

広告・マーケティングの専門誌『宣伝会議』調査

広告界が選んだ「2014年人気広告ランキング」発表

～1位はペプシ NEX ZERO 桃太郎「Episode.ZERO」篇～

株式会社宣伝会議(本社:東京都港区 代表取締役:東 彦弥)では、『宣伝会議』1月号(2014年12月1日発売)にて、誌上企画「2014年広告総決算 宣伝会議グランプリ」を実施いたしました。2014年に発表された18の広告賞の主要な受賞作に、企業の宣伝担当者からの投票結果を合わせて集計し、「ベスト・オブ・ベスト」を選出。ここにその結果を発表いたします。

広告界が選んだ「2014年人気広告ランキング」

1位	サントリーホールディングス ペプシ NEX ZERO 桃太郎「Episode.ZERO」篇ほか(テレビCM)
2位	味の素 和風調味料群「和食は、和色で、できている。」(新聞広告、雑誌広告)
3位	東日本旅客鉄道 「行くぜ、東北。」(新聞広告)
4位	全国都道府県及び20指定都市 LOTO7「話は変わる」篇ほか(テレビCM)
5位	グーグル Nexus 7「Dance with Students」(テレビCM)
6位	サントリーホールディングス BOSS「宇宙人ジョーンズ・コンサート」篇ほか(テレビCM)
7位	ソフトバンクモバイル 「総集篇 A／廊下篇／会議室 A3 倍篇／拍手篇／お客さん篇」ほか(テレビCM)
7位	近畿大学 一般入試出願受付開始「固定概念を、ぶっ壊す」(新聞広告)
8位	トヨタ自動車 TOYOTOWN「TOYOTOWN2013／夫の秘密篇／となり町篇」ほか(テレビCM)
8位	東京ガス 企業広告「家族の絆・ばあちゃんの料理」篇(テレビCM)
8位	東日本旅客鉄道 JR SKI SKI「ぜんぶ雪のせいだ。／ゲレンデマジック篇／しないの?篇」(テレビCM 他)

◆「今年一番かっこよかったCM」 広告界が選んだのは…

小栗旬出演のペプシ NEX ZERO 桃太郎シリーズ!

大手競合に果敢に立ち向かう姿勢が、日々市場で戦うメーカーたちの心を打ったのか。2014年の1位のCMとして選ばれたのは、ペプシ NEX ZERO の桃太郎シリーズでした。「Forever Challenge／自分より強いヤツを倒せ。」のコピーから伝わる強いメッセージ性と、ハリウッド映画のような世界観のクリエイティブ、実力派人気タレント・小栗旬が桃太郎を演じるという意外性。3拍子も4拍子も揃ったCMに、広告の送り手たちから賞賛の声が集まりました。同CMは、全日本シーエ

ム放送連盟が主催する「ACC CM フェスティバル」でグランプリを獲得。企画・制作はこれまで大和ハウス工業の企業 CM やトヨタ自動車「ハリアー」など、数々の話題の CM を手掛けてきたクリエイティブエージェンシー・TUGBOAT です。

動画 URL : http://youtu.be/kQM2_t24GHE

◆「日本人としての共感性が高い広告」

祝・ユネスコ無形文化遺産登録をテーマにした、味の素の新聞広告が 2 位

味の素(株)では、ユネスコ無形文化遺産に和食が登録されたのを機に、「祝・ユネスコ無形文化遺産登録」を共通テーマにシンボルマークを制作、新聞広告、雑誌広告、ラジオ CM、中吊り広告を使って多面的に展開。新聞見開きの紙面いっぱい、「黄水仙」「香櫞緑」「ひまわり色」「乳白」など聞きなれない「和色」の名前と「和食」の写真を並べ、「和食は、和色で、できている。」という印象的なコピーと共にその魅力を最大限に伝えました。

味の素 広告ギャラリーURL : <http://www.ajinomoto.co.jp/kfb/cm/newspaper/> (画像ダウンロード可)

そのほか、3 位に選ばれた JR 東日本の「行くぜ、東北。」シリーズは 2011 年から継続して実施している復興支援のためのシリーズ。美しい冬景色に「メールじゃ会えない、レールで会おう。」というコピーに、宣伝担当者からは「コピーが好き。旅＝出会いを上手く表現」などとコメントがありました。

4 位の LOT06 の柳葉敏郎 & 妻夫木聡の掛け合いがユニークな CM は、1 位のペプシネックスゼロ同様、TUGBOAT が制作したもの。5 位の Nexus 7 の CM は生徒にダンスを教えたい小学校の先生が、「Nexus7」を使い練習に励む内容で、「楽しく踊りたくなってしまおうというベネフィットが伝わる」「グーグルという会社が創りたい世の中が明確になる」などと評されました。

6 位と 7 位にはサントリー BOSS「宇宙人ジョーンズ」とソフトバンクのいずれもロングラン CM が入賞しています。

【調査概要】2014 年に発表になった、TCC 賞、ACC CM フェスティバル、ADC 賞、広告電通賞、OCC 賞、FCC 賞、交通広告グランプリ、新聞広告賞、日本雑誌広告賞、フジサンケイグループ広告大賞、朝日広告賞、毎日広告デザイン賞、読売広告大賞、日経広告賞、日本 BtoB 広告賞、コードアワード、カンヌライオンズ(日本受賞作)、アドフェスト(日本受賞作)の中から、ゴールド(相当)受賞作以上をピックアップしスコア化。その中から、宣伝会議の講座を受講する広告主の受講生にアンケートを実施し、1 戦略性 2 企画性 3 クリエイティブ 4 話題性の 4 つの観点からベスト 3 および各カテゴリーのベストを選出してもらい、あわせて集計した。

* 調査結果の詳細については、『宣伝会議』1 月号(12 月 1 日発売)をご覧ください。

* 引き続き、次号(12 月 29 日発売 2 月号)では、「2014 年ネットで話題になった広告」について取り上げます。

◆月刊「宣伝会議」とは



1954 年、日本初の広告マーケティング専門誌として創刊。広告を中心に販促、PR と企業のマーケティング・コミュニケーション活動を扱う専門誌です。「マーケティング & クリエイティビティ」をテーマに、最新の理論や手法、事例を紹介。売上の拡大、企業ブランド向上に役立つ知識と情報をお届けします。毎月 1 日発行 / A4 版 / 定価 1300 円(税込)

◆本件に関する連絡先

株式会社宣伝会議 宣伝会議編集部 副編集長 刀田(とだ)

E-mail : s-toda@sendenkaigi.co.jp TEL : 03-6418-3323

〒107-8550 東京都港区南青山 5-2-1 <http://www.sendenkaigi.com>