

字幕付きCMは より良い世の中を 実現します！

字幕付きCM普及推進協議会 略称 字幕CM協議会
(日本アドバイザーズ協会・日本民間放送連盟・日本広告業協会)

【調査目的・課題】本調査研究は、字幕付きCMの普及に資するため、字幕付きCMに対する評価・効果等に関する調査・分析を行うことを目的とする。聴覚障害者、耳が聞こえにくい高齢者等、健聴者の3グループを設定し、定量調査にて、字幕付きCMについての認知、理解及び、今後の興味関心動向について検証を行った。
【調査方法】WEB調査 【調査地区】一都六県(茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川)
【調査期間】2022年3月18日(金)~20日(日) 【調査実施機関】株式会社ビデオリサーチ

字幕付きCMの意義

字幕付きCMは聴覚障害者や加齢で聴力に不安がある方へ情報アクセシビリティを確保します。その意義は社会の高齢化に伴い、ますます高まっています。またCMに字幕を付ければ商品やサービスへの理解を深め、ブランド認知を高めます。購買意欲を喚起するというCMの役割をより一層発揮させることになります。字幕付きCMは、広告主企業にとってESG経営の一番身近な施策です。

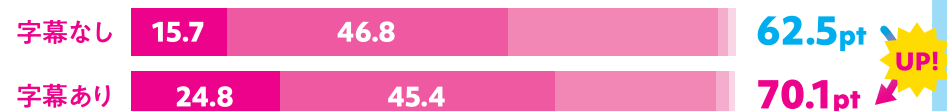


CM好意度と内容理解度

【CM好意度】<聴覚障害者>(N=432)

■非常に好き ■やや好き ■どちらともいえない ■やや嫌い ■非常に嫌い

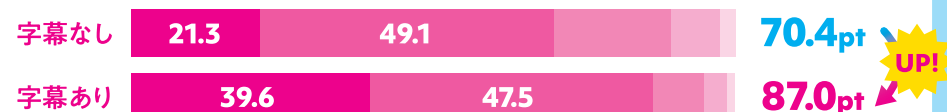
好き計



【内容理解度】<聴覚障害者>(N=432)

■非常によくわかった ■まあわかった ■どちらともいえない ■あまりよくわからなかった ■まったくわからなかった

わかった計



聴覚障害者において
CM好意度 +7.6pt
内容理解度 +16.6pt

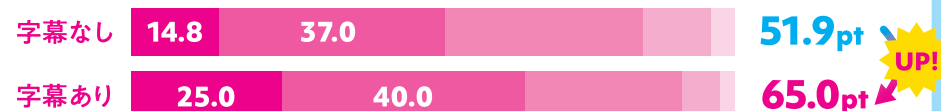
耳が聞こえにくい高齢者等・健聴者では、内容理解度がリフトアップ。

興味関心度と話題拡散性

【企業・商品興味関心度】<聴覚障害者>(N=432)

■非常に興味を持った ■やや興味を持った ■どちらともいえない ■あまり興味を持たなかった ■まったく興味を持たなかった

興味あり計



【話題拡散性】<聴覚障害者>(N=432)

■とてもそう思った ■ややそう思った ■どちらともいえない ■あまりそう思わなかった ■まったくそう思わなかった

話したい計



聴覚障害者において
興味関心度 +13.1pt
話題拡散性 +11.8pt

耳が聞こえにくい高齢者等・健聴者では、話題拡散性がリフトアップ。

購入・利用意向と企業イメージ変化

【企業・商品購入意向】<聴覚障害者>(N=432)

■とても利用・買ってみたい ■やや利用・買ってみたい ■どちらともいえない ■あまり利用・買いたくない ■まったく利用・買いたくない

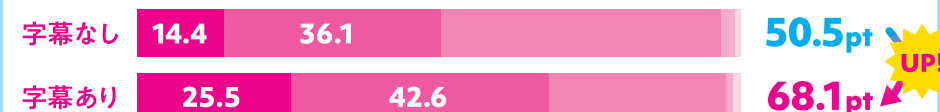
利用・買いたい計



【企業イメージ変化】<聴覚障害者>(N=432)

■とてもイメージがよくなった ■ややイメージがよくなった ■どちらともいえない ■ややイメージが悪くなった ■とてもイメージが悪くなった

よくなった計



聴覚障害者において
購入・利用意向 +14.4pt
企業イメージ +17.6pt

耳が聞こえにくい高齢者等・健聴者では、企業イメージがリフトアップ。

聴覚障害者において

すべての指標で **8~18pt** も上回る結果に！

また、耳が聞こえにくい高齢者等・健聴者でも、内容理解、話題拡散性、企業イメージでは「字幕あり」が高い。

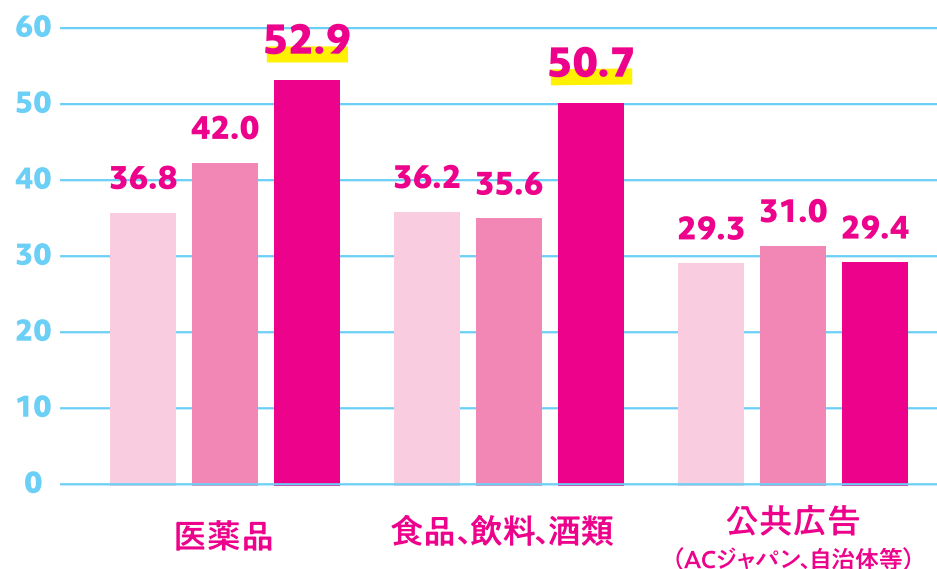
※字幕なし/ありCM視聴後の態度変容

※グラフ数値と合計値が一致しない理由は端数処理によるものです。

字幕付きCMになってほしい商品ジャンル

【字幕付きCMになってほしいジャンル】

■健聴者(N=174) ■耳が聞こえにくい高齢者等(N=174)
■聴覚障害者(ろう者、中途失聴・難聴者)(N=136)



聴覚障害者において「医薬品」「食品他」でいずれも **50%** を超えている。

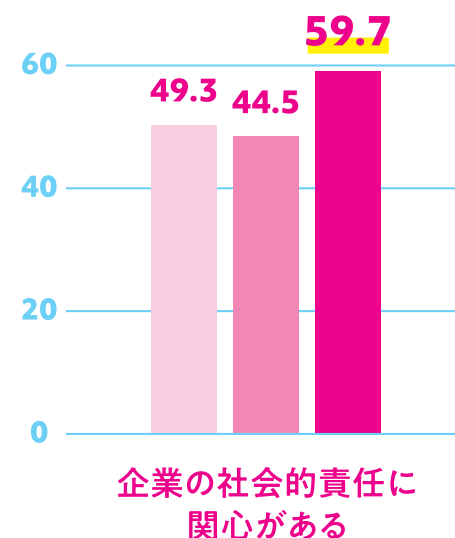
生活必需品ジャンルが上位に。「公共広告」は、最もグループ間での差が少なく、健聴者/難聴者/聴覚障害者全てが、30%前後で字幕が欲しいと回答。



ESG・SDGsへの関心

【ESG・SDGs関連】

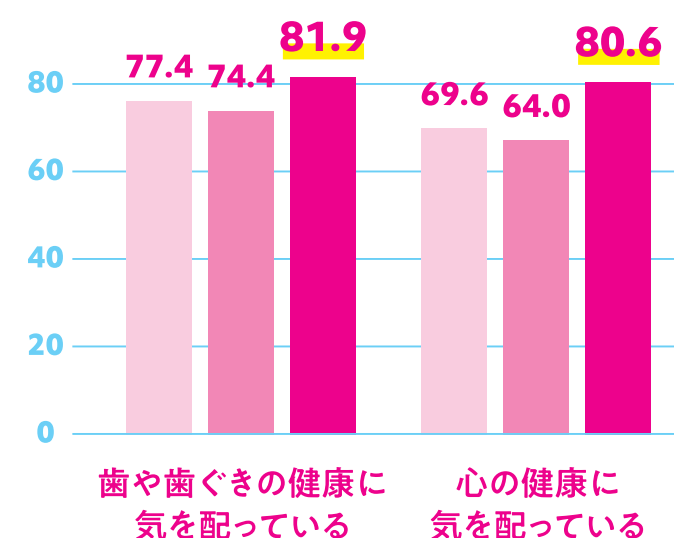
■健聴者(N=217) ■耳が聞こえにくい高齢者等(N=211)
■聴覚障害者(ろう者、中途失聴・難聴者)(N=144)



ゲットウェルネス運動への関心

【ゲットウェルネス運動関連】

■健聴者(N=217) ■耳が聞こえにくい高齢者等(N=211)
■聴覚障害者(ろう者、中途失聴・難聴者)(N=144)



聴覚障害者のスコアがすべての項目において最も高く、ESG・SDGs、また、自身の健康や運動(ゲットウェルネス運動)への関心の高さがうかがえる。

企業の
社会的責任

健聴者で
50%

耳が聞こえにくい
高齢者等で
40%

聴覚障害者で
60%

歯や心の健康

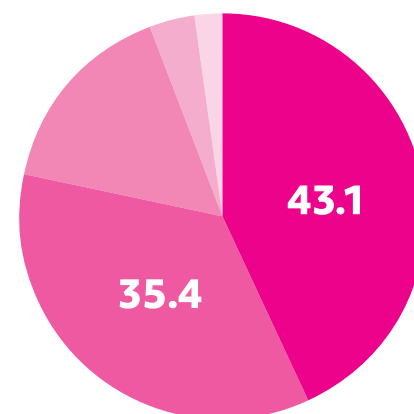
聴覚障害者で
80%

聴覚障害者の結果において、企業の社会的責任への関心が高く、健康維持に対する関心も高い。

字幕付きCM普及の意向

【Q.字幕付きCMが増えると良いか?】<聴覚障害者>(N=144)

■そう思う ■ややそう思う ■どちらともいえない ■あまりそう思わない ■そう思わない



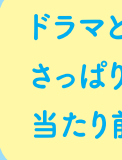
聴覚障害者において、
79%
が増えると
良いと回答。

増えて欲しい理由は…



字幕があるCMに出会うと、いろんな状況の人を配慮した企業なんだと好感を持つから。

女性40代 聴覚障害者



ドラマとかは、字幕付きなのに、CMになると、さっぱり理解出来なくて、取り残された気分になる。当たり前字幕付きだと嬉しい。

女性60代 聴覚障害者



バリアフリーの世の中になるべきだから。

男性30代 健聴者

制作に役立つノウハウを多数掲載!

字幕付きCMに関してさらに知りたい方はこちらのサイトへ。→

字幕付きCM PORTAL WEB

https://www.jaaa.ne.jp/jimaku_cm_portal/

