

J-CASTニュース > ニュース > 経済

五輪批判のテレビ局にブーメラン スポンサーにCM自粛の動き...打撃必至の展開に「自業自得」の声

2021年07月20日20時39分

東京五輪関連のテレビCMについて、トヨタ自動車はその放送を見合わせることを明らかにし、波紋が広がっている。

CMを流すか検討中というスポンサーもあり、今後に影響が出る可能性も出てきた。



トヨタ自動車本社



■ トヨタ「今後は自社メディアで情報発信」

「イメージダウンにつながりかねないし、さすがの判断だな」「民意を考えると流さない方が良い」「いずれ、他の企業も続くだろう」...

トヨタが2021年7月19日、五輪関連CMを国内では流さないと報道陣に明かしたと報じられると、ネット上では、それを支持する書き込みが相次いだ。「開会を容認してることに変わりはない」との声もあったが、その立場を理解する向きは多いようだ。

トヨタの広報部は20日、その理由について、J-CASTニュースの取材にこう答えた。

「明確には言っていませんが、オリンピックは理解されていない部分も正直あり、よりアスリートが集中できるようにと配慮しました。200人ほどの関連アスリートを応援したいと考えており、今後は自社メディアのトヨタタイムズを通じて情報発信していきます」

これは、五輪については、テレビなどのマスメディアと決別したとも取れる言い方だ。スポンサー大手が離れることは、テレビ局などにとって収入上の痛手にもなりうる。

ワイドショーなどでは、五輪が多くの国民の支持を得ていないとして、コメンテーターらがその開催に疑問符を突き付けてきた。五輪がスタートすれば、今度は連日、活躍した選手らの話題で持ちきりになることも予想される。

それだけに、ネット上では、「不安を煽りまくった結果、CMスポンサーが逃げた」「2枚舌のマスメディアに愛想を尽かした結果だよ」「各テレビ局にとっては大打撃。それも自業自得」といった声も漏れていた。

トヨタは、五輪会場のほとんどが無観客になったことを考慮して、豊田章男社長や同社幹部らは、五輪の開会式には出ないことも明らかにした。

■ 震災のときのように、ACジャパンのCMが増えるとの見方も

スポンサーの中には、CMを流すか検討中というところも出てきた。

味の素の広報担当者は同日、「流すかどうかは未定で、対応を検討しています」と取材に話した。その理由については、開示しておらず、答えられないという。ただ、理由は言えないものの、社長や幹部らが五輪の開会式には出ないと明言した。

各メディアでも、社長らが開会式に欠席するとしたスポンサーが他にいくつか報道されている。

一方、方針を変えずに五輪CMを流すというスポンサーも、いくつか報じられている。

女優の広瀬すずさん（23）を起用した五輪CMを流している三井不動産は7月20日、大会期間中もこのCMを流し続けると取材に明かした。その理由については、「スポーツを活用した街づくりを推進しており、スポーツの素晴らしさを訴求して、アスリートを支援したいからです」と説明する。

つまり、必ずしも五輪だけに焦点を当てているわけではないということのようだ。同社でも、会場が無観客などに変わっていることから、社長や幹部らが五輪の開会式に出る予定はないという。

ネット上では、今後は、スポンサーのCMが減って、2011年の東日本大震災のときのように、ACジャパンのCMが増えるのではないかと見る向きも多い。

ACジャパンの事務局長は20日、取材に次のように答えた。

「毎年キャンペーンの素材をテレビ局に渡してお任せしており、何をどれだけ流すかは関知していません。今年は、20種類を用意しましたが、五輪用というのは特にないです。全国キャンペーンのテーマとしては、海洋のプラスチックごみや食品ロスについてのCMがあります」

(J-CASTニュース編集部 野口博之)