

目次

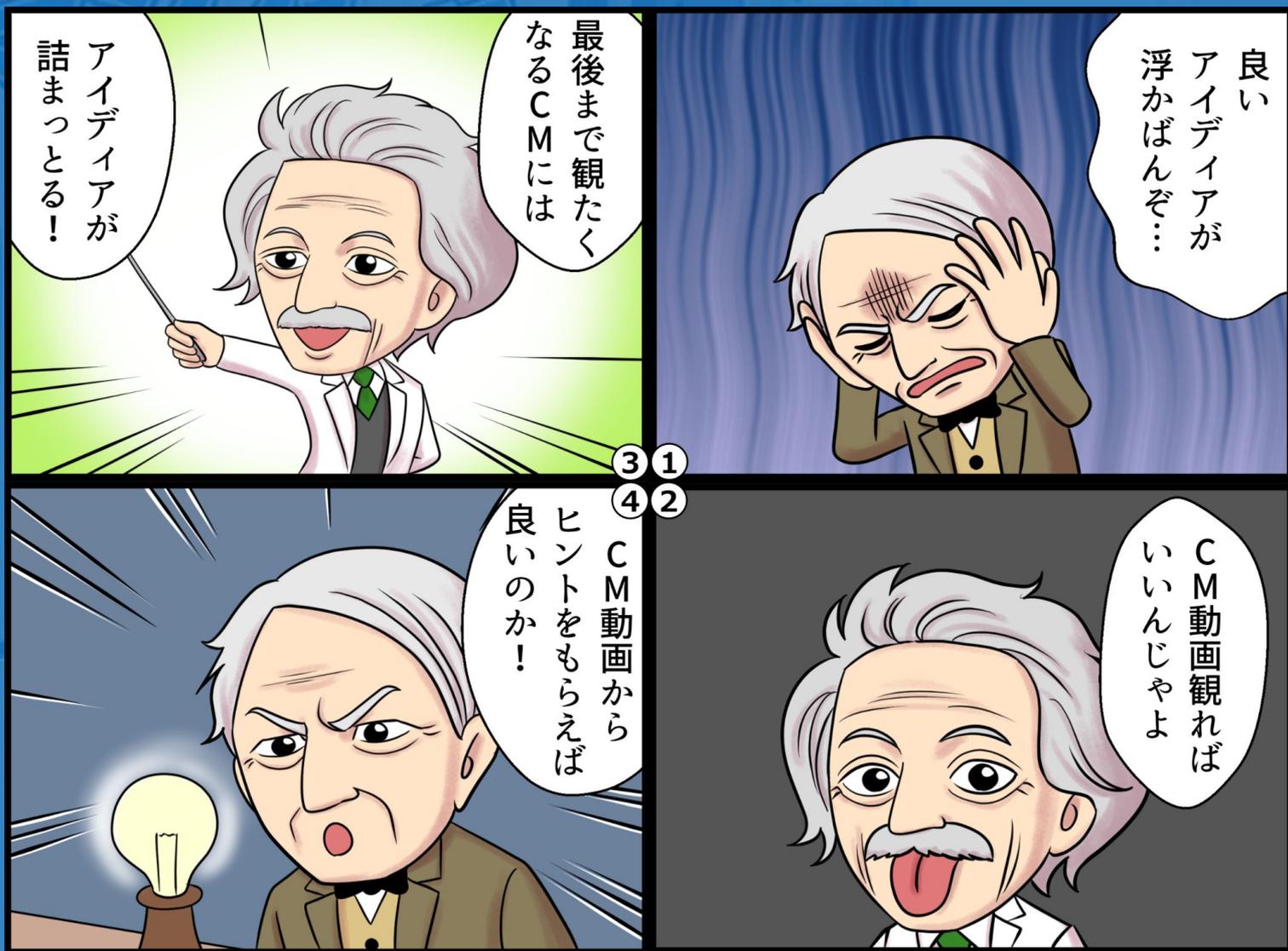
＼広告なのに最後まで観たくなる／

①CM動画集めてみました！

夏編～夏っぽさが際立つCM～／アイディア編
キャラクター編／漫画訴求CM編／CMソング編／有名BGM編

＼マンガだからできる自由な表現方法／

②【特集】マンガ動画で伝わる！サービス・商品訴求



＼広告なのに最後まで観たくなる／ CM動画集めてみました！

「話題の動画」

様々なジャンルの中から厳選して最新のCMをお届けします。どのCMもユニークで印象的なものばかり。新しいアイデアやトレンドが詰まったCMを見て、ぜひ次のマーケティング戦略の参考にしてください。

夏編～夏っぽさが際立つCM～



午後の紅茶 夏の午後、つづく篇 60秒

午後の紅茶の最新CMでは、爽やかな夏の風景と共に出演者たちの明るい笑顔が印象的。日常の中に溶け込む飲料水「午後の紅茶」が素敵に描かれています。



2024 A/Rism LifeとWear/肌砂丘のふたり 夏 (ユニクロ40周年) 30秒

「汗をかいても、涼しい顔で」と、暑さを感じさせるシーンの中でも、涼しげな表情で過ごす様子が描かれており、UNIQLOの衣料品がどれだけ快適で涼しいかを視覚的に訴える内容となっています。

アイデア編



チキンラーメン「パーフェクトチキラー 篇」 |

観る人を引きつけるキャッチーな音楽と、リズムミカルなダンス。子供から大人まで幅広い層にアピールできる工夫がされています。CM動画を観終えた後は、自然とチキンラーメンが食べたくなっています。



クイックマン 運だめし「扉」篇A 15秒

「どの扉を開けるのか？」クイズを出すことで観る人の興味を引きつける構成になっています。実際にクイズに参加してしまうことで、答えを確認するまで目を離すことができず、気付けば最後までCM動画を観てしまうでしょう。

＼広告なのに最後まで観たくなる／ CM動画集めてみました！

「話題の動画」 続き

様々なジャンルの中から厳選して最新のCMをお届けします。どのCMもユニークで印象的なものばかり。新しいアイデアやトレンドが詰まったCMを見て、ぜひ次のマーケティング戦略の参考にしてください。

キャラクター編



毎朝爽快Light TVCM「思いっきり」篇 15秒

有名アニメ「アタックNo.1」を起用し、アニメのキャラクターが商品の爽快感を引き立てています。短時間でアニメと商品の魅力を融合させた内容になっています。



カップヌードルCM「夏はゼツタイシーフード 篇」30秒

「海辺の街に住むその少女は怒っていた。シーフードヌードルを買いに行きたいのに外が暑すぎるからだ...」とアニメーション自体にもストーリー構成があり、耳に残る楽曲で何度も再生してしまう印象深いCMです。

漫画訴求CM編



『呪術廻戦』27巻“ファンタ学園 超人先生”ムービー

漫画発売を告知する非常にユーモラスなCM動画です。超人先生というインパクトがあるキャラクター、コミカルなやり取り、漫画のキャラクターによく似た人物の登場により、最後まで楽しんで観ることができます。



ムーディ勝山、花耶「俺は全てを【パリイ】する」コミック新刊発売記念CM ～右から来たものを左へ受け流すの歌～

【パリイ】は英語で「受け流す」という意味からムーディ勝山さんが登場し、懐かしの名曲「右から来たものを左へ受け流すの歌」をバックに華麗な殺陣を披露しています。最後まで目が離せません。

＼広告なのに最後まで観たくなる／ CM動画集めてみました！

「話題の動画」 続き

様々なジャンルの中から厳選して最新のCMをお届けします。どのCMもユニークで印象的なものばかり。新しいアイデアやトレンドが詰まったCMを見て、ぜひ次のマーケティング戦略の参考にしてください。

CMソング編



往年の名曲『東京ブギウギ』の替え歌で、誰もが耳にしたことのある「クリアアサヒ」の最新CMソングです。思わず口ずさんでしまうリズムカルでキャッチーなメロディが印象的で、今回は坂本冬美さん、吉岡里帆さん、北村匠海さんが歌っています。音楽の力を巧みに活用し、視聴者に夏の爽快感を伝えています。歌とともに映し出される爽やかなビジュアルが、飲むことで得られるリフレッシュ感を強調し、夏のシーズンにぴったりの飲料としての魅力を引き立てています。

Clear Asahi クリアアサヒ CM 「夏こそ、歌おう。飲もう。」 篇 15秒

有名BGM編



野村不動産グループ「広がる、空と海」 篇 30秒

野村不動産グループとしての企業CMは初めてで、2025年度にグループ本社移転を予定している東京都・港区芝浦周辺の、広い空と海に囲まれた「東京ベイエリア」が舞台となっているそうです。BGMには、「The Never Ending Story」を採用していて壮大な美しい映像と心地よい音楽が特徴的です。



サントリー天然水『大自然を味方に』 篇 30秒

自然の美しさと清涼感を表現しています。楽曲には名曲「ハナミズキ」が使用されており、“未来の水を、いま森からつくる”のメッセージのもと俳優の柄本佑さんが出演、安藤サクラさんナレーションで構成されている新CMとなっています。

マンガだからできる自由な表現方法

【特集】マンガ動画で伝わる！サービス・商品訴求

マンガ動画は、通常のテレビCMとは異なる点があります。その目的は「わかりやすく伝える」ことにあります。マンガ動画では、消費者が抱える悩みや課題に対して、具体的な解決策として商品やサービスを提示することが多いのが特徴です。単なる商品訴求ではなく、消費者の目線に立ち、共感できるシナリオになります。マンガならではの自由な表現が可能で、複雑な内容でもわかりやすく伝えることができます。従来のCMと比べてマンガ動画は「わかりやすさ」と「共感」を重視しているものが多くなります。



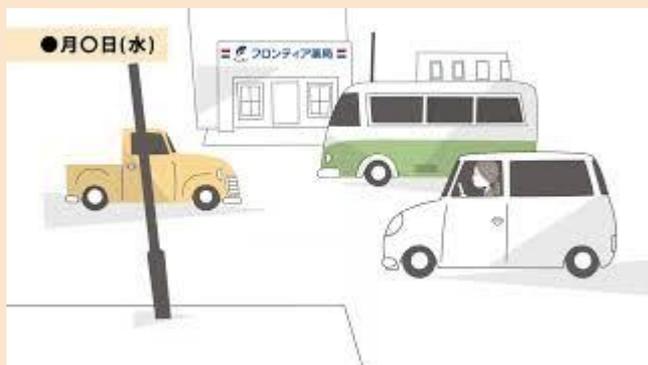
コニカミノルタジャパン株式会社様

医療業界で成長を続ける、医療機器を紹介することを目的としたマンガ動画です。江戸時代を彷彿させる昔の日本を舞台に未来から来た整形外科医が治療をするという面白いストーリーになっています。



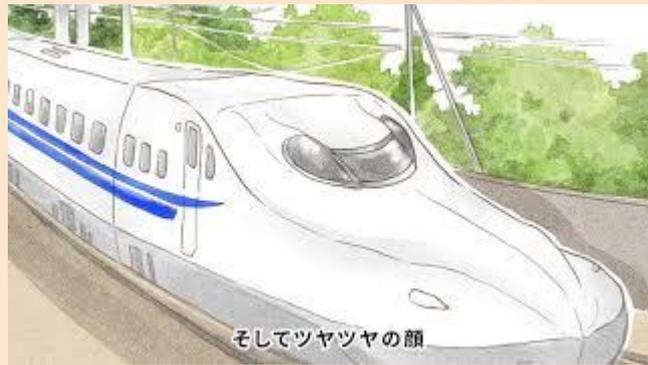
GMOあおぞらネット銀行株式会社様

金融犯罪防止啓蒙用動画。ターゲットが大学生の若い人に向け、気づかぬうちに犯罪を犯し、結果どうなるかを伝えています。ナレーションはなく、マンガのコマで表現しているのも特徴です。



株式会社フロントピア様

業務内容やサービスを紹介する新卒採用へ向けたマンガ動画です。目を惹きつける特徴的なマンガのタッチからは優しさも伝わります。主に登場人物のセリフに動きが加わったアニメーションで構成されています。



新幹線メンテナンス東海株式会社様

動画を観た人が誇りを持って仕事に励んでもらうことを目的としたマンガ動画です。新幹線を「君」と表現し、単なる乗り物ではない大切な存在であることを伝えています。

マンガ動画はサービス・商品訴求だけではなく、会社紹介や採用活動など様々な用途の動画として活用できます。**マンガ動画は視覚的に訴求力が高く、ユーザーの興味を惹きつけることができる**ため、企業のさまざまな目的に合わせたプロモーションツールとして効果が期待できます。

“マンガといえばシンフィールド”

シンフィールドは2009年にマンガをマーケティングツールとして活用し集客支援するという新しい価値を生み出したパイオニアです。

<弊社関連サイト>



シンフィールド公式サイト

<https://shinfield.co.jp/>

企業情報・事業紹介・採用情報
理念や社会活動を公開しています。

マンガマーケティングjp

<https://mangamarketing.jp/>

マンガマーケティングに関する情報、制作実績や登録マンガ家一覧を公開しています。

web-manga.net

<https://web-manga.net/>

マンガ制作サービスの紹介と
制作事例を詳しく公開しています。

成功実績サイト

<https://mangamarketing.jp/success/>

マンガを活用した施策における成功実績を
数値で公開しています。

お読みいただきありがとうございました