
| 20 | SCSK | SCSK「Whisper」篇 | 15 | 105 |
| 21 | パナソニックホールディングス | 幸せの、チカラに「Panasonic Group」篇 | 30 | 105 |
| 22 | ダブルエー | オリエンタルトラフィック「跳べ、わたしのココロ。」篇 | 15 | 104 |
| 23 | FTX Japan | FTX Japan「誰かがやってくれなァ」篇 | 15 | 104 |
| 24 | NIPPON EXPRESSホールディングス | NIPPON EXPRESSホールディングス「NX UPDATE」篇 | 30 | 104 |
| 25 | ユーザーライク | bloomee「選ばれた花」篇 | 15 | 104 |
| 26 | Thinkings | sonar ATS「就活生のホンネ～ガクチカ」篇 | 15 | 104 |
| 27 | ミツモア | ミツモア「くらべて選んで明朗会計2」篇 | 15 | 104 |
| 28 | ビーディーエス | BDSバイクセンサー「BDSバイクセンサーが素晴らしすぎて」篇 | 15 | 103 |
| 29 | ナッシュ | nosh「ナッシュで楽にヘルシーに♪」篇 | 15 | 103 |
| 30 | エムズ | クリニックフォア「ただいま診療中」篇 | 15 | 103 |

※企業名称はエム・データ社に準拠

※Cスコアは小数点第一位で四捨五入

※期間中に放送された対象CMは157本

REVISIO

図 2022年年間CMクリエイティブCスコアランキングTOP30【新規CM出稿企業編】

■上位にランクインしたCMの特徴

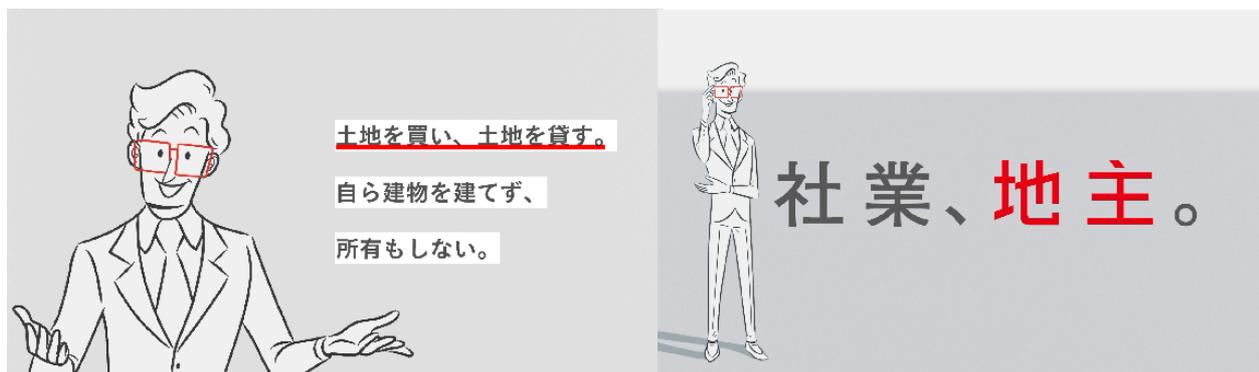
1位は地主の『JINUSHIビジネス「新社名」篇』でした。日本商業開発株式会社から社名変更したことに関連し、放映されたCMです。タレントを起用せず、アニメーションによる赤と黒を基調としたシンプルな映像です。分かりやすく不動産投資手法「JINUSHIビジネス」を解説しています。シンプルな訴求とキャラクターがマッチして、注目されたと考えられます。

2位は、アゴダの『アゴダ「旅上手の秘密」篇』でした。日本では初のCM放送で、バナナムンさんをイメージキャラクターに起用したCMです。おトクに旅する設楽さんと、そうでない日村さんのコミカルな演技が印象的です。旅に出かけられなかった時間が長かっただけに、旅行欲ともマッチし、よく見られたのだと考えられます。

3位は、mederiの『メデリピル「産婦人科医たち登場」篇』でした。フワちゃんを起用したCMで、LINEで簡単に、産婦人科医による丁寧なオンライン診療を受けることができるメデリピルの魅力を楽しく伝えています。SNSでも好評なコメントが多数寄せられており、悩みを抱える多くの女性の気持ちを捉えたものと推測されます。

■第1位『JINUSHIビジネス「新社名」篇』と第2位『アゴダ「旅上手の秘密」篇』は何秒目が一番注目された？

第1位『JINUSHIビジネス「新社名」篇』の毎秒分析



『JINUSHIビジネス「新社名」篇』
毎秒の見られ方（男女13～49歳）



このCMは、前述したとおりタレントを起用せず、キャラクターのみが出演するCMです。冒頭、心地よい音楽とともにメガネをかけたキャラクターが登場するシーンが最も注目されました。その後、土地を貸す場所の説明が続くシーンでやや下がりますが、音楽が変わったり、引きのシーンになったりと変化することで、最後の社名テロップまで高い注目を保ちました。放送された局と時間帯が集中していたため、1秒目がかなり高いスコアとなり、その後低下するが引き続き高い水準をキープするという特徴的な波形となっています。

第2位『アゴダ「旅上手の秘密」篇』の毎秒分析



おトクに旅する設楽さんのおトク情報に「え〜」を繰り返す日村さん。「え〜」のところで注目度が高くなりました。日村さんの表情や繰り返し同じ表現がでてくることで、視線が集まったと考えられます。右下がりの波形となるCMが多い中で、何回も山ができ、最後まで飽きられていないCMでした。

■クリエイティブスコア（Cスコア）について

分析指標

Cスコア



CMで人の注視を惹きつけるには、**番組枠のパワー、CMクリエイティブのパワー**の両方が必要です。

Cスコアは**CMクリエイティブのパワー**だけを浮かび上がらせ、評価できる指標です。

REVISIO

CスコアはCMクリエイティブを評価する指標です。例えば、Cスコアが150のクリエイティブAと100のクリエイティブBがあったとき、放送された番組の影響を除くと、クリエイティブAはクリエイティブBの1.5倍注視されたと評価できます。

<本件に関する問い合わせ先>

REVISIO株式会社 広報担当 佐野、峯島
東京都千代田区大手町1丁目6番1号大手町ビル6階
E-mail info@revisio.com
Tel(担当直通) 050-5468-2785

【REVISIO株式会社について】

REVISIO株式会社（2022年10月にTVISION INSIGHTS株式会社から社名変更）は、人体認識技術によってテレビ番組・CMの視聴態勢データを取得し、BtoB向け視聴分析サービスを提供しています。ご家庭のテレビに、REVISIOが独自に開発した人体認識技術を搭載した調査機器を設置し、調査参加者の視聴態勢を毎秒で自動的に取得。「誰がテレビの前において、ちゃんと見ているか」というREVISIO独自の注視データを広告主・広告会社・放送局など国内累計160社以上のクライアントにご活用いただいています。

現在、国内では関東エリアの2,000世帯・関西エリア600世帯、地上波/MX/BSの全番組の視聴データ、ならびにコネクテッドTVの注視データを提供しています。