

PRESS RELEASE

報道関係各位

2018年5月23日
株式会社 デイノス・セシール

—20代～60代の男女1,000人に聞く「セシールのサウンドロゴ空耳実態調査」—
CM放映開始時から35年来の「セシールサウンドロゴは何て聴こえるか」問題がついに決着！
『しもふさ君 幸せそうなのに』が1位に
「篠塚君」を「しもふさ君」が押さえ、上位5位全てに「幸せそう」がランクイン

株式会社 デイノス・セシール（本社：東京都中野区、代表取締役社長：石川順一）が展開する通販ブランド「セシール」のCMでは、1983年5月より『Cecile ～Il offre sa confiance et son amour～』というフランス語のサウンドロゴを使用してきました。本サウンドロゴは、セシール創業時からのキャッチフレーズであった「愛と信頼をお届けする」をフランス語に訳したものです。

独特の響きが印象的なこのサウンドロゴに対しては、CM放映が開始された当時から「何と言っているのか？」「どういう意味か教えて欲しい」といったお問い合わせを多数頂戴しており、また、23年ぶりに本サウンドロゴが復活した昨年のCM放映時期をはじめ、現在に至るまで様々なシーンで「何と聴こえるか？」「私はこう聴こえた」等、話題にさせていただくことも多々ありました。

このように多くの皆さまが長きにわたり、本サウンドロゴに関心をお寄せくださったことへ真摯にお応えすべく、弊社ではこのたび、「セシールのサウンドロゴは●●と聴こえる」という皆さまのお声をもとに、20代～60代の男女1,000名を対象とした「セシールのサウンドロゴ空耳実態調査」を行いました。

主な調査結果は以下の通りです。

**1,000人に調査。セシールのサウンドロゴは『しもふさ君 幸せそうなのに』と聴こえるが第1位
「篠塚君」を「しもふさ君」が押さえ、「幸せそう」が上位5位を独占！**

20代～60代男女1,000名に実際にセシールのサウンドロゴの音声データを聴いて頂き、Web上で「こう聴こえる」という様々なご意見のうち、比較的多く見られたものを選択肢とした中から、どれが一番近い聴こえ方であるか回答を得たところ、第1位は「しもふさ君 幸せそうなのに」（29.5%）に。続いて「自分は幸せそうなムーン」（21.1%）、「篠塚君 幸せそうなの」（16.4%）という結果となった。頭に「篠塚君」が付く選択肢は2つあったが、それら回答率を合計しても1位の「しもふさ君」にはかなわなかった。また上位5位の選択肢全てに「幸せそう」が含まれていた。

「フィアンセ」「紫蘇」「レモン」など、セシールサウンドロゴはこうも聴こえる！

さらに選択肢に関わらず、自由回答でもどのように聴こえたのかオリジナルの回答を求めたところ、「フィアンセ」「紫蘇」「レモン」「コンビーフ」「コーン」「メモ」「たぬき君」など、様々なキーワードが出現した。

1983年誕生のセシールサウンドロゴの認知率は77.0%

今から35年前の1983年5月から1994年9月の約11年間に放映していたセシールのCMのサウンドロゴについて、4人に3人が「聴いたことがある」（77.0%）と回答。30代以上の認知率は85.3%に上り、40代においては93.5%となった。また、放映当時生まれていなかった、あるいは幼少期であった20代でも4割以上が「聴いたことがある」（44.0%）と回答した。

●調査方法	: インターネット調査 (サウンドロゴ*の音声データを聴取し回答)	*1983年当時のもの
●対象エリア	: 全国 (47都道府県)	
●調査対象	: 20代～60代の男女 1,000名 ※各年代・性別で100名ずつ	
●調査実施期間	: 2018年4月27日(金)～30日(月)	

**“空耳”の第一人者 安齋肇氏が語る
セシールのサウンドロゴとは？**

“空耳”に造詣の深いイラストレーター/アートディレクターの安齋肇さんに「セシールのサウンドロゴ」及び「今回の調査結果」についてコメントをお寄せいただきました。[P3]に掲載

セシールCMのサウンドロゴ

『Cecile ～Il offre sa confiance et son amour～』について

セシール創業当時よりキャッチフレーズとして使用していた「愛と信頼をお届けする」を仏訳したもので、1983年5月～1994年9月の約11年間CMのサウンドロゴとして使用。昨年23年ぶりに女性を起用した新たなサウンドロゴでCM放映を再開し、今年2018年5月11日から放映中の新CMでも使用しています。ちなみにフランス語読みをカタカナ表記にすると「セシール～イロップル・サ・コンフィアンス・エ・ソナムール～」となります。

PRESS RELEASE

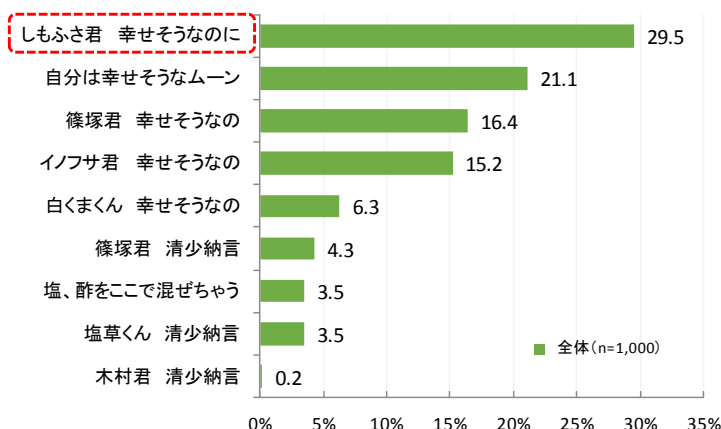
Point 1

35年前のCM放映開始時からの「セシールサウンドロゴは何て聴こえるか」問題がついに決着！
『しもふさ君 幸せそうなのに』が第1位に
そして「篠塚君」より「しもふさ君」に支持が集まり、さらに「幸せそう」が上位5つにランクイン

全国（47都道府県）の20代～60代の男女1,000人を対象に、セシールサウンドロゴの音声データを聴いて頂き、何と聴こえるかを尋ねたところ、「しもふさ君 幸せそうなのに」（29.5%）が1位となりました。次いで「自分は幸せそうなムーン」（21.1%）、「篠塚君 幸せそうなの」（16.4%）、「イノフサ君 幸せそうなの」（15.2%）の順となりました [図1]。これは男女別、年代別、エリア別で見ても、全てにおいて「しもふさ君 幸せそうなのに」が1位という結果となっています。

さらに用意した選択肢9つのうち、Web上の意見で多く見受けられた「篠塚君」という語彙を含むものが2つあったにも関わらず、その合計の回答率よりも1位の回答率の方が大きく、「篠塚君」ではなく「しもふさ君」が上回りました。また、本サウンドロゴはフランス語の発音をカタカナ表記にすると「イロップル・サ・コンフィアンス・エ・ソナムール」になりますが、上位5位までの全てに「幸せそう」というワードが入り、“空耳”の傾向も垣間見えました。

[図1] セシールのサウンドロゴは何て聴こえる？（1つ選択）



-上位 5 つに「幸せそう」というワードがランクイン
-3位と6位の「篠塚君」を含む選択肢の回答率を合計すると20.7%だが、1位の「しもふさ君」の29.5%には届かず

※選択肢はインターネット等で散見された中から比較的多く見られたセンテンスを選出したものです。

「フィアンセ」「紫蘇」「レモン」「コンビーフ」「コーン」「メモ」「ためき君」など、様々なキーワードが出現しました。

～「セシールサウンドロゴなんとなんとなん？」自由回答より～

“こうも聴こえた！”『イロップル・サ・コンフィアンス・エ・ソナムール』

■フィアンセ系

- ・フィアンセ、こんな背伸びしてメモ (30代女性)
- ・フィアンセ 幸せそう (30代女性)
- ・イノフサ君 フィアンセ しあわせそなムーン (60代男性)

■食べ物系

- ・塩塚、コンフィを紫蘇レモン (40代男性)
- ・塩さここで混ぜるさ (20代男性)
- ・塩まいて塩まいたの (50代男性)
- ・コンビーフ香るもん (50代男性)
- ・幸せそうなコーン (60代女性)

■「〇〇君」系

- ・幸せそうなためき君 (20代男性)
- ・花房君、幸せそうなんだもん。(40代男性)
- ・いのうさくん しなさそうなムーン (40代女性)
- ・しもふさ君、しょう掃除メモ (50代女性)

★デイノス・セシール社員は何て聴こえる？～サウンドロゴ社内空耳実態調査～ (回答数 402名)

デイノス・セシールの社員に対して同様の調査を実施し、右記の結果となりました (回答数 402名、2018年5月10日(木)～17日(木)に実施)。一般生活者調査の結果を社内には公表せず調査を行いました。一般の皆さまと同様に「しもふさ君」が1位となりました。ただ、それ以下については、一般の方の結果と比べて若干異なっており、特に2位と5位の「篠塚君」の回答率を合計すると、1位の「しもふさ君」に肉迫するという点は、当社独自の特徴が現れているとも言えます。

- | | | |
|----|---------------|-------|
| 1位 | しもふさ君 幸せそうなのに | 31.1% |
| 2位 | 篠塚君 幸せそうなの | 22.9% |
| 3位 | イノフサ君 幸せそうなの | 20.9% |
| 4位 | 自分は幸せそうなムーン | 10.4% |
| 5位 | 篠塚君 清少納言 | 6.5% |

PRESS RELEASE

Point 2

セシールのサウンドロゴの認知率77.0%

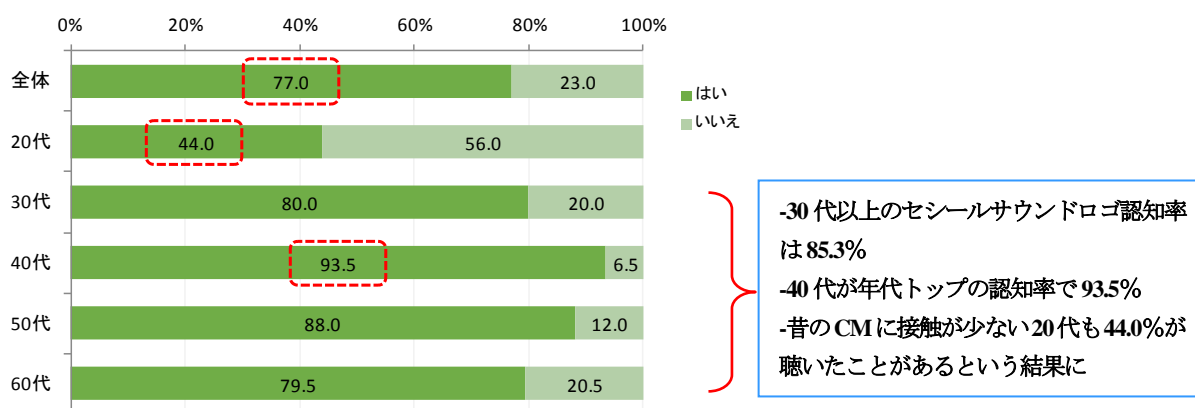
40代では9割超えて、当時のCMをほとんど見ていない20代でも認知が4割以上

セシールのサウンドロゴを聞いたことがあるかという質問については、全体の77.0%と“4人に3人”ほどの割合で「聞いたことがある」と回答しました。

年代別に見ると、30代以上の各年代の平均認知率は85.3%にのぼり、なかでも40代の認知率は93.5%と10人中9人以上が聞いたことがある、という実態が明らかになりました。

また、他の世代に比べて80年代・90年代に放映のCMに接する機会が少なかったと思われる20代も44.0%と、4割以上が聞いたことがあると回答しました [図2]。

[図2] セシールのサウンドロゴを聞いたことがあるか (1つ選択) n=1,000



～ “空耳”の第一人者、安齋肇さんが語る「セシールサウンドロゴ」とは ～



安齋 肇

イラストレーター／
アートディレクター

なんと言っているのか、あの頃はサッパリ分かりませんでした。おっと、見栄を張ってしまいました、今も分かりません。なんつったってフランス語ですから。なんか息が抜けててセクシーで、心ならずも動揺してしまうからかもしれません。日本の秋田弁との類似を指摘される方がいますが、寒さの中で囁やくように話す音色は確かに似ていますね。フランス語のサウンドロゴってなんだか耳に残るし、その都度話題になる印象があります。意味なんて関係なく、発声する快感がフランス語にはあるのでしょうか。セシールのサウンドロゴも、とてもセクシーに聞こえます。カタカナに置き換えると、イロフサクフィオンセソナムと聞こえます。全くニュアンスが出ていませんね。空耳は、聞き取れなかった空白を穴埋めする能力だと聞いています。つまりは想像力のなせる技と言えるのかもしれませんね。僕は皆さんの技を楽しんでいるソラミスト、まだまだ能力はないようです。しもふさ君、幸せそうなのに、良かったです。ぜひ、映像をつけてください。秋田県でヒット間違いなしですよ。この面白さ、フランスの人も分かるかなあ。

1953年東京都生まれ。レコードジャケットやツアーパンフレットのデザイン、雑誌連載や映像制作など幅広いジャンルで活躍中。TV朝日『タモリ倶楽部』空耳アワーなどに出演。今春、秋田県横手市にて「安齋肇の世界展」開催中。

<本資料に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ディノス・セシール 広報室 菅谷、本條 Tel : 03-6743-1114 / e-mail : pr@dinos-cecile.co.jp

<お客様からのお問い合わせ先>

セシール コンタクトセンター Tel : 0120-70-8888 (9時～21時、携帯・PHS可)