

2024年1月10日
株式会社ビデオリサーチ

2,500 素材以上のテレビ CM 調査データから紐解く、テレビ CM など制作者向け辞書的レポート 『クリエイティブカルテ スペシャルレポート 2023』をリリース

株式会社ビデオリサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長執行役員:望月 渡)は、『[クリエイティブカルテ スペシャルレポート 2023](#)』を2024年1月10日に当社 EC サイト「[VR DataCity](#)」にて販売開始しましたのでお知らせいたします。



■ 『クリエイティブカルテ スペシャルレポート 2023』とは

『[クリエイティブカルテ スペシャルレポート 2023](#)』は、当社で提供している「[クリエイティブカルテ](#)」で実施した過去3年分、2,500 素材以上のテレビ CM の調査結果をもとに、認知効率や購入などのコンバージョンに繋がる広告要素などクリエイティブ制作に役立つ情報を1冊にまとめています。莫大な労力がかかるうえ、判断が難しい動画クリエイティブの制作シーンにおいて、テレビ CM のさまざまな指標を“辞書”として逆引きし、関係者との認識合わせにお役立ていただける、テレビ CM など制作者向けのレポートです。

- ・本レポートは PDF ファイル(有償)でのご提供となります。
- ・販売ページは[こちら](#)です。
レポートごとにサンプル画像なども掲載しておりますので、よろしければご覧ください。

■ レポートの特徴

- ① テレビ CM 出稿量(GRP)と CM 認知率の関係を可視化
「〇〇GRPを出稿した時の CM 認知率ほどの程度か?」「特定の商品ジャンルで認知効率はどう変わるのか?」などについて、商品ジャンル別にデータを確認することができます。
- ② 2,500 以上の素材から取りまとめた Norm 値/平均値から、広告効果の及第点がわかる
本レポートのデータソースとなる「[クリエイティブカルテ](#)」で取得した膨大な素材から、「CM 好意度の平均は?」「CM 出演者のインパクトは?」など、各種指標の“及第点”を一覧で確認することができます。
- ③ テレビCMなどのクリエイティブ制作の参考となる分析結果を多数掲載
商品ジャンル(※注1)、性年代、タレントタイプ(※注2)、シリーズ性有無、ブランドタイプ(新/既存)など、様々な切り口でデータを掲載しています。また、「若年層の購入喚起に影響するのはタレント? 音楽? ナレーション?」など、指標同士の関係性を相関分析で可視化することでクリエイティブ制作に役立てることができます。

(※注1)商品ジャンル:全業種/食品(一般)/食品(菓子・アイス)/ノンアルコール飲料/アルコール飲料/医薬品/化粧品・ヘアケア製品/トイレタリー/家電・AV 機器/自動車/金融・保険/電話・通信サービス/ファッション・衣料

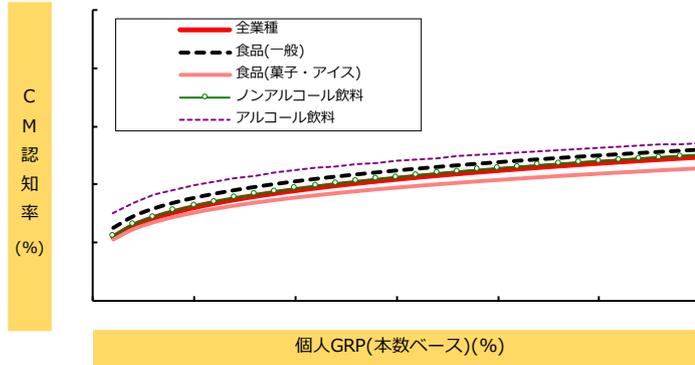
■お問い合わせ先:(株)ビデオリサーチコミュニケーションズ ビデオリサーチグループ広報セクション
Tel:03-5860-1723 E-mail:info@videor.co.jp

(※注 2)タレントタイプ:日本人 人気度 A/日本人 人気度 B/日本人 その他有名人/日本人 その他非有名人/スポーツ選手/お笑い芸人/子供/動物/アニメ・CG・人形/タレント・キャラクターなし

■ 提供データイメージ (※指標やターゲットは一部を抜粋)

① テレビ CM 出稿量(GRP)とCM 認知率の関係を可視化

▶CM 出稿量(GRP)とCM 認知率の関係グラフ



② 2,500 以上の素材から取りまとめた Norm 値/平均値から、広告効果の及第点がわかる

▶各指標の平均値

全業種		個人全体	男性				女性				
			15才	20才	35才	50才	15才	20才	35才	50才	
浸透状況	CM認知率		5	5	5	5	5	5	5	5	5
	CM好意度1		19	34	49	69	19	34	49	69	69
	商品・サービスの印象度1										
	興味・関心喚起度1										
	購入・利用喚起度1										

③ テレビCMなどのクリエイティブ制作の参考となる分析結果を多数掲載

▶各指標の相関係数一覧(各指標の関係性)

個人全体		個人 GRP (本数ベース)	CM浸透状況			総合評価							
			CM認知率	CM好意度1	購入・利用喚起度1	CM好意度2	キャラクター適合度	継続視聴意向	話題拡散性	内容理解度	ブランド識別性	商品・サービスの印象度2	興味・関心喚起度2
■ 絶対値0.4以上													
CM浸透状況	CM認知率												
	CM好意度1												
	購入・利用喚起度1												
総合評価	CM好意度2												
	キャラクター適合度												
	継続視聴意向												
	話題拡散性												
	内容理解度												
	ブランド識別性												
	商品・サービスの印象度2												
	興味・関心喚起度2												
購入・利用喚起度2													

■ レポートの概要

レポートの主な内容

<テレビ CM×各種指標の Norm 値(ノルム値)>

- ・CM 投下量と CM 認知率の関係
- ・各種クリエイティブ評価指標の平均値
(広告好意度/購入・利用喚起度/商品・サービスの印象度/興味・関心喚起度など)

<指標間の相関状況>

- ・CM 認知率と各種指標の関係性
- ・各種指標間の相関係数一覧

<クリエイティブ制作時お役立ちコンテンツ>

- ・個人 GRP⇔世帯 GRP 換算早見表
- ・業種別好評 CM ランキング
- ・タレントタイプ・クリエイティブ特性が CM 評価に及ぼす影響まとめ
……など

ご提供パッケージ

本レポートは、通常版と豪華版の 2 種類があります。

PDF ファイルでのレポートのご提供はどちらも共通、豪華版では作表機能(Excel ファイル)等のオプションも提供いたします。

<豪華版オプション:作表・換算がカンタンにできる Excel パッケージ搭載機能>

- ・自動作表
CM 投下量(個人 GRP)と CM 認知率の関係
各指標の平均値一覧
- ・スコアごとの個人 GRP⇔世帯 GRP 換算

ご提供価格

通常版 330,000 円(消費税込)

豪華版 550,000 円(消費税込)

※ご購入は[こちら](#)から(PDF ファイルでのご提供)

【本レポート内容に関するお問い合わせ】

[お問い合わせフォーム](#)または下記お問い合わせ先よりお気軽にご相談ください。

●株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチは、テレビも含めた動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。テレビ視聴率データを提供する調査機関として 1962 年に設立し、以来、日本国内におけるテレビ視聴率調査をはじめとした各種メディアデータやマーケティングデータなど最先端のデータを提供し、企業のマーケティング課題解決のトータルサポートを行っています。