

地上波テレビ番組の広告量は横ばい、他は減少傾向

「不動産・住宅設備」「エネルギー・素材・機械」「家庭用品」などの出稿が増加

－ 2017年上半期（1～6月）のマスコミ4媒体広告量・電通調査 －

2017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367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1.7%減（2016年は同1.2%減）、雑誌が同7.1%減（2016年は同4.5%減）、ラジオが同4.2%減（2016年は同2.1%増）、地上波テレビ番組CMが同0.2%増（2016年は同2.4%減）、地上波テレビスポットが同1.2%減（2016年は同2.5%増）であった。

2017年上半期の広告出稿量は、日本経済が引き続き緩やかな成長を続ける中、広告環境でも「2017 WORLD BASEBALL CLASSIC™」や「プレミアムフライデー」など好材料があったものの、マスコミ4媒体広告量は減少傾向だった。

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、「不動産・住宅設備」「エネルギー・素材・機械」「家庭用品」などが増加した。一方、「外食・各種サービス」が全媒体で減少したほか、「交通・レジャー」「化粧品・トイレットリー」「流通・小売業」など多くの業種が減少した。

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。

2017 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（2,572,716 段）は前年同期に比べ 1.7%減。

新聞グループ別では、全国紙 3.3%減、ブロック紙 2.3%減、地方紙 0.2%増、スポーツ紙 3.5%減と地方紙以外のグループが前年を下回った。

総ページ数（528,476 頁）は全グループが前年同期を下回り、1.4%減となった。広告掲載率は 0.2 ポイントマイナスの 32.8%。

カラー広告は、全国紙が 1.5%減、ブロック紙が 3.2%減、地方紙が 1.9%増、スポーツ紙が 5.4%増となり、全体では 0.1%増となった。全面広告（1 広告主で 1 ページ）は、全国紙が 4.4%減、ブロック紙が 0.9%減、地方紙が 5.8%増、スポーツ紙が 3.6%減、全体では 0.4%減となった。見開き広告は全グループで増加し、全体では 14.0%増となった。案内広告は 3.5%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「家電・AV 機器」23.5%減（企業広告、オーディオなどが減少）、「精密機器・事務用品」19.4%減（腕時計、万年筆などが減少）、「金融・保険」10.3%減（通販系ガン保険、保険会社の企業広告などが減少）、「ファッション・アクセサリ」5.1%減（ストッキング・タイツ、カジュアルウェアなどが減少）、「教育・医療サービス・宗教」4.9%減（通信教育、学校などが減少）、「外食・各種サービス」4.3%減（その他サービス、宅配・引越サービス、法律事務所などが減少）、「食品」4.2%減（通販系サプリメント、オリーブ油などが減少）、「自動車・関連品」3.0%減（国産乗用車総合、企業広告などが減少）など 14 業種で減少となった。

一方、増加は「薬品・医療用品」6.3%増（総合保健薬、皮膚病薬・きず薬などが増加）、「化粧品・トイレットリー」6.2%増（通販系女性用ラインナップ・オールインワン化粧品、育毛・養毛剤などが増加）、「エネルギー・素材・機械」4.4%増（企業広告、ガス自由化関連などが増加）、「家庭用品」4.0%増（機能性エアマットレス、浄水器などが増加）、「流通・小売業」3.9%増（通信販売、大型量販店などが増加）、「情報・通信」2.1%増（オンラインショップ、インターネットサービスプロバイダなどが増加）、「飲料・嗜好品」0.5%増（通販系美容・栄養ドリンク、焼酎などが増加）の 7 業種。

<雑誌>

雑誌広告量（80,485 ページ）は 7.1%減。

ジャンル別（17 分類）では、「ヤング男性誌」15.9%減、「パソコン誌」13.8%減、「ヤング女性誌」11.0%減、「スポーツ誌」10.7%減、「生活実用情報誌」10.4%減、「アダルト男性誌」10.1%減、「男性コミック誌」9.4%減などの 14 ジャンルが前年同期を下回った。一方、増加したのは「ミセス誌」7.6%増、「ティーン女性誌」2.5%増、「番組・都市型情報誌」1.8%増の 3 ジャンルだった。

業種別では、「金融・保険」21.8%減（FX、クレジットカードなどが減少）、「エネルギー・

素材・機械」19.4%減（電力自由化関連、企業広告などが減少）、「自動車・関連品」13.3%減（輸入セダン、輸入SUVなどが減少）、「飲料・嗜好品」13.1%減（通販系美容・栄養ドリンク、タバコなどが減少）、「薬品・医療用品」12.2%減（医家向け薬品、メガネなどが減少）、「精密機器・事務用品」11.7%減（腕時計などが減少）、「外食・各種サービス」10.7%減（その他サービス、飲食業などが減少）、「家庭用品」10.7%減（他の家庭用雑貨、ベビー用品などが減少）、「化粧品・トイレタリー」9.7%減（ファンデーション、化粧水などが減少）、「ファッション・アクセサリ」9.1%減（婦人服、バッグ、紳士服などが減少）、「流通・小売業」6.3%減（百貨店、他の小売店などが減少）、「食品」6.2%減（通販系サプリメント、通販系美容食品などが減少）、「情報・通信」5.8%減（ウェブコンテンツ、他のコンピュータ・関連品などが減少）など18業種で減少となった。

一方、増加は「官公庁・団体」30.5%大幅増（自治体などが増加）、「教育・医療サービス・宗教」4.8%増（病院・医療サービス、専門学校・各種学校などが増加）、「家電・AV機器」0.8%増（フードプロセッサ、電気鍋・ホットプレートなどが増加）の3業種。

<ラジオ>

ラジオ広告量（10,989,065秒）は4.2%減。

地区別では、東京3.6%減、大阪4.8%減。

業種別では、「金融・保険」24.0%減（通販系自動車保険、クレジットカードなどが減少）、「ファッション・アクセサリ」22.4%減（企業広告、バッグ、婦人服などが減少）、「外食・各種サービス」20.6%減（法律事務所、レンタル、企業広告などが減少）、「流通・小売業」14.4%減（コンビニエンスストア、通信販売などが減少）、「精密機器・事務用品」11.5%減（腕時計、企業広告などが減少）、「家電・AV機器」10.0%減（電気掃除機、企業広告、電気食器洗機などが減少）、「趣味・スポーツ用品」8.4%減（オーディオソフト、家庭用園芸用品などが減少）、「飲料・嗜好品」4.7%減（国産ビール、缶コーヒー、企業広告などが減少）など15業種が減少した。

一方、増加は「案内・その他」82.5%大幅増（企業グループが増加）、「情報・通信」31.1%大幅増（ウェブコンテンツ、民間放送などが増加）、「食品」7.1%増（通販系サプリメント、健康食品、マヨネーズなどが増加）、「薬品・医療用品」4.2%増（鎮痛・解熱剤、企業広告などが増加）など6業種。

<地上波テレビ番組CM>

テレビ番組広告量（8,755,105秒）は0.2%増。

地区別では東京0.7%減、大阪0.5%増、名古屋0.7%増。

業種別では、「不動産・住宅設備」24.3%大幅増（企業広告、一般住宅などが増加）、「案内・その他」20.4%大幅増（企業グループが増加）、「エネルギー・素材・機械」11.4%増（ガス自由化関連、企業広告などが増加）、「金融・保険」9.8%増（保険会社の企業広告、消費者金融などが増加）、「教育・医療サービス・宗教」8.6%増（病院・医療サービス、通信教育な

どが増加)、「飲料・嗜好品」6.0%増(国産ビール、第3のビール、乳酸菌飲料などが増加)、「趣味・スポーツ用品」5.4%増(据え置きゲーム機、ゲームソフトなどが増加)など11業種が増加した。

一方、減少は「ファッション・アクセサリ」29.6%減(繊維・衣服総合、紳士服などが減少)、「精密機器・事務用品」28.6%減(企業広告、ノート、腕時計などが減少)、「家電・AV機器」25.1%減(電気掃除機、エアコンなどが減少)、「官公庁・団体」23.1%減(他の諸団体、自治体が減少)、「流通・小売業」15.7%減(大型総合スーパー、大型量販店などが減少)など10業種。

<地上波テレビスポット>

テレビスポット広告量(31,354,130秒)は1.2%減。

地区別では、東京0.6%増、大阪1.7%減、名古屋2.5%減。

業種別では、「官公庁・団体」49.2%減(広告団体、外国官公庁などが減少)、「流通・小売業」13.8%減(コンビニエンスストア、通信販売、大型総合スーパーなどが減少)、「化粧品・トイレットリー」10.4%減(シャンプー&リンス・コンディショナー、通販系女性用ラインナップ化粧品などが減少)、「金融・保険」9.8%減(クレジットカード、カードローン、通販系ガン保険などが減少)、「出版」7.2%減(趣味専門誌、語学用教材などが減少)、「趣味・スポーツ用品」5.2%減(ゲームソフト、映像ソフトなどが減少)など10業種が減少した。

一方、増加は「案内・その他」23.3%大幅増(企業グループが増加)、「精密機器・事務用品」18.9%増(企業広告、望遠鏡・顕微鏡などが増加)、「不動産・住宅設備」17.4%増(企業広告、一般住宅などが増加)、「家庭用品」15.1%増(企業広告、脱臭剤、防虫剤などが増加)、「自動車・関連品」14.6%増(2BOX、軽自動車、輸入ワゴンなどが増加)、「エネルギー・素材・機械」10.2%増(ガス自由化関連、企業広告などが増加)、「ファッション・アクセサリ」9.1%増(ストッキング・タイツ、ファンデーション衣料などが増加)、「食品」3.8%増(スナック菓子、ヨーグルト、カレー)など11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