

テレビスポット広告量が増加

ファッション・アクセサリ、化粧品・トイレタリー、家電・AV機器、
外食・各種サービス、官公庁・団体などの業種が堅調
不動産・住宅設備、薬品・医療用品などが低調
－ 2010 年上半期（1－6 月）のマスコミ 4 媒体広告量・電通調査 －

2010 年上半期（1－6 月）のマスコミ 4 媒体広告量が電通の調査でまとまった。

電通広告統計に基づいて、新聞 118 紙(広告段数)、雑誌 374 誌(広告ページ数)、ラジオ 10 局（東京・大阪地区の CM 秒数）、テレビ 15 局（番組・スポット別、東京・大阪・名古屋地区の CM 秒数）について調査したもので、これによると、新聞が前年同期比 0.5% 減、雑誌が 7.2% 減、ラジオが 2.3% 減、テレビ番組 CM が 4.0% 減、テレビスポットが 5.0% 増と、テレビスポットが 2 半期連続のプラスとなった。新聞の広告量が 8 期連続、雑誌が 19 期連続、ラジオが 12 期連続、テレビ番組 CM が 8 期連続でそれぞれ減少したが、マイナス幅はいずれも前年同期より縮小している。

2010 年上半期の広告出稿量は、日本経済の景気回復が緩やかに進む中、バンクーバー冬季オリンピック、サッカーワールドカップ、参議院議員選挙、エコポイント制度、エコカー減税などのプラス材料もあって、各媒体で主要な業種の出稿増加がみられた。

業種別（21 業種分類）では、「ファッション・アクセサリ」「家庭用品」が 5 媒体中 4 媒体で増加し、「化粧品・トイレタリー」「家電・AV 機器」「情報・通信」「流通・小売業」「外食・各種サービス」「官公庁・団体」が 3 媒体で増加した。

一方、「不動産・住宅設備」「案内・その他」が 5 媒体すべてで前年同期を下回ったほか、「エネルギー・素材・機械」「薬品・医療用品」「自動車・関連品」「趣味・スポーツ用品」「交通・レジャー」が 4 媒体で減少した。「エネルギー・素材・機械」「自動車・関連品」は テレビスポットで高い伸びとなった。

注) 電通広告統計による 4 媒体広告量は調査媒体が限定されていること、広告スペース・CM 秒数で比較していることなどから実際に取引きされた広告費の統計とは一致しません。特に、雑誌では前年比を同じ対象誌で算出していること、ラジオとテレビでは CM 放送時間が限られていることなどにご注意ください。

2010年上半期の媒体別広告量の動向は次のとおり。

<新聞>

新聞広告量(2,593,633段)は前年同期に比べ0.5%減で、2006年下半期(7-12月)から8期連続のマイナスとなったが、減少幅は今期が最も小さかった(前年同期は9.7%減)。

新聞グループ別では、全国紙0.4%増、ブロック紙0.5%減、地方紙0.2%減、スポーツ紙7.0%減と、全国紙が増加し、地方紙とブロック紙が微減であった。

総ページ数がスポーツ紙を除く各グループで前年同期を上回って全体では0.5%増となり、広告量の伸びを上回ったことから、広告掲載率は0.3ポイント低下して33.7%となった。

カラー広告は、全国紙が12.9%増、ブロック紙が4.8%増、地方紙が4.2%増、スポーツ紙が5.2%増となり、全体では7.7%増と4期ぶりに増加した。全面広告(1広告主で1ページ)は、全国紙が8.0%増加するなど各グループが増加し、全体では7.0%増と2期連続して増加した。見開き広告は、全国紙が16.7%増となるなどスポーツ紙を除く各グループが増加し、全体では13.8%増となった。

案内広告は7.3%減で8期連続の減少となり、低調に推移している。

業種別では、減少したのは「精密機器・事務用品」17.3%減(デジタルカメラ、文房具、企業広告などが減少)、「自動車・関連品」15.8%減(企業広告、軽自動車は増加したが国産乗用車、輸入乗用車が大幅に減少)、「薬品・医療用品」10.5%減(胃腸薬、企業広告などが減少)、「不動産・住宅設備」6.4%減(一般住宅、分譲マンションなどが減少)など12業種。

一方、「ファッション・アクセサリ」44.1%増(婦人服、肌着、バッグ、カジュアルシューズなどが増加)、「化粧品・トイレタリー」27.0%増(ヘアカラー、女性化粧品シリーズ、基礎化粧品、歯磨き、石鹸などが増加)、「家庭用品」24.1%増(鍋・やかん類、企業広告などが増加)、「飲料・嗜好品」23.5%増(美容・栄養ドリンク、健康茶、野菜ジュース、乳酸菌飲料などが増加)など9業種が増加した。

<雑誌>

雑誌広告量(97,440ページ)は7.2%減、19期連続の減少だが4期ぶりに1ケタのマイナスとなった(前年同期は19.8%減)。

ジャンル別(17分類)では、「パソコン誌」30.1%減、「番組・都市型情報誌」17.4%減、「一般週刊誌」13.5%減、「アダルト男性誌」8.3%減、「女性誌」8.0%減、「自動車誌」7.7%減など16ジャンルが前年同期を下回った。増加したのは「男性コミック誌」0.7%増のみ。

業種別では、「自動車・関連品」23.9%減(国産乗用車、輸入乗用車などが減少)、「趣味・スポーツ用品」19.3%減(ゲームソフト、オーディオソフト、映像ソフト、ゴルフボール、スポーツウエアが減少)、「教育・医療サービス・宗教」13.9%減(病院・医療サービス、専門学校・各種学校などが減少)、「薬品・医療用品」12.2%減(胃腸薬、かぜ薬、企業広告が減少)、「金融・保険」11.3%減(消費者金融、宝くじなどが減少)、「情報・通信」10.5%減(モバイルコンテンツ、ウェブコンテンツは増加したが、パソコン、携帯電話機などが減少)。

「化粧品・トイレットリー」6.1%減（女性化粧品シリーズ、ファンデーションなどが減少）など17業種が減少した。

一方、「ファッション・アクセサリ」5.5%増（婦人服、バッグ、貴金属・アクセサリなどが増加）、「家庭用品」4.3%増（容器・食器、ベビー用品などが増加）、「飲料・嗜好品」2.5%増（美容・栄養ドリンク、タバコなどが増加）など4業種が増加した。

<ラジオ>

ラジオ広告量（10,643,420秒）は2.3%減で、12期連続のマイナスとなったが減少幅は縮小した（前年同期は10.4%減）。

地区別では、東京5.3%減、大阪0.9%増。

業種別では、「精密機器・事務用品」32.6%減（腕時計、企業広告などが減少）、「自動車・関連品」19.1%減（国産乗用車、企業広告、国産商業車などが減少）、「不動産・住宅設備」17.0%減（企業広告、一般住宅などが減少）、「交通・レジャー」12.6%減（国内航空各社、ホテル・旅館、レジャーランド・テーマパーク、映画などが減少）、「飲料・嗜好品」12.5%減（美容・栄養ドリンク、清酒、国産ビールなどが減少）など12業種が減少した。

一方、増加業種は「外食・各種サービス」31.7%増（飲食業、セキュリティサービス、法律相談などが増加）、「家電・AV機器」19.3%増（液晶テレビ、プラズマテレビ、企業広告などが増加）、「薬品・医療用品」9.8%増（鎮痛・解熱剤、メガネなどが増加）、「官公庁・団体」8.5%増（政党・政治団体、広告団体が増加）、「流通・小売業」5.0%増（大型量販店、通信販売などが増加）など9業種。

<テレビ番組CM>

テレビ番組広告量（9,210,385秒）は4.0%減で、8期連続のマイナスとなった（前年同期は5.9%減）。

地区別では東京4.7%減、大阪2.6%減、名古屋4.4%減。

業種別では、「不動産・住宅設備」21.2%減（一般住宅は増加したが、企業広告などが減少）、「自動車・関連品」19.6%減（国産乗用車、企業広告などが減少）、「薬品・医療用品」12.2%減（筋肉痛薬・しっぶ薬、企業広告などが減少）、「金融・保険」11.4%減（保険、消費者金融、クレジットカードなどが減少）、「エネルギー・素材・機械」10.9%減（ガソリン、電力などが減少）など14業種が減少した。

一方、「家庭用品」23.3%増（脱臭剤、殺虫剤、ラップ・アルミ箔などが増加）、「教育・医療サービス・宗教」23.1%増（通信教育、予備校・学習塾、病院・シルバー施設などが増加）、「官公庁・団体」11.3%増（官公庁、外国観光案内が増加）、「化粧品・トイレットリー」5.1%増（ヘアカラー、化粧水、女性化粧品シリーズ、洗濯用洗剤、紙おむつなどが増加）など7業種が増加した。

<テレビスポット>

テレビスポット広告量 (29,865,695 秒) は 5.0%増で、2 期連続で増加した。

地区別では、東京 5.6%増、大阪 3.7%増、名古屋 5.7%増と各地区で増加した。

業種別では、「エネルギー・素材・機械」40.6%増（電力、ガソリンなどが大幅に増加）、
「官公庁・団体」32.7%増（政党・政治団体、広告団体などが増加）、
「外食・各種サービス」32.3%増（飲食業、女性用ウィッグ、法律相談などが増加）、
「自動車・関連品」29.7%増（国産乗用車、輸入乗用車、軽自動車などが増加）、
「情報・通信」24.4%増（モバイルコンテンツ、ウェブコンテンツなどが増加）、
「家電・AV 機器」13.6%増（エアコン、電池、ブルーレイディスクレコーダーなどが増加）、
「化粧品・トイレットリー」10.1%増（シャンプー&リンス、整髪料、モイスチャークリーム、ファンデーション、女性化粧品シリーズ、食器用洗剤、紙おむつなどが増加）、
「食品」9.3%増（健康食品、即席麺類、冷凍食品、チューイングガムなどが増加）など 14 業種が増加した。

一方、「趣味・スポーツ用品」27.0%減（ゲームソフト、オーディオソフト、パチンコ・パチスロ機などが減少）、
「交通・レジャー」18.4%減（国内航空各社、映画、レジャーランド・テーマパークなどが減少）、
「薬品・医療用品」11.3%減（総合保健薬、筋肉痛薬・シップ薬などが減少）など 7 業種が減少した。