

2021年度「消費者を動かしたCM展開」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年度(2020年11月度～2021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」130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17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。

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**6737銘柄**のうち、CM好感度を獲得した**3405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**203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**130銘柄**(有効回答数:144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**17銘柄**を「消費者を動かしたCM展開 特別賞」として選出しました。※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

調査対象

2021年度のCM展開(東京キー5局):2454社/6737銘柄/14742作品

期間:2020年11月度～2021年10月度(2020年10月20日～2021年10月19日)

関東一都六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

2021年度 消費者を動かしたCM展開 特別賞 17銘柄 ※企業名五十音順に紹介



ウェブシャーク / Yogibo ※写真は「わたしが、ゆるんでいく」篇

NiziU起用のCMが奏功、若年女性を中心にCM好感度を獲得し自己最高スコアを更新

『Yogibo』は「生きかえれ、わたし。」をコピーに、撮影を終えたNiziUのメンバーたちが部屋着姿でYogiboに体を預けてくつろぐ姿を映すCMがヒットした。7、8月度はCM好感度総合6位となるなど、年間スコアは自己記録を大幅に更新。若年女性を中心に好評価を獲得し、CM好感要因の「商品にひかれた」で票を伸ばした。



Uber Eats Japan / Uber Eats ※写真は 松嶋菜々子とMatt 「今夜、私が頂くのは…」メイクアップ篇のイメージカット

松嶋菜々子とMattらが登場、自己最高のCM好感度を更新

Uber Eats Japanは「今夜、私が頂くのは…」をキーワードにした『Uber Eats』のシリーズCMを引き続き展開した。えなりかずきとゆりやんレトリィバァ、松嶋菜々子とMattといった新キャストが登場。意外性のある共演者によるコミカルな掛け合いで深夜の注文などの利用シーンを訴求し、自己最高のCM好感度を獲得した。



AGC / ブランディングCM ※写真は「AGCを知ってるかい?」篇

広瀬すず出演作が快走、CMソングも好評価を得て同社最高のCM好感度をマーク

AGCは「♪なんだし なんだし AGC」というCMソングとともに高橋一生が同社の扱う素材を紹介するシリーズに代わり、2021年2月からは広瀬すずが「♪Aではじまり Cでおわる 素材の会社はAGC」という歌に合わせて「A」と「C」の札を掲げるCMなどを放送。自己最高のCM好感度を記録し、初の総合トップ10入りとなった。

詳細は専門誌「CM INDEX」2021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。



エステー／消臭力 ※写真は「2021西川貴教」篇

西川貴教を引き続き起用し、CM楽曲や出演タレントといった広告資産を生かした展開に好評価

エステーは西川貴教をメインボーカル、高橋愛と田中れいなをコーラスに迎えて過去10年分のCM楽曲を収録し、「勝手にCM音楽祭」と題したCMを2021年8月から順次放送。『消臭力プレミアムアロマ』も過去のCMを思わせるモチーフで展開するなど広告資産を活用したコミュニケーションが奏功し、主婦を中心に好評価を獲得した。



花王／アタック3X ※写真は「姉ちゃん」篇

菅田将暉が「アタック3X!」の掛け声とポーズで商品をアピール、村上知子が姉役で登場するCMに好評価

松坂桃李らが社会人サークル“#洗濯愛してる会”のメンバーに扮するシリーズで、菅田将暉の姉役で村上知子が登場。甥っ子たちの前で菅田が「ニオイ、汚れ、菌。3つまとめてアタック3X!」とポーズを決める作品が快走し、2021年9月度のCM好感度で初の総合トップ10入りを果たした。男子小学生や女性層から支持を集めた。



麒麟ビール／麒麟 ホームタップ ※写真は「ビールぞくぞく」篇

中井貴一と天海祐希が夫婦を演じるCMが好評価

会員制 生ビールサービス『麒麟 ホームタップ』は、中井貴一と天海祐希が夫婦を演じるCMを2021年2月に開始。中井が最初一杯を天海に振る舞うCMやふたりがビールの種類に合わせてグラスを選ぶCMが好評だった。本年度に関東キー局でCMを開始した2585商品のうち、CM好感要因の「商品にひかれた」で1位に輝いた。



サントリースピリッツ／こだわり酒場のレモンサワー ※写真は「はなうた」篇

“レモン沢富美男”が瓶と缶の商品をコミカルに訴求

サントリースピリッツ『こだわり酒場のレモンサワー』は、梅沢富美男がレモンのかぶり物を着けた“レモン沢富美男”に扮し自身のヒット曲『夢芝居』を口ずさみながらレモンサワーを作るCMが好評で、2021年7月度に初のCM好感度総合トップ10入りを果たすなど、活況を呈したレモンテイストアルコール飲料の中でトップに立った。



スズキ／ソリオ ※写真は「SOLIO5登場」篇

吉沢亮、橋本環奈、パパイヤ鈴木らが“SOLIO5”が歌い踊るCMが自動車業類1位に

スズキ『ソリオ』は吉沢亮、橋本環奈、パパイヤ鈴木らがパフォーマンスグループ“SOLIO5”に扮するシリーズを展開。彼らが「ソリオ」ソリオ」と繰り返すCMソングに合わせて踊るCMで、室内空間の広さを印象つけた。2020年12月度に初めてCM好感度総合トップ10入りしたほか、年間では自動車業類で初の1位に輝いた。



ゼンショー／すき家 ※写真は「石原姉妹」篇

石原さとみが“おうちすきや”をアピールする作品が快走、CM商品好感度で総合1位

ゼンショーは石原さとみが『すき家』のテイクアウトサービス“おうちすきや”を訴求するCMを2020年7月より展開。本年度は石原が『牛すき鍋定食』をカセットコンロで温めて食べるCMや、一人二役で姉妹を演じる『豚井』のCMなどが快走し年間のCM好感度で自己最高の15位につけたほか、CM商品好感度で総合1位に輝いた。



創味食品／バスタソース「ハコネーゼ」シリーズ ※写真は「さんまの休日」篇

明石家さんまとオードリー・ヘプバーンによる“ローマの休日”CMがヒット、食品新商品のCM好感度No.1に

映画『ローマの休日』をモチーフに、明石家さんまが“真実の口”に入れた手が抜け振りをしてオードリー・ヘプバーンを慌てさせるも、「一緒に食べる?」と手から商品を差し出すCMが2021年5月度のCM好感度総合5位とヒットした。年間では食品業類の新商品でCM好感度1位となり、購買意向度も好スコアを記録した。

Audrey Hepburn's name, image, likeness and trademark are the property of Sean Hepburn Ferrer and Luca Dotti. All rights reserved. 日本での代理先: (株)東北新社及びTMI総合法律事務所



出前館／出前館 ※写真は「Demae-canの歌」篇

浜田雅功が「♪出前がスイスイスイ」などと歌うCMがロングヒットを記録

『出前館』は赤いはっぴ姿の浜田雅功が『スーダラ節』の替え歌で「♪出前がスイスイスイ」などと歌い踊るCMが引き続き好調だったほか、EXITらが配達員に扮したCM、生見愛瑠が人気店を紹介するCMなど多彩な展開でサービスを印象つけた。小学生や30代を中心に票を伸ばし、CM好感度を前年度より倍増させた。



日清食品／カップヌードル ※写真は「ほほイカ登場」篇

「♪イカかな?」早見優の『夏色のナンシー』の替え歌で展開するアニメCM、SNS生まれのコンテンツでヒット
早見優の『夏色のナンシー』の替え歌で「♪イカかな?」などと繰り返す歌で展開した『カップヌードル シーフード』のアニメCMがヒットし、2020年11月度にはカップヌードルブランドとして23年ぶりのCM好感度総合1位に輝いた。8商品のCMを同時に流す作品、SNSで話題の人物を起用した作品などで若年層を中心に支持された。



日本コカ・コーラ／こだわりレモンサワー檸檬堂 ※写真は 檸檬堂「命名カミソリレモン」篇

阿部寛が酒場の店主を演じるシリーズが好調、成人男性を中心に支持層が拡大

日本コカ・コーラ『こだわりレモンサワー檸檬堂』は阿部寛が酒場の店主を演じるシリーズCMを引き続き展開。新しいレモンサワーを飲んだ客の感想を聞いて「カミソリレモン」と名付ける作品などがヒットした。成人男性からの得票を伸ばし、CM好感度は前年度から2倍近くアップしたほか、CM好意要因の「商品にひかれた」で好評価を得た。



日本マクドナルド／サムライマック ※写真は サムライマック「大人を楽しめ」篇

堺雅人が大人を応援、商品をフックに好評価

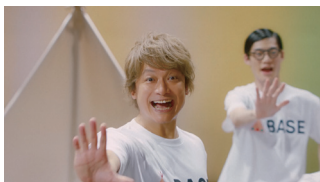
日本マクドナルドは2021年4月の『サムライマック』のレギュラーメニュー化に合わせてCMを放送。T.Rex『20th Century Boy』のイントロをBGMに、赤い布がはためく屋上で堺が「さぁ大人を楽しもう」と呼びかけるCMなどが男性にヒットした。CMに好感を示した人の99%が商品を「ためしてみたい」または「いま愛用している」と回答した。



HARIBO／ハリボーゴールドベア ※写真は「ハリボーゴールドベア キッズボイス 相撲」篇

日本初CMがヒット、力士とキッズボイスの意外性がフックに

HARIBOは『ハリボーゴールドベア』の日本初CMを2021年2月から放送。CMはグローバルで展開するキャンペーンの一環で、4人の力士が商品を食べたり、商品を紙相撲に見立てて遊んだりする姿に「ハリボーってプニプニ」などと子どもの声をアテレコした内容で、出稿が本格化した3月度はCM好感度で総合7位につけた。



BASE／ネットショップ作成サービス「BASE(ベース)」 ※写真は「BASE偏見派とBASE利用者の抗争・角田晃広」篇

香取慎吾が“利用者”、山本舞香や角田晃広が“偏見派”としてダンスバトルをするCMが好評価

ネットショップ作成サービス『BASE(ベース)』のCMを開始した2018年より香取慎吾を起用。2021年6月度には香取が“BASE利用者”、山本舞香や角田晃広が“BASE偏見派”に扮してダンスバトルをするCMがヒットして初のCM好感度トップ5入りを果たした。主婦層を中心に得票し、前年度の9倍以上のスコアを獲得した。



メルカリ／メルカリ ※写真は メルカリ「メゾンメルカリ・新品じゃなくても／A」篇

タモリが管理人を演じるメゾンメルカリシリーズが快走し、草薙剛出演CMが好評で自己最高スコア

メルカリはタモリが“メゾンメルカリ”の管理人を演じるシリーズを引き続き展開した。本年度は新たに柄本明、草薙剛らが住人役で出演。草薙が伊藤沙莉らとバンドを組み「♪それ、新品じゃなくてもいいんじゃない?」と歌うCMなどが好評価を得た。30代の男女や主婦層から支持を集め、年間CM好感度は自己最高値を記録した。

2021年度「消費者を動かしたCM展開」全130銘柄

アートネイチャー フリーディア	アイフル 知名度アップ	アサヒ飲料 カルピス®
アサヒ飲料 十六茶	アサヒ飲料 三ツ矢サイダー	アサヒグループ食品 エビオス錠
アサヒビール アサヒ ザ・リッチ	アサヒビール アサヒ生ビール(通称マルエフ)	アサヒビール スーパードライ
味の素 AGF 「ブレンディ®」	アムタス めちゃコミック	いなば食品 チャオ
ウェブシャーク Yogibo	Uber Eats Japan Uber Eats	AGC ブランディングCM
エースコック スーパーカップ	エステー 消臭力	エステー ムシューダ
エヌ・ティ・ティ・ソルマーレ コミックシーモア	NTT ドコモ NTT DOCOMO	大塚製薬 オロナミンC
オープンハウス 知名度アップ	花王 アタック3X	花王 アタックZERO
花王 クイックル	花王 ビュオーラ	麒麟ビール 麒麟 ホームタップ
麒麟ビール 一番搾り	麒麟ビール 一番搾り 糖質 0	麒麟ビール 淡麗グリーンラベル
麒麟ビール 氷結	麒麟ビール 本麒麟	麒麟ビバレッジ 午後の紅茶
麒麟ビバレッジ 生茶	クボタ ブランドキャンペーン	くら寿司 くら寿司
KDDI au	KDDI UQ	健栄製薬 ヒルマイルド
コーセー カールキープマジック	さとふる さとふる	サムスン電子 Galaxy
サントリー食品インターナショナル ボス	サントリー食品インターナショナル 伊右衛門	サントリースピリッツ こだわりの酒場のレモンサワー
サントリービール 金麦	スカパー JSAT スカパー!	スズキ ソリオ
SUBARU レヴォーグ	積水ハウス 企業広告	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
ゼンショー すぎ家	創味食品 パスタソース「ハコネーゼ」シリーズ	ZOZO ZOZOTOWN
ソフトバンク LINEMO	ソフトバンク SoftBank	ソフトバンク ワイモバイル
ダイハツ ムーヴ キャンバス	大和ハウス工業 D-room	大和ハウス工業 電気を自給自足する家
タケモトピアノ 知名度アップ	タマホーム 企業広告	DMM.com DMM英会話
出前館 出前館	東急リバブル 知名度アップ	

■ = 特別賞17商品
※企業名五十音順

*「消費者を動かしたCM展開」選出基準:下記の1~3のいずれかをクリアした商品

- 1)年間CM好感度トップ100位内
- 2)年間CM好感度上位10%にランクイン、かつ2021年度のCM好感度が属する商品カテゴリの上位10位内にランクイン
- 3)月間CM好感度トップ20位内(対象期間の月例調査12回のうち1回以上CM好感度トップ20位内にランクイン)

上記選出基準をクリアした203銘柄の広告主に対して業績に関するアンケートを実施し、130銘柄を選出。うち17銘柄を2021年度を象徴する特別賞として選出した
※企業・商品・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」2021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。

2021年度「消費者を動かしたCM展開」全130銘柄

トヨタ トヨタタイムズキャンペーン	トライグループ 家庭教師のトライ	にしたんクリニック 来院促進
日清食品 カップヌードル	日清食品 カップヌードル 欧風チーズカレー	日清食品 カップヌードル 辛麺
日清食品 カップヌードル PRO 高たんぱく&低糖質	日清食品 チキンラーメン	日清食品 どん兵衛
日清食品 日清焼そば U.F.O.	日清食品 ラ王	日清紡ホールディングス イメージアップ
日清ヨーク ビルクル	ニトリ Nウォーム	日本コカ・コーラ こだわりレモンサワー 檸檬堂
日本スポーツ振興センター MEGA BIG	日本マクドナルド カフェラテ	日本マクドナルド グラコロ
日本マクドナルド 50周年キャンペーン	日本マクドナルド サムライマック	日本マクドナルド 三角パイ
日本マクドナルド スパチキ	日本マクドナルド チキンタツタ & チキンタツタ 瀬戸内レモンタルタル	日本マクドナルド ちよいマック
日本マクドナルド 月見ファミリー	日本マクドナルド ハッピーセット®	日本マクドナルド ビッグマック
日本マクドナルド マクドナルドで、ハワイなう！	日本マクドナルド ヤベェよ、ダブチ！シリーズ	日本マクドナルド 来店促進
Nobel ベタグー	はま寿司 はま寿司	HARIBO ハリボーゴールドベア
P&G アリエール	P&G レノア	久光製薬 アレグラ®FX
久光製薬 サロンパス®	ビザ・ワールドワイド 利用促進	FOOD & LIFE COMPANIES スシロー
不二家 LOOK	プレミアアンチエイジング カナデル	プレミアアンチエイジング デュオ
BASE ネットショップ作成サービス「BASE (ベイス)」	PayPay PayPay	BOAT RACE 振興会 イメージアップ
ホンダ VEZEL	ミクシィ モンスターストライク	三井不動産 イメージアップ
メルカリ メルカリ	森永製菓 チョコモナカジャンボ	森永乳業 PARM (パルム)
ユーキャン ユーキャン	UHA 味覚糖 ぶっちょ	雪印メグミルク 6Pチーズ
ライオン クリニカ	ライオン トップ スーパーナノックス	ライフネット生命保険 知名度アップ
ラクス 楽楽明細	楽天カード 楽天カード	楽天モバイル 楽天モバイル
リクルート カーセンサー	リクルート タウンワーク	ロッテ ガーナチョコレート
ロッテ キシリトールガム	ロッテ Fit's	

■ = 特別賞17商品
※企業名五十音順

*「消費者を動かしたCM展開」選出基準:下記の1~3のいずれかをクリアした商品

- 1)年間CM好感度トップ100位内
- 2)年間CM好感度上位10%にランクイン、かつ2021年度のCM好感度が属する商品カテゴリの上位10位内にランクイン
- 3)月間CM好感度トップ20位内(対象期間の月例調査12回のうち1回以上CM好感度トップ20位内にランクイン)

上記選出基準をクリアした203銘柄の広告主に対して業績に関するアンケートを実施し、130銘柄を選出。うち17銘柄を2021年度を象徴する特別賞として選出した
※企業・商品・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」2021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。