

初のベスト・アドバタイザーに輝いたのは？ 2022年度 企業別CM好感度ランキングを発表

CM総合研究所(東京都千代田区 代表・関根心太郎)は、2022年度(2022年4月度～2023年3月度)のCM好感度No.1企業を「ベスト・アドバタイザー」として発表するとともに、企業別CM好感度、および躍進企業とCM好感度の獲得効率のランキングを発表いたします。多彩なCM展開が好評の日本マクドナルドが初の企業別CM好感度総合1位に。またポストコロナを象徴するかのよう、レジャーや求人情報関連のCMを放送した企業の躍進が目立ったほか、CM好感度の獲得効率ではコミカルな話題作を展開した企業が上位に並びました。

日本マクドナルドが初のベスト・アドバタイザーに 日清食品はユーモアあふれるCMで若年層をはじめ幅広い支持

2022年度にCMを放送した全2632社のうち、日本マクドナルドが初のCM好感度総合1位に輝いた。風吹ジュンと尾野真千子が母娘を演じ、ハンバーガーのピクルスを親が子どもの代わりに食べるエピソードを温かく描いた作品や、優香が子育て中の女性を演じる作品を放送した企業CMがヒット。そのほか伊藤沙莉、志尊淳共演の『三角チョコパイ』、木村拓哉ら出演の『ひるまっく』など、年間を通して多彩なCMを展開し幅広い世代の支持を集めた。

2位は日清食品。「どんぎつね」シリーズをアニメ化したCMが話題の『どん兵衛』、チョコレートプラネット出演の『これ絶対うまいやつ』、「はじめまして松尾です」氏によるアニメCMを展開した『カップヌードル PRO 高たんぱく&低糖質』などが若年層をはじめ多く得票した。3位の花王は草薮剛が“ハミングの精”役の香取慎吾や郷ひろみらと共演した『ハミング消臭実感』、菅田将暉ら出演の『アタック抗菌EX』『アタックZERO』などで主婦の票を伸ばした。

リクルートは木村拓哉、芦田愛菜共演の『タウンワーク』、松本人志と山田孝之が出演する『Airワーク 採用管理』などが快走り、初のトップ5入り。P&Gは平野紫耀ら出演の『ファブリーズ』や菊池風磨が“洗濯大名”を演じる『ボールド』、アサヒビールはイチローらを起用した『スーパードライ』、任天堂は“ナワバリバトル”を楽しむ子どもたちを映す『スプラトゥーン3』などが好調だった。

サントリーは黒木華、柳楽優弥出演の『金麦』、KDDIは松田翔太らが出演する『三太郎』シリーズなどを展開した『au』、満島ひかりと松田龍平が共演する『UQ』で多く得票。キリンビールは堤真一、満島ひかりら出演の『一番搾り』が引き続き好評だった。



日本マクドナルド
来店促進 / 家族といっしょに。『ピクルスのリレー』篇

2022年度 企業別CM好感度 トップ10

順位	企業名	代表銘柄名	CM好感度
1	日本マクドナルド	来店促進	2442.0 P%
2	日清食品	どん兵衛	2309.3 P%
3	花王	ハミング消臭実感	1556.7 P%
4	リクルート	タウンワーク	1514.7 P%
5	P&G	ファブリーズ	1072.0 P%
6	アサヒビール	スーパードライ	981.3 P%
7	任天堂	スプラトゥーン3	920.0 P%
8	サントリー	金麦	916.0 P%
9	KDDI	au	811.3 P%
10	キリンビール	一番搾り	680.0 P%

2022年度のCM展開(東京キー5局)：2632社 / 6668銘柄 / 14052作品
集計期間：2022年4月度～2023年3月度(2022年3月20日～2023年3月19日)
関東1都6県在住の一般モニター男女3000人の「月例CM好感度調査」の12カ月分より集計
(サントリーは2022年7月の経営統合前後でそれぞれスコアを算出)

躍進企業のトップはオリエンタルランド。レジャー関連がトップ3に ビズリーチなどの求人情報サービスも存在感を発揮

躍進企業のトップはオリエンタルランド。コロナ禍の影響で2020、2021年度の放送回数は70回台まで減少するも本年度は4015回と例年の出稿規模に戻り、CM好感度は前年度の523位から41位へとランクアップした。『東京ディズニーリゾート®』のハロウィーンイベントのCMをはじめ、学生限定の「春キャン」の復活を伝えるCM、「ずっと、待ってた!」をコピーに開園40周年のイベントをアピールするCMが好感を集めた。

楽天グループは自己最多の9276回の放送回数を記録。そのうち半数以上を占めた『楽天トラベル』のCMはももいろクローバーZのメンバーが旅行を楽しむ内容で、CM好感度を大きく牽



オリエンタルランド
東京ディズニーリゾート® 「ずっと、待ってた!」篇

引した。ユー・エス・ジェイは「超元気特区」をコピーに菅田将暉が出演する『ユニバーサル・スタジオ・ジャパン』のCMが若年層を中心にヒットし、自己最高位の50位にランクインした。

新生フィナンシャルはお笑いコンビ・千鳥を起用した『レイク』のコミカルな新展開が20、30代を中心に得票。東洋水産は前年度の約2倍となる自己最多の2920回のオンエアを記録し、CM好感度は183位から72位に上昇。菊池風磨が“勇者キクチ”を演じる『クッタ』などでスコアを伸ばした。ローソンは松山ケンイチが店長、川栄李奈が来店客を演じるシリーズが支持を集め、CM好感度は前年度の232位から78位へと大きく躍進した。

7、8位には求人情報サービスを展開する企業が並んだ。ビズリーチは放送回数、CM好感度ともに自己最高値となった。パーソルキャリアは小栗旬、片付けコンサルタントの近藤麻理恵ら登場の『デューダX』のCMを積極的にオンエアした。

9位は桑田真澄・Matt親子を起用し8年ぶりに放送したCMが注目を集めたイシダ。10位はJR東海で、2年半ぶりに展開した『京都キャンペーン』のCMや、賀来賢人が東海道新幹線出張するビジネスパーソンを演じるCMが好調だった。

2022年度 企業別CM好感度 躍進企業トップ10

躍進順位	総合順位 (前年順位)	企業名	代表銘柄名
1	41 (523)	オリエンタルランド	東京ディズニーリゾート®
2	49 (204)	楽天グループ	楽天トラベル
3	50 (305)	ユー・エス・ジェイ	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
4	68 (553)	新生フィナンシャル	レイク
5	72 (183)	東洋水産	クッタ
6	78 (232)	ローソン	来店促進
7	105 (210)	ビズリーチ	ビズリーチ
8	110 (314)	パーソルキャリア	デューダX
9	115 (—)	イシダ	知名度アップ
10	118 (373)	JR東海	京都キャンペーン

CM好感度で総合200位以内に入った企業のうち、前年度のCM好感度を上回り、かつ総合順位が100ランク以上アップした企業、もしくは本年度にCMを開始または再開した企業(合併・統合で新たに誕生した企業を除く)

日清紡ホールディングスがCM好感度の獲得効率No.1 桑田真澄が“Matt風メイク”で登場するイシダも上位に

CM好感度の獲得効率が最も高かった企業は日清紡ホールディングスとなった。「♪ニッシンボー 名前は知ってるけど～」といった『NISSHINBOの歌』を歌う馬やカワウソをフルCGで描く企業広告「歌おう!ニッシンボー」シリーズが好評で、前年度の約2.5倍を超える自己最高のCM好感度をマークした。

2位はアイフル。老舗料亭の女将役の大地真央が現代文講師に扮して板前役の今野浩喜らに授業をするCMや、大地が悪漢たちを倒していくカンフー映画風のCMなどが話題となった。

3位はゼスプリ インターナショナル ジャパン。キャラクターの“キウイブラザーズ”が歌い踊る『ゼスプリ キウイフルーツ』のCMが快走。新生フィナンシャルは千鳥を起用した『レイク』のCMで票を伸ばし、前年度の約19倍となる自己最高スコアを記録した。

イシダは8年ぶりに企業CMを放送。同社のX線検査装置によって“Matt風メイク”を施された桑田真澄が大勢のMattの中から検出される内容で、自己最高のCM好感度を更新した。日清食品はアニメCMを展開した『どん兵衛』『カップヌードル PRO 高たんぱく&低糖質』や、チョコレートプラネット出演の『これ絶対うまいやつ』などのCMで若年層をはじめ幅広い世代にヒットした。

タケモトピアノは財津一郎が全身タイツ姿の女性たちと踊るCM、サントリーホールディングスは「人生には、飲食店がいる。」をコピーに展開した企業CMが好評だった。サーティワンはHey! Say! JUMPの山田涼介が『バラエティボックス』を紹介するCM、任天堂は『スプラトゥーン3』や新垣結衣出演の『Nintendo Switch Sports』などのCMで票を伸ばした。



日清紡ホールディングス
イメージアップ「歌おう!ニッシンボー:うま」篇

2022年度 企業別CM好感度 獲得効率トップ10

獲得効率順位 (総合順位)	効率 (P)	企業名	代表銘柄名
1 (59)	96.0	日清紡ホールディングス	イメージアップ
2 (31)	73.6	アイフル	知名度アップ
3 (64)	58.0	ゼスプリ インターナショナル ジャパン	ゼスプリ キウイフルーツ
4 (68)	53.4	新生フィナンシャル	レイク
5 (115)	52.6	イシダ	知名度アップ
6 (2)	42.2	日清食品	どん兵衛
7 (103)	41.8	タケモトピアノ	知名度アップ
8 (137)	40.6	サントリーホールディングス	イメージアップ
9 (140)	36.3	サーティワン	来店促進
10 (7)	34.6	任天堂	スプラトゥーン3

CM好感度で総合200位以内に入った企業のうち、オンエア100回当たりで獲得したCM好感度(=効率)が高い順にランキング

企業名、銘柄名、作品名はCM総合研究所のデータベースの登録名称であり、正式名称と異なる場合があります。
詳細は専門誌『CM INDEX』2023年5月号(5月15日発売)をご覧ください。※データ使用の際は事前のご連絡をお願いいたします。
ご質問などはCM総合研究所のホームページ(www.cmdb.jp)のお問い合わせフォームよりご連絡ください。