

視聴者が釘付けになったCMクリエイティブは？ CMクリエイティブ CスコアランキングTOP10を発表 【動画・音楽配信アプリ編】

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（旧TVISION INSIGHTS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、2022年4月から2023年2月の期間で、視聴者の視線を釘付けにしたテレビCMのランキング「CMクリエイティブCスコアランキングTOP10【動画・音楽配信アプリ編】」を公開しました。

■CMクリエイティブ Cスコアランキングの概要

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4月から2023年2月の期間に、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。

本ランキングは

- 関東にて2022年4月-2023年2月に初回放送があり、かつ250GRP以上出稿の15秒・30秒CMを対象に、250GRP時点のCスコアでランキング
- 年末年始やW杯開催など、通常と異なる見られ方をする期間に出稿開始したCMを除外
- 同一企業が複数ランクインした場合は、最もスコアが高いCMのみを掲載

という条件のもと算出致しました。上記条件にあてはまる「動画・音楽配信アプリ」のカテゴリーのCM数は 86CM 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もので、放送枠の平均的見られ方のCMに対して、どれくらいよく見られたかを評価するREVISIO独自の指標です。

■CMクリエイティブ CスコアランキングTOP10

【動画・音楽配信アプリ編】 (属性: 男女13-49歳)

CMクリエイティブCスコアランキングTOP10

【動画・音楽配信アプリ編】

対象属性：男女13-49歳

対象期間：2022年4月1日～2023年2月28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、250GRP以上出稿、かつ15秒CMと30秒CMの250GRP時点でのランキング

同一企業が複数ランクインした場合は最も高いCMのみを掲載

順位	企業名	CM名	秒数	Cスコア
1	アマゾンジャパン	アマゾンプライムビデオ「劇場版 呪術廻戦0 その2」篇	15	128
2	DMM.com	DMM TV「地上波では絶対放送できないコンテンツ組『インシデント』」篇	15	128
3	Netflix	NETFLIX「SPRIGGAN スプリガン キミは、スプリガンを知っているか?」篇	30	121
4	ウォルトディズニージャパン	ディズニープラス「シコ ふんじゃった その3」篇	15	119
5	スポティファイジャパン	Spotify「フリーな同僚 屋上」篇	15	108
6	HJホールディングス	フールー「フールーうさぎ～オーディション、映画」篇	15	106
7	TVer	TVer「もっと、今をつなぐテレビへ。テレビの変わり目」篇	15	102
8	SHOWROOM	smash.「Hey! Say! JUMPを好きなだけseason2」篇	15	97
9	AbemaTV	AbemaTV「THE MATCH 2022」篇	30	97
10	17LIVE	17LIVE「人生は、いつもライブだ。」篇	30	96

※企業名称はエム・データ社に準拠、カテゴリーはREVISIO独自の区分に準拠

※Cスコアは小数点第一位で四捨五入

※対象CMは全部で86本

図 CMクリエイティブCスコアランキングTOP10【動画・音楽配信アプリ編】

■ピックアップCM

1位 アマゾンジャパン『アマゾンプライムビデオ「劇場版 呪術廻戦0 その2」篇』は何秒目が注目された？

1位は、アマゾンジャパン『アマゾンプライムビデオ「劇場版 呪術廻戦0 その2」篇』でした。人気の「劇場版 呪術廻戦0」が、プライム会員であれば無料で観れると訴求したCMです。

アマゾンプライムビデオ「劇場版 呪術廻戦0 その2」篇



毎秒でのCMの注視は上図となりました。呪術廻戦のロゴ部分で一番注視が高くなりました。呪術廻戦だということが分かり、視聴者の目を惹いたと考えられます。また、いつものプライムビデオの音声とともにロゴが出る部分でも注視があがりました。通常ブランドロゴは注視が下がる傾向があるのに対し、最後のロゴ部分までしっかり見られていました。

6位 HJホールディングス フールー「フールーうさぎ～オーディション、映画篇」

6位は、HJホールディングス「フールーうさぎ～オーディション、映画篇」でした。



ウサギのフーとルーは、自分の好きな作品を観るためにテレビ画面の取り合いをしています。最後には二人で一緒にHuluを楽しむ、というコンセプトのCMです。どちらの作品を観るのかダンスをしながら取り合いをしている姿がとてもキュートです。今回のうさぎダンスは世界的に活躍する人気ダンスパフォーマンスグループ「s**t kingz」が担当しています。

◇担当者からのコメント◇

CM制作で意識した点は、うさぎのダンスがリアルに見えるようにモーションキャプチャを使用してうさぎの動きを作ったところです。

huluのURL

<https://www.hulu.jp/static/usagi2021/>

■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が、平均よりどれ位視られたか？が評価できます

テレビに注目！

放送枠の平均的なCMの視られ方に対して、どれくらいよく視られたかを評価する相対指標です。

時間帯や放送局の影響を極力排除して、クリエイティブの横比較ができます。

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：150のクリエイティブAと、Cスコア：100のクリエイティブBがあった時、放送局や時間帯の影響を極力排除すると、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200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。