

## NEWS RELEASE

### 2016年度「消費者を動かしたCM展開」は74銘柄に決定

CM総合研究所(東京都港区 代表・関根心太郎)は、2015年11月度から2016年10月度までにCMをオンエアした商品・サービス全7470銘柄を対象に、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」74銘柄を発表いたしました。

#### 【「消費者を動かしたCM展開 特別賞」はAmazonプライム、ルーロなど8銘柄が受賞】

「消費者を動かしたCM展開」の中から、特に「今年らしさ」「創造性」「影響力」等の観点に優れた「消費者を動かしたCM展開 特別賞」として、以下の8銘柄が受賞しました。

#### ★ソフトバンク/ワイモバイル:CM好感度は2倍以上、スマホ販売台数は前年の3.4倍に

『ワイモバイル』のCMは、基本使用料1980円に掛けて“ふてニャン”と桐谷美玲が1980年代にタイムスリップする。ディスコや“なめ猫”など当時を象徴するモチーフに、懐かしいヒット曲を効果的に使用した展開が幅広い世代の好感を集めた。CM好感度は前年度の2倍以上を記録し、格安スマホの競合他社を圧倒した。(CM好感度総合4位)

#### ★アマゾンジャパン/Amazonプライム:犬と赤ちゃんの交流が感動を呼ぶ、CMオンエア後の会員数は最高値に

『Amazonプライム』がオンエアした3作品のうち、犬と赤ちゃんの心の交流を描いた作品は、作品別CM好感度で総合1位となり、歴代でも最高スコア※を記録した。赤ちゃんと犬の自然な表情、そっと見守る父親の優しさが感動を誘った。(CM好感度総合5位)

※東日本大震災の影響があった2011年度を除く

#### ★住友生命/1UP:金融系CM No.1、ビジネスパーソンに支持され、初年度の販売目標40万件を達成

『1UP(ワンアップ)』は、ケガや病気で働けなくなった場合に備える“生活保険”。瑛太が演じる会社員“上田一”の成長をコミカルに描く。6月からは会社員“上野一”として菅田将暉を起用したCMもスタートした。ターゲット層意外にも幅広い支持を集め、同社初となる金融系でのCM好感度年間ナンバーワンに輝いた。(CM好感度総合14位)

#### ★ライオン/トップ スーパーナノックス:女性層に商品需要喚起、ブランド史上最高の販売シェアを達成

『トップ スーパーナノックス』は、二宮和也がさまざまな洗濯実験に挑戦するシリーズが好調だった。「ニノが、ナノで、受けて立つ!」をコピーに、パンダの着ぐるみの中のTシャツの汚れ落としに挑戦するなど、実証実験CMをエンターテインメント化し、商品への関心喚起にも成功した。(CM好感度総合23位)

#### ★キリンビール/氷結:出演者たちの意外性で話題が拡散、売上は前年比107%に

発売15年目となる『氷結』の今年のメッセージは、「あたらしいこう」。CMでは「自分の殻やイメージをちょっと破って、あたらしい自分を楽しもう」というテーマで、綾小路翔、さかなクン、真木よう子、松坂桃李、高橋みなみ、志村けんが登場し、CMで見せた意外な一面が、ツイッターで話題となった。(CM好感度総合28位)

#### ★エバラ食品/焼肉のたれ:人気タレント×シズル感の相乗効果、ホームページのページビュー数・販売金額が伸張

『焼肉のたれ』は、相葉雅紀が仲間たちとバーベキューに興じながら、“たれだくの分厚い肉”と“塩むすび”をほおぼる作品がCM好感度を牽引。シズル感あふれる食事シーンが「やってみたい」と話題になり、ホームページへの誘引に成功し、販売金額の伸張に結びつけた。(CM好感度総合34位)

#### ★ユー・エス・ジェイ/ユニバーサル・スタジオジャパン:テーマパーク系CMナンバーワン、8・10月は過去最高の集客数を達成

開園15周年を迎えた『ユニバーサル・スタジオジャパン』は、13作品を展開。広瀬アリス・すず姉妹を起用し、誰もが小さい頃に憧れた「魔法をかけること」が実現できた喜びを描いた作品が好調だった。若い独身女性を中心に共感され、全国オンエア後の一週間のツイート数が前年比で60%増加し、話題化に成功して集客数の増加に寄与した。(CM好感度総合42位)

#### ★パナソニック/ルーロ:CM好感度は5倍、クチコミが急増して売上・シェアともに上昇

三角形の形状が特徴的なロボット掃除機『ルーロ』は、ゴミの運命を擬人化し、西島秀俊の迫真の演技と臨場感あふれるサウンド、映画のような映像でインパクトの強い作品を展開。CM好感度は前年度の5倍を超えた。ユーチューブでの公開後や全国スポットの直後はクチコミ件数が急増し、売上は前年比135%、シェアも3%上昇した。(CM好感度総合110位)

※文中の売上実績は、広告主の取材に基づいています。

## 2016年度「消費者を動かしたCM展開」全74銘柄

アキタ きよら	JAバンク JAバンク	日清食品 日清のどん兵衛
アサヒ飲料 ワング	ストライプインターナショナル アース ミュージック & エコロジー	日本郵便 ゆうパック
味の素 クックドゥ	住友生命 1UP (ワンアップ)	ニトリ Nウォーム
味の素 ほんだし	積水ハウス 家に帰れば、積水ハウス。	日本コカ・コーラ い・ろ・は・す もも
アフラック 新 生きるためのがん保険 Days	ゼンショー すき家	日本コカ・コーラ からだすこやか茶 W
アフラック 病气やケガで働けなくなったときの 給与サポート保険	ソニーマーケティング BRAVIA	ハウス食品グループ本社 パーモントカレー
アマゾンジャパン Amazonプライム	ソフトバンク SoftBank	ハーゲンダッツ・ジャパン ハーゲンダッツ
アマゾンジャパン Fire TV	ソフトバンク ワイモバイル	パナソニック ルー口
江崎グリコ ポッキー	タイガー魔法瓶 GRAND X (グランエックス)	バンダイナムコエンターテインメント アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ
エステー 消臭力	ダイソン ダイソンクリーナー	P&G レノア本格消臭
NTT ドコモ NTT DOCOMO	大東建託 いい部屋ネット	P&G レノアハピネス
エバラ食品 焼肉のたれ	ダイハツ タント/タントカスタム	久光製薬 アレグラ FX
大塚製薬 ボカリスエット	ダイハツ ムーヴ/ムーヴ キャンバス	ホクト ホクトプレミアム 霜降りひらたけ
オープンハウス 知名度アップ	大和ハウス工業 xevo	マンナンライフ 蒟蒻畑ラクラッシュ
麒麟ビバレッジ 生茶	大和ハウス工業 D-room	三菱電機 霧ヶ峰
麒麟ビール 一番搾り	東急リパブル 知名度アップ	明治 果汁グミ
麒麟ビール 氷結	東京ガス 企業広告	明治 メルティーキッス
KDDI au	東京ガス 東京ガスの電気	森永乳業 MOW
コーセー エスプリーク	TOTO ネオレスト	ユー・エス・ジェイ ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
コーセーコスメポート サンカット	トヨタ ノア	ライオン クリニック
コーセーコスメポート ジュレーム	トヨタ passo	ライオン トップ スーパーナノックス
コロプラ 白猫プロジェクト	トヨタ プリウス	RIZAP ライザップ
サントリー食品インターナショナル GREEN DA・KA・RA	トライグループ 家庭教師のトライ	ロッテ ガーナミルクチョコレート
サントリー食品インターナショナル ポス	日産 イメージアップ	WOWOW WOWOW
サントリービール 金麦	日清食品 カップヌードル	

■ = 特別賞8銘柄  
※並びは企業50音順

\*「消費者を動かしたCM展開」選定基準とは、下記の1)と2)を同時にクリアした銘柄とする

1) CM好感度TOP100位内、またはCM好感度上位10%にランクイン

2) 2016年度のCM好感度、CM商品好感度、Brand 購買意向度 (Brand試用意向度 + Brand 愛用持続度) が属する商品カテゴリの上位、10位内にランクイン

※企業・銘柄名はCM総合研究所の登録名称であり、正式名称と異なる場合があります

「消費者を動かしたCM展開」「消費者を動かしたCM展開 特別賞」の詳細は、『CM好感度データブック2016』をご覧ください。

データ使用の際は「CM総合研究所調べ」の明記をお願いします。