

報道関係者各位

2024年6月21日
REVISIO株式会社

競合ひしめく緑茶ペットボトル市場で各ブランドが新CMを発表！ 視聴者が最もくぎづけになった「緑茶飲料CM」とは？

ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンへの「注視」を測るREVISIO株式会社（旧TVISION INSIGHTS、本社：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷康士、以下REVISIO）は、夏の最需要期に向けて春先からCM出稿が盛んになる「緑茶飲料」について、最もよく視られた新CMはどれなのか、注視データで分析しました。



競合ひしめく緑茶ペットボトル市場で
各ブランドが新CMを発表！
視聴者が最もくぎづけになった
「緑茶飲料CM」とは？

REVISIO

今春は緑茶飲料ブランド各社が新CMを発表

宇多田ヒカルさん、堺雅人さん、黒柳徹子さん、高畑充希さん・・・この方々の共通点がわかりますか？ 正解は、「今春発表された『緑茶飲料ブランド』の新CMキャラクターに就任されていること」です。毎年、春先からCM出稿が増えるお茶飲料ですが、中でも今年のコカ・コーラ「綾鷹」、サントリー「伊右衛門」、アサヒ「颯」、キリン「生茶」の各社がイメージキャラクターを一新し新CMを放映しています。伊藤園「お〜いお茶 カテキン緑茶」でも、AIタレントを起用したCMの第二弾が話題となっており、夏の最需要期に向けて、各社消費者の心を掴むための熾烈なバトルを繰り広げています。

視聴者を最もくぎづけにした緑茶飲料CMは「伊右衛門」

順位	ブランド名	CM名	Cスコア	
1	伊右衛門	伊右衛門「味わう、伊右衛門。京都インバウンド」篇	105	★
2	綾鷹	綾鷹「新・綾鷹 出会う」篇	101	★
2	おーいお茶	おーいお茶「カテキン緑茶・食事の脂肪をスルー」篇	101	★
3	伊右衛門	伊右衛門「味わう、伊右衛門。美容室」篇	100	★
4	伊右衛門 特茶	伊右衛門 特茶「特茶研究所 特茶クエスト」篇	99	
5	伊右衛門	伊右衛門「味わう、伊右衛門。レストラン」篇	98	
5	伊右衛門 特茶	伊右衛門 特茶「特茶研究所 エビデンス」篇	97	
6	颯	颯「この緑茶、賛否両論」篇	96	
7	生茶	生茶「登場 高畑充希」篇	96	
8	生茶	生茶「登場 鈴木亮平」篇	94	
9	綾鷹	綾鷹「新・綾鷹 街をゆく」篇	92	

関東/REVISIOの計測値で100GRP以上の出稿があった素材を対象に分析
 期間：2024/3/1-2024/5/31 ※初回放送が2024/3/1以降のもののみ

REVISIOでは、CMクリエイティブを評価するための独自指標・Cスコアによって、2024年3月～5月に放映された緑茶飲料の新CMをランキング化しました。その結果、この春視聴者を最もくぎづけにした緑茶飲料CMは、サントリー 伊右衛門「味わう、伊右衛門。京都インバウンド篇」であることがわかりました。

なお、同期間における「日本茶・麦茶ドリンク」ジャンルでの売れ筋1位（※1）も「伊右衛門（緑茶伊右衛門 525ml）」という結果が出ており、視聴者に注視されるCMクリエイティブが売上トップにも寄与している可能性が読み取れる結果となりました。

※1.引用元：ウレコン調べ「日本茶・麦茶ドリンク」の売れ筋ランキング（集計期間：2024年3月1日～5月31日）

最も視られたCMは「どのシーン」が特に視られたか？

伊右衛門「味わう、伊右衛門。京都インバウンド篇」 15秒波形



属性：個人全体 初回放送日：2024/05/13 GRP：0~500GRP時点_関東

©REVISIO Inc.

ランキング1位を獲得した、サントリー 伊右衛門「味わう、伊右衛門。京都インバウンド篇」について、Cスコアを毎秒に分解して、特に見られたシーンをチェックすると、「商品のアップ」が良く視られていたことがわかりました。これは、企業が最も見せたい商品カットの直前のシーンで、「思わず見たくなるギミック」を入れることで、注視が集まる演出になっていることに要因があると考えられます。

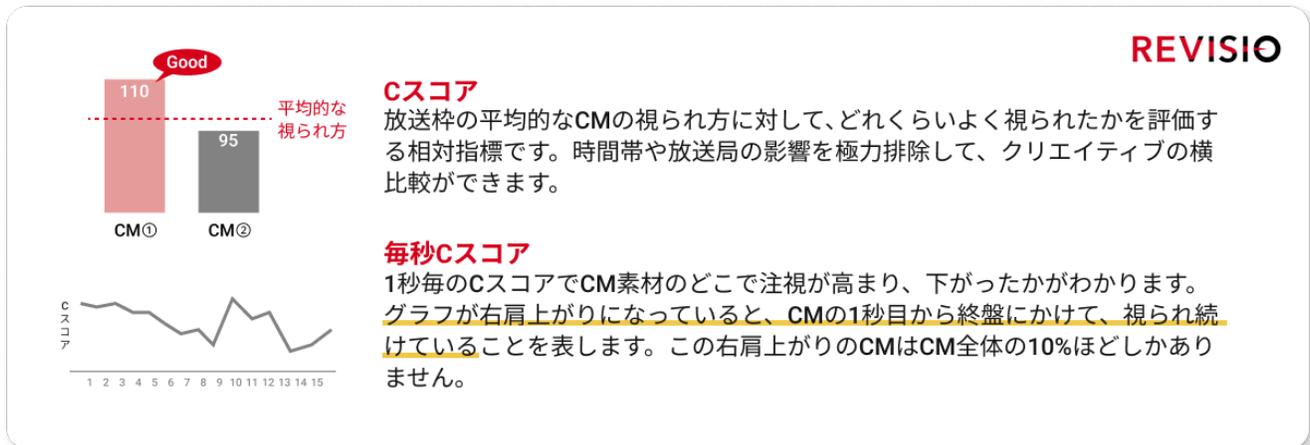
ポイント①冒頭の「海外の方ばかりだ」のセリフで、時事ネタ（京都のインバウンド増加）とリンクさせ、興味を引いたうえで商品カットへ移る演出

ポイント②8秒目以降で外国語のセリフや京都弁で音声的な違和感を作り、再度興味を引いたうえでシズル→商品カットへ移る演出

このように、見せたいカットの直前に注視が集まる要素を組み込むことは、15秒という短い尺で効果的に商品訴求をするために大変有効な演出であると言えます。

当分析の詳細は、お役立ち資料「注視データでみるクリエイティブ分析【緑茶飲料篇】」よりご覧いただけます。ダウンロードは[こちらから](#)。

■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。

【本件に関する問い合わせ先】

■REVISIO株式会社 <https://revisio.co.jp/>

広報担当 安武

東京都千代田区大手町1丁目6番1号大手町ビル

E-mail info@revisio.com Tel (担当直通) 050-5897-4931

【REVISIO株式会社について】

REVISIO株式会社（2022年10月にTVISION INSIGHTS株式会社から社名変更）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、REVISIO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REVISIO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200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、ならびにコネクテッドTVの注視データを提供しています。