

ドラマのキャストが出演しているCMはよく見られてる？

独自の人体認識センサーでテレビの自然な視聴動向を計測し、データを提供しているTVISION INSIGHTS株式会社（東京都千代田区大手町、以下TVISION）は、視聴質が好調だった「半沢直樹」新シリーズ全10話にて放送された全CMを対象に検証を行い「ドラマのキャストが出演しているCMはよく見られているのか？」という分析を作成いたしました。

ランキングは、AI値（注視度）の高い順に作成しています。一部分析は、テレビCM詳細分析サービス「Quick」にて可視化しています。

上位20位のCMのうち「半沢直樹」のキャストが出演していたCMは7種類！

「半沢直樹」全話で、105種類のCMが放送されていました。その中で半沢直樹のキャストが出演したCMは18種類で全体の17%でした。上位20位のCMのうち、半沢直樹のキャストが出演していたCMは7種類と、ランキングの35%を占めることが分かりました。キャストが出演していないCMと比べてよく見られている結果となりました。（表1）

本ランキングの中で最も注視されていたのは、東宝配給の映画、糸「8月12日先行上映決定」篇でした。また、半沢直樹のキャストが出演したCMの中で最も注視されていたのは、堺雅人さん、上戸彩さん、北大路欣也さん（声のみ）の3名が出演しているソフトバンクのSoftBank 5G「5Gってドラえもん？ タケコプター」篇となりました。

（表1）オレンジ色の列：「半沢直樹」のキャストが出演したCMです

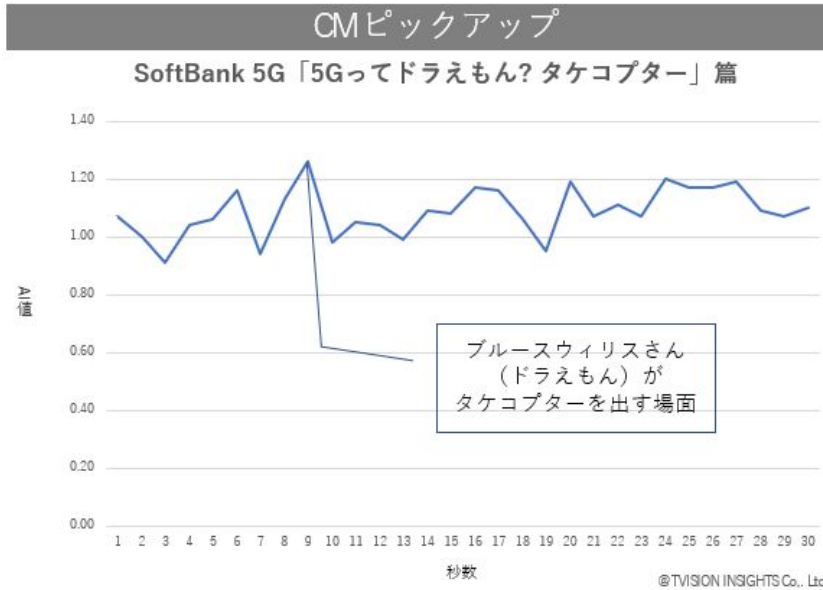
「半沢直樹」で放送されたCMの注視度ランキングTOP20

順位	企業名	CM名	CMR	タレント名	AI値 (注視度)
1	東宝	糸「8月12日先行上映決定」篇	30	-	1.32
2	ソフトバンク	SoftBank 5G「5Gってドラえもん？ タケコプター」篇	30	鈴木福,上戸彩,樋口可南子,ブルースウィリス,(声)北大路欣也,ダンテカーヴァー,堺雅人	1.27
3	日本マクドナルド	チキンマックナゲット「みんなと食べる、おいしさ。」篇	30	堺雅人	1.26
4	サントリー食品インターナショナル	伊右衛門 特茶「ある日の特茶生活 上白石萌音」篇	15	上白石萌音,本木雅弘	1.25
5	花王	ビューオーラ「マッコさんとベコばさん」篇	15	(声)マッコテラックス,ベコば	1.24
6	花王	ピオレuサボディ「ボディ乳液」篇	15	田中圭,橋本環奈	1.24
7	花王	ピオレ「クリアふきとりシート 毛穴ファンデも汚れも吸いとるピオレ」篇	15	倉科カナ	1.23
8	サントリー食品インターナショナル	伊右衛門 特茶「ある日の特茶生活 買來賢人」篇	15	本木雅弘,買來賢人	1.23
9	日本生命保険	日本生命「笑顔が大好き」篇	30	-	1.22
10	ソフトバンク	メリハリプラン「勝手にHERO'S勝手に伸直り・パーパーアート」篇	15	千鳥,(声)北大路欣也,松本志(ダウンタウン),假屋崎首吾	1.22
11	サントリー	メーカーズマーク「いいことあったら」篇	30	小栗旬,手塚真生	1.21
12	花王	アタック ZERO「あきらめタオルよみがえる実験」篇	30	菅田将暉,松坂桃李,買來賢人	1.21
13	サントリー	サントリーブルー「スッキリうまし」篇	15	川口春奈	1.20
14	サントリー食品インターナショナル	クラフトボス「宇宙人ジョーンズ・顔合わせ B」篇	30	堺雅人,役所広司,トミーリージョーンズ	1.20
15	サントリー	SUNTORY WORLD WHISKY 碧Ao「CHAPTER1 碧Ao 誕生の物語」篇	30	綾野剛	1.19
16	花王	ピオレuサボディ「夏の汚れもまさつレス」篇	15	橋本環奈,田中圭	1.19
17	サントリー	SUNTORY WORLD WHISKY 碧Ao「CHAPTER1 碧Ao 誕生の物語」篇	15	綾野剛	1.18
18	サントリー食品インターナショナル	クラフトボス「宇宙人ジョーンズ・農場」篇	30	堺雅人,役所広司,トミーリージョーンズ,杉咲花,ドラえもん	1.18
19	SOMPOホールディングス	SOMPOホールディングス「花」篇	30	桑田佳祐(サザンオールスターズ)	1.18
20	サントリー食品インターナショナル	サントリー天然水スパークリングレモン「レモンを搾ったような幸せ」篇	15	香取慎吾,美紹	1.18

※集計対象は、半沢直樹（全10話）放送中の全CMとなります
※小数点3位以下は四捨五入しています

「半沢直樹」のドラマのキャストが出演したCMの中で最もAI値が高かったテレビCMにクローズアップします

■ソフトバンクの SoftBank 5G 「5Gってドラえもん? タケコプター」 篇



CMのどのシーンで見られていたのかを明らかにするために、毎秒グラフのAI値を集計してみると、F3層（50歳以上女性）が特に注視していました。CMの中で一番注視された場面は、「ブルース・ウィリスさん（ドラえもん）がタケコプターを出す場面」でした。

※毎秒分析については、「半沢直樹」放送中に限定せず、CM投下されてから全ての期間で集計しています

BIツール「Quick」について

「Quick」は、テレビCMキャンペーンがターゲット属性にきちんとリーチしたのか、注視が得られていたかをスピーディーにチェックできるBIツールです。メディア評価やキャンペーン中に放送したCMの比較、放送したCMの毎秒分析など、テレビCMキャンペーンについてのデータをご覧いただけます。

詳細につきましては、当社ホームページのお問い合わせフォームよりお問い合わせ下さい。



サービス紹介ページ : <https://tvisioninsights.co.jp/service/>

当ランキング掲載ページ : <https://tvisioninsights.co.jp/whitepaper/2020/6150/>

<本件に関する問い合わせ先>

TVISION INSIGHTS株式会社 広報担当 高橋
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@tvisioninsights.com
Tel 03-6268-8056

<注釈>

- ・集計対象は、半沢直樹（全10話）放送中の全CMとなります。
- ・小数点3位以下は四捨五入しています。

<視聴質って何？>

誰が見ているのか(個人特定)・どのように見ているのか(視聴態勢)を数値化した「視聴質」がTVISIONのデータです。最先端の人体認識技術を搭載したセンサーをテレビの上部に設置し、テレビの前にいる複数の視聴者の視線や表情を毎秒ごとに測定。

<データについて>

※1 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。

※2 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。

※3 VI値×AI値 (専念視聴度)

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。

<データの収集方法>

一般視聴者宅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たか」といった視聴態勢を判断・計測しています。2015年6月より計測を開始し、現在は地上波関東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。