

視聴者を惹きつけたCMクリエイティブは...！？
【2022年上半期】CMクリエイティブランキングTOP30を発表

2位は人気のあのシリーズ,1位に輝いたのは、、、

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年上半期の中で、視聴者を惹きつけたテレビCMクリエイティブが何かかわかる、**2022年上半期CMクリエイティブランキングTOP30**の公開をお知らせいたします。

■CMクリエイティブランキングの概要

どのようなCMクリエイティブが、視聴者からよく見られたのかを明らかにするため、2022年1月3日～7月3日（2022年上半期）の、コア視聴層（男女13～49歳）がよく見たCMクリエイティブについて、ランキングを作成いたしました。

今回のランキングでは期間中に関東で初回放送があり、500GRP以上出稿されたCMで、15秒CMと30秒CMを対象としております。対象となったCM本数は1156本でした。

本ランキングに使われている「クリエイティブスコア（Cスコア）」は、クリエイティブを評価するためのTVISION独自の指標です。Cスコアは、クリエイティブの良し悪しを知るために活用されています。また、50位までのランキングも公開しております。

[\(https://telescope.tvisioninsights.co.jp/collection-tips/whitepaper/11650/\)](https://telescope.tvisioninsights.co.jp/collection-tips/whitepaper/11650/)

2ページ以降で、実際のランキングとその傾向についてをまとめています。

2022年上半期CMクリエイティブランキング TOP30

属性：男女13-49歳

期間：2022年1月3日～7月3日

対象CM：期間中に初回出稿、500GRP以上出稿、かつ15秒CMと30秒CM

500GRP時点でのランキング

順位	企業名	CM名	CM 秒数	Cスコア
1	Uber Eats Japan	Uber Eats「読書」篇	15	128
2	アイフル	アイフル「最強女将」篇	30	126
3	任天堂	Pokemon LEGENDS アルセウス「第2弾」篇	30	125
4	KDDI	au PAY「意識高すぎ! 高杉くん スポーツ大会」篇	30	123
5	LINE	LINE公式アカウント「角田オーナーのキャンセル対応」篇	30	122
6	住宅情報館	住宅情報館「ののか店長 いっこだけ」篇	15	122
7	Netflix	NETFLIX「ストレンジャーシングス 未知の世界4 今、クライマックスへ。」篇	30	121
8	ソニーインタラクティブエンタ テインメント	プレイステーション「遊びのない世界なんて」篇	30	120
9	Sky	SKYPCE「名刺情報は会社の重要資産」篇	30	120
10	三菱電機	霧ヶ峰「FZシリーズ・いっしょに暮らす ver3」篇	30	120
11	P&G	レノア「姉の初体験」篇	30	118
12	Uber Eats Japan	Uber Eats「帽子」篇	15	117
13	麒麟ビール	一番搾り「堤真一&満島ひかり 一番搾りが好きな人」篇	30	117
14	ロート製薬	デオコ「薬用ボディクレンズ 帰宅」篇	15	117
15	GM corporation	デンキバリブラシ2.0+ボディ「ときほぐせ、全身。」篇	30	117
16	日清食品	カップヌードル「辛麺ダンス 改訂」篇	30	116
17	ビザラ	バターチキンカレーのよくばりクォーター「ぬけがけ」篇	15	116
18	任天堂	NINTENDO SWITCH「フィットネスもスポーツも」篇	30	116
19	任天堂	マリオカート8 デラックス「コース追加パス」篇	30	116
20	任天堂	Pokemon LEGENDS アルセウス「第3弾」篇	30	116
21	大阪王将	ぶるもち水餃子「言わへん」篇	15	115
22	アイフル	アイフル「現代文講師」篇	30	115
23	Netflix	NETFLIX「桜のような僕の恋人」篇	30	115
24	ユーキャン	ユーキャン「やりたいと思った今こそ」篇	15	115
25	マクドナルド	マックデリバリー「マックデリバる?~チキンタツタ」篇	15	115
26	ロッテ	キシリトール「フィンランド 改訂」篇	15	115
27	KDDI	マネーライフ応援特典「鬼の応援」篇	30	115
28	みずほ銀行宝くじ部	バレンタインジャンボ宝くじ「ジャンボ兄ちゃん モテちゃった」篇	30	115
29	政府広報	マイナンバーカード「マイナポイント広報室~第2弾! 本格スタート!」篇	30	114
30	Uber Eats Japan	Uber Eats「時間内配達篇」篇	15	114

※企業名称はエム・データ社に準拠

※Cスコアは小数点第一位で四捨五入

※期間中に放送されたCMは1156本

図1 2022年上半期 クリエイティブランキングTOP30

■上位にランクインしたCMの特徴

本ランキングの表内で、複数のCMがランクインしている企業は企業名を赤色にしています。

1位はUber Eats Japanの『Uber Eats「読書」篇』でした。Uber Eats JapanのCMはTOP30の中に『Uber Eats「帽子」篇』、『Uber Eats「時間内配達」篇』を含む3作品がランクインしました。

2位は、アイフルの『アイフル「最強女将」篇』となりました。人気の女将シリーズで、TOP30の中に、『アイフル「現代文講師」篇』もランクインしました。

3位は、任天堂の『Pokemon LEGENDS アルセウス「第2弾」篇』でした。任天堂のCMは、TOP30の中に4作品がランクインしました。

1、2、3位にランクインしたCMは、同企業で複数作品がランクインしていることから、個別のCMだけではなく、ブランドとして人気が高いことが分かります。

TOP30に複数のCM作品がランクインした企業は他に、KDDIとNetflixがありました。それぞれ2作品がランクインしています。KDDIもアイフル同様、シリーズものとして人気を博しています。

また、ランクインをしたCMの傾向を商品カテゴリでみると、内食に関するCMが7作品と多く入っていました。一時期のようなステイホームはなくなったものの、家で食事をする機会はまだまだ多く、人々の関心が高かったといえそうです。CMの内容は、ただ商品訴求をするのではなく、「女優さんがコミカルな演技をする」「アイドルグループがダンスをする」といったエンターテインメント要素が強いものが見られました。

次に多かったのはゲームに関するCMで、5作品がランクインしました。ゲーム人気もステイホームの習慣が影響している可能性があります。ゲームカテゴリのCMは、どちらかというゲームそのものがCMの一部となっている傾向があります。8位のソニーインタラクティブエンタテインメント『プレイステーション「遊びのない世界なんて」篇』は、広告・コミュニケーションの祭典『カンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバル2022』内のEntertainment for Music部門でブロンズを受賞した作品です。米津玄師さんが出演したCMで、高い評価とともに実際によく見られたCMであったことが分かります。

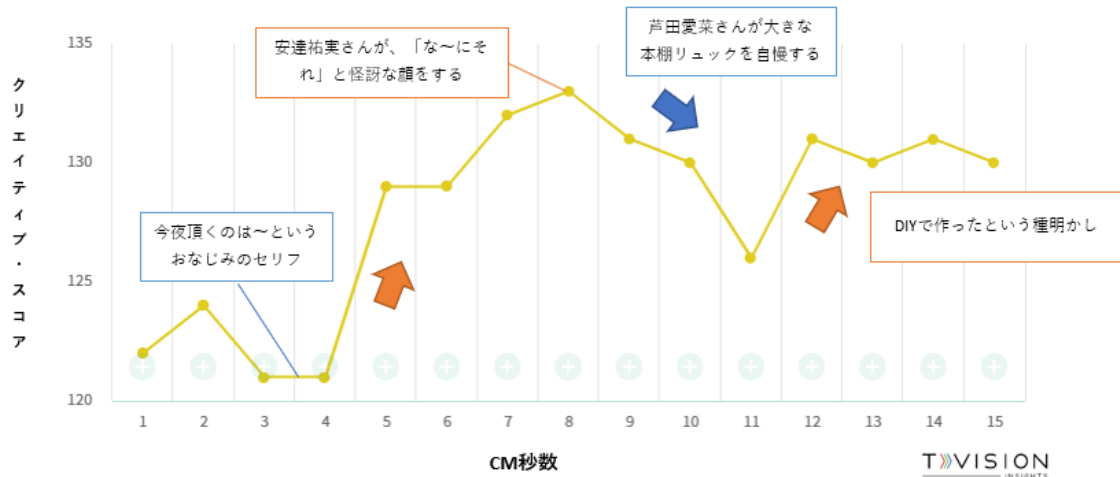
最近よく目にするようになった、法人向けサービスのCMも2作品ランクインしました。5位のLINE『LINE公式アカウント「角田オーナーのキャンセル対応」篇』と、9位のSky『SKYPCE「名刺情報は会社の重要資産」篇』です。リモートワークの恒常化に伴い、企業向けサービスを提供する会社のCM出稿も増加しています。

■1位の『Uber Eats「読書」篇』は何秒目が一番注目された？

このCMで、安達祐実さんと芦田愛菜さんが7年ぶりに共演しました。芦田さんがいつでも好きな読書ができるようにとDIYで作った大きすぎる本棚リュックを、安達さんに自慢するという展開のCMです。

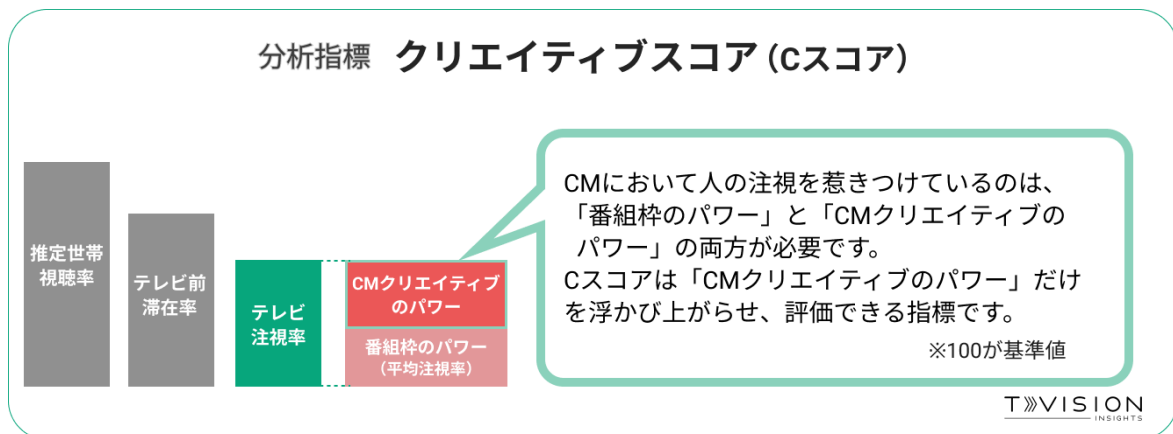
TVISIONは1秒毎にデータを計測しているため、CMのどのシーンが視聴者に見られたかを知ることができます。1秒ごとのクリエイティブスコアの推移から、一番見られたのは8秒目であることがわかりました。

『Uber Eats「読書」篇』
毎秒の見られ方（男女13～49歳）



一番見られたシーンは、安達さんが芦田さんの本棚リュックを怪訝そうに眺めて「な～に、それ」と言うあたりでした。おなじみの「さて、今夜、私が頂くのは～」というセリフから安達さんの登場にかけて、注目が高まりました。また、本棚リュックがアップになり自慢をするシーンで少し注目が下がりますが、最後の「DIYで作った」という声のみのオチで再び注目されました。

■クリエイティブスコア（Cスコア）について



CスコアはCMクリエイティブを評価する指標です。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、放送された番組の影響を除くと、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。

50位までのリストはこちらからご確認いただけます。

<https://telescope.tvisioninsights.co.jp/collection-tips/whitepaper/11650/>

<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独自の注視データを広告主・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の全番組の視聴データ、ならびにコネクティッドTVの注視データを提供しています。