

## 人体認識技術でテレビの視聴データを取得するTVISION INSIGHTS 2021年1-3月の新CMランキング(ビールと発泡酒・新ジャンル)を発表

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を1秒ごとに測定した「アテンションデータ」を提供するTVISION INSIGHTS株式会社(東京都千代田区大手町、以下TVISION)は、暖かくなる4月頃から出荷量が増加するアルコール類のCMに注目し、2021年1-3月におけるビールCMランキングと発泡酒・新ジャンルCMのランキングを発表しました。

本ランキングは、テレビCMのクリエイティブをアテンションで評価するTVISION独自の指標「Cスコア」にて算出しております。(Cスコア詳細は本文に記載)

### ■ビールCMランキング概要

ビールカテゴリーの1位は同スコアで、麒麟ビール「一番搾り『糖質ゼロ 木村佳乃 鳥の手羽先』篇」とHome Tap「最初の一杯」篇となりました。3位にもHome Tapのバージョン違いの「登場」篇がランクインしました。

### テレビCM 1-3月Cスコアランキングトップ10 (ビール)

個人全体  
2021/1/4~3/31

順位	企業名	CM名	CMR	CMキャスト	Cスコア
1	麒麟ビール	一番搾り「糖質ゼロ 木村佳乃 鳥の手羽先」篇	30	木村佳乃	113
1	麒麟ビール	Home Tap「最初の一杯」篇	30	中井貴一,天海祐希	113
3	麒麟ビール	Home Tap「登場」篇	30	中井貴一,天海祐希	110
4	サントリー	ザ・プレミアム・モルツ「ちょっと高級なビールにしようか・小栗」篇	15	小栗旬	108
5	麒麟ビール	一番搾り「特別なビール」篇	30	(声)山口晃史,石田ゆり子,満島ひかり,鈴木亮平,堤真一	107
6	サントリー	ザ・プレミアム・モルツ「ちょっと高級なビールにしようか・柴咲」篇	30	柴咲コウ	104
6	アサヒビール	スーパードライ「日本のビールで初めて」篇	30		104
8	麒麟ビール	一番搾り「満島ひかり 我が家の鍋」篇	30	(声)山口晃史,満島ひかり	102
8	アサヒビール	スーパードライ「ビール工場で飲んだ、あのうまさ。改訂」篇	15	福山雅治	102
8	麒麟ビール	一番搾り「糖質ゼロ 焼肉」篇	30	唐沢寿明	102

※1 対象期間内に250GRP以上の出稿があり、かつ対象期間内に初回放送があった22CMを対象としています。

※2 小数点以下を四捨五入しています。

※3 100が平均値となります。

※4 Cスコアが同じ場合、初回放送日が早いものから記載しています。

## ■発泡酒・新ジャンルCMランキング概要

発泡酒・新ジャンルカテゴリーの1位は麒麟ビール「本麒麟『目隠し 2021』篇」となりました。2位はサントリーの「金麦『糖質75%オフ 仕事終わりに飲みたーい』篇」、3位も2位と同じく金麦がランクインしました。

### テレビCM 1-3月Cスコアランキングトップ10 (発泡酒・新ジャンル)

個人全体  
2021/1/4~3/31

順位	企業名	CM名	CM尺	CMキャスト	Cスコア
1	麒麟ビール	本麒麟「目隠し 2021」篇	30	江口洋介,杏	109
2	サントリー	金麦「糖質75%オフ 仕事終わりに飲みたーい」篇	15	戸田恵梨香,沢村一樹	105
3	サントリー	金麦「四季の金麦」篇	30	(声)北村有起哉,石原さとみ	104
3	麒麟ビール	のどごし「売れに売れてます!」篇	15	桐谷健太	104
5	アサヒビール	ザリッチ「新ザ・リッチ こんなのにおいしくなるの!」篇	30	北大路欣也,竹野内豊,長澤まさみ	101
5	麒麟ビール	本麒麟「タモリさん 超えたね」篇	30	タモリ,江口洋介,杏	101
5	サントリー	金麦「糖質75%オフ うまいものと飲みたーい」篇	15	戸田恵梨香,沢村一樹	101
5	サントリー	金麦「ザ・ラガー 大満足」篇	15	香取慎吾	101
9	サッポロビール	麦とホップ「ビール好きに、どストライク!」篇	15		100
10	アサヒビール	クリアアサヒ「飲んでみた」篇	30	木梨憲武(とんねるず),佐藤菜里	99

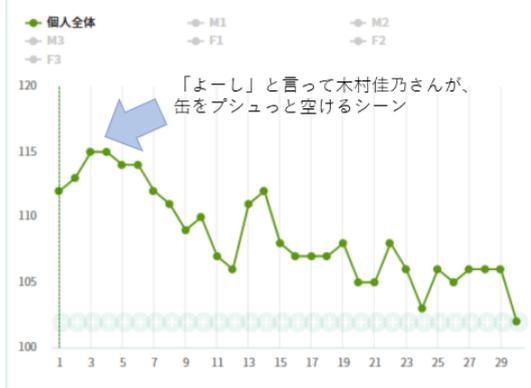
- ※1 対象期間内に250GRP以上の出稿があり、かつ対象期間内に初回放送があった20CMを対象としています。
- ※2 小数点以下を四捨五入しています。
- ※3 100が平均値となります。
- ※4 Cスコアが同じ場合、初回放送日が早いものから記載しています。

T VISION  
INSIGHTS

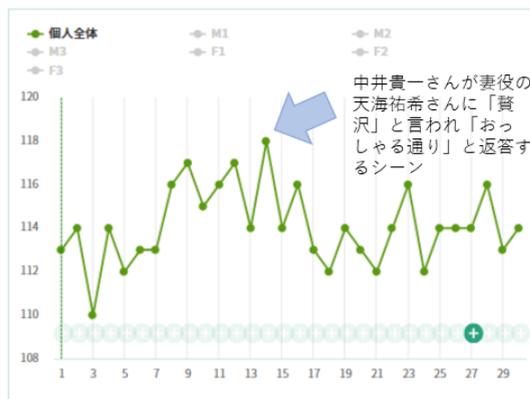
## ■ビールで1位となった2つのCMを勝手に毎秒分析!

ビールランキングで1位となった麒麟ビールの2つのCMを、毎秒でどのような見られ方の違いがあるのか、比較してみました。「一番絞り」では、注視の山が前半にきています。「Home Tap」は、平均的に注視があり、中盤に山がきています。このようにCスコアが同じでも、見られ方に違いがあることが分かりました。

麒麟ビール 一番搾り  
一番搾り「糖質ゼロ 木村佳乃 鳥の手羽先」篇 30秒



麒麟ビール Home Tap  
Home Tap「最初の一杯」篇 30秒



※上記のデータは、TVISIONの提供するテレビデータへのエントリーツール「Telescope」にて、簡単にご確認いただけます。

## ■Cスコアの概要

Cスコア(クリエイティブ・スコア)は、テレビCMのクリエイティブをアテンションで評価する指標です。CMが放送された時間帯の影響を排除し、クリエイティブの純粋な見られ方を評価できるよう設計されているのが大きな特徴です。Cスコアは平均値が100となるように算出されています。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、放送された時間枠の影響を除くと、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。

### Cスコアの特徴

- (1) CM投下枠の効果を排除し、純粋なテレビCMクリエイティブの評価が可能です
- (2) クリエイティブがターゲット層に注視されているかどうかの評価できます

## ■「Telescope」について ( <https://telescope.tvisioninsights.co.jp/> )

「Telescope」はTVISIONが提供するブランドポジションをトラッキングするためのBIツールで、テレビデータへのエントリーツールとして、主にマーケター/ブランドマネージャーの皆様にお使い頂いております。競合他社のデータと自社の出稿状況や見られ方の状況を、毎週/毎月ごとに簡単にチェックできます。また、CMクリエイティブを詳細に分析することができるなど、テレビCM戦略に役立つツールです。

<本件に関する問い合わせ先>

TVISION INSIGHTS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@tvisioninsights.com](mailto:info@tvisioninsights.com)

Tel(直通) 050-5472-8861

コーポレートサイト: <https://tvisioninsights.co.jp/>

---

### 【TVISION INSIGHTS株式会社について】

TVISION INSIGHTS株式会社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、TVISION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TVISION独自のアテンションデータを広告主・広告会社・放送局など国内累計100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1,000世帯・関西エリア100世帯、地上波/MX/BSの全番組を計測しています。TVISIONでは「新しいデータによってメディアマーケットを圧倒的に進化させる」というミッションのもと、テレビの価値をアテンションデータによって顕在化しています。