

報道関係者各位

TVISION INSIGHTS株式会社

## 生命保険業界のCMランキング（2021年10月クール） 個人全体で『日本生命保険』のCMが1番注目されていた

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、2021年10月クール\*1に放映されたテレビCMの中で、生命保険の業界のランキングを集計いたしました。

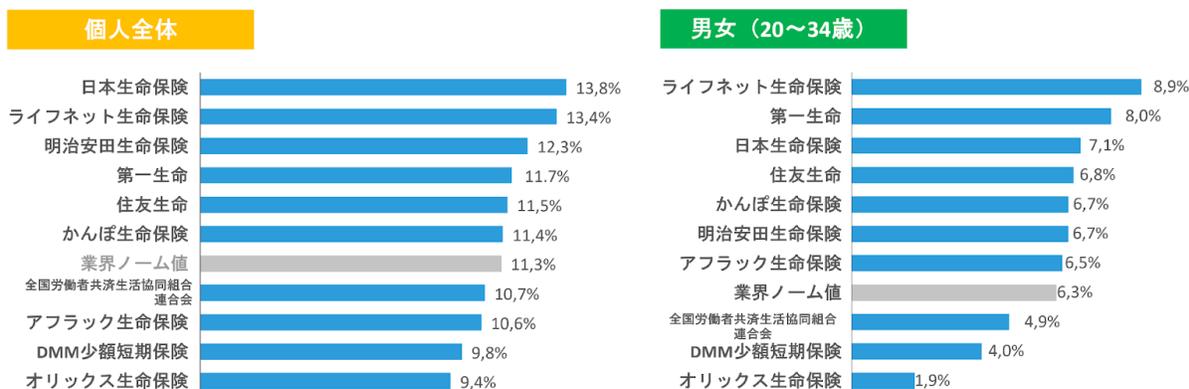
TVISION独自の指標「アテンション含有率\*2」のランキングにすることで、その企業のCMが、視聴者にちゃんと見られているのかがわかります。

※\*1 2021年10月クール：2021年10月4日から2022年1月2日

※\*2 アテンション含有率：視聴者のうちの、テレビ画面注視者の割合を表します。

### 【生命保険カテゴリ企業別】テレビCM アテンション含有率ランキング

企業数が多くなってしまったため、2021年の年間のテレビCM出稿量が、3,000GRP以上だった生命保険カテゴリの企業を対象にグラフを作成しました。



※集計期間：2021年10月4日～2022年1月2日  
※対象：2021年の年間推定GRPが3,000GRP以上の企業  
※「生命保険」のカテゴリはTVISION独自の区分に準拠  
※企業名はエム・データ社に基づく  
※第二小数点で四捨五入  
※このランキングでは、CM尺やGRPパーセントなどによる影響は未考慮

この10社のうち、10月クール・個人全体で1位になったのは、『日本生命保険』でした。生命保険会社を検討する機会が多い若年層（MF1層：男女20～34歳）でのランキングは、1位が『ライフネット生命保険』でした。個人全体・MF1層ともに、3位までに『日本生命保険』、『ライフネット生命保険』がランクインしておりました。

ご参考までに、10月クール中の各社の出稿量（推定GRP）はこちらです。

## 2021年10月クール テレビCM 推定GRP一覧

企業名	推定GRP
アフラック生命保険	12,514
ライフネット生命保険	4,778
オリックス生命保険	3,411
日本生命保険	2,539
明治安田生命保険	1,977
かんぽ生命保険	1,859
DMM少額短期保険	1,622
住友生命	1,474
全国労働者共済生活協同組合連合会	941
第一生命	616

\*条件：2021年年間の推定GRPが3,000GRP以上の企業

\*本表の集計期間：2021年10月4日～2022年1月2日

\*期間：2021年10月4日から2022年1月2日

\*企業名はエム・データ社に基づく

\*「生命保険」のカテゴリーはTVISION独自の区分に準拠

出稿量がこの業界内でとても多かった『アフラック生命保険』は、アテンション含有率のランキングで見ると、個人全体で8位、MF1層では7位となっていました。出稿量が多いゆえにすでに知られており、見られにくい状況になっていると考えられます。

『日本生命保険』は、出稿量では業界4位でしたが、アテンション含有率では個人全体でもMF1層でも3位以内に入っていました。

また『日本生命保険』、『ライフネット生命保険』は、ほとんどがタイム枠での出稿をされており、両社とも効率よく出稿できていたと言えます。

生命保険業界のCMトレンドを分析したレポートもございます。ご興味あればこちらもご参照ください。（<https://telescope.tvisioninsights.co.jp/2022/collection-tips/whitepaper/9969/>）

### <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 (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160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。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。