

ゴールデンウィークのCM出稿に見る“リベンジ消費”の動向

CM総合研究所(東京都千代田区 代表・関根心太郎)は、3年ぶりに行動制限のかからない大型連休となった
本年のCM出稿状況をまとめるとともに、夏のレジャーシーズンに向けたCM動向をレポートいたします。

流通専門店をはじめ外出型の消費関連CMが活況 ゲームソフト、電子書籍系は昨年を大きく下回る

今年のゴールデンウィーク(4月29日～5月8日)にCMを放送したのは1032社、1951銘柄、2796作品といずれもコロナ禍の影響を色濃く受けた昨年を上回った。放送回数も最も多かった商品カテゴリーは通信サービスで、『NTT DOCOMO』といった携帯キャリアや『Amazonプライムビデオ』などの配信サービスが目立った。

次点は流通専門店、昨対では165.5%と大幅に増加。中古品の買い取りサービスのほか、昨年は出稿しなかった『三井アウトレットパーク』などがCMをオンエアした。そのほか外食やレジャーなど外出を伴う消費関連CMでは、外食サービス、イベント・映画系がそれぞれ昨対で約120%を記録した。前者は昨年オンエアのなかった『びっくりドンキー』『くら寿司』のほか、『丸亀製麺』と『吉野家』が来店を促すCMの放送回数を増やした。一方、『すき家』はテイクアウトを訴求。企業によって対応が分かれた。後者は、昨年に映画告知CMを展開しなかったウォルト・ディズニー・ジャパンをはじめ各社が映画館への誘引を図った。

またゲーム関連(58.7%)、出版・電子書籍(80.7%)などは昨年から出稿量が減少するなど、多くの企業が生活者の外出を見込んだCM出稿にシフトしたことが見て取れる。

『じゃらん』や『Hot Pepper Beauty』がCMを再開 夏に向け、レジャー関連CMの増加が見込まれる

商品・サービスごとの放送回数が最も多かったのはリクルートの『スーモ』。同社は昨年の同期間にオンエアのなかった『じゃらん』『Hot Pepper Beauty』『ゼクシィ相談カウンター』といった外出を伴うサービスやブライダル関連でゴールデンウィークの出稿を再開したほか、求人系のCMを積極的に展開した。

アサヒビール『スーパードライ』は発売以来初のフルリニューアルを訴求するCMを引き続きオンエア。昨対468.7%の旺盛な出稿となり、5月4日実査の5月前期調査ではCM好感度1位に輝いた。

そのほかユー・エス・ジェイ、ラウンドワンがゴールデンウィークのCM出稿を再開したほか、西武園ゆうえんちは昨年の約6倍の放送回数を記録。同様に鉄道各社も当期間のCM出稿を再開する動きが目立った。一方、『東京ディズニーリゾート』を手掛けるオリエンタルランドは連休の翌週よりCMをオンエアした。

ゴールデンウィークのCM出稿を見ると、コロナ禍の影響を大きく受けた昨年とは状況が異なることが分かる。今年の夏休みシーズンに向けては、旅行・レジャー関連といったこれまで苦戦を強いられてきたサービスのCM出稿の増加が予想される。

表1:連休期間の商品カテゴリ別 CM放送回数トップ10

順位	商品カテゴリ	総放送回数	昨年対比
1	通信サービス	4,727回	95.6%↓
2	流通専門店	2,241回	165.5%↑
3	企業・公共・他	1,942回	118.3%↑
4	外食サービス	1,856回	124.8%↑
5	ゲームソフト・玩具全般	1,709回	58.7%↓
6	出版・電子書籍	1,504回	80.7%↓
7	宅配・エステ・クリニックなど	1,484回	91.3%↓
8	イベント・映画・演劇・コンサート	1,186回	120.4%↑
9	ビール系	1,103回	130.2%↑
10	烏龍茶・水などのソフトドリンク	1,010回	134.8%↑

※集計期間：2022年4月29日～5月8日（5時計算）／東京キー5局
1032社（昨年1004社）／1951銘柄（同1932銘柄）／2756作品（同2696作品）
総放送回数：4万2107回（同4万954回）

表2:連休期間の銘柄別 CM放送回数トップ10

順位	企業名／銘柄名	総放送回数	昨年対比
1	リクルート／スーモ	666回	153.8%↑
2	NTTドコモ／NTT DOCOMO	480回	91.6%↓
3	Indeed Japan／Indeed	404回	134.7%↑
4	アサヒビール／スーパードライ	389回	468.7%↑
5	BookLive／ブックライブ	380回	127.5%↑
6	リクルート／じゃらん	378回	—
7	ハーゲンダッツ・ジャパン／ハーゲンダッツ	348回	120.0%↑
8	リクルート／Hot Pepper Beauty	335回	—
9	旭化成ホームズ／ヘーベルハウス	301回	91.5%↓
10	DMM. com／イメージアップ	292回	—

※集計期間：2022年4月29日～5月8日（5時計算）／東京キー5局
1032社（昨年1004社）／1951銘柄（同1932銘柄）／2756作品（同2696作品）
総放送回数：4万2107回（同4万954回）
(昨年対比の「—」はオンエアがなかったもの)

データ使用の際は事前にご連絡いただくとともに、「CM総合研究所調べ」の明記をお願いいたします。

■ お問い合わせは ホームページの問い合わせフォーム(<https://krs.bz/cmdb/m/media>)よりお願いいたします。CM総合研究所 広報部