

「令和最初の月にテレビ CM が多かった商品・業種ランキング」発表

「令和」という言葉が用いられた CM は 1%未満（サイカ調査レポート）

株式会社サイカ（本社：東京都千代田区、代表取締役 CEO：平尾 喜昭、以下サイカ）は、オフライン広告¹領域における独自の調査・研究レポートの第 10 弾として「令和最初の月にテレビ CM が多かった商品・業種ランキング」を発表いたします。

これは、令和最初の月である 2019 年 5 月の CM 放送データを集計し、CM 放送時間が多かった商品・業種をランキングにしたものです。

令和

令和最初の月に
テレビ CM が多かった
商品・業種ランキング

【調査結果サマリー】

- 令和初月に最も CM 放送時間が多かった商品は「Google アプリ」、業種は「食料・飲料」で関東では約 20%近い CM 放送時間を占める

2019 年 5 月に最も CM 放送時間が多かった商品は「Google アプリ」で、CM 放送秒数は 18,180 秒でした。

また、最も CM 放送時間が多かった業種は「食料・飲料」で、CM 放送秒数は 478,650 秒で、これは 2019 年 5 月に関東地域で放送された全 CM 放送時間の 19.6%を占めます。「食料・飲料」に次いで CM 放送時間が多かった業種は「美容・健康」「エンターテインメント」でした。

¹ オフライン広告とは、インターネットを介さない広告のことで、テレビ CM、ラジオ、新聞、雑誌、チラシなどが含まれます。

● 「令和」という言葉が用いられた CM は全体の 1%未満

2019 年 5 月に関東地域で放送された全 CM 放送回数のうち、「令和」という言葉が使われた CM の放送回数は 1,279 回で、全体の 0.92%でした。

【ランキング一覧】

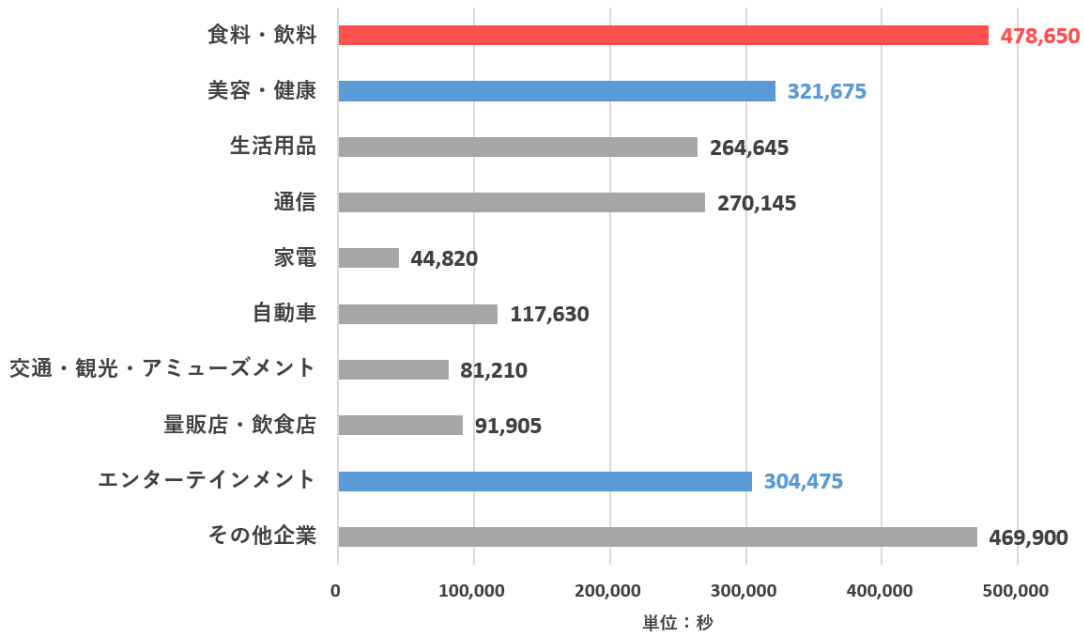
◆ 令和初月に CM 放送時間が多かった商品 TOP30

順位	企業名	商品名	放送秒数
1位	グーグル	Google アプリ	18,180
2位	サムスン電子ジャパン	Galaxy S10 / Galaxy S10+	14,130
3位	興和	キューピーコーワゴールドドリンク	13,560
4位	サントリーウエルネス	ロコモア	11,220
5位	ハウス食品	完熟トマトのハヤシライスソース	10,650
6位	アメリカンファミリー生命保険	生きるためのがん保険 Days 1	10,590
7位	日本コカ・コーラ	ジョージア・ジャパングラフトマン	10,455
8位	興和	バンテリンコーワパットEX	10,185
9位	興和	キューピーコーワiプラス	9,555
10位	三井不動産	三井不動産グループ	9,465
11位	麒麟麦酒	麒麟一番搾り生ビール	9,360
12位	再春館製薬所	ドモホルンリンクル	9,315
13位	ニトリ	ニトリ	8,850
14位	マツダ	Be a driver.	8,580
15位	全国労働者共済生活協同組合連合会	全労済	8,460
16位	ハウスウェルネスフーズ	ネルノダ	8,250
17位	スマートニュース	スマートニュース	8,040
18位	ソフトバンク	ソフトバンクの学割	7,935
19位	世田谷自然食品	乳酸菌が入った青汁	7,860
20位	富山常備薬グループ	キミエホワイトプラス	7,830
21位	trivago Japan	トリバゴ	7,800
22位	NTTドコモ	ギガホ/ギガライト	7,530
23位	テレビ朝日/朝日放送/名古屋テレビ/ビーエス朝日	「5夜連続ドラマスペシャル 山崎豊子『白い巨塔』」番組宣伝	7,490
24位	ゼスプリインターナショナルジャパン	ゼスプリ・キウイフルーツ	7,440
25位	ソニー損害保険	ソニー損保の自動車保険	7,305
26位	スポティファイジャパン	スポティファイ	7,155
27位	三井不動産リアルティ	三井のリハウス	7,140

28位	BOAT RACE振興会	ボートレース	7,095
29位	SBCメディカルグループ	湘南美容クリニック	7,050
30位	ワイモバイル	Y!mobile	6,780

◆ 業種別 CM 出稿量

2019年5月 関東地域の業種別CM出稿量（秒数）



【調査の概要】

調査名	令和最初の月にテレビCMが多かった商品・業種ランキング
調査対象期間	2019年5月1日～2019年5月31日
調査方法	対象期間の関東地域でのCM放送秒数の合計値が高い商品・業種をランキングした。 ※ 調査対象企業数：1,133社 ※ 調査対象商品数：3,174商品 ※ CM放送秒数の総計：2,445,055秒 ※ CM放送回数の総計：138,857回
留意点	各商品・各業種の放送回数・放送時間、また特定ワードの登場回数は一定の計算方法により算出されており、個別の企業に対する調査等は行っておりません。本記事の情報を利用された場合に生じる損害について、株式会社サイカは一切の責任を負いかねますので、ご了承ください

【本ランキング作成の背景】

テレビ CM などのオフライン広告は、国内で 1 年間に約 5 兆円²の費用が使われながらも、効率的な広告出稿や効果測定の手法が確立しておらず、情報も得にくい領域です。そのような現状に対し、インターネット広告とオフライン広告の統合的な分析を可能にするマーケティングツール「XICA magellan（マゼラン）」を提供するサイカは、オフライン広告領域の実態を明らかにすべく、調査・研究を行っています。

その調査・研究結果の第 10 弾として、「令和最初の月にテレビ CM が多かった商品・業種ランキング」レポートを作成いたしました。

●株式会社サイカについて <http://xica.net/>

サイカは、“すべてのデータに示唆を届けすべての人に幸福を届ける”というミッションのもと、2012 年の創業以来、統計分析システムの企画・開発・提供分野において急成長を続けている IT プロダクト開発企業です。創業当時より「分析のプロ」ではなく「現場のプロ」であるビジネスパーソンをユーザー対象としており、その独自戦略のもとに鍛え上げられた、プロダクトの操作性と直観性が高く評価されてきました。

●XICA magellan について <http://xica.net/magellan/>

インターネット広告（リスティング広告、動画広告など）、テレビ CM、交通広告など多種多様な広告の効果を統合的に分析し、広告予算の最適な配分案を算出することで、企業の全体最適なマーケティング活動を支援します。2016 年 9 月の販売開始から約 1 年で、すでに国内の広告宣伝費トップ 100 企業³の 1 割の企業で広告分析にマゼランが利用され、高い評価を得ています。

² 出典：2017 年（平成 29 年）日本の広告費 | 株式会社電通 | 2018 年 2 月 22 日

(<http://www.dentsu.co.jp/news/release/2018/0222-009476.html>)

³ 出典：「広告宣伝費」が多いトップ 300 社ランキング | 東洋経済オンライン | 2017 年 09 月 10 日

(<http://tovokeizai.net/articles/-/187757>)