

「平成最後の春に向けた テレビ CM タレント TOP10」発表
トップは渡辺直美、「アフラック」「ポートレース」のCM出演が影響

株式会社サイカ（本社：東京都千代田区、代表取締役 CEO：平尾 喜昭、以下サイカ）は、オフライン広告¹領域における独自の調査・研究レポートの第7弾として「平成最後の春に向けた テレビ CM タレント TOP10 ランキング」を発表いたします。

これは、春季の需要増加を見据えたテレビ CM 出稿が多くなる1月～3月、関東地区の民放5局において CM 出演が多かったタレントをランキング形式でまとめたものです。



【調査結果サマリー】

- **2019年1月～3月に最もCM出演が多かったのは「渡辺直美」**
「アフラック」「ポートレース」のCM出演が大きく影響

2019年1月～3月に関東地区で最もCM出稿が多かったのは「渡辺直美」で、出稿秒数が90,135秒と、2位と比べて20,000秒以上の差をつけての首位となりました。

¹ オフライン広告とは、インターネットを介さない広告のことで、テレビCM、ラジオ、新聞、雑誌、チラシなどが含まれます。

「渡辺直美」の出演 CM のうち、生命保険・医療保険の「アフラック (38,985 秒)」、競艇の「ボートレース (36,255 秒)」が出稿秒数の大半を占め、ランキング順位を押し上げる結果となりました。

ビデオリサーチの調査²によれば、2018 年の関東地区のタレント別年間 CM 出稿量の TOP5 は「濱田岳」「桐谷健太」「綾瀬はるか」「斎藤工」「上戸彩」ですが、今回のランキングでは TOP5 全ての顔ぶれが異なる結果となりました。

今回 TOP10 にランクインしたタレントの出演 CM 出稿企業には、通信サービス、転職・求人サービス、保険など、春季に乗り換え需要の高まる事業領域の企業が見られました。

【ランキング一覧】

◆ 2019 年 1 月～3 月に CM 出演が多かったタレント TOP10 (関東地区)

※ テレビ CM 出稿秒数を基準に順位をつけています。

順位	タレント名	主なテレビ CM 出演ブランド	出稿秒数 (秒)	出稿本数 (本)
1 位	渡辺直美	アフラック/ボートレース/コ カ・コーラ い・ろ・は・す	90,135	3,527
2 位	神木隆之介	KDDI (au) /全国自治宝くじ事 務協議会/Renta!	68,670	3,247
3 位	土屋太鳳	ソフトバンク/イーデザイン損保 /JRA	61,260	3,538
4 位	吉岡里帆	Y! mobile/日清食品 どん兵衛 /UR 都市機構	58,335	3,662
5 位	西島秀俊	アフラック/パナソニック/ホッ トペッパー グルメ	56,220	2,390
6 位	白石麻衣	ソフトバンク/ディップ バイト ル/資生堂	54,990	3,278
7 位	吉田羊	JXTG エネルギー ENEOS/S&B /大塚製薬 ポカリスエット	51,255	2,954
8 位	濱田岳	KDDI (au) /ダイハツ/東洋水 産 マルちゃん	50,520	2,994
9 位	深田恭子	UQ コミュニケーションズ/パー ソルキャリア DODA/東京ガス	48,930	2,859
10 位	有村架純	KDDI (au) /WOWOW/ホッ トペッパー ビューティー	48,570	2,857

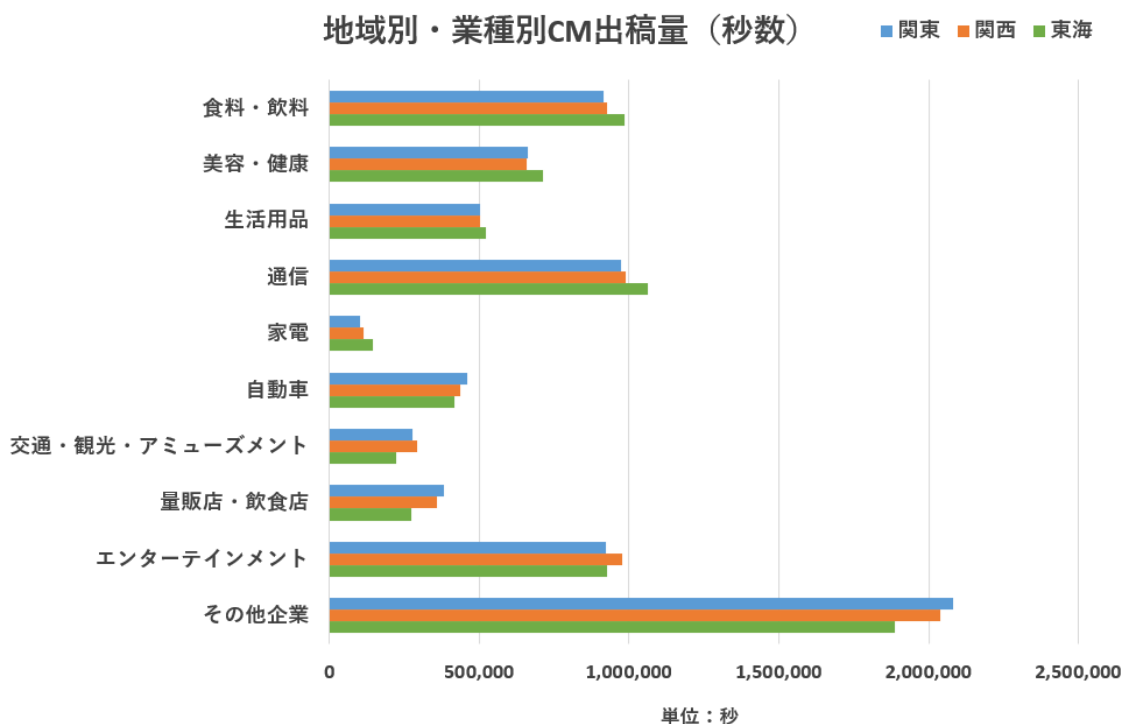
² 出典：2018 年の年間テレビ CM 出稿動向まとまる CM 出演タレントは、関東地区「濱田岳」がトップ
「竹内涼真」も大躍進！ | 株式会社ビデオリサーチ | 2019 年 3 月 7 日

【その他の調査】

◆ 地域別・業種別 CM 出稿量

2019年1月～3月の関東地区、関西地区、東海地区の業種別CM出稿量を比較すると、以下の傾向が見られました。

- もっとも出稿量が多かった業種は「通信」。「食料・飲料」「エンターテインメント」も他業種に比べて出稿量が多い
- 関東地区が他地区よりも出稿量が多い業種が「自動車」「量販店・飲食店」、関西地区が多い業種が「交通・観光・アミューズメント」「エンターテインメント」、東海地区が多い業種が「食料・飲料」「美容・健康」「生活用品」「通信」「家電」



【調査の概要】

調査名	平成最後の春に向けた テレビ CM タレント TOP10 ランキング
調査対象期間	2019年1月1日～2019年3月31日
調査方法	関東地区の対象期間の民放5局のCM出稿量をタレント別で集計し、ランキングした。 ※ CMの出稿本数総計：404,247本 ※ CMの出稿秒数総計：7,154,220秒
留意点	各企業・各商品のCM放送回数・放送時間は一定の測定方法によ

	り算出されており、個別の企業に対する調査等を行っておりません。本記事の情報を利用された場合に生じる損害について、株式会社サイカは一切の責任を負いかねますので、ご了承ください
--	--

【本ランキング作成の背景】

テレビ CM などのオフライン広告は、国内で 1 年間に約 5 兆円³の費用が使われながらも、効率的な広告出稿や効果測定の手法が確立しておらず、情報も得にくい領域です。そのような現状に対し、インターネット広告とオフライン広告の統合的な分析を可能にするマーケティングツール「XICA magellan (マゼラン)」を提供するサイカは、オフライン広告領域の実態を明らかにすべく、調査・研究を行っています。

その調査・研究結果の第 7 弾として、「平成最後の春に向けた テレビ CM タレント TOP10 ランキング」レポートを作成いたしました。

●株式会社サイカについて <http://xica.net/>

サイカは、“すべてのデータに示唆を届けすべての人に幸福を届ける”というミッションのもと、2012 年の創業以来、統計分析システムの企画・開発・提供分野において急成長を続けている IT プロダクト開発企業です。創業当時より「分析のプロ」ではなく「現場のプロ」であるビジネスパーソンをユーザー対象としており、その独自戦略のもとに鍛え上げられた、プロダクトの操作性と直観性が高く評価されてきました。

●XICA magellan について <http://xica.net/magellan/>

インターネット広告（リスティング広告、動画広告など）、テレビ CM、交通広告など多種多様な広告の効果を統合的に分析し、広告予算の最適な配分案を算出することで、企業の全体最適なマーケティング活動を支援します。2016 年 9 月の販売開始から約 1 年で、すでに国内の広告宣伝費トップ 100 企業⁴の 1 割の企業で広告分析にマゼランが利用され、高い評価を得ています。

³ 出典：2017 年（平成 29 年）日本の広告費 | 株式会社電通 | 2018 年 2 月 22 日
(<http://www.dentsu.co.jp/news/release/2018/0222-009476.html>)

⁴ 出典：「広告宣伝費」が多いトップ 300 社ランキング | 東洋経済オンライン | 2017 年 09 月 10 日
(<http://toyokeizai.net/articles/-/187757>)