

地上波テレビの広告量が増加

「家電・AV機器」「家庭用品」「外食・各種サービス」が全媒体で出稿が増加
－ 2021年（1～12月）のマスコミ四媒体広告量・電通調査 －

2021年（1～12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336誌（広告ページ数）、ラジオ10局（東京・大阪地区のCM秒数）、地上波テレビ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、新聞が前年比0.1%減（2020年は同6.5%減）、雑誌が同10.3%減（2020年は同22.0%減）、ラジオが同0.7%減（2020年は同7.2%減）、地上波テレビ番組CMが同5.3%増（2020年は同4.2%減）、地上波テレビスポットが同4.2%増（2020年は同3.1%減）であった。

2021年の広告出稿量は、新型コロナウイルス感染拡大の影響はあったものの、東京2020関連出稿などの好材料もあり、マスコミ4媒体では、地上波テレビ番組CM・地上波テレビスポットで増加となった。

業種別（21業種分類）では、「家電・AV機器」「家庭用品」「外食・各種サービス」が全媒体で前年同期を上回った。一方、「エネルギー・素材・機械」「自動車・関連品」が全媒体で減少した。

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取引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。

2021年の媒体別広告量の動向は次のとおり。

<新聞>

新聞広告量（4,395,376段）は前年に比べ0.1%減。

新聞グループ別では、全国紙3.2%増、ブロック紙2.2%減、地方紙1.8%減、スポーツ紙4.6%減と全国紙が前年を上回った。

総ページ数（986,994頁）は全グループが前年同期を上回り、全体で1.8%増となった。広告掲載率は30.0%。

カラー広告は、全国紙が14.7%増、ブロック紙が4.9%増、地方紙が0.8%増、スポーツ紙が3.2%減となり、全体では同7.1%増と前年を上回った。全面広告（1広告主で1ページ）は、全国紙が8.0%増、ブロック紙が3.3%増、地方紙が1.9%増、スポーツ紙が5.3%減、全体では4.6%増となった。見開き広告は地方紙以外が増加し、全体では11.0%増となった。案内広告は8.5%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「自動車・関連品」18.6%減（企業広告、セダン、軽自動車などが減少）、「趣味・スポーツ用品」8.9%減（記念コイン、家庭用園芸用品、ゴルフクラブなどが減少）、「エネルギー・素材・機械」7.9%減（電力会社、企業広告、産業用機器関連などが減少）、「案内・その他」7.0%減（多業種・小スペース連合広告などが減少）、「教育・医療サービス・宗教」5.6%減（予備校・学習塾、通信教育、宗教などが減少）、「情報・通信」5.2%減（WEBコンテンツ、オンラインショップ、CATVなどが減少）など9業種で減少となった。

一方、増加は「ファッション・アクセサリ」12.7%増（靴下、肌着、婦人服などが増加）、「金融・保険」10.5%増（生命保険、医療保険、保険会社の企業広告などが増加）、「薬品・医療用品」10.1%増（その他医薬品、総合保健薬、筋肉痛薬・しつぷ薬などが増加）、「家電・AV機器」8.9%増（空気清浄機、家電・AV機器総合、電気美容・美容器具などが増加）、「化粧品・トイレットリー」7.3%増（通販系女性用ラインナップ化粧品・通販系女性用オールインワン化粧品、育毛・養毛剤、シャンプー&リンス・コンディショナーなどが増加）、「官公庁・団体」4.9%増（他の諸団体、自治体、催事などが増加）、「交通・レジャー」2.0%増（イベント・セミナー、コンサート、公営レースなどが増加）、「外食・各種サービス」1.9%増（企業広告、その他サービス、法律事務所などが増加）などの12業種。

<雑誌>

雑誌広告量（89,209ページ）は10.3%減。

ジャンル別（17分類）では、「育児誌」19.5%減、「ヤングアダルト男性誌」17.5%減、「女性誌」14.8%減、「自動車誌」12.5%減、「ヤング女性誌」12.1%減、「生活実用情報誌」11.7%減、「ヤング男性誌」11.4%減、「パソコン誌」9.3%減、「一般週刊誌」9.2%減、「その他誌」9.0%減など全ジャンルが前年を下回った。

業種別では、「ファッション・アクセサリ」20.7%大幅減（婦人服、紳士服、カジュアルウェアなどが減少）、「化粧品・トイレットリー」16.9%減（通販系女性用ラインナップ化粧品、女

性化粧品シリーズ、美容液などが減少）、「不動産・住宅設備」13.0%減（一般住宅、住宅リフォームなどが減少）、「飲料・嗜好品」11.8%減（通販系美容・栄養ドリンク、タバコ、美容・栄養ドリンク、清酒などが減少）、「食品」11.3%減（通販系サプリメント、他の食品、和菓子などが減少）、「薬品・医療用品」9.9%減（企業広告、その他医薬品、ドリンク剤などが減少）など16業種で減少となった。

一方、増加は「家電・AV機器」14.1%増（ソーダメーカー、家庭用マッサージ器、電気冷蔵庫などが増加）、「案内・その他」11.8%増（企業グループが増加）、「情報・通信」3.9%増（WEBコンテンツ、オンラインショップ、コンピュータソフトなどが増加）、「外食・各種サービス」2.3%増（企業広告、エステティックサロンなどが増加）、「家庭用品」1.2%増（加熱式たばこ、容器・食器、ブラインドなどが増加）の5業種。

<ラジオ>

ラジオ広告量（19,276,075秒）は0.7%減。

地区別では、東京1.0%減、大阪0.4%減。

業種別では、「精密機器・事務用品」30.8%大幅減（企業広告、腕時計、他の精密機器などが減少）、「案内・その他」20.6%大幅減（企業グループが減少）、「出版」17.8%減（英語教材・テキスト、一般紙、企業広告などが減少）、「エネルギー・素材・機械」14.8%減（ガス会社、ガソリン、産業用機器関連などが減少）、「自動車・関連品」12.5%減（企業広告、国産商業車、SUVなどが減少）、「食品」11.7%減（通販系サプリメント・通販系健康食品、アイスクリーム・シャーベット、スナック菓子などが減少）、「官公庁・団体」7.0%減（広告団体、自治体が減少）、「交通・レジャー」6.5%減（映画、鉄道、コンサートなどが減少）、「金融・保険」6.4%減（がん保険、通販系自動車保険、他の目的別ローンなどが減少）など12業種で減少となった。

一方、増加は「化粧品・トイレットリー」23.8%大幅増（育毛・養毛剤、通販系女性用ラインナップ化粧品、その他アイメイクアップ商品、洗濯用洗剤などが増加）、「家電・AV機器」15.6%増（企業広告、エアコン、換気扇などが増加）、「飲料・嗜好品」14.7%増（企業広告、インスタントコーヒー、乳酸菌飲料、薬用酒などが増加）、「薬品・医療用品」11.2%増（企業広告、鎮痛・解熱剤、サポーター・マスクなどが増加）、「家庭用品」10.2%増（機能性マットレス、防虫剤、企業広告などが増加）などの9業種。

<地上波テレビ番組CM>

テレビ番組広告量（18,442,435秒）は5.3%増。

地区別では東京5.3%増、大阪5.9%増、名古屋4.9%増と全地区で増加となった。

業種別では、「案内・その他」104.4%大幅増（企業グループなどが増加）、「精密機器・事務用品」37.7%大幅増（メガネ型拡大鏡、デジタルカメラ、事務用家具などが増加）、「飲料・嗜好品」19.6%増（国産ビール、ビールテイスト飲料、発泡酒、通販系美容・栄養ドリンクなどが増加）、「情報・通信」18.5%増（企業広告、WEBコンテンツ、スマートフォンなどが増加）、「家庭用品」12.5%増（企業広告、脱臭剤、機能性マットレスなどが増加）、「家

電・AV 機器」11.4%増（電気理容・美容器具、家電・AV 機器総合、換気扇などが増加）、「流通・小売業」7.7%増（通信販売、商店街・ショッピングモール、出張買い取りなどが増加）、「出版」7.3%増（企業広告、地図・楽譜、総合・娯楽誌などが増加）、「薬品・医療用品」4.9%増（サポーター・マスク、総合保健薬、筋肉痛薬・シップ薬などが増加）など16業種が増加した。

一方、減少は「エネルギー・素材・機械」15.1%減（ガソリン、企業広告、梱包用品などが減少）、「自動車・関連品」14.9%減（輸入SUV・国産SUV、企業広告、軽自動車などが減少）、「交通・レジャー」4.0%減（ホテル・旅館、スポーツ施設、鉄道などが減少）、「ファッション・アクセサリー」2.6%減（紳士・婦人靴、カバン・ランドセル、紳士服などが減少）、「食品」0.6%減（食品総合、酢、スナック菓子などが減少）の5業種。

<地上波テレビスポット>

テレビスポット広告量（62,702,258秒）は4.2%増。

地区別では、東京4.1%増、大阪4.8%増、名古屋3.8%増と全地区で増加。

業種別では、「精密機器・事務用品」165.7%大幅増（メガネ型拡大鏡、企業広告、事務用家具などが増加）、「出版」47.7%大幅増（企業広告、趣味専門誌、児童週刊誌などが増加）、「情報・通信」29.0%大幅増（WEBコンテンツ、移動体通信サービス、企業広告、オンラインゲームなどが増加）、「不動産・住宅設備」21.2%大幅増（住宅設備総合、ホームセキュリティ機器、企業広告などが増加）、「趣味・スポーツ用品」20.8%大幅増（ゲームソフト、パチンコ・パチスロ機、フィットネス用品などが増加）、「案内・その他」18.5%増（企業グループなどが増加）、「金融・保険」18.4%増（クレジットカード、仮想通貨、通販系医療保険などが増加）、「家庭用品」12.8%増（企業広告、脱臭剤、家具などが増加）、「飲料・嗜好品」10.7%増（国産ビール、乳酸菌飲料、インスタントコーヒー、日本茶などが増加）など11業種が増加した。

一方、減少は「官公庁・団体」20.7%大幅減（広告団体、自治体、外国官公庁が減少）、「流通・小売業」19.9%減（通信販売、商店街・ショッピングモール、スーパーなどが減少）、「自動車・関連品」17.9%減（企業広告、軽自動車、SUVなどが減少）、「エネルギー・素材・機械」16.2%減（ガス会社、電力会社、ガソリンなどが減少）、「薬品・医療用品」12.2%減（総合保健薬、ドリンク剤、総合感冒薬などが減少）などの10業種。

【本レポートに関するお問い合わせ先】

株式会社電通 電通メディアイノベーションラボ
mediainnovation@dentsu.co.jp