2020年4月度テレビCM放送回数ランキング
～緊急事態宣言発令による影響は？～

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
、2020年4月 度のテレビCM放送回数を調査し集計いたしました。

下記の表1は、2020年4月1日 から4月30日
までに当社が対象エリアとしている東京・大阪・名古屋・福岡・札幌・BSデジタルで流れたテレビCMを、企業ごとに集計したものである。
（表1）

順位	放送回数	企業名
1	18680	興和
2	13270	日本コカ・コーラ
3	12119	花王
4	11985	ＡＣジャパン
5	11349	リクルートホールディングス
6	9453	麒麟麦酒
7	8175	プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン
8	7162	アサヒ飲料
9	6569	サントリー食品インターナショナル
10	6310	サントリー酒類
11	6230	資生堂
12	6103	スズキ
13	5815	アサヒビール
14	5392	ソフトバンク
15	5384	キリンビバレッジ

清涼飲料水や酒類の新商品CMが多く投下され飲料系メーカーが上位に多くランクインしているが
、やはりコロナ禍の影響はテレビCMの放映状況においても見ることができる。緊急事態宣言が
4月7日
に発令されて以降、大幅に放映回数が増加しているＡＣジャパンが4位（札幌エリアでは単独1位
）となっている。
ＡＣジャパンは４月の後半から、「コロナ対策臨時キャンペーン」と称し、「あなたのコロナ対

策が、みんなを救う。」のスローガンの下、8篇の新作CMを出稿した。自粛ムードが続く中、今後もしばらくはこれらのCMが多く放映されるのではないだろうか。

続いて商品ごとのランキング（表2）に目を向けると、1位と11位にリクルートの学習系アプリ、12位にamazonプライムビデオと不要不急の外出自粛の中、在宅時間を有効に過ごせるアイテムの出稿数が増加傾向にあることがわかった。
（表2）
順位 放送回数 商品名
1 4157 リクルートホールディングス / スタディサプリ ＥＮＧＬＩＳＨ
2 3949 興和 / ザ･ガードコーワ整腸錠α３＋
3 3921 興和 / キューピーコーワゴールドαプラス
4 3507 興和 / バンテリンコーワサポーター腰椎コルセット
5 3505 ニトリ / ニトリ
6 3495 チューリッヒ / スーパー自動車保険
7 3042 ＫＤＤＩ / ａｕ ＰＡＹ
8 3023 アサヒビール / アサヒ ザ・リッチ
9 3006 日本コカ・コーラ / ジョージア ラテニスタ
10 2857 興和 / バンテリンコーワα
11 2770 リクルートホールディングス / スタディサプリ
12 2659 アマゾンジャパン / ａｍａｚｏｎプライムビデオ
13 2610 麒麟麦酒 / グリーンズフリー
14 2567 興和 / キューピーコーワαドリンク・αゼロドリンク
15 2484 ソニー損害保険 / ソニー損保の自動車保険

また、各自治体からの『ステイホーム』の呼びかけ、各放送局も『おうち時間』の過ごし方についての意見広告を大量に放映し、通常の企業CMの放映回数は昨年の同時期と比較して約9割程度となっている。
そんな中、出稿企業各社はタレントやスポーツ選手出演による感染拡大防止啓発CMや、こんな状況だからこそのキャッチコピーを添えたメッセージ性の高い新CMを多数投入している。
まだ先の見えない状況が続くが、テレビCMから発信される大切なメッセージをしっかりと受け止め、できることから始めてみたい。

※ランキングの詳細は下記ゼータ・ブリッジのWebサイトでもご覧いただけます。
【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】
■株式会社ゼータ・ブリッジ コンテンツ営業部
■URL：https://www.zeta-bridge.com/
■Email：press@zeta-bridge.com
■電話番号：03-6712-2690

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com