

2020年度 企業別CM好感度、躍進企業、獲得効率トップ10を発表

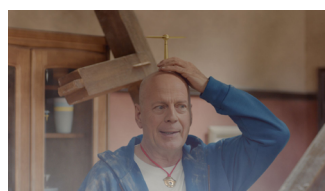
CM総合研究所(東京都千代田区 代表・関根心太郎)は、2020年度(2020年4月度～2021年3月度)のCM好感度No.1企業を「ベスト・アドバイザー」として発表するとともに、企業別CM好感度トップ10、および躍進企業とCM好感度の獲得効率トップ10を発表いたします。

ソフトバンクが7年ぶりのベスト・アドバイザー 木村拓哉出演の日本マクドナルド、日産も上位に

2020年度にCMを放送した全2380社のうち、ソフトバンクが7年ぶりのCM好感度総合1位に輝いた。「5Gってドラえもん?」をコピーにブルース・ウィリスがドラえもんを演じるシリーズで多くの支持を集めたほか、松本人志出演の「勝手にHERO'S」シリーズや芦田愛菜らが出演する『Y!mobile』も好調で、シリーズCMが圧倒的な強さを見せた。『ソフトバンク』では先進技術を用いた『5G LAB』などの訴求も光り、CM好感要因では「出演者」「ユーモラス」「時代の先端を感じた」などの項目で首位となった。

総合2位は日本マクドナルド。木村拓哉起用の『ちょいマック』、堺雅人出演の『ビッグマック』などが快走し、同社最高のCM好感度を記録した。総合3位はKDDI。松田翔太らが出演する『au』の「三太郎」シリーズに加え、深田恭子らが三姉妹を演じる『UQ』が引き続き好スコアを獲得した。

日清食品は星野源と吉岡里帆が共演する『どん兵衛』、ぺこば出演の『チキンラーメン』、謎の巨大生物“ほぼイカ”をアニメで描いた『カップヌードル シーフード』で票を伸ばした。キリンビールは堤真一、満島ひかりらが出演する『一番搾り』、多部未華子ら出演の『淡麗グリーンラベル』が快走し、11年ぶりにトップ5に入った。アサヒ飲料は嵐出演の『三ツ矢サイダー』や長澤まさみがコミカルな演技を披露した『濃いめのカルピス』がヒット。日産は木村拓哉の出演作が好評で、前年度の総合45位から順位を上げた。



ソフトバンク
ソフトバンク「5Gってドラえもん?」登場」篇

2020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	ソフトバンク	ソフトバンク	2262.7 P%
2	日本マクドナルド	ちょいマック	1973.3 P%
3	KDDI	au	1804.7 P%
4	日清食品	どん兵衛	1718.0 P%
5	キリンビール	一番搾り	1352.7 P%
6	花王	アタックZERO	1297.3 P%
7	P&G	ファブリーズ	1002.7 P%
8	アサヒ飲料	三ツ矢サイダー	921.3 P%
9	任天堂	あつまれ どうぶつの森	863.3 P%
10	日産	企業	786.0 P%

2020年度のCM展開(東京キー5局): 2380社 / 6453銘柄 / 13908作品
集計期間: 2020年4月度～2021年3月度 (2020年3月20日～2021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「月別CM好感度調査」の12カ月分より集計

楽天モバイル、出前館が躍進企業のワンツースー フードデリバリー、オンライン英会話、動画配信サービスなどが好調

躍進企業のトップは楽天モバイル。米倉涼子が「日本のスマホ代は高すぎる!」と声を上げるCMや、“楽天カードマン”役の川平慈英に料金プランを紹介するCMなどが好評で、30、40代の男性を中心に多くの支持を集めた。

上位にはコロナ禍に関連したサービスを展開する企業が目立ち、フードデリバリーサービスを手掛ける出前館が2位となった。浜田雅功が『スーダラ節』の替え歌を歌い踊るCMで男子小学生などの票を伸ばし、前年度の20倍を超えるCM好感度を記録した。DMM.comは英会話のオンラインレッスンを受ける矢作



楽天モバイル
「Rakuten UN-LIMIT V 日本応援」篇

兼が講師役のアイクぬわらにツッコミを入れる『DMM英会話』のCMがヒット。前年度から1000ランク以上順位を上げた。

外食産業ではゼンショーホールディングス、ドミノピザがトップ10入り。前者は石原さとみがテイクアウトした『牛すき鍋定食』などを食べる『すき家』のCM、後者は持ち帰りの場合はピザが半額になることを訴求するCMが好調だった。

動画配信サービスでは『Hulu』を運営するHJホールディングスが805ランク、TVerが511ランク前年度からそれぞれ順位を上昇させた。このほか“ジャンボ兄ちゃん”役の妻夫木聡と吉岡里帆らが5人きょうだいを演じるCMを展開した全国都道府県、タモリや伊藤沙莉らの出演作が快走したメルカリ、空間除菌剤『クレベリン』などのCMを放送した大幸薬品も上位につけた。

2020年度 企業別CM好感度 躍進企業トップ10

躍進企業順位	総合順位(前年順位)	企業名	代表銘柄名
1	18 (-)	楽天モバイル	楽天モバイル
2	26 (387)	出前館	出前館
3	30 (1081)	DMM.com	DMM英会話
4	47 (149)	全国都道府県	サマージャンボ宝くじ
5	49 (228)	ゼンショーホールディングス	すき家
6	65 (254)	メルカリ	メルカリ
7	83 (888)	HJホールディングス	Hulu
8	88 (189)	ドミノピザ	来店促進
9	89 (600)	TVer	TVer
10	95 (305)	大幸薬品	クレベリン

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前年順位の数値は前年度にCM好感度を獲得しなかった企業

ゼスプリ インターナショナル ジャパンが CM好感度の獲得効率 No.1 人気キャラクターやアテレコ、歌×ダンスなどキャッチーな表現が奏功

CM好感度の獲得効率が最も高かった企業はゼスプリ インターナショナル ジャパンとなった。キウイのキャラクター“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が小学生や女性層を中心に効率よく支持を獲得した。2位はHARIBO。4人の力士に「HARIBOってプニプニ」などと子どもの声をアテレコする『ハリボーゴールドベア』のCMで好スコアをマークした。3位はアイフルで、大地真央が老舗料亭の女将、今野浩喜が板前を演じるシリーズが引き続き好調だった。

日清食品はお笑いトリオ・ジャングルポケット起用の『お椀で食べるシリーズ』、ぺこば出演の『チキンラーメン』などのコミカルなCMで多く得票。AGCは「♪素材の会社はAGC」といったリズムカルな歌をBGMに、広瀬すずが企業ロゴの一部であるAとCの札を掲げるCMがヒットした。タケモトピアノは財津一郎と全身タイト姿の女性たちが「♪もっともっと タケもっと」という歌に合わせて歌い踊るCMを引き続き放送した。

サーティワンはHey! Say! JUMPの山田涼介が商品をテイクアウトして「おうちで一緒に」と呼びかけるCMなどで女子中高生の票を伸ばした。小学生から圧倒的な支持を集めたのは任天堂と東宝&アニプレックスで、前者はニンテンドースイッチ用ソフト『あつまれ どうぶつの森』、後者は大ヒット映画『鬼滅の刃 無限列車編』のCMを展開した。



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「好きなことを楽しみながら」篇

2020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 (16)	98.1	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
2 (137)	78.3	HARIBO	ハリボーゴールドベア
3 (55)	72.3	アイフル	知名度アップ
4 (4)	43.5	日清食品	どん兵衛
5 (41)	39.5	AGC	イメーリアップ
6 (9)	34.3	任天堂	あつまれ どうぶつの森
7 (71)	34.1	タケモトピアノ	知名度アップ
8 (145)	30.6	サーティワン	来店促進
9 (144)	28.1	東宝&アニプレックス	鬼滅の刃 無限列車編
10 (188)	27.5	ブックオフコーポレーション	来店促進

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

詳細はCM INDEX5月号(5月15日発売)に掲載。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(企業、銘柄、作品名は当社の登録名称)。

■ お問い合わせは ホームページ(www.cmdb.jp)よりお願いいたします。CM総合研究所 広報部(TEL 03-6370-9577)