

視聴者が釘付けになったCMクリエイティブは？ CMクリエイティブ CスコアランキングTOP20を発表 【法人向けサービス：クラウド・ソフトウェア編】

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REVISIO株式会社（旧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REVISIO）は、2022年4月から2023年2月の期間で、視聴者の視線を釘付けにしたテレビCMのランキング「CMクリエイティブCスコアランキングTOP20【法人向けサービス：クラウド・ソフトウェア編】」を公開しました。

■CMクリエイティブ Cスコアランキングの概要

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4月から2023年2月の期間に、コア視聴層（男女13～49歳）が注視したCMクリエイティブのランキングを作成いたしました。

本ランキングは

- 関東にて2022年4月-2023年2月に初回放送があり、かつ250GRP以上出稿の15秒・30秒CMを対象に、250GRP時点のCスコアでランキング
- 年末年始やW杯開催など、通常と異なる見られ方をする期間に出稿開始したCMを除外
- 同一企業が複数ランクインした場合は、最もスコアが高いCMのみを掲載

という条件のもと算出致しました。上記条件にあてはまる法人向けサービス：クラウド・ソフトウェア編のCM数は 92CM 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もので、放送枠の平均的見られ方のCMに対して、どれくらいよく見られたかを評価するREVISIO独自の指標です。

■CMクリエイティブ CスコアランキングTOP20

【法人向けサービス：クラウド・ソフトウェア編】 (属性: 男女13-49歳)

CMクリエイティブCスコアランキングTOP20

【法人向けサービス：クラウド・ソフトウェア編】

対象属性：男女13-49歳

対象期間：2022年4月1日～2023年2月28日（ただし、年始1月1日～3日 Wカップ11月20日～12月18日を除く）

対象CM：期間中に初回出稿、250GRP以上出稿、かつ15秒CMと30秒CMの250GRP時点でのランキング

同一企業が複数ランクインした場合は最も高いCMのみを掲載

順位	企業名	CM名	秒数	Cスコア
1	TOKIUM	TOKIUMインボイス「出勤」篇	30	130
2	マネーフォワード	マネーフォワードクラウド「バックオフィスヒットメドレー 経費精算の仕事」篇	30	126
3	Sky	SKYPCE「名刺情報は会社の重要資産」篇	30	121
4	ラクス	楽楽販売「二度手間」篇	30	114
5	凸版印刷	MiraVerse「TOPPA!!! TOPPAN メタバース」篇	15	112
6	アマゾンウェブサービスジャパン	アマゾンウェブサービスジャパン「冒険」篇	30	112
7	HENNGE	HENNGE One「情シスの危機を解決せよ」篇	30	111
8	SmartHR	SmartHR「社員に、いい。従業員 人事書類」篇	15	110
9	ベネフィットワン	ベネフィットワン「HRテック」篇	15	110
10	サイボウズ	キントーン「表計算使ってた時は、天文学的な時間を要してました」篇	15	109
11	ウォンテッドリー	Perk「それならPerk」篇	30	109
12	iYell	いえーる ダンドリ「住宅業務代行アプリ」篇	30	109
13	ミロク情報サービス	MJS「電子帳簿保存法 インボイス制度」篇	15	108
14	アドビ	Adobe Photoshop「そう、こんなのが作りたかった! 二宮和也」篇	15	108
16	Thinkings	sonar ATS「就活生のホンネ〜ガクチカ」篇	15	106
17	リコー	RICOH kintone plus「キントン拍子」篇	15	105
18	弁護士ドットコム	クラウドサイン「世の中ごと」篇	15	105
19	ショーケース	おもてなしSuite「チャットツール」篇	15	105
20	MetaMoj	eYACHO「図面資料」篇	15	105

図 CMクリエイティブCスコアランキングTOP20【法人向けサービス：クラウド・ソフトウェア編】

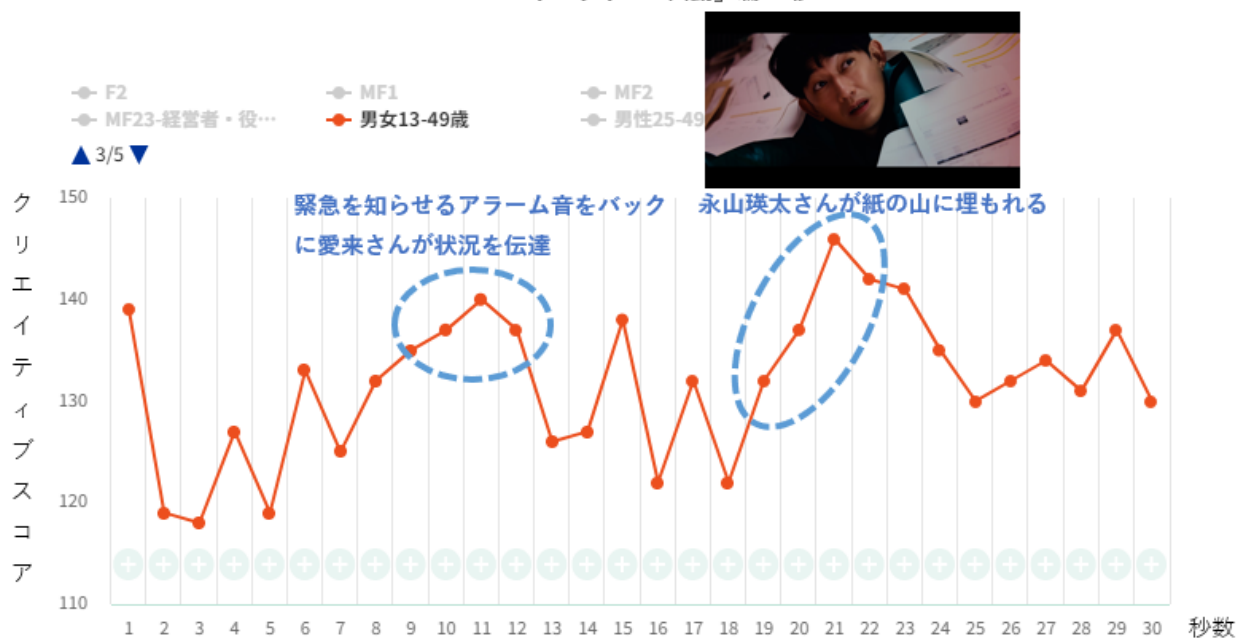
■ピックアップCM

1位 TOKIUM『TOKIUMインボイス「出勤」篇』は何秒目が注目された？

1位は、TOKIUMの『TOKIUMインボイス「出勤」篇』でした。永山瑛太さん、東京03さん、愛来さん（AMEFURASSHI）が「トキウム防衛隊」に扮し、電子帳簿保存法の改正やインボイス制度の開始、テレワーク推進など、急激な環境の変化に立ち向かう日本の企業の経理DXを応援するシリーズのひとつです。



TOKIUMインボイス「出動」篇 30秒



毎秒の波形は上記のとおりとなりました。戦隊シリーズさながらの構成で、最後まで飽きさせない展開のCMです。緊急を知らせるアラーム音が鳴っている間高い注視を維持し、永山瑛太さんが紙に埋もれるところで、最も注視が高くなりました。最後の商品名のテロップになってもそれほど注視が下がらず維持できていました。

TOKIUMサイト

<https://www.keihi.com/>

10位 サイボウズ『キントーン「表計算使ってた時は、天文学的な時間を要してました」 篇』



10位にランクインしたサイボウズのCMは、経費精算、プロジェクト管理、顧客管理などのさまざまな業務が簡単な操作でこなせるクラウドサービス、「キントーン」を利用することによって、男性が「天文学的な時間を有していた」業務を簡単にできたことに感動するストーリーです。

◇担当者からのコメント◇

前作「キントーンの女神シリーズ」で製品名認知はかなり高まったため、「キントーンは結局何ができるのか？」という製品の具体的な特徴を訴求するCMを企画しました。オフィスを舞台としながらも他のBtoBサービスCMとの差別化のため、出演者の軽妙なやり取りとキントーンの使いやすさに感動の涙を流す男性とで印象に残るよう表現。また、実際の操作画面をストーリーに組み込むことで、ムリなく視聴者にアピールできるよう心掛けました。

サイボウズサイト

<https://kintone.cybozu.co.jp/jp/cm-docloud/>

11位 ウォンテッドリー『Perk「それならPerk」篇』



11位にランクインしたウォンテッドリーのCMには、女優の夏帆さんが出演。福利厚生サービス「Perk」が会社員のプライベートを充実させる様子が描かれたCMです。映画館やサウナ、フードデリバリーなど、会社員が普段利用しているような様々なサービスを「Perk」でお得に利用できることが分かります。

下記の記事によると、本テレビCMは社内外でも反響が大きかったそうです。このCMは、事前調査などを経て、マーケティングチームが練り上げたコンセプトをしっかりと落とし込んだ、こだわりの詰まったクリエイティブになっています。

CMクリエイティブに関するウォンテッドリーの記事

https://www.wantedly.com/companies/wantedly/post_articles/496361

12位 iYell『いえーる ダンドリ「住宅業務代行アプリ」篇』



12位にランクインしたiYellのCMは、お笑いタレントの出川哲朗さんを起用し、「いえい！いえい！いえーる！」という掛け声が印象に残るCMです。

◇担当者からのコメント◇

今回出川さんを起用させていただくにあたり、クリエイティブディレクターの方に、出川さんらしさを出せるような構成を考えて頂きました。「いえい！いえい！いえーる！」というワードが、出川さんらしいフレーズであることと、1年程前に大阪で流したCMの構成が個人のお客様向けに伝わってしまい、より、不動産会社様や工務店様に向けたCMであることを伝えるため、「不動産会社さんも！工務店さんも！」というフレーズを活用することにしました。


いえーる ダンドリサイト

<https://iyelldandori.page.link/pr>

■クリエイティブスコア（Cスコア）について


分析指標

Cスコア



放送枠の平均的なCMの視られ方に対して、どれくらいよく視られたかを評価する相対指標です。

時間帯や放送局の影響を極力排除して、クリエイティブの横比較ができます。



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：150のクリエイティブAと、Cスコア：100のクリエイティブBがあった時、放送局や時間帯の影響を極力排除すると、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 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@revisio.com
 Tel(担当直通) 050-5468-2785

【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。