

## 地上波テレビ番組の広告量は増加、他は減少傾向

「精密機器・事務用品」「案内・その他」「薬品・医療用品」などの業種で出稿が増加

### － 2018年（1～12月）のマスコミ4媒体広告量・電通調査 －

2018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353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3.6%減（2017年は前年比2.0%減）、雑誌が同9.0%減（2017年は同7.0%減）、ラジオが同2.8%減（2017年は同4.4%減）、地上波テレビ番組CMが同4.3%増（2017年は同0.1%増）、地上波テレビスポットが同1.3%減（2017年は同0.6%減）であった。地上波テレビ番組CMは2年連続の増加。雑誌が6年連続の減少、新聞、ラジオ、地上波テレビスポットも前年を下回った。

2018年の広告出稿量は、「第23回オリンピック冬季競技大会（2018/平昌）」、「2018 FIFAワールドカップ ロシア大会」、「第18回アジア競技大会（2018/ジャカルタ）」が行われ回復も期待されたが大雪や寒波、8月の酷暑など度重なる自然災害も影響し、マスコミ4媒体では、地上波テレビ番組CMの広告量は増加したものの、他媒体は減少となった。

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、「精密機器・事務用品」「案内・その他」「薬品・医療用品」などが増加した。一方、「出版」が全媒体で減少したほか、「家電・AV機器」「ファッション・アクセサリ」「食品」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。

2018年の媒体別広告量の動向は次のとおり。

## <新聞>

新聞広告量（4,866,917段）は前年に比べ3.6%減と、4年連続のマイナスとなった。

新聞グループ別では、全国紙6.1%減、ブロック紙6.8%減、地方紙1.0%減、スポーツ紙1.7%減と全グループが前年を下回った。

総ページ数（1,043,176頁）はスポーツ紙が前年同期を上回ったが、全体で1.4%減となった。広告掲載率は31.4%。

カラー広告は、全国紙が0.6%減、ブロック紙が6.7%減、地方紙が0.8%減、スポーツ紙が2.5%減となり、全体では1.2%減と前年を下回った。全面広告（1広告主で1ページ）は、全国紙が5.7%減、ブロック紙が10.0%減、地方紙が2.2%減、スポーツ紙が0.9%減、全体では4.5%減となった。見開き広告は全グループで増加し、全体では3.7%増となった。案内広告は1.0%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「官公庁・団体」10.9%減（他の諸団体、政党・政治団体などが減少）、「外食・各種サービス」10.4%減（その他サービス、結婚関連情報、飲食業などが減少）、「自動車・関連品」9.6%減（2BOX、中古車、セダンなどが減少）、「食品」8.4%減（通販系サプリメント、企業広告、冷凍食品などが減少）、「精密機器・事務用品」7.8%減（腕時計、印鑑・スタンプなどが減少）、「家電・AV機器」7.0%減（家電・AV機器総合、オーディオなどが減少）、「不動産・住宅設備」6.7%減（一般住宅、企業広告などが減少）、「ファッション・アクセサリー」6.5%減（ファッション・アクセサリー総合、バッグ、婦人服などが減少）など19業種で減少となった。

一方、増加は「薬品・医療用品」9.1%増（総合保健薬、サポーター・マスクなどが増加）、「趣味・スポーツ用品」4.7%増（企業広告、オーディオソフトなどが増加）の2業種。

## <雑誌>

雑誌広告量（147,947ページ）は9.0%減と、6年連続の減少となった。

ジャンル別（17分類）では、「ティーン女性誌」21.7%大幅減、「ヤング女性誌」16.4%減、「ヤング男性誌」15.7%減、「パソコン誌」14.0%減、「育児誌」12.6%減、「生活実用情報誌」12.3%減、「自動車誌」10.8%減、「アダルト男性誌」9.8%減、「ヤングアダルト男性誌」9.0%減、「女性誌」8.3%減、「ミセス誌」7.7%減など全ジャンルが前年を下回った。

業種別では、「飲料・嗜好品」29.9%大幅減（タバコが大幅減、シャンパンなどが減少）、「家電・AV機器」19.8%減（電気理容・美容器具、電気カミソリなどが減少）、「出版」15.2%減（児童週刊誌、単行本などが減少）、「官公庁・団体」13.6%減（自治体、他の諸団体などが減少）、「自動車・関連品」12.4%減（自転車、オートバイなどが減少）、「趣味・スポーツ用品」10.9%減（ゴルフクラブ、スポーツウェアなどが減少）、「外食・各種サービス」10.4%減（飲食業、企業広告などが減少）、「ファッション・アクセサリー」10.3%減（婦人服、貴金属・アクセサリー、バッグなどが大幅減）、「食品」9.8%減（通販系サプリメント、スナック

ク菓子などが減少)、「薬品・医療用品」8.3%減(総合保健薬、コンタクトレンズなどが減少)、「流通・小売業」8.0%減(百貨店、通信販売などが減少)など18業種で減少となった。

一方、増加は「案内・その他」17.0%増(企業グループが増加)、「エネルギー・素材・機械」9.8%増(企業広告、産業用機器関連などが増加)、「家庭用品」7.7%増(喫煙具が大幅増、容器・食器などが増加)の3業種。

## ＜ラジオ＞

ラジオ広告量(21,278,480秒)は2.8%減で、2年連続の減少となった。

地区別では、東京0.9%減、大阪4.7%減。

業種別では、「出版」38.2%大幅減(語学用教材が大幅減、一般紙、出版案内などが減少)、「家電・AV機器」12.8%減(企業広告、電池、エアコンなどが減少)、「ファッション・アクセサリー」9.5%減(企業広告、ファンデーション衣料などが減少)、「金融・保険」8.1%減(通販系自動車保険が大幅減、生命保険、カードローンなどが減少)、「化粧品・トイレタリー」6.6%減(通販系女性用ラインナップ化粧品が大幅減、育毛・養毛剤などが減少)、「薬品・医療用品」4.7%減(企業広告、鎮痛・解熱剤などが減少)など11業種が減少した。

一方、増加は「精密機器・事務用品」15.2%増(企業広告、腕時計などが増加)、「流通・小売業」13.5%増(他の小売店<出張買い取り>が大幅増、大型量販店などが増加)、「案内・その他」8.7%増(企業グループが増加)、「飲料・嗜好品」4.8%増(通販系美容・栄養ドリンク、焼酎などが増加)、「自動車・関連品」3.0%増(企業広告、軽自動車などが増加)、「食品」2.9%増(通販系サプリメント、冷凍食品などが増加)など10業種。

## ＜地上波テレビ番組CM＞

テレビ番組広告量(18,671,742秒)は4.3%増と、2年連続の増加となった。

地区別では東京3.6%増、大阪5.1%増、名古屋4.3%増と全地区が増加となった。

業種別では、「精密機器・事務用品」171.5%大幅増(望遠鏡・顕微鏡<メガネ型拡大鏡>が大幅増、企業広告などが増加)、「案内・その他」42.6%大幅増(企業グループが増加)、「家電・AV機器」25.5%大幅増(企業広告が大幅増、エアコンなどが増加)、「エネルギー・素材・機械」16.6%増(ガソリン、産業用機器関連、企業広告などが増加)、「交通・レジャー」7.5%増(旅行関連(鉄道、国内航空各社、海外航空各社)、ホテル・旅館などが増加)、「自動車・関連品」6.8%増(SUV、企業広告、国産商業車などが増加)、「化粧品・トイレタリー」5.5%増(通販系女性用オールインワン化粧品、柔軟剤などが増加)、「金融・保険」4.5%増(通販系保険(自動車・医療)、消費者金融などが増加)など15業種が増加した。

一方、減少は「官公庁・団体」14.6%減(他の諸団体が減少)、「出版」7.3%減(一般紙、婦人・家庭誌、総合・娯楽誌などが減少)、「趣味・スポーツ用品」5.1%減(ゲームソフトが大幅減、据え置きゲーム機などが減少)、「食品」2.8%減(即席麺類、ヨーグルト、チョコレートなどが減少)など6業種。

## ＜地上波テレビスポット＞

テレビスポット広告量（62,551,220 秒）は 1.3%減と、2 年連続の減少となった。

地区別では、東京 1.7%減、大阪 0.8%減、名古屋 1.5%減と全地区が減少。

業種別では、「精密機器・事務用品」37.2%大幅減（望遠鏡・顕微鏡＜メガネ型拡大鏡＞が大幅減、企業広告などが減少）、「エネルギー・素材・機械」18.9%減（ガス自由化関連が大幅減、企業広告などが減少）、「家電・AV 機器」17.8%減（企業広告、4K テレビなどが減少）、「出版」12.4%減（趣味専門誌、一般紙、婦人・家庭誌などが減少）、「不動産・住宅設備」9.0%減（企業広告、一般住宅などが減少）、「自動車・関連品」7.8%減（2BOX、軽自動車などが減少）、「趣味・スポーツ用品」7.4%減（ゲームソフト、キャットフード、フィットネス用品などが減少）など 15 業種が減少した。

一方、増加は「官公庁・団体」30.5%大幅増（広告団体、他の諸団体が増加）、「外食・各種サービス」19.5%増（飲食業、企業広告、人材派遣などが増加）、「教育・医療サービス・宗教」13.7%増（病院・医療サービス、学校などが増加）、「案内・その他」9.1%増（企業グループが増加）、「薬品・医療用品」5.2%増（ドリンク剤、総合保健薬などが増加）、「金融・保険」4.5%増（通販系保険＜ガン・自動車＞、宝くじなどが増加）の 6 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