

2020 年 4 月 20 日

報道関係各位 ニュースリリース

株式会社ゼータ・ブリッジ

新型コロナウイルスのテレビ CM への影響

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、動画認識エンジンを活用したテレビ CM 自動認識システムで取得した放送履歴情報から、新型コロナウイルスのテレビ CM への影響を調査いたしました。

新型コロナウイルスによる影響は、テレビ CM にも現れている。

図 1 は、当社が対象エリアとしている東京・大阪・名古屋・福岡・札幌と BS 放送における昨年と今年の 4 月前半（4/1～4/15）に流れた『新規 CM』の件数比較である。

（図 1）



年度初めで新規 CM の出稿が多い時期であるが、昨年の同時期と比較すると約 86% 程度に留まっている。自粛ムードの流れで、CM の出稿を控えた企業が増えたことが伺える。

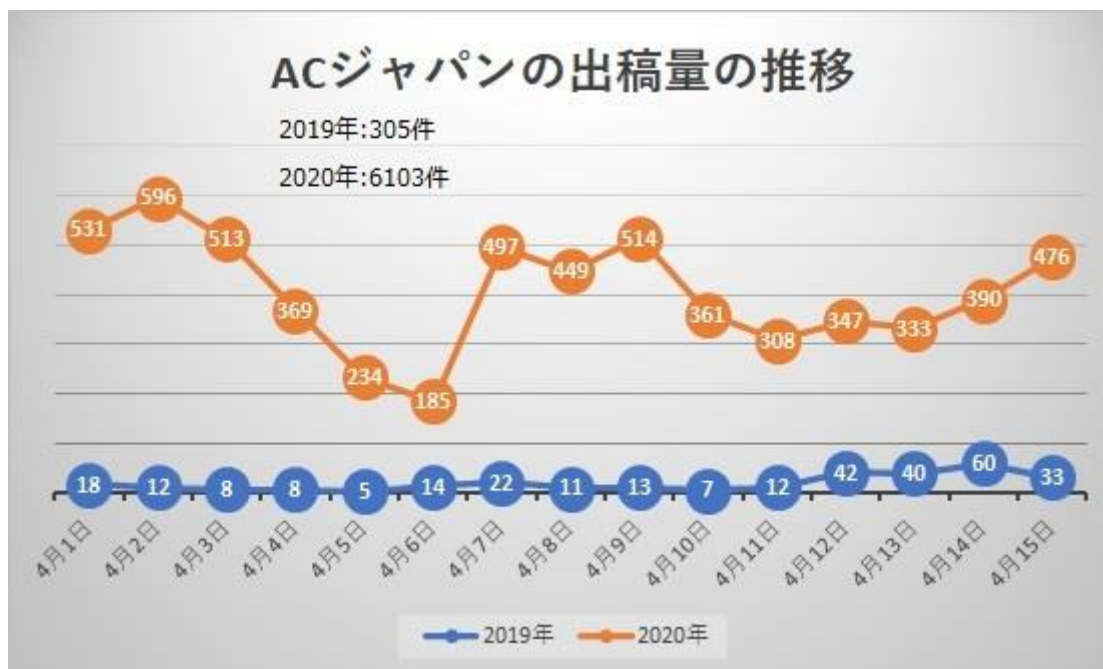
内訳としては、この時期新規出稿が増える観光・アミューズメントなどの CM が、テーマパークなど休止している施設の CM が流れなくなったことから昨年比約 34%、映画館の休館に伴い上映告知 CM も前年比約 43.2% と大幅に減少していた。自動車関連の新規出稿も前年比約 57% と減少。これは外出自粛の流れのみならず、国内および海外の生産工場において生産の縮小・調整の動きが出ていることも影響しているだろう。

逆にゲーム、Blu-ray・DVD、書籍等の室内でたのしめるエンターテインメント系の商品や通信関連の CM は増加傾向にあった。

続いて CM の『放映数』についての影響を見てみると、A C ジャパンの CM 放映が増加していることがわかった。番組の CM 枠を買っていたスポンサーが、自社の CM の放映を自粛して空いたしまった CM 枠に、各放送局の自由裁量で流せる A C ジャパンの CM で埋めたためと想像できる。

図 2 は昨年と今年の 4 月前半（4/1～4/15）に流れた A C ジャパンの CM の推移である。

（図 2）



昨年の同時期と比較して約 20 倍の増加で、4 月 2 日をピークに一度下がる傾向にあったが、緊急事態宣言が発令された 7 日には再度増加し、その後も続いている。

『放映数』についても概ね新規 CM と同様の傾向だが、通信、生活用品、飲料、運送運輸などの業種は昨年に比べて増加傾向にある。これも外出自粛の流れから増加していることが想像できる。

緊急事態宣言が全国に拡大した今、この傾向はまだ続くと思われるが、各社、商品 PR のみならず注意喚起や世の中を元気づけるメッセージ性の高いクリエイティブも目にすることも多く、あらためてテレビ CM の力を感じる機会にもなっている。一日も早く、事態の収束を願うばかりである。

【株式会社ゼータ・ブリッジ会社概要】

「“気になる”を次のアクションに」をコンセプトとして、2001 年 10 月に設立。

独自開発の自動認識エンジンを活用した各種サービスを提供。

【本件に関するお問い合わせ】

■会社名：株式会社ゼータ・ブリッジ

■URL：<https://www.zeta-bridge.com/>

■担当部署：コンテンツ営業部

■Email：press@zeta-bridge.com

■電話番号：03-6712-2690