

ENEOS NEWヴィーゴが再びCM好感度No.1を獲得 2005年4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(2005年4月度)において、自動車系テレビコマーシャルの作品別ランキング第1位を獲得いたしましたのでお知らせいたします。ENEOS NEWヴィーゴのテレビコマーシャルは2005年1月度の同調査でも、商品別ランキングで第1位に輝いており、今回は2回目の第1位獲得となります。

CM総合研究所による月例CM好感度調査とは、東京キー5局から1ヵ月間(3月20日～4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151作品のなかで、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4,745作品のなかでも総合第13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ヴィーゴを記憶している人口は、全国で約276万人にのぼることになります。

当社は本テレビコマーシャルをもちましてTOKIOとの契約を終了いたしますが、好感度第1位獲得で有終の美を飾ったばかりでなく、「好感度持てるSS」、「若々しく元気」、「環境対応」といったブランドイメージを確立することができたTOKIOの広告展開を高く評価しております。

記

1. 4月度月例CM好感度調査の概要

- (1) 3月20日から4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4,745作品で、そのうちモニターからの好感度を獲得したCMは1,090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、151作品で、そのうちモニターからの好感度を獲得したCMは62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「宣伝文句がわかりやすい」「表現がユーモラス」「出演者に好感を持った」などの理由で支持されました。

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」篇
- (2) ENEOS NEWヴィーゴ「汚れるよ」篇

以上

ご参考 これまで第1位を獲得した作品

(1)	日石ダッシュレーサー	「スタンドでダンス」篇	(旧日本石油 1994年1月放映)
(2)	日石ダッシュレーサー	「スタンドでダンス」篇	(旧日本石油 1993年12月放映)
(3)	アルジャンカード	「アルジャンケン」篇	(旧日本石油 1993年8月放映)
(4)	アルジャンカード	「いいとこアルジャン」篇	(旧日本石油 1993年1月放映)
(5)	スーパープレミアムZ-100	「どちらの石油会社」篇	(旧三菱石油 1991年10月放映)