

コロナ禍以降利用者が増加した雑誌・マンガアプリのジャンルでよく見られたCMクリエイティブブランキングTOP20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（東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION）は、2020年10月以降に出稿を開始した雑誌・マンガアプリのテレビCMが、250GRP時点でのどのくらい見られていたのか、CMクリエイティブブランキングを発表しました。

■雑誌・マンガアプリのCMクリエイティブブランキング

雑誌・マンガアプリのCM クリエイティブブランキング(個人全体/250GRP時点)

順位	企業名	ブランド名	CM名	秒数	Cスコア
1	ビーグリー	まんが王国	まんが王国「読んだマンガをポイント交換ver」篇	15	142
2	アムタス	めちゃコミック	めちゃコミック「感無量」篇	15	129
3	DMM.com	DMMブックス	DMMブックス「読んで!読んで!無料作品」篇	30	126
4	カカオジャパン	カカオジャパン ビッコマ	ビッコマ「アメハナカラス 第1話」篇	30	122
5	パピレス	Renta!	Renta!「レンタウロス2」篇	15	121
6	LINE Digital Frontier	LINE Digital Frontier LINEマンガ	LINE マンガ「閻神転生記」篇	30	120
7	ビーグリー	まんが王国	まんが王国「今なら最大80%還元ver」篇	15	120
8	パピレス	Renta!	Renta!「レンタウロス2 その2」篇	15	118
9	Cygames	サイコミ	サイコミ「今、面白いマンガ! 年末年始」篇	15	117
10	集英社	少年ジャンプ+	少年ジャンプ+「ここには熱がある。～なえなの」篇	15	117
11	アムタス	めちゃコミック	めちゃコミック「有吉さんとキャンプ」篇	15	116
12	パピレス	Renta!	Renta!「元気が欲しい2」篇	15	114
13	アムタス	めちゃコミック	めちゃコミック「有吉さんと遭遇」篇	15	114
14	アルファポリス	アルファポリス	アルファポリス「終わりなく広がる世界」篇	15	113
	パピレス	Renta!	Renta!「元気が欲しい」篇	15	113
15	NTTドコモ	dブック	dブック「浜辺、ハマってます(dポイント)」篇	15	113
16	カカオジャパン	カカオジャパン ビッコマ	ビッコマ「六本木クラス」篇	15	113
17	LINE Digital Frontier	LINE Digital Frontier LINEマンガ	LINE マンガ「再婚承認を要求します」篇	30	111
18	パピレス	Renta!	Renta!「これ読んどきな」篇	15	110
20	カカオジャパン	カカオジャパン ビッコマ	ビッコマ「ラインナップ」篇	30	109

TVISION INSIGHTS調べ

※対象CM：2020年10月以降に放送されており、2022年8月5日時点で250GRP以上のCM

※Cスコアは、250GRP時点の値を使用し、小数第一位で四捨五入

※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

コロナ禍以降、利用者も増え、CMもよく目にするようになった雑誌・マンガアプリのCMは、視聴者にどのように見られていたのでしょうか。テレビCMのクリエイティブを評価する指標「クリエイティブスコア(Cスコア)」で、250GRP時点のCMクリエイティブランキングを作成しました。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、クリエイティブを注視で評価するためのTVISION独自の指標です。Cスコアは、放送された枠の影響を取り除き、個々のクリエイティブが持つ注視を獲得するパワーを評価するために活用されています。

ランキングの対象となったCMは2020年10月以降に放送され、2022年8月5日時点で250GRP以上の出稿があった15社、59本のCMでした。

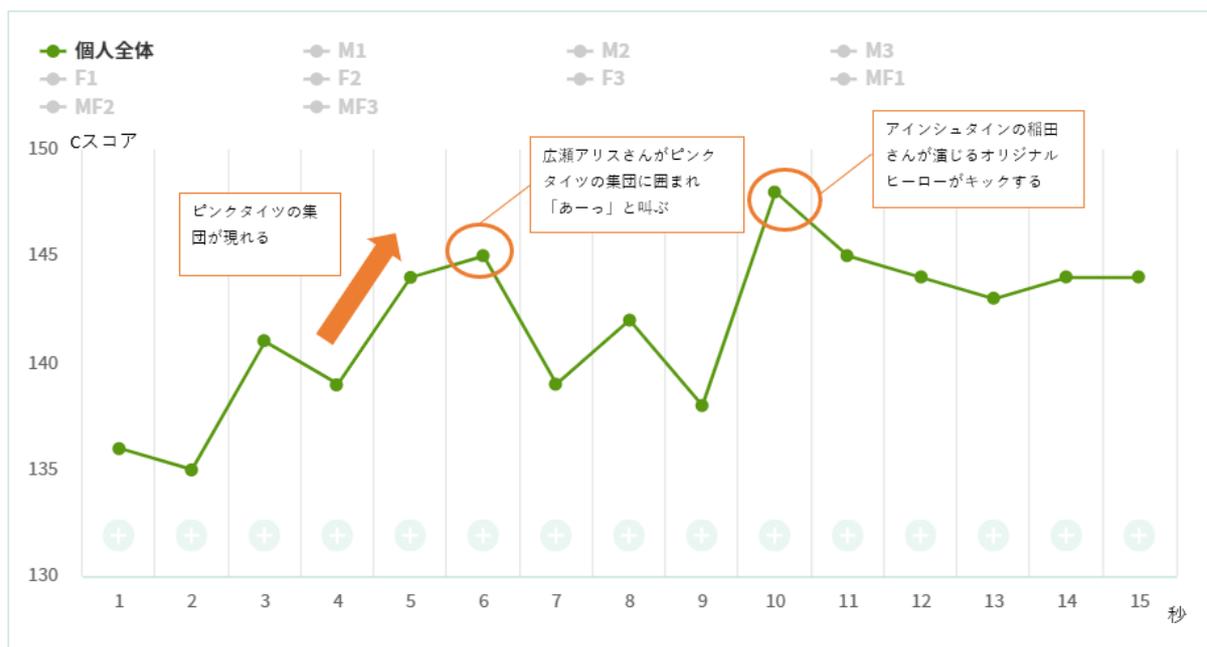
1位は、ビーグリーの『まんが王国「読んだマンガをポイント交換ver」篇』でした。メインキャラクターを広瀬アリスさん、ヘルメットからのぞくアゴが特徴的なオリジナルのヒーロー“マンガオウコクダー”をアインシュタインの稲田直樹さんが演じました。グダグダのヒーローに感謝するというコミカルな演出のCMです。

2位は、アムタスの『めちゃコミック「感無量」篇』でした。これまで放送してきたテレビCMの印象的なシーンを集めた「めちゃコミック15周年」の感謝を伝える特別バージョンのCMです。有吉弘行さんのハイテンションなナレーションと大量無料に感激するめちゃ犬が印象的なCMです。

3位は、DMM.comの『DMMブックス「読んで!読んで!無料作品」篇』でした。可愛く、楽しく、能天気なDMMブックスの世界に誘う「読んじゃエールズ」のコミカルな歌が耳に残るCMです。

■1位のビーグリー『まんが王国「読んだマンガをポイント交換ver」篇』を分析

1位になった、ビーグリー『まんが王国「読んだマンガをポイント交換ver」篇』のCMについて、視聴者がCMのどの場面で注目したのか、1秒ごとのクリエイティブスコアを折れ線グラフでみてみます。



グラフより、ピンクタイトの集団がぐねぐねしながら登場するところで注視があがり始め、広瀬アリスさんが「あ〜っ」と叫ぶ6秒目まで上昇します。その後、アインシュタインの稲田直樹さんが演じるオリジナルのヒーロー“マンガオウコクダー”がキックをしてアップになる10秒目で注目度が最も高くなりました。CMの後半は注視が下がる傾向がありますが、本CMは最後まで、あまり注視が下がることなく推移しました。

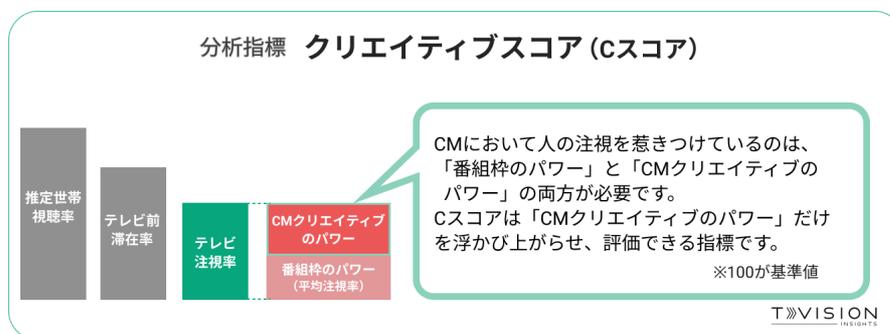
◆毎秒分析でよく視られたCMを分析した例はこちらからもご確認くださいませ。

<https://telescope.tvisioninsights.co.jp/collection-tips/whitepaper/10507/>

■クリエイティブスコア（Cスコア）概要

クリエイティブスコア（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。



<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。