

2021年12月16日

報道関係者各位

TVISION INSIGHTS株式会社

## 【速報】11月 テレビCMランキング発表 個人全体、コア視聴層、男性の1位に 三井住友銀行 「UPDATE!SMBC 第1話 新しい銀行の使い方」篇 がランクイン！

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11月1日から11月30日に放映されたテレビCMについて、TVISION独自の指標「Cスコア」で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

#### テレビCM11月 Cスコアランキング TOP3

個人全体		該当CM数：610CM			
順位	企業名	CM名	初回放送日	CM尺	Cスコア
1	三井住友銀行	三井住友銀行「UPDATE!SMBC 第1話 新しい銀行の使い方」篇	2021/11/20	60	123
2	SUBARU	SUBARU フォレスター「頼れる相棒。」篇	2021/8/19	30	118
3	レイクALSA	レイクALSA「タクシー」篇	2021/10/1	30	117

※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：610CM			
順位	企業名	CM名	初回放送日	CM尺	Cスコア
1	三井住友銀行	三井住友銀行「UPDATE!SMBC 第1話 新しい銀行の使い方」篇	2021/11/20	60	139
2	レイクALSA	レイクALSA「タクシー」篇	2021/10/1	30	122
3	ジャバネットたかた	タニタ 体組成計「新商品 2020年8月3日発売」篇	2020/9/10	90	127

※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

個人全体、コア視聴層の1位は、三井住友銀行「UPDATE!SMBC 第1話 新しい銀行の使い方」篇となりました。このCMは、内村光良さんが多くの後輩からリスペクトされる上司・内村チーフを演じ、吉高由里子さんがその部下を演じるというコメディ仕立ての物語が展開されます。時間に追われる内村光良さんのピンチを、吉高由里子さんが“心の声”でサポートしながら、サービス紹介をする場面が注目を集めたと考えられます。

個人全体の2位は、SUBARU フォレスター「頼れる相棒。」篇がランクインしました。そのほか個人全体の3位、コア視聴層の2位にレイクALSA「タクシー」篇がランクインしました。

## 男性・女性 テレビCM CスコアランキングTOP3

### テレビCM11月 Cスコアランキング TOP3

男性 該当CM数：610 CM					
順位	企業名	CM名	初回放送日	CM尺	Cスコア
1	三井住友銀行	三井住友銀行「UPDATE!SMBC 第1話 新しい銀行の使い方」篇	2021/11/20	60	143
2	積水ハウス	積水ハウス「技術の違い 断熱性」篇	2021/11/5	30	124
3	アコム	アコム「侍ビッグ3～秋といえば」篇	2021/10/14	30	120

※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：610CM					
順位	企業名	CM名	初回放送日	CM尺	Cスコア
1	IHI	IHI「お笑い 社会インフラ」篇	2021/7/25	30	120
2	アイフル	アイフル「和尚女将」篇	2021/11/1	30	119
3	NETFLIX	NETFLIX「どうして私は韓国ドラマにハマったのか」篇	2021/11/19	60	118

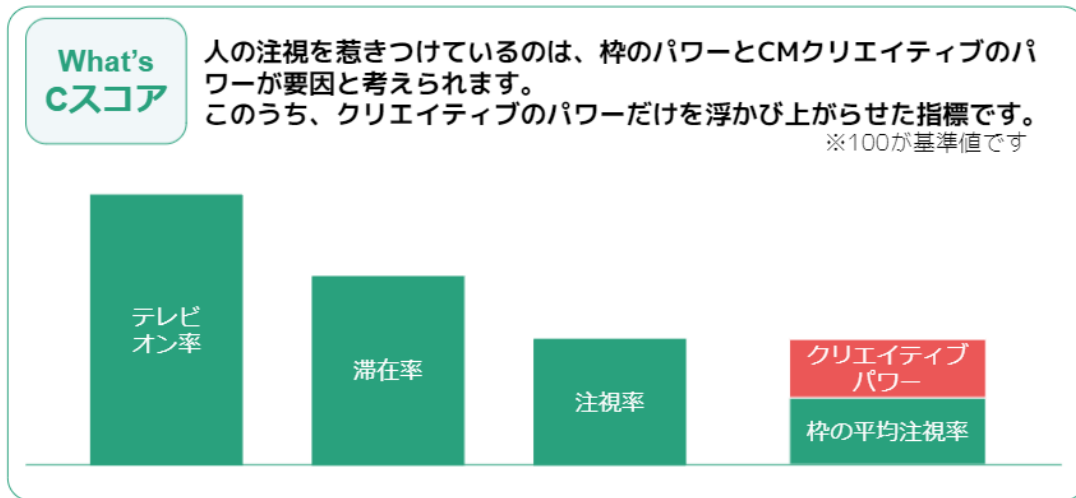
※対象期間内に250GRP以上を出稿していたものを対象としています

※少数点1桁で四捨五入しています

男性の1位も、個人全体・コア視聴層と同様に、1位は三井住友銀行「UPDATE!SMBC 第1話 新しい銀行の使い方」篇となりました。Cスコアも143と高く、男性を中心に注目を集めたと考えられます。

女性1位は、IHI「お笑い 社会インフラ」篇となりました。このCMはいま注目の若手俳優である塩野 瑛久さんが、お笑いの世界を目指し今勤めている会社に辞表を出す場面から始まり、テンポよく連想ゲームが展開され、最終的にIHIの高い技術力によって製作された「吊り橋」へと続く、という構成が注目を集めたと考えられます。

## ■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。