

発表！2024年度 ベスト・アドタイザー 3年連続トップの企業が続かなか新たな顔ぶれも登場 新部門 WebCM 好感度も発表 — 2024年度 企業別 CM 好感度ランキング —

CM 総合研究所(東京都千代田区 代表・関根心太郎)は、2024年度(2024年4月度~2025年3月度)のCM好感度No.1企業を「ベスト・アドタイザー」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。また本年度の新部門として、WebCM好感度のランキングも公開いたします。

日本マクドナルドが企業別CM好感度総合1位 3年連続のベスト・アドタイザーに 2024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	放送回数
1	日本マクドナルド	三角チョコパイ	2,533.3 P%	19,220回
2	日清食品	カップヌードル	1,984.0 P%	8,434回
3	サントリー	サントリー生ビール	1,702.0 P%	21,014回
4	麒麟ビール	晴れ風	1,402.7 P%	12,067回
5	P&G	アリエール	1,310.7 P%	25,861回
6	花王	アタック ZERO	1,308.7 P%	29,058回
7	アサヒビール	スーパードライ	1,256.0 P%	15,295回
8	Uber Eats Japan	Uber Eats	919.3 P%	8,775回
9	サントリー食品インターナショナル	ボス	894.0 P%	11,776回
10	任天堂	スーパーマリオパーティジャンポリー	672.7 P%	3,068回

2024年度のCM展開(東京キー5局):2579社/6568銘柄/13820作品集計期間:2024年4月度~2025年3月度(2024年3月20日~2025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



日本マクドナルド/三角チョコパイ「キレイレ収穫祭」篇

2024年度の企業別CM好感度総合1位は日本マクドナルド(全52銘柄・140作品)で、3年連続のトップとなった。伊藤沙莉とENHYPENのNI-KIがダンスをする『三角チョコパイ』をはじめ、宮崎あおいがかぐや姫を演じた『月見ファミリー』などのCMがヒット。日本コカ・コーラ社の伝説的なCM「I feel Coke」の楽曲を使用した『ビッグマック®』、ア

ニメ『新世紀エヴァンゲリオン』とコラボした『マクドナルド×エヴァンゲリオン』といったCMも注目を集め、多彩な展開で圧倒的な支持を獲得した。総合2位は日清食品。野菜と“謎肉”のキャラクターがゾンビのように踊る『カップヌードル』、“ひよこあにき”がコミカルなダンスをする『チキンラーメン』などのCMで、若年層をはじめ幅広い世代から得票した。総合3位のサントリーは山崎賢人、上白石萌音、西島秀俊ら出演の『サントリー生ビール』、広瀬すず、伊藤沙莉、オダギリジョーを起用してアニメ『ちびまる子ちゃん』の20年後を描くCMを展開した『ザ・プレミアム・モルツ』などが好評だった。キリンビールは内村光良、天海祐希、今田美桜、目黒蓮出演の『晴れ風』が好調で総合4位に。Uber Eats Japanは中尾明慶、仲里依紗夫妻が出演する『Uber Eats』のCMで自己最高スコアを更新し、初のトップ10入りを果たした。

躍進企業のトップは創味食品 ウッチャンナンチャン起用のCMが好評

2024年度 企業別CM好感度 躍進企業トップ10

部門順位	総合順位(前年)	企業名	代表銘柄名	CM好感度	放送回数
1	96 (242)	創味食品	創味焼肉のたれ	103.3 P%	1,843回
2	98 (210)	池田模範堂	ムヒ	100.7 P%	3,026回
3	127 (577)	ENEOS	ENEOS サービスステーション	80.7 P%	1,525回
4	129 (700)	ヤマト運輸	イメージアップ	78.7 P%	1,371回
5	130 (—)	りらいぶ	リライブ	75.3 P%	1,437回
6	131 (549)	TENTIAL	BAKUNE	74.0 P%	1,199回
7	138 (269)	エンパワー	大吉	68.7 P%	420回
8	146 (417)	ダイハツ	Tanto	63.3 P%	6,351回
9	147 (307)	マルハニチロ	イメージアップ	62.7 P%	1,699回
10	156 (513)	出光	来店促進	55.3 P%	695回

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)

2024年度の躍進企業トップは創味食品で、ウッチャンナンチャンを起用したCMを中心に展開した。『創味焼肉のたれ』のCMは、内村光良が店主を務める老舗焼肉店で美食家役の南原清隆が新ラインナップ『二代目 たっぷり濃厚フルーツ』とともに焼肉を味わう内容だ。彼らが伝説的ロックバンド“Haconese”のリーダーとボーカリストを演じる『ハコネーゼ』のCMも好評だった。いずれも商品の魅力



創味食品/創味焼肉のたれ「焼肉通」篇

をユーモラスに印象づけ、企業別CM好感度の順位を前年度の242位から96位へと大幅に順位を上げた。2位の池田模範堂は平野紫耀出演の『ムヒ』、岸優太起用の『ヒビケア』などのCMで、女性の支持を伸ば

した。5、6位には近年人々の関心が高まっているリカバリーウェア関連企業が並んだ。5位のりらいぶは2024年4月に初CMをスタート。「着る医療機器」といったキーワードのもと、出川哲朗が「♪コリコリバイバイ」と歌いながら体操する『リライブ』のCMが好調で、中高年層から多く得票した。6位のTENTIALは「疲労回復は、パジャマから。」をコピーとした、『BAKUNE』のCMに櫻井翔を起用。“疲労回復パジャマ”である商品を着用した櫻井が、寝起きにもかかわらず疲れた様子のもうひとりの櫻井に商品を薦める内容で、商品価値を分かりやすくアピール。幅広い世代の女性から好評価を獲得した。

日清紡ホールディングスが3年連続でCM好感度の獲得効率No.1に

2024年度 企業別CM好感度 獲得効率トップ10

部門順位 (総合順位)	効率	企業名	代表銘柄名	CM好感度	放送回数
1 (77)	92.6 P	日清紡ホールディングス	イメージアップ	126.0 P%	204回
2 (34)	59.2 P	アイフル	知名度アップ	226.7 P%	574回
3 (2)	35.3 P	日清食品	カップヌードル	1984.0 P%	8434回
4 (10)	32.9 P	任天堂	スーパーマリオパーティジャンボリー	672.7 P%	3068回
5 (88)	32.5 P	新生フィナンシャル	レイク	110.7 P%	511回
6 (50)	31.0 P	サーティワン	アイスクリームケーキ	176.7 P%	856回
7 (84)	29.5 P	HARIBO	ハリボーゴールドベア	114.7 P%	583回
8 (196)	29.4 P	ドン・キホーテ	来店促進	117.3 P%	598回
9 (138)	25.7 P	サントリーホールディングス	イメージアップ	42.0 P%	245回
10 (63)	24.5 P	エンパワー	大吉	68.7 P%	420回

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



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：ネコ」篇

CM好感度の獲得効率が最も高かった企業は、3年連続で日清紡ホールディングスとなった。2022年に開始したフルCGの動物が歌う「歌おう！ニッシンボー」シリーズを引き続き放送。本年度は防波堤を歩くネコたちやプールに浮かぶアザラシが「♪日清紡の歌を今日も歌っています」と歌うCMを展開。耳に残る楽曲や動物のかわいらしさをフックに、効率よくCM好感度を獲得した。2位のアイフルは大地真央と今野浩喜が共演するシリーズのうち、大地が鯨屋の大将やバスガイドなどに扮するCMで多くの支持を得た。ドン・キホーテはブルーノ・マーズが『MEGA ドン・キホーテ』渋谷本店でダンサーたちと踊りながら「♪ドンキ、イクヨ」と口ずさむCMを展開。意外性のあるキャスティングやインパクトのある楽曲が話題を集め、初めてCM好感度の獲得効率トップ10に入った。

新部門 WebCM 好感度 総合 1 位は日本マクドナルド

2024 年度 企業別 WebCM 好感度トップ 10

部門順位	企業名	票数
1	日本マクドナルド	72 P
2	サントリー	40 P
3	森永製菓	27 P
3	ソフトバンク	27 P
5	P & G	25 P
6	リクルート	24 P
7	Mizkan Holdings	19 P
8	日本コカ・コーラ	18 P
9	サントリー食品インターナショナル	17 P
10	ファイントウデイ	13 P
10	任天堂	13 P

WebCM 好感度とは、CM 好感度調査アンケートにおいて調査時点で東京キー5局で放映されていない WebCM※を集計したものの
※WebCM・公式ホームページ・公式 YouTube チャンネル・公式 SNS アカウント
(Instagram/Facebook/X/TikTok など)・スマートフォンアプリ内 (アプリの利用中に表示されるもの)

2024 年度に新設した「WebCM 好感度」部門は、CM 総合研究所が実施する CM 好感度調査において、アンケート調査実施日時点では東京キー5局でテレビ CM として放送されていない WebCM が記入されたアンケート票数を、企業別に集計したランキングとなる。本調査は Web で動画やプロモーションを展開した広告事例の検証を主な目的としている。本年度はどのような企業の動画広告が視聴メディアを超えて消費者の心を動かしたのか。

WebCM 好感度の総合 1 位は日本マクドナルドとなった。注目の作品は 2024 年 11 月に X と TikTok で公開された Web 動画「夜の坂道」篇で、夕方 5 時から『ポテナゲ』がおトクになることを訴求する内容だ。庵原涼香と櫻坂 46 の谷口愛季演じる女子高校生が、夜景の見える坂道で『マックフライポテト』と『チキンマックナゲット』を食べながら語らう様子をエモーショナルに描くもので、ポカロ曲『ハロ／ハワユ』のアレンジ楽曲を BGM に展開。ふたりの何げない会話や情緒的な映像、商品を軸にしたストーリーなどを通して、生活者の心を捉えた。

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』2025 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。