

2018年12月27日

株式会社サイカ

「年末年始にテレビCMが多い企業TOP20ランキング」発表

～オフライン広告領域におけるサイカ独自の調査・研究レポート第5弾～

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5弾として「年末年始にテレビCMが多い企業TOP20ランキング」を発表いたします。これは、2017年3月1日～2018年2月28日の間で、「他の月と比べた時に年末年始のCM回数比率が大きい企業」のランキングとなります。



【調査結果サマリー】

- 年末にCM放送回数が最も集中する企業は「グーグル」、
年末に需要が増える消費財企業のCMも集中する傾向

年末にテレビCM放送回数が最も集中した企業は「グーグル」で、月の平均CM放送回数に対して約5倍のCM放送回数でした。

また、以下のような消費財を提供する企業も年末に集中する傾向がありました。

- ・医薬品（風邪薬、胃腸薬など）
- ・化粧品（保湿製品など）
- ・オンラインゲーム
- ・フード宅配

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。

● 年始に CM 放送回数が最も集中する企業は「ユーキャン」、
新習慣・新生活に関わるサービスの CM が集中する傾向

年始にテレビ CM 放送回数が最も集中した企業は、通信教育講座を提供する「ユーキャン」で、月の平均 CM 放送回数に対し、年始の CM 放送回数は約 10 倍増となっており、今回の調査で最も高い結果となっています。

ユーキャンの他、定期購読誌を提供する「アシェット・コレクションズ・ジャパン」、有料放送の「WOWOW」、モード学園、東京通信大学などを運営する「日本教育財団」、住宅・不動産ポータルサイトを運営する「LIFULL」など、新年に合わせて新習慣や新生活に関わるサービスを提供する企業の CM が集中する傾向が窺えました。

尚、ランキングおよびレポートは下記の URL でも公開中です。

<https://xica.net/magellan/newyearholidays-cm/>

【ランキング一覧】

◆ 年末（12月）に CM 放送回数が増える企業

順位	企業名	例月比
1位	グーグル	515.5%
2位	アマゾンジャパン	464.0%
3位	ヤマザキビスケット	326.0%
4位	ソニーモバイルコミュニケーションズ	288.7%
5位	ミクシィ	274.8%
6位	ホーユー	271.8%
7位	コロプラ	271.6%
8位	第一三共ヘルスケア	268.9%
9位	スーパーセル	237.5%
10位	麒麟ビバレッジ	234.1%
11位	佐藤製薬	224.1%
12位	シャープ	222.7%
13位	フォーシーズ	218.4%
14位	ドミノ・ピザ ジャパン	213.8%
15位	エーザイ	211.1%
16位	ファンケル	208.0%
17位	ジョンソン	207.4%
18位	日本中央競馬会	204.4%
19位	ゼリア新薬工業	202.7%
20位	ユニ・チャーム	200.5%

◆ 年始（1月）に CM 放送回数が増える企業

順位	企業名	例月比
1位	ユーキャン	1017.7%
2位	アシェット・コレクションズ・ジャパン	453.8%
3位	ノーベル製菓	415.9%
4位	三菱自動車工業	304.0%
5位	日本教育財団	301.3%
6位	SUBARU	272.3%
7位	L I F U L L	263.8%
8位	いなばペットフード	227.9%
9位	オリエンタルランド	213.0%
10位	ファミリーマート	202.1%
11位	旭化成ホームズ	199.8%
12位	WOWOW	199.0%
13位	ロッテ	198.7%
14位	アニプレックス	198.5%
15位	日産自動車	191.7%
16位	マツダ	191.0%
17位	サントリーウエルネス	183.8%
18位	リクルートホールディングス	181.2%
19位	本田技研工業	180.6%
20位	ユー・エス・ジェイ	171.6%

● 調査の概要

調査名	年末年始にテレビ CM が多い企業 TOP20 ランキング
調査対象期間	2017年3月1日～2018年2月28日
調査方法	<p>対象期間中、年末または年始に CM 放送回数が多い企業をランキングした。</p> <p>ランキング方法</p> <ul style="list-style-type: none"> 各企業の12月 CM 放送回数、1月 CM 放送回数それぞれの月平均 CM 放送回数に対する比率を算出 各企業の月平均 CM 放送回数に対する12月、1月の CM 放送回数の比率をそれぞれ集計し、比率の高い企業からランキングを作成 <p>※ 調査対象：対象期間内に関東地域で2,000回以上 CM が放送</p>

	<p>された企業</p> <p>※ 調査対象社数：173社(12月)、167社(1月)</p> <p>※ 全企業のCM放送回数：946,617回(12月)、915,492回(1月)</p>
留意点	<p>全社の放送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一切行っておりません。そのため、このランキングは正確性を保証できるものではありません。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</p>

【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5弾として、「年末年始にテレビCMが多い企業TOP20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>