

## 2021年上半期 CM好感度トップ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、2021年上半期(2021年1月度~6月度)の  
銘柄別CM好感度ランキング上位の顔ぶれを発表いたします。

### auが上半期のCM好感度 No.1に 楽天モバイルなど通信系のブランドが並ぶ

2021年上半期\*にCMを放送した全4859銘柄のうち、KDDI『au』がCM好感度の総合1位となった。松田翔太、桐谷健太、濱田岳が出演する「三太郎」シリーズが引き続き多くの支持を獲得。2月以降はオンライン専用の料金プラン『povo』のCMを中心にオンエアした。以下5位まで通信サービスのブランドが並び、2位の『SoftBank』は松本人志を起用した「勝手にHERO'S」シリーズがヒット。NiziUとコラボした『5G LAB』、ブルース・ウィリスらが出演する「5Gってドラえもん?」シリーズなど5G関連の訴求も好評で、CM好感要因の「時代の先端を感じた」では首位に輝いた。

続く『NTT DOCOMO』は浜辺美波と“ポインコ兄弟”が「d払い」などのキャッシュレスサービスを訴求するCMがヒット。またYOASOBIの『三原色』をBGMに、森七菜と神尾楓珠が共演した『ahamo』のCMが快走した。5位につけた『楽天モバイル』は米倉涼子と“楽天カードマン”(川平慈英)がスマホで通話しながら料金プランの特長を紹介するCMを中心に放送した。

AGCは広瀬すずが「Aではじまり Cでおわる 素材の会社は AGC」という歌に乗せて企業ロゴをアピールするCMで好評価を獲得。放送回数では257位ながらCM好感度は6位と効率の良さが際立った。また桑田佳祐の楽曲をBGMに綾瀬はるか出演する『UNIQLO』や、吉沢亮や橋本環奈、パピイヤ鈴木らがパフォーマンスグループ“SOLI05”に扮するスズキ『ソリオ』など、音楽をフックに支持を集めたブランドが目立った。

リクルート『タウンワーク』は芦田愛菜とともに本人役で出演した木村拓哉が撮影現場で「タウンワークって何?」などと尋ねるシリーズがヒットした。

### 2021年上半期 銘柄別CM好感度トップ10

順位	企業名〔銘柄名〕	CM好感度	放送回数
1	KDDI〔au〕	522.7P%	4840回
2	ソフトバンク〔SoftBank〕	520.7P%	6275回
3	NTTドコモ〔NTT DOCOMO〕	416.0P%	9826回
4	ソフトバンク〔Y!mobile〕	382.0P%	4706回
5	楽天モバイル〔楽天モバイル〕	288.0P%	2669回
6	AGC〔イメージアップ〕	282.7P%	612回
7	ユニクロ〔UNIQLO〕	242.0P%	1935回
8	スズキ〔ソリオ〕	230.7P%	1253回
9	リクルート〔タウンワーク〕	228.0P%	1372回
10	KDDI〔UQ〕	226.0P%	3897回

※2021年上半期のCM展開(東京キ-5局):1917社/4859銘柄/9491作品  
集計期間:2021年1月度~6月度(2020年12月20日~2021年6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6カ月分より集計

### ご案内 CM総研 レポート

## 2021年上半期を振り返る! テレビCMのトレンドと視聴者が見た貴社

変動の大きかった上半期のCM好感度ランキングをはじめ、  
以下3つのテーマでテレビCMの動向をまとめました。  
今後の広告施策の一助としてぜひお役にください。

- 半年間のCM好感度上位の顔ぶれに変化、そのキーワードとは
- 2020年と比べて出稿は回復しているのか
- 貴社のCM好感度データ



※詳細やサンプルについてはお気軽にお問い合わせください

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(企業、銘柄名は当社の登録名称)。

■ お問い合わせは ホームページのフォームより(<https://krs.bz/cmdb/m/media>)お願いいたします。CM総合研究所 広報部