

全媒体の広告量が減少傾向

「官公庁・団体」のみ全媒体で出稿が増加

－ 2019年（1～12月）のマスコミ4媒体広告量・電通調査 －

2019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349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3.4%減（2018年は同3.6%減）、雑誌が同10.2%減（2018年は同9.0%減）、ラジオが同1.6%減（2018年は同2.8%減）、地上波テレビ番組CMが同2.1%減（2018年は同4.3%増）、地上波テレビスポットが同0.7%減（2018年は同1.3%減）であった。

2019年の広告出稿量は、9—11月「ラグビーワールドカップ2019 ジャパン」や9・10月「世界陸上2019 ドーハ」等が行われ回復が期待された一方で、消費増税後の買い控えや長梅雨、台風15号・19号被害などの影響も大きくマスコミ4媒体では、全媒体で減少となった。

業種別（21業種分類）では、「官公庁・団体」が全媒体で前年同期を上回った。一方、「精密機器・事務用品」「家電・AV機器」「家庭用品」「不動産・住宅設備」「教育・医療サービス・宗教」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に取り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。

2019年の媒体別広告量の動向は次のとおり。

<新聞>

新聞広告量（4,702,027段）は前年に比べ3.4%減。

新聞グループ別では、全国紙4.5%減、ブロック紙3.3%減、地方紙2.3%減、スポーツ紙4.0%減と全グループが前年を下回った。

総ページ数（1,020,494頁）は全グループが前年同期を下回り、全体で2.2%減となった。広告掲載率は前年同期比で0.4ポイントマイナスの31.0%。

カラー広告は、全国紙が1.9%減、ブロック紙が6.3%減、地方紙が0.3%増、スポーツ紙が2.5%減となり、全体では同98.8%と前年を下回った。全面広告（1広告主で1ページ）は、全国紙が4.1%減、ブロック紙が3.4%減、地方紙が3.0%減、スポーツ紙が6.5%減、全体では3.7%減となった。見開き広告は全グループが減少し、全体では10.3%減となった。案内広告は8.4%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「ファッション・アクセサリ」25.3%大幅減（婦人服が大幅減、ファッション・アクセサリ総合などが減少）、「飲料・嗜好品」20.7%大幅減（通販系美容・栄養ドリンクが大幅減）、「化粧品・トイレタリー」15.6%減（育毛・養毛剤、歯磨、通販系女性用オールインワン化粧品などが減少）、「家電・AV機器」15.1%減（企業広告、電気炊飯器などが減少）、「金融・保険」14.4%減（通販系保険〈医療・生命〉などが減少）、「自動車・関連品」7.8%減（国産乗用車総合、2BOX、ミニバン・1BOXなどが減少）、「教育・医療サービス・宗教」7.4%減（専門学校・各種学校、学校、病院・医療サービスなどが減少）、「エネルギー・素材・機械」6.1%減（企業広告、産業用機器関連などが減少）など16業種で減少となった。

一方、増加は「官公庁・団体」20.0%増（官公庁、他の諸団体、政党・政治団体などが増加）、「趣味・スポーツ用品」13.1%増（趣味・他のゲーム〈記念コイン〉、フィットネス用品などが増加）、「薬品・医療用品」9.8%増（その他医薬品、サポーター・マスクなどが増加）などの5業種。

<雑誌>

雑誌広告量（132,253ページ）は10.2%減。

ジャンル別（17分類）では、「ティーン女性誌」21.1%減、「ヤング女性誌」16.1%減、「育児誌」15.8%減、「生活実用情報誌」13.1%減、「その他誌」11.9%減、「パソコン誌」11.7%減、「女性誌」11.6%減、「自動車誌」11.2%減、「ミセス性誌」10.4%減、「番組・都市型情報誌」8.5%減など全ジャンルが前年を下回った。

業種別では、「案内・その他」16.3%減（企業グループが減少）、「薬品・医療用品」15.0%減（企業広告、医家向け薬品、メガネなどが減少）、「家電・AV機器」14.9%減（電気理容・美容器具、他の厨房電気機器〈コーヒーメーカー〉などが減少）、「出版」14.0%減（単行本、出版案内などが減少）、「交通・レジャー」14.0%減（映画、イベント・セミナーなどが減少）、「流通・小売業」13.2%減（通信販売、商店街・ショッピングモールなどが減少）、「化粧品・

トイレタリー」11.7%減（通販系女性用ラインナップ化粧品、ファンデーションなどが減少）、
「ファッション・アクセサリ」11.5%減（婦人服、貴金属・アクセサリ、バッグなどが減少）、
「自動車・関連品」11.3%減（他の自動車関連品、ミニバン・1BOXなどが減少）、「趣味・スポーツ用品」10.9%減（ゴルフクラブ、ゲームソフトなどが減少）、「食品」9.3%減（通販系サプリメント、他の食品などが減少）、「エネルギー・素材・機械」8.6%減（モーターオイル、企業広告などが減少）など20業種で減少となった。

一方、増加は「官公庁・団体」2.3%増（他の諸団体が増加）の1業種。

<ラジオ>

ラジオ広告量（20,932,335秒）は1.6%減。

地区別では、東京4.5%減、大阪1.3%増。

業種別では、「飲料・嗜好品」27.8%大幅減（通販系美容・栄養ドリンクが大幅減、焼酎、企業広告などが減少）、「家電・AV機器」23.8%大幅減（企業広告が大幅減、空気清浄機、他の厨房電気機器などが減少）、「精密機器・事務用品」17.7%減（企業広告、デジタルカメラなどが減少）、「流通・小売業」14.2%減（他の小売店〈出張買い取り〉が大幅減、大型量販店などが減少）、「金融・保険」9.3%減（通販系保険〈生命・損害・自動車〉が大幅減、保険会社の企業広告、損害保険などが減少）、「趣味・スポーツ用品」7.7%減（オーディオソフトが大幅減）、
「不動産・住宅設備」7.3%減（企業広告・他の建材〈畳〉、墓地・霊園などが減少）、「自動車・関連品」7.0%減（国産商業車、企業広告、SUVなどが減少）、「家庭用品」6.3%減（家庭用品総合、防虫剤、接着剤などが減少）など13業種が減少した。

一方、増加は「案内・その他」91.5%大幅増（企業グループが大幅増）、「交通・レジャー」16.9%増（企業広告、コンサートなどが増加）、「官公庁・団体」12.7%増（他の諸団体、官公庁などが増加）など8業種。

<地上波テレビ番組CM>

テレビ番組広告量（18,280,992秒）は2.1%減。

地区別では東京2.3%減、大阪1.6%減、名古屋2.4%減と全地区が減少となった。

業種別では、「精密機器・事務用品」25.2%大幅減（望遠鏡・顕微鏡〈メガネ型拡大鏡〉が大幅減、デジタルカメラ、腕時計などが減少）、「案内・その他」17.6%減（企業グループが減少）、「情報・通信」8.3%減（オンラインゲーム、移動体通信サービス、携帯電話端末・スマートフォンなどが減少）、「趣味・スポーツ用品」7.7%減（人気キャラクター系玩具、フィットネス用品、ゲームソフトなどが減少）、「出版」6.5%減（一般紙、出版案内などが減少）、「金融・保険」6.3%減（通販系保険〈生命・医療〉、生命保険、カードローンなどが減少）、「外食・各種サービス」4.8%減（飲食業、男性用かつら、女性用ウィッグ、宅配・引越サービスなどが減少）、「不動産・住宅設備」4.7%減（一般住宅、太陽光発電、バスユニットなどが減少）、「教育・医療サービス・宗教」4.4%減（予備校・学習塾、通信教育などが減少）など13業種が減少した。

一方、増加は「官公庁・団体」115.0%大幅増（他の諸団体、官公庁、外国官公庁などが増加）、「エネルギー・素材・機械」12.2%増（ガソリン、企業広告などが増加）、「ファッション・アクセサリー」8.2%増（企業広告、カジュアルシューズなどが増加）、など8業種。

<地上波テレビスポット>

テレビスポット広告量（62,116,730秒）は0.7%減。

地区別では、東京0.5%減、大阪1.8%減、名古屋0.2%増と名古屋地区が増加。

業種別では、「案内・その他」22.8%大幅減（企業グループが減少）、「精密機器・事務用品」14.5%減（デジタルカメラが大幅減、企業広告などが減少）、「趣味・スポーツ用品」11.7%減（人気キャラクター系玩具、キャットフード、フィットネス用品などが減少）、「化粧品・トイレットアリー」10.2%減（洗濯用洗剤、ボディシャンプー、柔軟剤などが大幅減、洗口液、メイククレンジング、歯磨などが減少）、「不動産・住宅設備」6.7%減（企業広告、一般住宅などが減少）、「情報・通信」5.0%減（オンラインゲームが大幅減、携帯電話端末・スマートフォンなどが減少）など11業種が減少した。

一方、増加は「官公庁・団体」61.3%大幅増（他の諸団体、官公庁が大幅増、政党・政治団体などが増加）、「エネルギー・素材・機械」11.7%増（ガソリン、電力会社などが増加）、「金融・保険」11.4%増（電子マネーが大幅増、クレジットカード、保険会社の企業広告などが増加）、「流通・小売業」7.9%増（通信販売、商社の企業広告などが増加）、「出版」4.0%増（趣味専門誌、年鑑・辞書・事典などが増加）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 メディアイノベーション研究部

TEL：03-6216-8093