

# 2020年7月のスポットCM企業1位 はさとふる、タイムCM企業1位 は大和ハウス工業

TVISION INSIGHTS（以下TVISION）は、月間で最も見られていたCMを放送した企業を調査する「全業界企業CMランキング(2020年7月)」を作成しました。

このランキングは、VI値とAI値をかけあわせた「VI値×AI値」の高い順に順位づけしています。これは専念視聴度合いを示す指標であり、数値が高いほどそのCMがより注視されていることを示します。

## ■スポットCMランキング

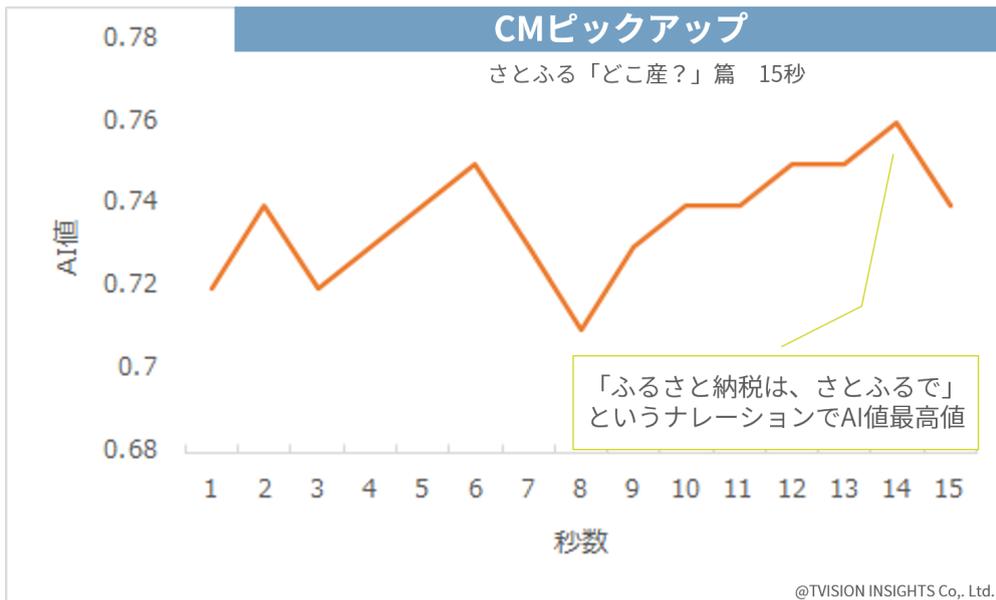
2020年7月の全業界のスポットCMの中で最も注視されていたのはさとふるでした。2位がNetflix、3位がサントリー、4位が大塚製薬、5位が日本ヒューレットパッカー、6位がアマゾンジャパン、7位が永谷園、8位がアップル、9位がマンナンライフ、10位がみずほ銀行宝くじ部という結果となりました。



## 【CM毎秒分析 個人全体のAI値が高かったCMにクローズアップします】

スポットCM1位のさとふるのCMは、さとふる「どこ産？」篇の15秒CMでした。このCMは東京03の3人が出演する、2018年から放送されているCMです。

個人全体のAI値の推移を見ると、一番注視されていたシーンは最後の「ふるさと納税は、さとふるで」というナレーションの部分でした。



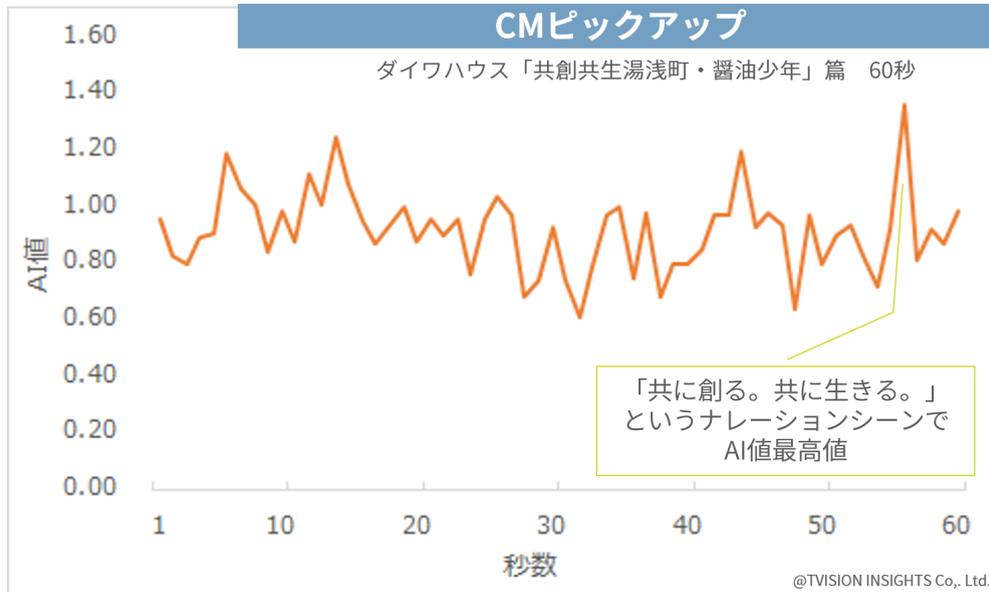
### ■タイムCM VI値×AI値ランキング

2020年7月の全業界のタイムCMの中で最も注視されていたのは、大和ハウス工業でした。2位がアース製薬、3位が旭化成ホームズ、4位がサントリー、5位が東京ガス、6位がソフトバンク、7位が山崎製パン、8位がライオン、9位がジャパネットたかた、10位が大正製薬という結果となりました。



## 【CM毎秒分析 個人全体のAI値が高かったCMにクローズアップします】

大和ハウス工業のCMで一番見られていたCMは、ダイワハウス「共創共生湯浅町・醤油少年」篇の60秒CMでした。大竹しのぶさんがナレーションのこのCMの個人全体のAI値の推移を見ると、一番最後に出る「共に創る。共に生きる。」というナレーションの部分で、高い注視を獲得していました。



今回発表した上位10以下の順位が気になる方は、お気軽にお問い合わせください。

## ■データについて

- ・VI値（滞在度＝Viewability Index）  
テレビが点いている際に、どれくらいTVの前に滞在しているかの度合いを示しています。数値が高いほど、テレビの前の滞在人数が多く、滞在時間が長いことを表します。
- ・AI値（注視度＝Attention Index）  
テレビの前に人が滞在している際に、どれくらいテレビ画面に人の顔が向いているかの度合いを示しています。数値が高いほど、画面を注視した人数が多く、注視秒数が長いことを表します。
- ・VI値×AI値（専念視聴度） → **本分析対象**  
テレビが点いている際に、どれくらいテレビ画面に人の顔が向いているかの度合いを示しています。

※VI値、AI値ともに、2016年4月から2016年9月の半年間における、放送局(NHK/ETV/NTV/TBS/EX/TX/CX)の平均値を1.00としています。

- ・GRP（Gross Rating Point）  
TVISION推定のものを使用しています。また、CMが放送された時点のTVオン率をベースに集計しています。

## ■データの収集方法

ご家庭のテレビに人体認識アルゴリズムを組み込んだセンサーを設置し、顔認証システムを用いてテレビの前に人がいるか、番組のどこで画面に注目しているか、などの視聴態勢を判断・計測しています。2015年7月より計測スタートし、現在地上波関東6局7チャンネル、地上波関西6局7チャンネル、MXテレビ2チャンネル、BS8局9チャンネルの全番組について、毎秒で視聴質の計測を行っています。

## ■注釈

- ・集計対象CMは、集計期間における企業内のタイムCMとスポットCMに分けて集計しております。
- ・タイム/スポット区分は、エム・データ社のメタデータに準拠しております。
- ・集計期間内の出稿GRP(TVISION推定)が、500GRP以上の企業が対象です。
- ・小数点3位以下は四捨五入しています。