

## ラジオ・地上波テレビスポットの広告量は堅調

「エネルギー・素材・機械」「食品」などの出稿は増加

### － 2016年上半期（1-6月）のマスコミ4媒体広告量・電通調査 －

2016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117紙（広告段数）、雑誌375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、新聞が前年同期比1.2%減（2015年は同2.8%減）、雑誌が同4.5%減（2015年は同3.9%減）、ラジオが同2.1%増（2015年は同3.0%増）、地上波テレビ番組CMが同2.4%減（2015年は同5.9%減）、地上波テレビスポットが同2.5%増（2015年は同0.0%）であった。

2016年上半期の広告出稿量は、一進一退の景気動向と先行き不透明感から弱めの個人消費が続く中、マスコミ4媒体ではラジオと地上波テレビスポットの広告量が堅調だった。

業種別（21業種分類）では、全媒体で前年同期を上回った業種はないが、「エネルギー・素材・機械」「食品」などが増加した。一方、「ファッション・アクセサリー」「家庭用品」「趣味・スポーツ用品」などの業種は減少した。

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。

2016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（2,610,528段）は前年同期に比べ1.2%減。

新聞グループ別では、全国紙2.0%減、ブロック紙1.0%増、地方紙0.7%減、スポーツ紙1.9%減とブロック紙以外のグループが減少となった。

総ページ数（533,638頁）は、全国紙・スポーツ紙が前年同期を下回ったものの、全体では0.1%増となった。総ページ数が増加し、広告量が減少したことから、広告掲載率は前年同期比で0.4ポイントマイナスの33.0%。

カラー広告は、全国紙が1.9%増、ブロック紙が5.5%増、地方紙が2.2%増、スポーツ紙が0.9%増となり、全体では2.2%増となった。全面広告（1広告主で1ページ）は、全国紙が0.7%増、ブロック紙が3.1%増、地方紙が0.3%増、スポーツ紙が0.7%減となり、全体では0.6%増となった。見開き広告は地方紙以外で減少し、全体では1.8%減となった。案内広告は3.6%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「家電・AV機器」23.3%減（電気掃除機、オーディオなどが減少）、「家庭用品」12.3%減（機能性エアマットレス、脱臭剤、などが減少）、「趣味・スポーツ用品」12.2%減（趣味・他のゲーム、ゴルフ用品などが減少）、「情報・通信」9.3%減（デスクトップパソコン、オンラインゲーム、衛星放送などが減少）など15業種で減少となった。

一方、増加は「官公庁・団体」9.8%増（政党・政治団体、外国官公庁などが増加）、「流通・小売業」7.0%増（通信販売、コンビニエンスストアなどが増加）、「飲料・嗜好品」6.6%増（通販系美容・栄養ドリンク、国産ビールなどが増加）、「食品」4.5%増（通販系サプリメント、チョコレート、通販系美容食品などが増加）、「化粧品・トイレットリー」1.5%増（通販系女性用ラインナップ化粧品、企業広告などが増加）、「出版」0.7%増（単行本、文庫本などが増加）の6業種。

## <雑誌>

雑誌広告量（87,725頁）は4.5%減。

ジャンル別（17分類）では、「番組・都市型情報誌」12.1%減、「ヤング女性誌」9.8%減、「ビジネス・マネー誌」9.2%減、「パソコン誌」8.5%減、「女性誌」7.9%減などの13ジャンルが前年同期を下回った。一方、増加したのは「ティーン女性誌」11.1%増、「自動車誌」5.7%増、「アダルト男性誌」4.0%増、「男性コミック誌」3.0%増の4ジャンルだった。

業種別では、「金融・保険」17.4%減（クレジットカード、FXなどが減少）、「飲料・嗜好品」12.2%減（通販系美容・栄養ドリンク、タバコ、焼酎などが減少）、「薬品・医療用品」10.6%減（医家向け薬品、総合保健薬、企業広告などが減少）、「ファッション・アクセサリ」10.6%減（婦人服、バッグ、貴金属・アクセサリなどが減少）、「趣味・スポーツ用品」8.0%減（ゴルフクラブ、スポーツウェアなどが減少）など10業種が減少した。

一方、増加は「案内・その他」17.4%増（企業グループなどが増加）、「官公庁・団体」13.8%

増（自治体、官公庁などが増加）、「出版」8.8%増（単行本、総合・娯楽誌などが増加）、「エネルギー・素材・機械」8.1%増（電力、ガスなどが増加）などの11業種。

### <ラジオ>

ラジオ広告量（11,471,990秒）は2.1%増。

地区別では、東京0.5%減、大阪4.9%増。

業種別では、「案内・その他」109.0%増（企業グループが増加）、「出版」23.1%増（一般紙、他の出版物などが増加）、「飲料・嗜好品」19.0%増（通販系美容・栄養ドリンク、缶コーヒー、ミネラルウォーターなどが増加）、「外食・各種サービス」16.5%増（法律事務所、宅配・引越サービス、人材派遣などが増加）、「家庭用品」11.7%増（防虫剤、ラップ・アルミ箔などが増加）、「自動車・関連品」6.6%増（輸入2BOX、ミニバン・1BOX、企業広告などが増加）など11業種が増加した。

一方、減少は「官公庁・団体」20.4%減（広告団体、他の諸団体が減少）、「ファッション・アクセサリ」11.2%減（機能性肌着、企業広告などが減少）、「化粧品・トイレットリー」10.4%減（ファンデーション、育毛・養毛剤、通販系女性用オールインワン化粧品などが減少）、「交通・レジャー」8.4%減（芸能・芸術・文化施設、私鉄、企業広告などが減少）、「教育・医療サービス・宗教」6.3%減（通信教育、病院・医療サービス、専門学校・各種学校などが減少）など10業種。

### <地上波テレビ番組CM>

地上波テレビ番組広告量（8,741,840秒）は2.4%減。

地区別では東京3.2%減、大阪2.0%減、名古屋1.8%減。

業種別では、「飲料・嗜好品」14.3%減（第3のビール、国産ビール、企業広告などが減少）、「出版」11.5%減（文庫本、趣味専門誌、企業広告などが減少）、「化粧品・トイレットリー」9.8%減（通販系女性用ラインナップ化粧品、デオドラント、シャンプー&リンス・コンディショナーなどが減少）、「ファッション・アクセサリ」9.2%減（繊維・衣服総合、企業広告などが減少）など12業種が減少した。

一方、増加は「官公庁・団体」28.1%増（自治体、他の諸団体などが増加）、「案内・その他」28.1%増（企業グループが増加）、「食品」12.6%増（通販系サプリメント、即席麺類、合わせ調味料などが増加）、「教育・医療サービス・宗教」12.3%増（英会話・語学スクール、病院・医療サービスなどが増加）の9業種。

### <地上波テレビスポット>

地上波テレビスポット広告量（31,736,475秒）は2.5%増。2期連続の増加。

地区別では、東京2.5%増、大阪2.2%増、名古屋2.9%増。

業種別では、「エネルギー・素材・機械」325.1%増（電力、ガス、企業広告が大幅に増加）、「官公庁・団体」47.7%増（広告団体、官公庁などが増加）、「案内・その他」36.2%増（企業

グループが増加)、 「家電・AV 機器」 30.0%増 (空気清浄機、電気掃除機、企業広告などが増加)、 「情報・通信」 11.4%増 (WEB コンテンツ、移動体通信サービスなどが増加)、 「薬品・医療用品」 9.9%増 (コンタクトレンズ、うがい薬・喉消炎薬、鎮痛・解熱剤などが増加)、 「不動産・住宅設備」 9.2%増 (バスユニット、不動産仲介、企業広告などが増加) など 13 業種が増加した。

一方、減少は「自動車・関連品」 17.9%減 (軽自動車、2BOX などが減少)、 「精密機器・事務用品」 11.9%減 (デジタル一眼レフカメラ、企業広告などが減少)、 「流通・小売業」 11.4%減 (通信販売、商店街・ショッピングモールなどが減少)、 「教育・医療サービス・宗教」 8.9%減 (通信教育、病院・医療サービスなどが減少)、 「飲料・嗜好品」 8.2%減 (通販系美容・栄養ドリンク、ミネラルウォーター、他の果汁飲料などが減少)、 「交通・レジャー」 3.5%減 (旅行代理店、JR 各社、企業広告などが減少) など 8 業種。

**【本レポートに関するお問い合わせ先】**

株式会社電通 電通総研 メディアイノベーション研究部

TEL : 03-6216-8093