

NEWS RELEASE

2017年度「消費者を動かしたCM展開」93商品を発表

CM総合研究所(東京都港区 代表・関根心太郎)は、2016年11月度から2017年10月度までにCMをオンエアした商品・サービス全7350商品を対象に、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」93商品を発表いたしました。

「消費者を動かしたCM展開 特別賞」は――

『日清のどん兵衛』、『KOIKEYA PRIDE POTATO』など10商品が受賞

「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10商品が受賞しました。

★リクルートホールディングス／タウンワーク

シリーズ3年目で自己最高の好感度、サイト・アプリの流入数は前年比125%

本年度も多彩なゲストを迎えて展開。なかでもオーディション番組で審査員役の松本が渡辺直美のパフォーマンスを絶賛する作品が年間で最も高いCM好感度を記録した。同作品では若年層ユーザーをターゲットにタグラインを「バイトアプリは、タウンワーク。」に変更。タウンワークのサイト・アプリの流入数が前年比で125%改善(2017年8～10月)した。【CM好感度 総合4位】

★UQコミュニケーションズ／UQ mobile/UQ WiMAX

CM好感度は全商品で伸び幅トップ、「UQ三姉妹」効果でお客さま満足度1位に

2016年10月に「UQモバイル、だぞっ」と題して、深田恭子と多部未華子、永野芽郁を美人三姉妹役、“ブルームク” “ピンクガチャ”を両親役で開始した。認知度は半年で約90%へ上昇、口コミ数は5倍に急伸。格安スマホ市場における『UQモバイル』の存在感創出やブランド認知の拡大に貢献した。【CM好感度 総合6位】

★大塚製薬／ポカリスエット

2008年度以来のトップ10入り、CM動画と一般投稿動画が累計5000万再生超え

『ポカリスエット』がダンスを通して中高生の青春に寄り添う「ガチダンス」は、テレビCMとデジタル企画が奏功した。マスのリーチとデジタルのエンゲージメントの活用によりCM動画と一般投稿動画の累計再生回数が5000万回を超えた。一方、吉田羊と鈴木梨央が、母娘役で「ポカリ、のまなきゃ。」をコピーに、水分補給の必要性を訴えるシリーズも好調で、ふたつのシリーズがヒットした。【CM好感度 総合10位】

★日清食品／日清のどん兵衛

新旧シリーズで自己最高の12位、若年層の喫食率が伸びて売り上げも順調

剣客“どん兵衛”役に加山雄三、その弟子役に佐藤健を起用した時代劇シリーズを2016年末まで放送。2017年5月からの新シリーズはどん兵衛を食べる男役に星野源を、きつねうどんの化身“どんぎつね”役に吉岡里帆を起用した。新旧シリーズとも好評で、前年度からCM好感度を倍増させ、年間では自己最高の総合12位につけた。Web施策では「きつね」つながりで実現したアニメ『けものフレンズ』とのコラボなどSNS上でも大きな話題を獲得。それとともに若年層の喫食率も伸ばした。【CM好感度 総合12位】

★いなば食品／CIAOちゅ〜る

商品を食べる猫がかわいらしいと好評、犬猫用フード全体でシェア1位に

キャットフード『CIAOちゅ〜る』は自己最多の出稿量で、年間CM好感度でも最高スコアを記録。最も票を集めたのは全国の猫たちが液状タイプの『CIAOちゅ〜る』を夢中で食べる投稿動画をつないだCMだ。「猫とたのしいおやつ」というコンセプトが伝わりCMをまねた投稿動画が1万点を超え、2017年4～9月では犬猫用フード全体で『CIAOちゅ〜る まぐろ』がシェア1位に。(日経POSデータ)【CM好感度 総合26位】

★アフラック／企業広告

“不老不死の男”シリーズが好調、「はじめて保険に加入するならアフラック」の回答割合が増加

アフラックは保険を検討する若い世代に対して、加藤諒を“自称2万歳の不老不死の男”役、野村周平を現代の若者役に起用した企業CMを展開。ペリーの黒船来航や関ヶ原の戦いなどで病氣やけがに悩まされたストーリーで“生きるための保険”の大切さを訴求した結果、生活者調査において「はじめて保険に加入するならアフラック」と答える割合が約3割増加した。【CM好感度 総合27位】

★日本瓦斯／知名度アップ

CM好感度は新商品でNo.1、知名度は3倍で申し込み件数も過去最高に

都市ガス自由化に合わせ、“ニチガス・ニ・スルー三世”に扮した出川哲朗を起用し首都圏で初めてCMを展開した。4月からは出川と本田翼が共演するシリーズをスタート。社名の認知や適正価格にこだわる姿勢を伝え、CM放映後はガス自由化への理解が進み、知名度は約3倍になった。【CM好感度 総合31位】

★明治／明治 メルティーキッス

際立つ効率で自己最高のCM好感度獲得、売上は前年比プラス15%

同ブランドは2011年から広告に新垣結衣を起用し冬の風物詩として定着。2017年は表現の核を変えずにユーザーの関心を高める工夫により、メルティーキッスブランド全体の売上は、2016年10月～翌3月の期間トータルで前年比プラス15%と好調に推移している。【CM好感度 総合38位】

★アキタ／きよらグルメ仕立て

関東と関西で異なるコミュニケーションがともに好調、CM放映直後は売上が約1.5倍増

ブランドたまご『きよら グルメ仕立て』のシリーズCMは、ケチャップライスの“寝冷えネコ(きよニャ)”が登場するCMを本年度も展開した。関西では吉本新喜劇座長のすっちー演じる“すち子ママ”のCMでスコアを伸ばしたほか、きよニャが日清食品『チキンラーメン』の“ひよこちゃん”と共演するコラボレーションCMをオンエアし、前年を大きく上回る支持を集めた。【CM好感度 総合51位】

★湖池屋／KOIKEYA PRIDE POTATO

「♪100%日本産のいもを～」迫力ある歌声で登場感、年間販売金額20億円を5ヶ月で達成

“歌うま現役女子高校生”として話題の鈴木瑛美子を起用し迫力ある歌声で登場した。シンプルなメッセージをパワフルな演出と壮大な映像で表現。当初想定していた2月の販売量を発売後約1週間で完売し、菓子業界でのヒット商品といわれる年間販売金額20億円を発売5ヶ月で達成した。【CM好感度 総合63位】

2017年度「消費者を動かしたCM展開」全93商品①

赤城乳業 Sof'	アキタ きよらグルメ仕立て	アサヒ飲料 カルピスウォーター
アサヒ飲料 ワンダ	アサヒビール スーパードライ	味の素 Cook Do®
味の素 クノール® カップスープ	アフラック 企業広告	アフラック 新 生きるためのがん保険 Days
アフラック 病氣やケガで働けなくなったときの給与サポート保険	アマゾンジャパン Amazonプライム	あんしんFPパートナー 保険のビュッフェ
伊藤園 お〜いお茶	いなば食品 CIAOちゅ〜る	Indeed Japan indeed
エースコック 焼そば モッチッチ	エクスクムグローバル イモトのWiFi	エステー 消臭力
NTT ドコモ NTT DOCOMO	エバラ食品工業 エバラ食品 黄金の味	大塚食品 MATCH

■ = 特別賞10商品
※並びは企業50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TOP100位内

2) 年間CM好感度上位10%にランクインし、かつ下記条件をクリア

2017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位内にランクインしている

3) 月間CM好感度 総合20位内(対象期間の月例調査12カ月のうち1回以上CM好感度総合20位内にランクインした商品)

上記選出基準をクリアした171商品の広告主に対して業績に関するアンケートを実施し93商品を選出。うち10商品を2017年度を象徴する特別賞として選出した。

2017年度「消費者を動かしたCM展開」全93商品②

大塚製薬 ポカリスエット	オリエンタルランド 東京ディズニーシー®	オリエンタルランド 東京ディズニーリゾート®
花王 アタック 30周年 アタックシリーズ	花王 アタック Neo	花王 ハミング Fine
花王 ビオレ 薬用デオドラントZ	キッコーマン食品 キッコーマン いつでも新鮮 しぼりたて生しょうゆ	麒麟ビール 麒麟 一番搾り生ビール
麒麟ビール 麒麟 氷結®	麒麟ビバレッジ 麒麟 午後の紅茶	麒麟ビバレッジ 麒麟 生茶
クボタ 「壁がある。だから、行く。クボタ」シリーズ広告	KDDI au	湖池屋 KOIKEYA PRIDE POTATO
コーセー 薬用 雪肌精	Cygames グランブルーファンタジー	サントリー食品インターナショナル GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶
サントリー食品インターナショナル サントリー天然水	サントリー食品インターナショナル サントリー天然水 PREMIUM MORNING TEA レモン	サントリー食品インターナショナル ボス
サントリービール オールフリー	J-オイルミルズ AJINOMOTO オリーブオイルエクストラバージン	資生堂 アネッサ パーフェクトエッセンス UV
資生堂 専科 パーフェクトホイップ	スカパーJ SAT スカパー!	住友生命保険 IUP
積水ハウス 家に帰れば、積水ハウス。	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	ソフトバンク SoftBank
ソフトバンク ワイモバイル	タイガー魔法瓶 タイガー魔法瓶 GRAND X シリーズ	ダイハツ工業 ミライース (Mirai e:s)
ダイハツ工業 ムーヴ・ムーヴキャンパス	大和ハウス工業 x e v o	タケモトピアノ タケモトピアノ
ディップ バイトル	東急リパブル 知名度アップ	トライグループ 家庭教師のトライ
日清食品 カップヌードル	日清食品 日清カレーメシ	日清食品 日清チキンラーメン
日清食品 日清のどん兵衛	日清食品 日清ラ王	ニトリ Nウォーム
日本瓦斯 知名度アップ	日本メナード化粧品 薬用 ビューネ	日本郵政 日本郵政 企業広告
日本郵便 郵便局の年賀状印刷	ハーゲンダッツ ジャパン ハーゲンダッツ	ハウス食品グループ本社 ハウス シチューオンライス
パピレス Rental!	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	久光製薬 アレグラFX
日立アプライアンス 日立ロボットクリーナー RV-DX1	日野自動車 日野デトロ	保険見直し本舗 保険見直し本舗
ミクシィ モンスターストライク	三井不動産リアルティ 三井のリハウス	三菱電機 霧ヶ峰
明治 明治 アーモンドチョコレート	明治 明治 果汁グミ	明治 明治 メルティーキッス
明治 明治 プロビオヨーグルト R-1	森永製菓 ハイチュウ	UQ コミュニケーションズ UQ mobile/UQ WiMAX
ライオン クリニカブランド	LIXIL SATO	リクルートホールディングス じゃらん
リクルートホールディングス タウンワーク	レオパレス21 レオパレス21	WOWOW WOWOW

*「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

■ = 特別賞10商品

※並びは企業50音順

1)年間CM好感度TOP100位内

2)年間CM好感度上位10%にランクインし、かつ下記条件をクリア

2017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位内にランクインしている

3)月間CM好感度 総合20位内(対象期間の月例調査12カ月のうち1回以上CM好感度総合20位内にランクインした商品)

上記選出基準をクリアした171商品の広告主に対して業績に関するアンケートを実施し93商品を選出。うち10商品を2017年度を象徴する特別賞として選出した。

「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2017』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。