



花王の広告に少しの変化・抗議の声を意識か？

花王CMの動向に変化は？2011年9月CMオンエア実績ランキング発表！ - デモの影響はあったか？

2011年10月17日、株式会社ゼータ・ブリッジより関東地区の2011年9月度CMオンエア実績ランキング発表がなされた。このデータは、同社のテレビ放送情報検索サービス「eMarker (イーマーカー)」のリアルタイムCM自動人席システムを利用し集積されたものである。

企業別ランキングTOP3

1位：花王(4,171回) 2位：P&G(2,384回) 3位：興和(2,225回)
花王は8月のCM放送回数3,397回から4,171回と回数を大きく増やしている。割合で見れば、前月比で約122%となる数字だ。それでは、前月同様、1位となった花王がCM提供しているテレビ局のランキングを見てみよう。

花王・テレビ局別CMオンエアランキング

- 1位：日本テレビ(1,584)
- 2位：フジテレビ(1,295)
- 3位：TBSテレビ(770)
- 4位：テレビ朝日(236)
- 5位：TV東京(286)

(参考：株式会社ゼータ・ブリッジ - 関東民放テレビ局の2011年9月度のCMオンエア実績)

先月1位であったフジテレビは2位になった。更に、約45%と圧倒的なシェアを持っていたフジテレビへのCM放送の割合は大きく下がっている。9月の占有率は約31%になっている。放送回数でも1547回から1295回へと減少がみられる。つまり、花王はCMの放送全体の回数は増やしているにも関わらず、フジテレビへのCM数をかなり減らしているということが数字で見て取れるわけである。このCMの減少が単なる契約の切れ目などのものか、デモの影響なのかは不明である。ただ、デモが花王のCM放映の先テレビ局の選択に何らかの影響を与えている可能性はあるのかもしれない。

http://www.best-worst.net/news_LTsbS6LZk.html

抗議する側の声をようやく聞き入れたということなのか？ただし、そのような花王側の表明が一切ないので、何とも言えない。まだまだ断定するのは早過ぎると思いますが、数字上はこのような結果が出たということは、フジテレビに取ってはショックを隠し切れないのではないかと？

10月、11月と更にフジテレビ局への広告出稿が減り続ければ、当然ながらこの原因を作り出した「韓流ごり押し」の張本人である日枝久フジサンケイグループ会長への責任追

及の動きは俄然加速されて行くと考えられます。

これからお歳暮商戦を迎えることとなりますが、花王もやはりそのことを意識しない訳には行かなくなったのでしょうか。昨晩もフジは新番組紹介の企画の中で、反日韓国女優であるキム・テヒを主役にしたドラマの宣伝をしていましたが、このドラマの視聴率いかんによっては、花王がこのドラマの単独スポンサーから降りることも十分に考えられます。

いや逆に単独スポンサーを降りなければ、批難の火の手が強まるのは確実で、花王は取り返しのつかない状態へと追い詰められることは必至の情勢です。全てはこれから年末へのかけての動きにかかって来ると思います。

昨日は北海道、福岡でもフジテレビへの抗議、花王製品の不買呼びかけのデモが行われ、北海道は100名以上が福岡県では300名以上の方が参加されたようです。



次のフジ・花王関連デモの大阪開催は10月29日(土)15時半新町北公園となっており、東京開催は11月6日(日)14時-渋谷区 明治公園です。

ほぼ毎週日本全国のどこかで、このようなデモが開催され、その度にインターネット上では多くの国民がこのデモに声援を送り続けています。いくら日本のマスコミが取り上げなくても、徐々に浸透し始めています。

むしろマスコミが沈黙すればするほど、この問題の重要性を認識して拡散され、多くの国民が参加する一大国民運動に発展することになるでしょう。この運動の戦いの成否が今後の日本を占うものになることは言うまでもありません。

マスコミに言いように操られてきた一般大衆が、ついに目覚めて立ち上がり、自らの手で変革を求めて蹶起したのです。スポンサー企業への不買運動と言う形式には賛否両論があるのは確かですが、それが一番効果的であることに異論を挟む人はいません。

花王には単にフジに対しての広告出稿額が飛び抜けていたという事実以外にも、消費者に対する高飛車な態度が問われて来ています。消費者は神様であることを忘れ、マスメディアと組んで消費者を洗脳して自社製品を買わせようとの目論見は完全に破綻したと知るべきです。

徐々に減らすなどは、何の効果も生みません。会社のトップが記者会見して消費者に謝り、何故花王が批判されているのかを踏まえて、真摯な気持ちで詫言を入れる以外にこの批判の矛先から逃れることなど出来ないと思うべきでしょう。

珍しい会社です。少しでも会社のイメージを高め、商品が売れるのを願って広告を出しているのに、出せば出すほどイメージが低下して、商品が売れなくなるというのですから、ホントに花王はバカな会社です。

行動するジャーナリストが
現下の祖国日本に
渾身の愛と力を込めて筆を揮う！

わからない事は
調べましょう！

検索

政治ブログランキング
【政治部門】4位
(2011年10月16日時点)