

2020年10月21日

SMN 株式会社

## 2020年上半期テレビCM動向まとめ

### ～放送回数・時間ともに、前年比大幅減少。 生活様式や余暇の楽しみ方に変化が見られた半年間～

SMN 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：石井 隆一、以下 SMN）のグループ会社である株式会社ゼータ・ブリッジ（本社：東京都品川区、代表取締役：安藤 尚隆）は、2020年上半期（4月～9月）の全国地上波25局、BS放送6局にて放送されたテレビCMの放送回数と放送時間を調査し集計しましたので、お知らせいたします。

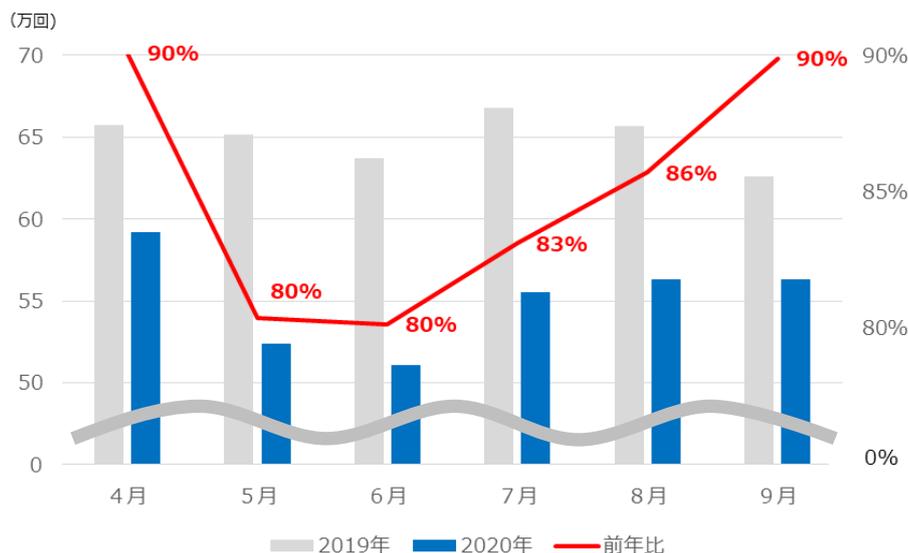
#### 【調査ピックアップ】

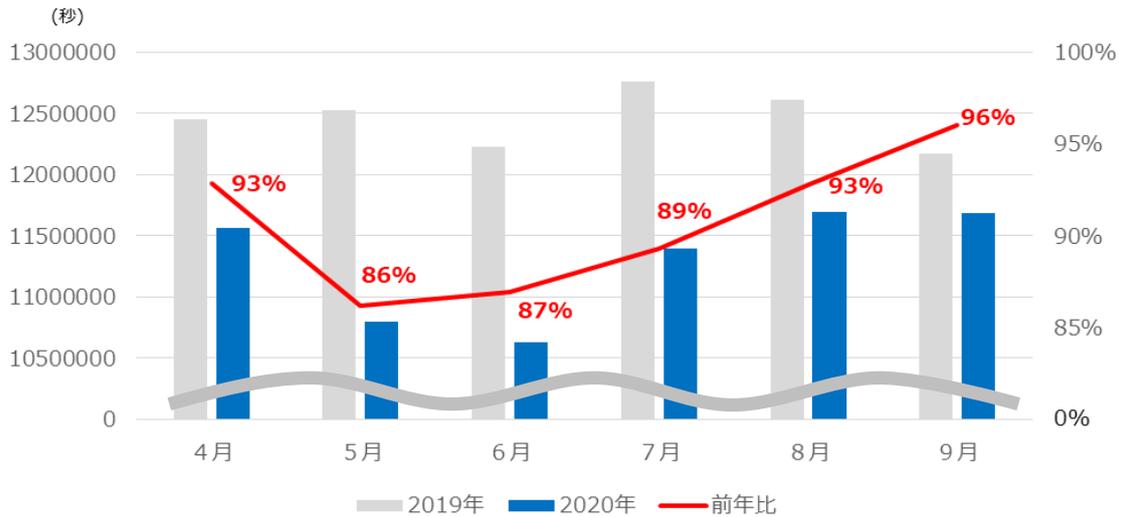
- ・テレビCM放送回数・時間ともに、**4月～9月のすべての月で前年同期を大幅に下回る。**  
特に、緊急事態宣言後の5月の減少が一番大きく、放送回数前年比80%、放送時間前年比86%。
- ・放送回数増加カテゴリ1位は、「映像」\*で前年比178.6%。\*「映像」はBD/DVDコンテンツ紹介
- ・放送回数減少1位は、「電車・航空」で前年比23.6%。
- ・新たな生活様式の代表格であるフードデリバリーサービスは、「ウーバーイーツ」前年比**1374%**、「出前館」前年比**2558%**と大きく伸びる結果に。
- ・放送回数減少カテゴリは、4～5月は大幅減少したものの、6月以降は放送回数増加の兆し。

#### ■ 2020年上半期動向まとめ

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、2020年4月～9月は2019年同期と比較して、すべての月で、企業CMの放送回数・時間ともに減少しました。特に、緊急事態宣言後の5月は、放送回数は前年比80%、放送時間は前年比86%と一番の減少となりました。（グラフ1、2参照）

【グラフ1】 テレビCM放送回数



**【グラフ 2】 テレビ CM 放送時間**

**■ 変化のあった生活スタイルを表すカテゴリが放送回数増加上位にランキング**

放送回数が増加したカテゴリは、1 位「映像」（前年比 178%）、2 位「パソコン」（前年比 151.9%）、3 位「テレビ」（139.9%）となりました。（グラフ 3 参照）

1 位「映像」は、BD/DVD 作品を紹介する内容になっており、コロナ禍でのおうち時間の過ごし方を提案し、少しでも消費者に楽しんでもらいたいという企業の思いから放送回数が大幅に増加したと考えられます。

2 位「パソコン」は、出社と在宅勤務を選ぶハイブリッド型勤務が増えたことにより、ノートパソコンを持ち運ぶ機会が増えたビジネスマンに対して、ノートパソコンを軽量化し、持ち運びのしやすい仕様への刷新を提案し、個人の新しい働き方をサポートしたいという、テレビ CM 出稿企業の姿勢を示しているのではないのでしょうか。

3 位「テレビ」は、番組宣伝を除く、WOWOW 等の有料専門チャンネルの CM、テレビ局の地域密着型企画 CM、コロナ対策への番組からのメッセージ CM になります。企業 CM の出稿が減少したことの補填として、これらの CM が多く放送されたと考えられます。

**【グラフ 3】 放送回数増加ランキング**

	カテゴリ	前年比 (%)
1	映像	178.6
2	パソコン	151.9
3	テレビ	139.9
4	その他	138.2
5	運輸・運送	112.1

**■新たな生活様式の代表格 フードデリバリーサービスの台頭**

増加カテゴリで注目すべきは、4位「その他」に含まれているフードデリバリーサービスです。

「ウーバーイーツ」は、2019年4月～9月の合計放送回数は491回に対し、2020年同期は1374%増の6747回です。（グラフ4参照）「出前館」は、2019年4月～9月の合計放送回数は231回のところ、2020年同期は3249%増の7608回と大幅に放送回数を増やしております。（グラフ5参照）

2020年10月では人々の生活と密接になっているフードデリバリーサービスは、一年前はまだ遠い存在だったように感じます。また、放送回数増加ランキングTOP5にランクインしているカテゴリは、2020年上半期で大きく変化した生活スタイルをサポートするものであり、テレビCMはその時代を映していると考えられます。

**【グラフ4】「ウーバーイーツ」放送回数**

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	合計
<b>2019年</b>	0	0	0	0	0	491	491
<b>2020年</b>	810	475	1890	1397	609	1566	6747

**【グラフ5】「出前館」放送回数**

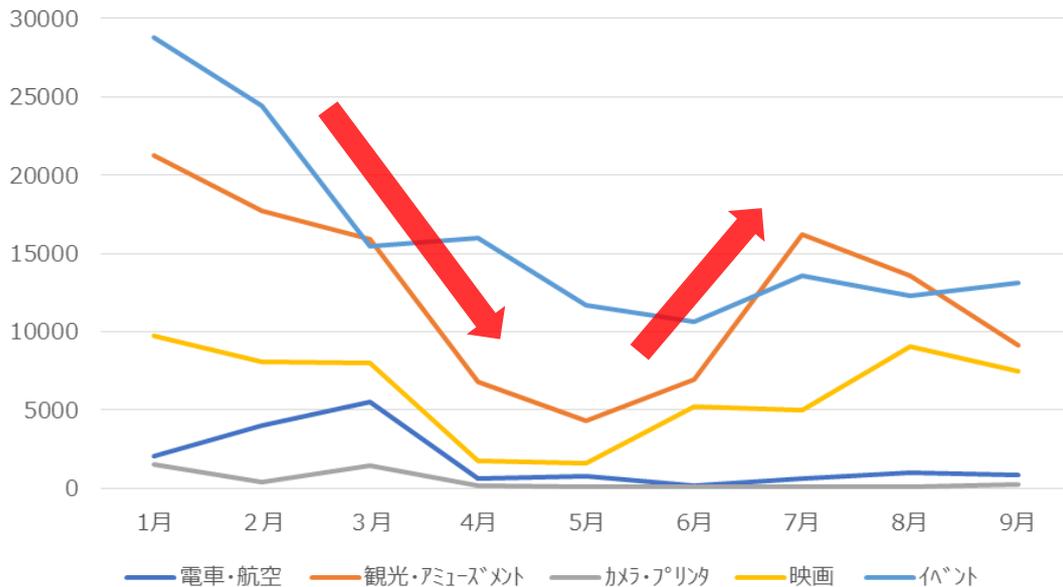
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	合計
<b>2019年</b>	193	38	0	0	0	0	231
<b>2020年</b>	104	1299	98	2065	2343	1699	7608

**■外出自粛要請の影響がテレビCMにも**

放送回数が減少したカテゴリは、1位「電車・航空」（前年比23.6%）、2位「観光・アミューズメント」（前年比34.3%）、3位「カメラ・プリンタ」（前年比38.8%）、4位「映画」（前年比44.7%）、5位「イベント」（前年比47.1%）と、新型コロナウイルス感染症による外出自粛の影響を大きく受けた業種が並びました。（グラフ6参照）どのカテゴリも緊急事態宣言後の4月、5月は放送回数が著しく減少していましたが、6月以降は徐々に放送回数を増やしています。（グラフ7参照）

**【グラフ6】放送回数減少ランキング**

	カテゴリ	前年比 (%)
1	電車・航空	23.6
2	観光・アミューズメント	34.3
3	カメラ・プリンタ	38.8
4	映画	44.7
5	イベント	47.1

**【グラフ7】 2020年1月～9月の放送回数減少ランキング（1位～5位）**


### ■ 調査概要

【調査期間】2020年4月1日～9月30日

【対象】全国地上波25局、BS放送6局

【調査方法】動画認識エンジンを活用したテレビCM自動認識システムにて取得した放送履歴情報を基に調査

### ■ お問い合わせ

本ランキングに関するお問い合わせは、下記サイト内の問い合わせフォームより受け付けております。

・サイト：<https://www.zeta-bridge.com/>

### ■ 株式会社ゼータ・ブリッジ < <https://www.zeta-bridge.com/> >

2001年10月に設立。要素技術の積み上げではなく、「目、耳など五感から得た情報を人間の脳がいかにか処理し、そして感じているか？」を原点とした様々なアルゴリズムを独自に開発しています。人間の感性を超える認識テクノロジーでお客様の課題を解決いたします。テレビCMメタデータ販売、音声・画像認識エンジンを利用したサービスを提供しています。

### ■ SMN 株式会社 < <https://www.so-netmedia.jp/> >

2000年3月に設立。ソニーグループで培った技術力をベースに、マーケティングテクノロジー事業を展開しています。「技術力による、顧客のマーケティング課題の解決」を実現するため、ビッグデータ処理と人工知能のテクノロジーを連携し進化を続けています。現在、DSP「Logicad」、マーケティングAIプラットフォーム「VALIS-Cockpit」、実店舗事業者向けマーケティングプラットフォーム「Marketing Touch」のほか、テレビ視聴データ広告配信サービス「TVBridge」を新たに提供するなど、マーケティングに関する様々な課題解決を実現しています。

※記載されている会社名、団体名、商品名、サービス名は各社、各団体の商標または登録商標です。

< 本件に関する問い合わせ先 >

SMN 株式会社 コーポレートカルチャー & リレーション推進課 広報担当：堀越

TEL: 080-7893-2951 / E-Mail: [pr@so-netmedia.jp](mailto:pr@so-netmedia.jp)