

2024年度「消費者を動かしたCM展開」特別賞10銘柄を発表

CM総合研究所(東京都千代田区 代表・関根心太郎)は、2024年度(2023年11月度～2024年10月度)の優れたCM展開で業績の向上に貢献した「消費者を動かしたCM展開」152銘柄を決定いたしました。

そのうち「時代性」「話題性」「影響力」に優れ、本年度を象徴する10銘柄を「消費者を動かしたCM展開 特別賞」として贈賞いたします。

※企業名 五十音順に紹介

アサヒビール/未来のレモンサワー 代表作品名「未来のレモンサワー 本物レモンスライス入り」篇



新商品『未来のレモンサワー』は世界初となる本物のレモンスライスが入った画期的な缶チューハイで、フルオープン缶を採用。CMは映画『グレイテスト・ショーマン』のオープニング曲と「未来、はじまる」の語りとともに暗闇から商品が登場し、透明の缶の中で浮か上がるレモンスライスに「本物」のコピーが重なる内容だ。CMを開始した2024年6月度のCM好感度は商品・サービス別で総合5位、作品別では3000人調査で同社初となる総合1位に輝いた。商品を前面に押し出した表現が奏功し、好感要因は「商品にひかれた」で票を伸ばしたほか、CMに好感を示した人の96%が商品を「ためしてみたい」または「いま愛用している」と回答した。

【売上実績など】革新性に焦点を絞った広告展開で販売実績も好調。2024年9月2日週時点の認知度が55.9%を記録。

Uber Eats Japan/Uber Eats 代表作品名「やっぱり Uber Eats で、いーんじゃない? ドラ猫」篇



『Uber Eats』は「やっぱり Uber Eats で、いーんじゃない?」をコピーに、中尾明慶、仲里依紗夫妻起用の新CMシリーズを2024年4月にスタート。「Uber Eats で、いーんじゃない?」と提案する中尾をよそに、食事の支度を始めた仲が猫に魚を持ち去られてしまうCM、仲が操作した炊飯器が爆発するCMを中心に好評価を獲得した。鈴木亮平ら出演の映画『シティーハンター』とのコラボCM、野球中継に夢中になる人々にUber Eatsの配達員が食事を届けるCMなども快走し、月度調査では5月度から3カ月連続で総合1位に輝いた。成人女性を中心に多くの支持を集め、年間のCM好感度は自己最高スコアを更新した。

【売上実績など】テレビ、デジタル、OOHといった立体的な展開により過去最大級のPR効果と購入意向の上昇に寄与した。

オープンハウスグループ/オープンハウス 代表作品名「マイホームマン 格闘」篇



オープンハウスは堺雅人を起用した新シリーズをスタート。第1弾CMは同社オフィスで土地購入の契約を終えた“家内守”役の堺がスタッフから渡されたバッジで巨大化して“マイホームマン”に変身し、街に襲来した怪獣と対峙する内容だ。第2弾は堺が怪獣に「どうかお帰ください」と停戦を懇願するも、怪獣に自身の土地を踏みつけられ「コノヤロー!」と立ち向かう姿を映し、本年度の作品別CM好感度で総合3位と大ヒット。土地を守った後を描く続篇も得票した。「便利地、好立地。」という同社戸建て住宅の価値をユーモラスなストーリーを通して訴求。60歳以上の男性や30代の女性を中心に幅広く支持を集め、自己最高スコアを記録した。

【売上実績など】2023年10月～2024年9月のグループ連結売上高は前期比112.8%の1兆2958億円となり、上場来12期連続して過去最高の売上高を更新。

麒麟ビール/晴れ風 代表作品名「名前は晴れ風 発売」篇



麒麟ビールの新商品『晴れ風』は原田郁子が歌う『風になりたい』をBGMに、内村光良、天海祐希、今田美桜、目黒蓮が出演するCMを展開。商品名を伏せたティザーCMに始まり、商品名を明かすCMや4人が味の感想を語るCMがヒットし、2024年4月度にはCM好感度総合1位に輝いた。CMを放送した8カ月間のうち5カ月間で総合トップ10入りと好調を維持し、本年度のアルコールブランド103商品中の首位となった。4人がビールにまつわる自身のエピソードを披露するCMや社会活動『晴れ風ACTION』を訴求するCMなど多彩な27篇を放送。CMに好感を示した約9割が商品を「ためしてみたい」または「いま愛用している」と回答した。

【売上実績など】販売数量が発売から約3カ月で年間販売目標の7割となる300万ケースを突破。年間販売目標を430万ケースから約1.3倍となる550万ケースへ上方修正した。

選出方法: CM総合研究所が実施するCM好感度調査において、対象期間にCMのオンエアがあった6,573銘柄のうち、CM好感度を獲得した3,221銘柄から「年間CM好感度総合100位以内」「年間累計でCM好感度を獲得した上位10%かつ属する商品カテゴリ*のCM好感度上位10位以内」「月間のCM好感度調査で上位20位以内」のいずれかひとつの条件を満たした207銘柄を対象に、業績に関するアンケートを実施。業績などへの貢献が確認できた152銘柄(有効回答数: 175銘柄)を「消費者を動かしたCM展開」に決定し、なかでも本年度を象徴する10銘柄を「消費者を動かしたCM展開 特別賞」として選出。*CM総合研究所により、産業分野ごとに20種に区分された商品カテゴリ

調査期間: 2024年度※のCM展開(東京キー5局): 2,570社 / 6,573銘柄 / 14,003作品

※調査期間: 2023年11月度～2024年10月度(2023年10月20日～2024年10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」12カ月分より集計

詳細は専門誌『CM INDEX』2024年12月号(12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.cmbd.jp)のお問い合わせフォームよりご連絡ください。

グーグル/Google Pixel 代表作品名「Google Pixel8Pro: 編集マジック 小田凱人」篇



グーグル『Google Pixel』は車いすテニス選手の小田凱人を起用したCMを2024年5月に開始。小田が「編集マジック」で写真を加工する姿に「みんなが試合に行きたくなるような投稿をしたい」といった彼の語りを重ねる作品が好スコアを記録した。このほかサッカー選手の三笥薫が「リアルタイム翻訳」を使って仲間と会話する作品や、井桁弘恵、青山テルマを起用したCMを展開。対象期間12カ月のうち9カ月で電子・精密業類のCM好感度トップとなり、年間でも大差で1位に輝いた。若年層を中心に支持され、CM好感要因では「出演者」「商品にひかれた」で好評価を得たほか、「時代の先端を感じた」では全6573商品中2位を達成した。

【売上実績など】2024年第1四半期(2024年1月～3月)の出荷数は前年同期比183%を達成し、マーケットシェアも3%から9%と大幅に拡大。

サントリーホールディングス/サントリージーン 翠 代表作品名「平野紫耀はじめての翠ジンソーダ」篇



2020年からCMに出演している東京03の角田晃広に加え、新たに平野紫耀を起用した。平野出演の第1弾CMは居酒屋のカウンターで『翠ジンソーダ』を飲んでいた角田が平野から「どんな味なんすか?」と尋ねられ、「きれいな清流のように」などと得意げに語るも、平野が自身の注文した翠ジンソーダを味わって「いと清々し。」とつぶやくストーリーで、商品の清涼感をアピール。2024年2月度にCM好感度総合7位と同ブランド初のトップ10入りを果たした。以降は同じ居酒屋で再会したふたりを描くCMや、翠ジンソーダの作り方を紹介するCMを展開した。平野の起用や味わい訴求が奏功し、成人女性や50代の男性などから好スコアをマーク。自己最高のCM好感度を記録した。【売上実績など】リブランディングで販売実績が前年比119%を記録。

トリドールホールディングス/丸亀製麺 代表作品名「新作がとまらない!秋の丸亀うどんなつ」篇



『丸亀製麺』は「丸亀製麺には、すべての店に麺職人がいる。」といったコピーとともに上戸彩がうどんを味わう姿を通して、麺のおいしさという本質的な価値を伝えるCMを展開。また『マンガNo.5』をBGMに上戸と原菜乃華が新商品『丸亀うどんなつ』をほおぼる姿を通して“もっちり”の新食感を伝えるCMを筆頭に、上戸が季節限定メニューを味わうCMや、原が人々とダンスをする『丸亀シェイクうどん』のCM、共同開発者の株式会社TOKIOの3名が出演する『トマたまカレーうどん』のCMなど、商品にフォーカスしたCMも放送した。直感的に“食べてみたい”と思わせる表現で幅広い世代の支持を集め、自己最高のCM好感度を5年連続で更新した。

【売上実績など】4～9月(上期)の既存店売り上げは前年比110.2%と好調に推移した。

日清ヨーク/ピルクル 代表作品名「夜中にジョイマン」篇



日清ヨーク『ピルクル』は2021年よりお笑いコンビが出演するCMを展開しており、2024年度は新たにジョイマンを起用。第1弾CMは『ピルクル ミラクルケア』の着ぐるみを着た高木晋哉が池谷和志の寝室に現れ、「♪睡眠の質改善 目覚めたらゴキゲン」などとラップで商品を紹介するもので、3月度に総合8位に入った。第2弾CMは『ピルクル400』の着ぐるみ姿の彼らが「♪乳酸菌 400億 生きたまま 届く」「♪しかも安い おサイフにもやさしい」などと踊る内容だ。いずれのCMも機能性や低価格といった特長を印象づけ、若年層だけでなく40代など支持拡大に成功。年間CM好感度は自己最高を更新し、初の業類トップ3入りを果たした。

【売上実績など】商品特長を伝えるCMが奏功し、販売実績を伸長。ピルクルブランド全体の販売実績は前年を大きく超える結果に。

日本マクドナルド/月見ファミリー 代表作品名 月見ファミリー「帰ってきたかぐや姫」篇



日本マクドナルドは秋の風物詩として親しまれる『月見ファミリー』の新CMシリーズを2024年9月から放送した。2020年から展開してきた父娘の心の交流を描くCMを一新し、宮崎あおいが『竹取物語』のかぐや姫、本ブランド出演3年目の松重豊が翁、手塚理美が媪として登場するもので、引き続き絢香の『三日月』をBGMに展開。なかでも宮崎が「月見の季節だし」と松重と手塚の元に現れ、3人で月を眺めながら『月見バーガー』を味わう作品がヒットし、同月度の新作1位に輝いた。『きなこもちとあんこの月見パイ』、夜マック®限定で提供する『倍月見バーガー』などを訴求するCMも好評で、小中高生や40歳以上の女性を中心に多くの支持を獲得。年間のCM好感度は自己最高スコアをマークした。

【売上実績など】発売当日のXでは日本のトレンド1位となり、2024年9月の販売数は前年のプロモーション比でアップ。

リクルート/リクルートエージェント 代表作品名「ささやくふたり エスカレーター」篇



転職支援サービス『リクルートエージェント』は高橋一生と柳楽優弥が同社スタッフ役で出演するシリーズCMを2021年2月にスタートした。本年度は蕎麦屋のカウンターで「転職って誰に相談したらいいの?」「始め方も分かんなくてさ」などと友人に相談する女性に高橋と柳楽が「リクルートエージェント」とそっと教えるCMや、同様の展開でエスカレーターですれ違いざまにささやくCMなどを放送。年間の放送回数は5,712回と前年度の3倍に対し、CM好感度は約5倍とさらに伸長し自己最高を大幅に更新した。転職に関する身近な悩みをモチーフとしたコミカルなストーリーでサービスの名称をアピールし、50代の男性や40代の女性を中心に多くの支持を獲得したほか、CM好感要因では「出演者」「ユーモラス」に続いて「宣伝文句」でポイントを伸ばした。

【売上実績など】新メディアにも出稿し指名検索数が前年比アップ。

詳細は専門誌『CM INDEX』2024年12月号(12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.cmb.jp)のお問い合わせフォームよりご連絡ください。

2024年度「消費者を動かしたCM展開」※企業名の五十音順に掲載

企業名 / 銘柄名	企業名 / 銘柄名
アイフル / 知名度アップ	ZOZO / ZOZOTOWN
アオキ / フレッシュヤーズ	ソニー損害保険 / 自動車保険
アサヒ飲料 / カルビス®	ソニーネットワークコミュニケーションズ / NURO光
アサヒビール / スーパードライ	ソフトバンク / SoftBank
アサヒビール / スーパードライドライクリスタル	ソフトバンク / ワイモバイル
アムタス / めっちゃコミック	大和ハウス工業 / イメージアップ
アリナミン製薬 / ベンザブロック	出前館 / 出前館
アリナミン製薬 / アリナミンV	トゥーコネクト / Airdog
池田模範堂 / 液体ムヒS/ムヒアルファEXシリーズ	都市再生機構 / UR賃貸住宅
いなば食品 / チャオ	ドン・キホーテ / 来店促進
エヌ・ティ・ティ・ソルマーレ / コミックシーモア	にしたんクリニック / 来院促進
NTTドコモ / NTT DOCOMO	日産 / 企業
ENEOS / ENEOSサービスステーション	日産 / NOTE
FPパートナー / マネードクター	日清食品 / チキンラーメン
エンパワー / 買取大吉	日清食品 / カップヌードル
大塚製薬 / ポカリスエット	日清食品 / 日清のどん兵衛
OWNDAYS / 来店促進	日清食品 / 日清焼そばU.F.O.
花王 / アタックZERO	日清食品 / お椀で食べるシリーズ
花王 / アタック抗菌EX	日清食品 / ラ王
花王 / ハミング消臭実感	日清食品 / カレーメシ
花王 / ハミングフレア	日清食品 / 台湾メシ
花王 / ビオレUV	日清紡ホールディングス / イメージアップ
カルビー / ポテトチップス	日清ヨーク / 十勝のむヨーグルト
麒麟ビール / 一番搾り	ニデック / 知名度・採用エントリーアップ
麒麟ビール / 一番搾り 糖質0	ニトリ / 来店促進
麒麟ビール / 本麒麟	ニトリ / Nウォーム
麒麟ビバレッジ / 午後の紅茶	ニトリ / Nクール
麒麟ビバレッジ / 生茶	日本製鉄 / イメージアップ
クボタ / ブランドキャンペーン	日本生命 / イメージアップ
KDDI / au	日本たばこ産業 / イメージアップ
ケンタッキー / ところ〜り月見バーガー	日本マクドナルド / 三角チョコパイ
湖池屋 / 湖池屋プライドポテト	日本マクドナルド / 来店促進
GO / タクシーアプリ『GO』	日本マクドナルド / ハッピーセット®
コーセー / 雪肌精	日本マクドナルド / チキンマックナゲット®
サイボウズ / kintone	日本マクドナルド / サムライマック®
サッポロビール / サッポロ生ビール黒ラベル	日本マクドナルド / ショコラオレンジフラッペ&ホワイトスノーチョコフラッペ
サントリーホールディングス / サントリー生ビール	日本マクドナルド / リバイバルバーガーズ
サントリーホールディングス / -196	日本マクドナルド / スパイシーチキンマックナゲット
サントリーホールディングス / ザ・プレミアム・モルツ	日本マクドナルド / グラコロ®
サントリーホールディングス / ピアボール	日本マクドナルド / ヨーロッパバーガーズ
サントリーホールディングス / BOSS	日本マクドナルド / ゴジラバーガー
サントリーホールディングス / 伊右衛門	日本マクドナルド / N.Y.バーガーズ
サントリーホールディングス / オールフリー	日本マクドナルド / キャラメルミルクティーフラッペ&オレオ。クッキー エスプレッソフラッペ
サントリーホールディングス / GREEN DA・KA・RA	日本マクドナルド / すいかフラッペ&ゴールデンパインフラッペ
資生堂 / SHISEIDO MEN	日本マクドナルド / チキンタツタ®&油淋鶏チーズチキンタツタ
シャープ / スマートフォンAQUOS	日本マクドナルド / アジアンスイーツ
新生フィナンシャル / レイク	日本マクドナルド / ハワイやんシリーズ
SKECHERS JAPAN / スケッチャーズスリッパ・インズ	日本マクドナルド / もものスムージー&もものヨーグルトフラッペ
スズキ / スペースア	日本マクドナルド / シャカシャカポテト®
スズキ / ソリオ	日本マクドナルド / ひとくちチュロス
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	日本マクドナルド / てりたまバーガー®
ゼンショー / すき家	日本マクドナルド / オレオ® クッキー チョコミントフラッペ

2024年度「消費者を動かしたCM展開」※企業名の五十音順に掲載

企業名 / 銘柄名
日本マクドナルド / 大人が恋するてりやき
日本マクドナルド / 巨峰フラッペ&アップルキャラメルフラッペ
任天堂 / スーパーマリオブラザーズワNDER
任天堂 / ニンテンドースイッチ
任天堂 / ピクミン4
任天堂 / スプラトゥーン3
ノーベル製菓 / はちみつきんかんのど飴
ノーベル製菓 / 俺のミルク
はま寿司 / はま寿司
P&G / ボールド
久光製菓 / サロンバス®
ビザ・ワールドワイド / 利用促進
フジパン / 本仕込
不二家 / LOOK
不二家 / 不二家洋菓子店
Haleonジャパン / シュミテクト
BOAT RACE振興会 / イメージアップ
ほけんの窓口グループ / ほけんの窓口
ホンダ / フリード
ホンダ / WR-V
ホンダ / イメージアップ
ミスタードーナツ / misdo meets GODIVA
ミスタードーナツ / misdo meets 祇園辻利
ミスタードーナツ / 桜もちょっとドーナツ
三井不動産 / イメージアップ
三菱地所 / イメージアップ
三菱自動車 / デリカミニ
明治 / 明治プロビオヨーグルトR-1
森永製菓 / チョコモナカジャンボ
洋服の青山 / フレッシュヤーズ
ライオン / オクチューン
RIZAP / チョコザップ
ライフネット生命保険 / 知名度アップ
ラクス / 楽楽精算
楽天グループ / 楽天トラベル
リクルート / スーモ
リクルート / じゃらん
りらいふ / リライブウェア

詳細は専門誌『CM INDEX』2024年12月号（12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。