

## ENEOS NEWヴィーゴがCM好感度No.1を獲得 2005年1月度 月例CM好感度調査結果

記者各位

当社(社長:渡 文明)が展開しております環境ハイオクENEOS NEWヴィーゴを訴求したテレビコマーシャルが、CM総合研究所(株式会社東京企画)の実施いたしました月例CM好感度調査において、自動車系テレビコマーシャルの商品別ランキング第1位を獲得いたしましたのでお知らせいたします。当社のテレビコマーシャルが商品別ランキングで第1位を獲得いたしましたのは、1993年1月に放映いたしましたアルジャンカードのテレビコマーシャル以来、12年ぶり3回目となります。

CM総合研究所による月例好感度調査とは、東京キー5局から1ヶ月間(12月20日～1月19日)に発信された全てのテレビコマーシャルを対象に首都圏在住の1,500人のモニターに好きなCMを自由に記述してもらい、作品別および商品別の好感度を測定・定量化する調査です。同調査の結果ENEOS NEWヴィーゴは、この期間に放映された自動車系のテレビコマーシャル175作品で扱われた全107商品のなかで、堂々第1位の好感度を獲得いたしました。なお、全業種のテレビコマーシャル4,666作品で扱われた3,257商品のなかでも総合第19位の好感度となっております。これはCM総合研究所の設定しているCM効果指数10段階のうち最優秀の「超」ランクに該当し、好感度をもってENEOS NEWヴィーゴをご記憶いただいている人口は、首都圏で91万2千人にのぼることになります。

当社では、系列特約店・販売店・SSの販売促進活動の一助となるべく、こうした広告宣伝活動を今後とも継続して参ります。

### 記

#### 1. 1月月例CM好感度調査の概要

- (1) 12月20日から1月19日までに放映されたテレビコマーシャルは全業種で3,257商品、4,666作品で、そのうちモニターからの好感度を獲得したCMは835商品、1,063作品です。
- (2) また、同期間に放映された自動車系テレビコマーシャルは107商品、175作品で、そのうちモニターからの好感度を獲得したCMは65商品、89作品です。
- (3) ENEOS NEWヴィーゴに対しては、男女ともに全階層から「商品に魅力を感じる」「表現がユーモラス」「出演者に好感を持った」などの理由でご支持をいただきました。

#### 2. 期間中に放映した当社のテレビコマーシャル

- (1) ENEOS NEWヴィーゴ「涙ちよちよ切れるハイオク・全身」篇
- (2) ENEOS NEWヴィーゴ「涙ちよちよ切れるハイオク・顔アップ」篇
- (3) ENEOS NEWヴィーゴ「涙ちよちよ切れるハイオク・横向き」篇
- (4) ENEOS NEWヴィーゴ「新年の挨拶」篇
- (5) ENEOS NEWヴィーゴ「車のエンジン汚れるよ」篇
- (6) ENEOSヴィーゴ「芽が出た」篇

以上

---

参考:これまで第1位を獲得した商品

- (1) アルジャンカード(旧日本石油 1993年1月放映「いいとこアルジャン」篇)
- (2) スーパープレミアムZ-100(旧三菱石油 1991年10月放映「どちらの石油会社」篇)