

2025年度「消費者を動かしたCM展開」特別賞10銘柄を発表

「BRAND OF THE YEAR 2025」 — 変わる社会、映すCM —

「消費者を動かしたCM展開」特別賞10銘柄

企業名	銘柄名
伊藤園	お~いお茶
花王	ハミング消臭実感
サントリーホールディングス	ザ・プレミアム・モルツ
SKECHERS JAPAN	スケッチャーズ スリップインズ
セブン-イレブン・ジャパン	来店促進
TENTIAL	BAKUNE
任天堂	Nintendo Switch 2
BuySell Technologies	バイセル
不二家	LOOK
ポケモン	Pokémon Trading Card Game Pocket

CM総合研究所（東京都千代田区代表・関根心太郎）は、2025年度（2024年11月度～2025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」148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

伊藤園／お~いお茶



日本開催となったMLB開幕戦に先駆け2025年1月よりドジャースのユニフォームを着た大谷翔平選手をCMに起用した。同期間の3月には「お茶の常識、すてましょう。」をコピーに、同氏がロサンゼルスのビーチでリフティングをするラインナップ『PURE GREEN』『LEMON GREEN』のCMがヒットした。5月からは「いつの日も、僕のそばにはお茶がある」をコピーに、同氏が自ら車

を運転してスタジアムに向かって試合に臨むCMで、彼が日頃から『お~いお茶』を愛飲していることを表現した。大谷翔平選手の起用が話題となり、年間のCM好感度は3000人調査を開始した2005年以降で自己最高スコアを獲得。本年度のドリンクCM113ブランド中のNo.1に輝いた。

【売上実績など（広告主コメント）】3月から開始したPUREシリーズのCMでは、大谷翔平選手がリフティングをする広告展開で話題を作り、若年層や女性層といった新しいユーザーを獲得。結果、発売半年で当初計画を達成し、販売数量は計画の2倍で推移。新シリーズの展開により、ブランド全体の購買層拡大に成功しました。※2025年3月～8月販売実績

花王／ハミング消臭実感



『ハミング消臭実感』は小栗旬が洗濯好きの父親を演じるCMを2025年4月から放送した。BGMには奇妙礼太郎が歌う「♪この世で一番肝心なのはあなたのハミング」といった『ステキなタイミング』の替え歌を使用。第1弾では帰宅した小栗が家族のために洗濯する様子や、休日に妻や子どもと洗い立ての洗濯物のにおいを確認し笑みを浮かべる姿を映した。夏の汗や脂汚れをモチーフ

に、小栗が懸命に働く姿やスポーツに励む若者を描くCM、子どもと落ち葉遊びをした小栗がおそろいのパーカーを洗濯するCMもオンエア。商品機能のその先の生活価値を伝える表現が既婚女性などから好評で、前年度の約2.6倍のCM好感度を獲得した。

【売上実績など（広告主コメント）】2025年4月に小栗旬さんが父親を演じるCMシリーズへのリニューアルを行い、理想の家族像と記憶性の高い音楽をフックにしたクリエイティブで、ブランドへの好意や共感の向上を図りました。その結果、競争の厳しいセグメントにもかかわらず、4～8月の販売実績は前年同期を上回る102%を記録しました。

サントリーホールディングス／ザ・プレミアム・モルツ



ニューヨークを舞台にアニメ『ちびまる子ちゃん』の20年後の世界を実写で描く新シリーズを開始し、2025年2月度に同商品として約13年ぶりのCM好感度トップ3入りを果たした。『おどるポンポコリン』をジャズ風にアレンジした楽曲をBGMに、広瀬すずが“まるちゃん”、伊藤沙莉が“たまちゃん”、オダギリジョーが“花輪クン”役で登場するシリーズがヒット。上質な世界観のもと

「人生は、ゆっくりおいしくなる。」をコピーに商品の魅力を印象づけた。50代の女性をはじめ成人層を中心に支持を集め、CM好感要因の「心がなごむ」では総合3位についた。年間のCM好感度は前年度から大きく増加し、直近5年でも最高スコアとなった。

【売上実績など（広告主コメント）】本年度は「余裕ある大人の理想像」をテーマに、大人の憧れや理想に訴求するクリエイティブを展開。国民的アニメ『ちびまる子ちゃん』の20年後を実写化したCMとウェブ動画や交通広告を組み合わせた事前PR・出稿により、大きな話題を創出しました。これにより2025年1月から3月までの出荷実績は前年比105%を記録しました。

SKECHERS JAPAN／スケッチャーズ スリップインズ



『スケッチャーズ スリップインズ』はCM好感度、放送回数ともに自己最高値を大幅に更新した。日村勇紀が手を使わずに商品をはき、仕事やウォーキング、キャンプ、ゴルフといったさまざまなシーンで快適に過ごすCMが好評で、「足に触れずにそのままGO！」などと商品の利便性を訴求した。LiLiCo、栗山英樹、菜々緒、賀来賢人がそれぞれ商品の快適さを伝えるCMも支持さ

れ、50歳以上の男女を中心に好評価を獲得。CM好感要因の「商品にひかれた」「出演者」で票を伸ばし、CMに好感を示した人のうち92%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（広告主コメント）】アンバサダーが商品の機能に加え、ビジネスやウォーキングなどの多様なオケーションでも使用できることを紹介するCMを展開し、利便性の訴求や認知度の拡大を狙いました。2025年1～9月の認知度は前年比130%、市場投下数は前年比150%となりました。スリップインズサンダルなどの新商品が好調で、エービーシー・マートなどの一般流通や直営店、eコマースとともに売り上げは2桁成長を遂げています。

セブン－イレブン・ジャパン／来店促進



セブン－イレブン・ジャパンは櫻井翔と相葉雅紀が宇宙人を演じる新CMシリーズを2025年9月に開始した。「なにがあるかな、セブン－イレブン。」という新スローガンのもと、天海祐希がオーナーを務める店舗で彼らがアルバイトを始めるCMや、店員として働きはじめた彼らが具材が2つ入った『旨さ相盛おむすび』に驚くCMだ。嵐のメンバー同士が共演するCMは約2年ぶりというこ

ともあり、豪華なキャスティングが話題に。オンエア開始と同時に9月度のCM好感度で同社初のトップ3入りを果たし、年間でも自己最高ランクを記録。CM好感要因は「商品にひかれた」を筆頭に「出演者」「宣伝文句」で好スコアを獲得したほか、「ユーモラス」「映像・画像」「ストーリー展開」でも好評価を得た。

【売上実績など（広告主コメント）】新スローガンのもと、お客さまに期待感を持っていただくため、『旨さ相盛おむすび』シリーズの発売に合わせ、櫻井翔さん、相葉雅紀さん、天海祐希さんを起用してテレビCMを展開しました。「おにぎり」分類の金額前年比は約2割伸長。売り上げベースアップに大きく寄与しました。

TENTIAL／BAKUNE



2021年2月に発売した一般医療機器“家庭用遠赤外線血行促進用衣”『BAKUNE』のCMを他社に先駆けクリスマス商戦の2023年12月4日にスタート。“疲労回復パジャマ”である商品を着て心地よさそうに眠る男女をそれぞれ映すCMで、ノンタレントながら40、50代を中心に得票した。2024年11月からは櫻井翔を起用したCMをオンエア。CMは寝室でベッドに座った櫻井が、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「疲労回復はパジャマができる」など商品を薦める内容で、同年12月度には初のトップ5入りを果たした。本年度は成人女性や30歳以上の男性を中心に支持を集め、自己最高スコアを大幅に更新した。

【売上実績など（広告主コメント）】まだ世の中になじみの薄い疲労回復パジャマというカテゴリおよびブランドの認知拡大を目的とし、櫻井翔さんをイメージキャラクターに起用したCMキャンペーンを展開しました。テレビCM、ウェブ、タクシー、交通広告などを組み合わせた施策を実施した結果、2024年9月から翌年8月までの販売実績は、前年比で268%という大幅な伸長を記録しました。

任天堂／Nintendo Switch 2



任天堂の新商品『Nintendo Switch 2』は2025年6月5日の発売に先駆けて4月よりCMをスタートした。CMはゲーム機のパーツがカチッとつながるシーンに「ピタッとくっつくJoy-Con 2」というナレーションを重ねる映像に続き、「でっかく鮮やか」「マウスでもプレイ」などのテロップとともに、大きくなった画面をはじめマイクやカメラ機能の搭載などの特長を紹介。「すべてが新

しい」といった語りでアピールした。5月度は75回という放送回数ながらCM好感度では同社のCMとして約19年ぶりの総合1位に輝いた。男女とも若年層を中心に多くの支持を集めた。CM好感要因では「商品にひかれた」で圧倒的なポイントを獲得。CMに好感を示した人のうち94%が「ためしてみたい」と回答した。

【売上実績など（広告主コメント）】2025年9月末時点の世界累計販売台数が1000万台を突破しました。これは任天堂のゲーム専用機の発売後約4ヶ月間の世界累計販売台数として過去最高の販売台数になります。世界中で大変多くのお客様に手に取っていただいておりますが、初めて迎える年末商戦へ向けて引き続き多くの需要にお応えするため、ハードウェアの供給に努めます。

BuySell Technologies／バイセル



総合リユースサービス『バイセル』はアニメ『ちびまる子ちゃん』とのコラボCMを2023年8月より展開。本年度は同アニメの放送局であるフジテレビでの放送回数を3月度から大幅に増やし、年間で計6050回と同社最多を記録した。“まる子”的祖母“こたけ”が友蔵とともに「♪高価買取～」と歌い踊るCMや、バイセルの査定士のキャラクターがさくら家で着物などを出張買取する

CMが好評価を獲得。アニメの登場人物らのほのぼのとしたやり取りを通してサービスを印象づけ、小学生男女や30歳以上の女性を中心に支持を集めた。年間のCM好感度でも自己最高スコアを大きく更新し、本年度の流通・販売業類の専門店系（217商品・サービス）で首位となった。

【売上実績など（広告主コメント）】サービスへの安心感を醸成するため『ちびまる子ちゃん』をイメージキャラクターに起用しています。2025年からは純粋想起や助成想起の向上を目的にテレビCMの出稿を強化し、2025年1月から6月までのBuySell Technologies単体売上は前年比124%の伸長を記録しました。

不二家／LOOK



『LOOK』は起用6年目となったSnow Manが出演するCMを放送した。Snow Manのメンバーが「♪どちらから食べルックチョコの悪魔に聞いてみよ」と言いながらフィンガーダンスを披露すると、チョコレートのような茶色い着ぐるみを着た“チョコ悪魔”役の渡辺翔太が「全部！」と答えるCMが好スコアを獲得。1箱でさまざまな味を選べる商品の魅力を親しみやすく表現したまた「ルッ

クって、いいな。」というコピーのもと、「どのメンバーになりたい？」というテーマに沿って9人が会話を楽しむCMも好評だった。若年女性を中心に支持を集め、CMに好感を示した人のうち93%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（広告主コメント）】定番商品に加え、新商品の『プレミアムルック』の発売に合わせてCMを出稿しました。CMとともに一部のコンビニと不二家洋菓子店にて『「LOOK × Snow Man LOOKオリジナルスライダーポーチ」がもらえるキャンペーン』を実施し、2025年1～8月の販売実績は前年比130%、9月単月では前年比110%となりました（9月25日時点の不二家出荷実績）。

ポケモン／Pokémon Trading Card Game Pocket



スマホ向けゲーム『Pokémon Trading Card Game Pocket』のリリース日である2024年10月30日にCMをスタート。CMは伊藤沙莉が通勤中や友人と食事中に「ポケポケ、ポケッ」と心の中で言いながらスマホ画面をスワイプしてパックを開封する姿などを描き、「ポケポケ」のフレーズと伊藤の表情を通してゲームの楽しさを表現した。6、7月は平岩紙と池端杏慈演じる母娘がテ

レビで同カードのCMを見てゲームを楽しむCMをオンエアした。若年層の男性を中心に多くの支持を集め、放送期間は9カ月間となるも20代以下の男性3階層では年間スコアでトップ10入りを達成。CM好感度要因の「商品にひかれた」でポイントを伸ばしたほか、「出演者・キャラクター」「かわいらしい」でも好評を得た。

【売上実績など（広告主コメント）】ゲーム・アプリ関心層以外の幅広い大衆の認知獲得を狙い、伊藤沙莉さんを起用したCMをアプリのリリースに合わせて展開しました。これにより大きなムーブメントを起こすことに成功し、リリース1周年となる2025年10月30日時点での累計販売実績は1.5億ダウンロードを記録しました。

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6,596銘柄のうち、CM好感度を獲得した3,310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202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148銘柄（有効回答数：157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：2025年度※のCM展開（東京キー5局）：2,648社／6,596銘柄／13,937作品

※調査期間：2024年11月度～2025年10月度（2024年10月20日～2025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

※企業・銘柄・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。「CM好感度」は株式会社東京企画の登録商標です。

詳細は専門誌『CM INDEX』2025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。

2025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
アイモバイル / ふるなび	サントリーホールディングス / THE PEEL
アキタフーズ / きよら	サントリーホールディングス / GREEN DA・KA・RA
あきんどシロー / シロー	サントリーホールディングス / GREEN DA・KA・RAやさしいルイボス
アサヒビール / ザ・ビタリスト	サンヨー食品 / サッポロ一番
味の素 / クックドゥ	ジェーシービー / JCBカード
アリナミン製薬 / ベンザブロック	資生堂 / エリクシール
池田模範堂 / 液体ムヒS/ムヒアルファEXシリーズ	新生フィナンシャル / レイク
出光興産 / apollostation	セコム / イメージアップ
いなば食品 / チャオ	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
いなば食品 / INABA	ZOZO / ZOZOTOWN
Indeed / タウンワーク	ソフトバンク / SoftBank
Uber Eats Japan / Uber Eats	ソフトバンク / ワイモバイル
ウェルスナビ / ウェルスナビ	ダイハツ / タント シリーズ
NTTソルマーレ / コミックシーモア	ダイハツ / ムーヴ シリーズ
ENEOS / ENEOS公式アプリ	大和ハウス工業 / イメージアップ
エンパワー / 買取大吉	都市再生機構 / UR賃貸住宅
大塚製薬 / ポカリスエット	トリドールホールディングス / 丸亀製麺
オープンハウスグループ / オープンハウス	にしたんクリニック / 来院促進
オリエンタルランド / 東京ディズニーリゾート	日産 / 企業
オリエンタルランド / 東京ディズニーシー	日清食品 / カップヌードル
オリエンタルランド / 東京ディズニーランド	日清食品 / チキンラーメン
花王 / アタックZERO	日清食品 / 日清のどん兵衛
花王 / アタック抗菌EX	日清食品 / 日清焼そばU.F.O.
花王 / ニュービーズ	日清食品 / 日清焼そば
花王 / ハミングフレア	日清食品 / カレーメシ
カルビー / ミーノ	日清食品 / オ惋で食べるシリーズ
キリンビール / 一番搾り	日清紹ホールディングス / イメージアップ
キリンビール / 氷結	ニトリ / Nウォーム
キリンビール / 一番搾り ホワイトビール	日本コカ・コーラ / やかんの麦茶 from 爽健美茶
キリンビール / グッドエール	日本生命 / ちょこつみ
キリンビール / 一番搾り 糖質ゼロ	日本たばこ産業 / イメージアップ
キリンビール / 淡麗グリーンラベル	日本マクドナルド / 三角チョコパイ
キリンビバレッジ / 午後の紅茶	日本マクドナルド / 月見ファミリー
グーグル / Google Pixel	日本マクドナルド / ハッピーセット
KDDI / au	日本マクドナルド / 来店促進
KDDI / UQ	日本マクドナルド / ポテナゲ
健栄製薬 / ベビーワセリン	日本マクドナルド / グラコロ・濃厚デミ&タルタルグラコロ
ケンタッキー / とろ~り月見バーガー	日本マクドナルド / マクドナルド×エヴァンゲリオン
ケンタッキー / パーティバーレル	日本マクドナルド / いまだけダブチシリーズ
湖池屋 / PURE POTATO	日本マクドナルド / スパイシーチキンマックナゲット
湖池屋 / ポリンキー	日本マクドナルド / てりたま・炭火焼肉風てりたま
GO / タクシーアプリ「GO」	日本マクドナルド / チーズチーズダブルチーズバーガー＆チーズチーズてりやきマックバーガー
コーセー / 雪肌精	日本マクドナルド / ジュラシック・ワールド バーガーズ
コスモエネルギー・ホールディングス / イメージアップ	日本マクドナルド / いちご練乳フラッペ&宇治抹茶フラッペ
サイボウズ / kintone	日本マクドナルド / とろけるホットパイ
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 / もものスムージー＆もものミックスフルーツフラッペ
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 / 行った気にさせるよ! N.Y.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 / シャカシャカポテト
サントリー・ホールディングス / -196	任天堂 / マリオカート ワールド
サントリー・ホールディングス / サントリー天然水	任天堂 / スーパー マリオパーティ ジャンボリー
サントリー・ホールディングス / サントリージン翠	任天堂 / ドンキーコング バナナザ
サントリー・ホールディングス / サントリー緑茶 伊右衛門	任天堂 / ドンキーコング リターンズ HD
サントリー・ホールディングス / ジハンビ	任天堂 / マリオ&ルイージRPG ブラザーシップ!

2025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
ネスレ日本／キットカット
ノーベル製菓／VC-3000のど飴
ノーベル製菓／ペタグーグミ
ハーゲンダッツ ジャパン／ハーゲンダッツ
はま寿司／はま寿司
HARIBO／ハリボーゴールドベア
B-R サーティワン アイスクリーム／来店促進
P&G／アリエール
P&G／ボールド
P&G／レノアハビネスアロマジュエル
久光製薬／アレグラFX
ピザ・ワールドワイド／利用促進
ピットバンク／知名度アップ
ファミリーマート／おむすび
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
マルハニチロ／イメージアップ
三菱自動車／デリカミニ
明星食品／明星チャルメラ
明治／明治プロビオヨーグルトR-1
ユー・エス・ジェイ／ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
UHA味覚糖／忍者めし
ヨドコウ／イメージアップ
ライオン／クリニカ
ライフネット生命保険／知名度アップ
リクルート／リクルートエージェント
リクルート／カーセンサー
リクルート／Hot Pepperグルメ
リクルート／SUUMO(スーム)
ロッテ／クーリッシュ
ロッテ／プレミアムガーナ

詳細は専門誌『CM INDEX』2025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。