

## 【速報】9月 テレビCMランキング発表 個人全体、男性、女性の1位は、 新生フィナンシャル レイクALSA「番台」篇

ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「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9月1日から9月30日に放映されたテレビCMからTVISION独自の指標「Cスコア」でのランキングを集計いたしましたので、発表いたします。

### 個人全体・コア視聴層 テレビCM CスコアランキングTOP3

1位は、新生フィナンシャル レイクALSA「番台」篇となりました。滝藤賢一さんが先輩社員、三宅亮輔さんが新入社員を演じているコミカルなCMです。2位は日産自動車 日産 アリア limited「やっちゃんえ マスカレード・ナイト」篇、3位は、UQ コミュニケーションズ UQ mobile「UQUEEN 登場」篇となりました。

#### テレビCM9月 Cスコアランキング TOP3

個人全体						該当CM数：585CM
順位	企業名	CM名	初回放送日	CM尺	Cスコア	
1	新生フィナンシャル	레이크ALSA「番台」篇	2021/6/30	30	148	
2	日産自動車	日産 アリア limited「やっちゃんえ マスカレード・ナイト」篇	2021/9/13	30	140	
3	UQコミュニケーションズ	UQ mobile「UQUEEN 登場」篇	2021/9/1	60	135	

※対象期間内に250GRP以上を出稿していたものを対象としています

※少数点1桁で四捨五入しています

コア視聴層(男女13-49歳)						該当CM数：585CM
順位	企業名	CM名	初回放送日	CM尺	Cスコア	
1	日産自動車	日産 アリア limited「やっちゃんえ マスカレード・ナイト」篇	2021/9/13	30	152	
2	UQコミュニケーションズ	UQ mobile「UQUEEN 登場」篇	2021/9/1	60	148	
3	新生フィナンシャル	레이크ALSA「番台」篇	2021/6/30	30	147	

※対象期間内に250GRP以上を出稿していたものを対象としています

※少数点1桁で四捨五入しています

コア視聴層の1位は、日産自動車 日産 アリア limited「やっちゃんえ マスカレード・ナイト」篇となりました。木村拓哉さん主演のマスカレード・ナイトと、日産が異色のタッグを組み、注目度が高まったと推測されます。2位は UQ コミュニケーションズ UQ mobile「UQUEEN 登場」篇、新生フィナンシャル レイクALSA「番台」篇となりました。

また2021年9月は、パラリンピック開催によって全体のテレビ視聴時間が上昇しているため、Cスコアの数値も全体的に上昇するという特徴が見られました。

## 男性・女性 テレビCM CスコアランキングTOP3

### テレビCM9月 Cスコアランキング TOP3

男性						該当CM数 : 585CM
順位	企業名	CM名	初回放送日	CM尺	Cスコア	
1	新生フィナンシャル	レイクALSA「番台」篇	2021/6/30	30	144	
2	日産自動車	日産 アリア limited「やっちゃえ マスカレード・ナイト」篇	2021/9/13	30	140	
3	Netflix	NETFLIX「夏と秋の間ですね」篇	2021/9/10	60	135	

※対象期間内に250GRP以上を出稿していたものを対象としています

※少数点1桁で四捨五入しています

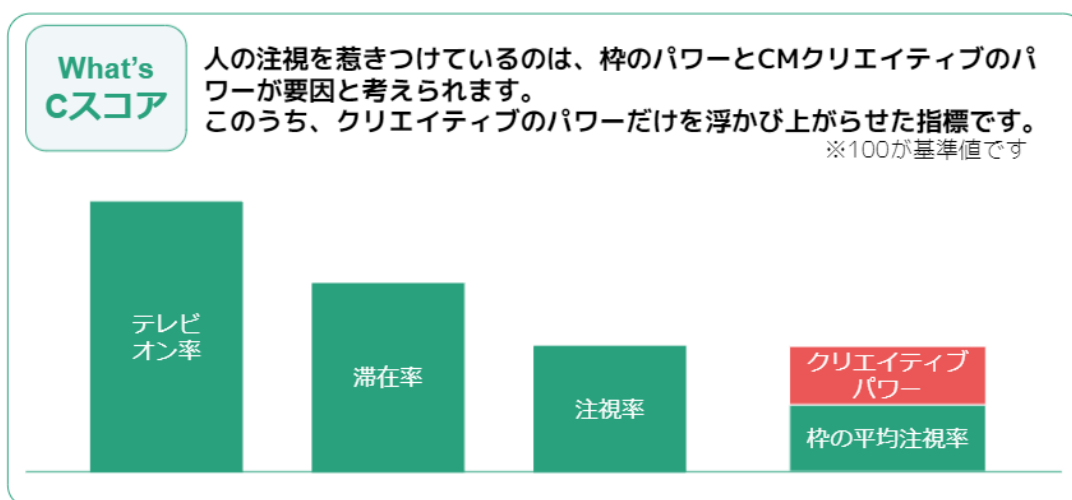
女性						該当CM数 : 585CM
順位	企業名	CM名	初回放送日	CM尺	Cスコア	
1	新生フィナンシャル	レイクALSA「番台」篇	2021/6/30	30	152	
2	日産自動車	日産 アリア limited「やっちゃえ マスカレード・ナイト」篇	2021/9/13	30	140	
3	UQコミュニケーションズ	UQ mobile「UQUEEN 登場」篇	2021/9/1	60	138	

※対象期間内に250GRP以上を出稿していたものを対象としています

※少数点1桁で四捨五入しています

男性の1位は、新生フィナンシャル レイクALSA「番台」篇、女性の1位も新生フィナンシャル レイクALSA「番台」篇となりました。男性の3位にNetflix NETFLIX「夏と秋の間ですね」篇がランクインしました。その他は、個人全体、コア視聴層にランクインしたCMがTOP3に入る形となりました。

## ■Cスコア（クリエイティブ・スコア）とは？



※Cスコアは平均値が100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。

**<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。