

2022年1月「企業CM」注目度ランキングを発表

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TVISION)は、2022年1月における企業CMランキングの公開をお知らせいたします。

■「企業CM」注目度ランキング 概要

2022年1月1日～31日に、関東で50GRP以上のCM出稿があった全企業の「企業CM※」を対象に、テレビの前にいる人のなかで、テレビ画面を見ている人の割合を「注目度」として算出。それをCM単位で集計した、「企業CM注目度ランキング」を作成しました。

対象となった企業CM数は532本です。50GRPとは、対象期間中に、世帯視聴率約5%の番組に15秒CMを10回放送した量に相当します。(TVISION INSIGHTS調べ)

※企業CM: 特定の商品・サービス名のCMでない、企業としてのメッセージを伝えるCMを指します

2022年1月 企業CM注目度ランキング

| 順位 | 企業名 | CM名 | 属性：個人全体 | |
|----|-----------|---|---------|-------|
| | | | 推定GRP | 注目度 |
| 1 | 長谷エグループ | 長谷エグループ「仲間もわかるんだ」篇 30秒 | 50 | 59.1% |
| 2 | 明電舎 | 明電舎「電気よ、動詞になれ。照らせ。」篇 30秒 | 72 | 58.8% |
| 3 | サッポロビール | サッポロビール「大人EV総集2022 その1」篇 60秒 | 89 | 58.2% |
| 4 | システナ | システナ「アスリート社員」篇 30秒 | 102 | 58.1% |
| 5 | ジャックス | ジャックスカード「未来のために」篇 30秒 | 65 | 56.8% |
| 6 | サッポロビール | サッポロビール「大人EV 55歳 純粋とは」篇 60秒 | 80 | 56.4% |
| 7 | 味の素 | 味の素「妥協なき栄養」篇 60秒 | 74 | 56.3% |
| 8 | グロップ | グロップ「グロップで始めちゃおう」篇 30秒 | 203 | 56.2% |
| 9 | ジャパネットたかた | ジャパネットたかた「Goods for you～勝ち負けではない価値A」篇 30秒 | 92 | 56.1% |
| 10 | 大和ハウス工業 | ダイワハウス「かぞくの群像 #2 萌芽」篇 30秒 | 401 | 56.0% |
| 11 | 日立製作所 | 日立製作所「世界を輝かせる人 違法伐採防ぎ監視システム」篇 30秒 | 51 | 55.8% |
| 12 | サカイ引越センター | サカイ引越センター「愛されて育つ」篇 30秒 | 143 | 55.7% |
| 13 | アイダ設計 | アイダ設計「アニメ・アイ」篇 30秒 | 123 | 55.6% |
| 14 | ジャックス | ジャックス「未来のために」篇 15秒 | 56 | 55.5% |
| 15 | 日本生命保険 | 日本生命「幸せを長く」篇 60秒 | 159 | 55.5% |
| 16 | KDDI | au「進め!そっちだ!」篇 60秒 | 555 | 55.4% |
| 17 | 東海旅客鉄道 | JR東海「会って、特別だったんだ。」篇 60秒 | 51 | 55.4% |
| 18 | 東京エレクトロン | 東京エレクトロン「LOVE クロニクル」篇 30秒 | 100 | 55.3% |
| 19 | 大和ハウス工業 | ダイワハウス「かぞくの群像 #2 萌芽」篇 60秒 | 346 | 55.1% |
| 20 | サッポロビール | サッポロビール「大人EV 55歳 天才だとすると」篇 60秒 | 80 | 55.0% |
| 21 | 三井住友銀行 | 三井住友銀行「ともに、前へ」篇 30秒 | 200 | 54.8% |
| 22 | 三菱地所 | 三菱地所「三菱地所と次はいこう。サステナブル」篇 30秒 | 68 | 54.7% |
| 23 | キヤノン | キヤノン「Find Your Focus～ひろげよう。まだない視界を～医療AI」篇 30秒 | 66 | 54.5% |
| 24 | KDDI | au「進め!そっちだ!」篇 30秒 | 889 | 54.5% |
| 25 | 富士住建 | 富士住建「この家でずっと 冬」篇 30秒 | 70 | 54.3% |
| 26 | Sky | Sky「その手の中にSky」篇 30秒 | 60 | 54.2% |
| 27 | パナソニック | パナソニック「世界を元気に。くらしを理想に。～大坂なおみ」篇 60秒 | 152 | 54.2% |
| 28 | 西松屋チェーン | 西松屋チェーン「ママとパパの奮闘」篇 30秒 | 55 | 54.1% |
| 29 | SUMCO | SUMCO「半導体が世界を変える その3」篇 30秒 | 104 | 54.0% |
| 30 | 日本たばこ産業 | JT「想うた 姉妹を想う」篇 30秒 | 123 | 54.0% |

TVISION INSIGHTS調べ

※対象期間：2022年1月1日～1月31日

※対象CM：上記期間にて関東50GRP以上出稿があった532本

※注目度は対象期間内における、全放送回の平均で算出

今回のランキングの中でも、下記のCMは「人と人のつながり」や「未来に対する想い」を前面に打ち出していました。コロナ禍が長期化する中で、人との交流が減少したり、未来への不安を持つ人が増加したりしている影響があると考えられます。

- 5位: ジャックスカード「未来のために」篇 30秒
- 9位のジャパネットたかた「Goods for you～勝ち負けではない価値A」篇 30秒
- 10位: ダイワハウス「かぞくの群像 #2 萌芽」篇 30秒
- 21位: 三井住友銀行「ともに、前へ」篇 30秒

■複数CMがランクインした企業

30位までの中でサッポロビールが3本ランクインしており、複数のCMで注目を集めることに成功していました。

また、ジャックスは5位と14位、大和ハウス工業は10位と19位、KDDIは16位と24位と、秒数違いのCMがそれぞれランクインしていました。

■前月ランキングと同様のCMで、引き続きランクインした企業

4位のシステナ、16位のKDDI、18位の東京エレクトロン、23位のキヤノンについては、2021年12月の企業CMランキング (<https://telescope.tvisioninsights.co.jp/2022/collection-tips/analysis-result/9094/>)と同じ素材で前月に引き続きランクインしており、注目度の低減はそこまで見られない結果となりました。(表: 水色部分)

15位の日本生命保険、27位のパナソニックは、2021年12月に放送したCM素材の秒数違いが、今月もランクインする結果となりました。(表: オレンジ色部分)

■1位から10位までのCMの詳細

1～10位にランクインしたCMの詳細については、以下でご紹介いたします。

- 1位: 長谷エグループ「仲介もわかるんだ」篇 30秒
 - 長谷エのオリジナル音楽に合わせて、マンションを売る人と買う人をつなぐというメッセージを伝えるCM。
- 2位: 明電舎「電気よ、動詞になれ。照らせ。」篇 30秒
 - CMの前半ではナレーションがなく音楽のみで、後半のナレーションとテキストによって、電気が誰かを支えるというメッセージを伝えるCM。
- 3位: サッポロビール「大人EV総集2022 その1」篇 60秒
 - 俳優の妻夫木聡さんが、大人エレベーターに乗り出会った人との対談を通して「大人とは」を追求するCM。本作は2010年度、2012年度、2017年度の本シリーズの総集篇であり、CMの最後に人と人の出会いに乾杯という企業メッセージを伝えた。
- 4位: システナ「アスリート社員」篇 30秒
 - オフィスの中で、ラクロスやホッケーなどをしながら部長にペンを届ける躍動感のあるCM。
- 5位: ジャックスカード「未来のために」篇 30秒
 - 未来のために努力する人の姿を描き、そういった人を企業で応援していることを伝えるCM。
- 6位: サッポロビール「大人EV 55歳 純粋とは」篇 60秒
 - サッポロビールの大人エレベーターCMシリーズの2022年篇。ミュージシャンである宮本浩次さんが、純粋さに対する思いや歌のうまさとは何か、に答えるCM。

- 7位:味の素「妥協なき栄養」篇 60秒
 - 様々な国で働いている同社社員の想いを発信する形で、健康や国の食文化、栄養を考えたおいしさを世界に届けている事を伝えるCM。
- 8位:グロップ「グロップで始めちゃお」篇 30秒
 - グロップのオリジナル音楽と歌詞にのせて、本サービスによって新しい自分に出会い、素晴らしい毎日を過ごせるというメッセージのCM。今田美桜さんが、様々な業界の人に出会い、その度に服装が変化する様子が描かれた。
- 9位:ジャパネットたかた「Goods for you～勝ち負けではない価値A」篇 30秒
 - 時に負けることがあっても、挑戦を続けて諦めない息子を、母親が見守るというCM。挑戦のその先が少しでも「Good」となると信じる親子を描いた。
- 10位:ダイワハウス「かぞくの群像 #2 萌芽」篇 30秒
 - 舞台俳優どうしで結婚した2人の男女が、同じ舞台で主人公として出演するというストーリーのCM。舞台のセリフと日常生活の様子がリンクして、苦しみながら前に進む二人を描いた。

TVISIONは、この「企業CM」注目度ランキングを定期的に発信していく予定です。 自社の企業イメージに責任を持つ、経営者やコミュニケーション担当者の方が、定点観測していくデータのひとつとしてお役立てください。31位以降のランキングが気になる方は、下記よりお問合せください。

＜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
Tel(担当直通) 050-5468-2785

【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2,000世帯・関西エリア600世帯、地上波/MX/BSの全番組を計測しています。