

全媒体で広告量が減少傾向

「官公庁・団体」「薬品・医療用品」の出稿が増加
－ 2020年（1～6月）のマスコミ4媒体広告量・電通調査 －

2020年（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345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8.7%減（2019年は同3.2%減）、雑誌が同17.6%減（2019年は同9.8%減）、ラジオが同8.7%減（2019年は同0.3%減）、地上波テレビ番組CMが同3.1%減（2019年は同3.4%減）、地上波テレビスポットが同5.8%減（2019年は同1.0%増）であった。

2020年上半期の広告出稿量は、特に3月以降のコロナ禍拡大と東京2020オリンピック・パラリンピック延期の影響もあり、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、前年同期を全媒体で上回った業種はない。一方、「食品」「精密機器・事務用品」「自動車・関連品」「不動産・住宅設備」「交通・レジャー」「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。

2020 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（2,196,056 段）は前年に比べ 8.7%減。

新聞グループ別では、全国紙 10.7%減、ブロック紙 11.7%減、地方紙 6.8%減、スポーツ紙 5.9%減と全グループが前年を下回った。

総ページ数（479,012 頁）は全グループが前年同期を下回り、全体で 6.2%減となった。広告掲載率は 30.9%。

カラー広告は、全国紙が 13.1%減、ブロック紙が 20.2%減、地方紙が 9.9%減、スポーツ紙が 26.0%減となり、全体では同 12.7%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 15.7%減、ブロック紙が 17.3%減、地方紙が 3.3%減、スポーツ紙が 21.0%減、全体では 11.1%減となった。見開き広告は全グループが減少し、全体では 24.8%減となった。案内広告は 11.6%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「交通・レジャー」42.3%大幅減（旅行代理店、イベント・セミナー、コンサート、スポーツ競技、ホテル・旅館、映画、レジャーランド・テーマパークなどが減少）、「精密機器・事務用品」26.7%大幅減（腕時計、企業広告、印鑑などが減少）、「金融・保険」21.2%大幅減（通販系保険<がん、医療>、定期預金、保険商品総合などが減少）、「自動車・関連品」17.7%減（セダン、自動車・関連品総合、軽自動車などが減少）、「案内・その他」16.4%減（多業種・少スペース連合広告、案内（求人ほか）などが減少）、「教育・医療サービス・宗教」13.4%減（大学、専門学校・各種学校、通信教育などが減少）、「飲料・嗜好品」11.2%減（通販系美容・栄養ドリンク、国産ビール、第 3 のビールなどが減少）など 12 業種で減少となった。

一方、増加は「情報・通信」24.7%大幅増（ウェブコンテンツ、オンラインショッピング、クラウドサービスなどが増加）、「薬品・医療用品」14.7%増（総合保健薬、整腸薬、鎮咳去痰薬などが増加）、「出版」9.5%増（企業広告、単行本、一般紙などが増加）、「趣味・スポーツ用品」9.2%増（フィットネス用品、記念コインなどが増加）などの 9 業種。

<雑誌>

雑誌広告量（53,286 ページ）は 17.6%減。

ジャンル別（17 分類）では、「ティーン女性誌」が 8.2%増と前年を上回り、「アダルト男性誌」25.7%減、「ヤング女性誌」24.2%減、「ヤング男性誌」23.1%減、「番組・都市型情報誌」22.4%減、「スポーツ誌」21.2%減、「女性誌」19.6%減、「ヤングアダルト男性誌」18.5%減、「その他誌」18.3%減、「男性コミック誌」17.8%減、「ビジネス・マネー誌」16.3%減などが前年を下回った。

業種別では、「交通・レジャー」33.5%大幅減（イベント・セミナー、映画、ホテル・旅館などが減少）、「精密機器・事務用品」31.1%大幅減（腕時計、デジタルカメラなどが減少）、「趣味・スポーツ用品」21.8%減（ゴルフ用品<ボール、クラブ>、ゲームソフトなどが減少）、「案内・その他」21.5%減（企業グループが減少）、「不動産・住宅設備」20.3%減（一般住宅、

他の土地・建物、住宅リフォームなどが減少）、「流通・小売業」18.5%減（通信販売、百貨店などが減少）、「教育・医療サービス・宗教」18.4%減（病院・医療サービス、専門学校・各種学校などが減少）、「ファッション・アクセサリ」17.9%減（婦人服、バッグ、カジュアルウェアなどが減少）、「エネルギー・素材・機械」17.7%減（電力、企業広告などが減少）、「自動車・関連品」17.6%減（国産乗用車総合、輸入SUVなどが減少）、「外食・各種サービス」16.6%減（理容・美容・浴場、エステティックサロンなどが減少）、「官公庁・団体」16.4%減（他の諸団体、自治体、官公庁などが減少）など20業種で減少となった。

一方、増加は「家庭用品」4.5%増（ライター・喫煙具、室内装飾品などが増加）の1業種。

<ラジオ>

ラジオ広告量（9,703,520秒）は8.7%減。

地区別では、東京6.5%減、大阪11.0%減。

業種別では、「出版」40.8%大幅減（英語教材・テキスト、出版案内、趣味専門誌などが減少）、「飲料・嗜好品」29.4%大幅減（通販系美容・栄養ドリンク、焼酎、日本茶などが減少）、「ファッション・アクセサリ」23.9%大幅減（紳士服、企業広告、ファッション・アクセサリ総合などが減少）、「流通・小売業」19.8%減（出張買い取り、大型量販店、コンビニエンスストアなどが減少）、「自動車・関連品」17.7%減（企業広告、国産商業車、中古車などが減少）、「交通・レジャー」16.0%減（パチンコホール、企業広告、コンサートなどが減少）、「外食・各種サービス」15.0%減（法律事務所、飲食業、宅配・引越サービスなどが減少）、「薬品・医療用品」14.0%減（企業広告、鎮痛・解熱剤、サポーター・マスクなどが減少）、「家庭用品」11.2%減（殺虫剤、企業広告、家庭用品総合などが減少）など14業種が減少した。

一方、増加は「案内・その他」29.7%大幅増（企業グループが増加）、「家電・AV機器」19.8%増（コーヒーメーカー、企業広告、電気掃除機などが増加）、「金融・保険」17.9%増（がん保険、生命保険、クレジットカードなどが増加）など7業種。

<地上波テレビ番組CM>

テレビ番組広告量（8,729,848秒）は3.1%減。

地区別では東京1.3%減、大阪4.2%減、名古屋3.9%減と全地区で減少となった。

業種別では、「精密機器・事務用品」67.0%大幅減（メガネ型拡大鏡、企業広告などが減少）、「ファッション・アクセサリ」27.6%大幅減（企業広告、カジュアルシューズ、寝間着・ガウンなどが減少）、「交通・レジャー」26.1%大幅減（パチンコホール、会員制スポーツクラブ、スポーツ施設などが減少）、「家電・AV機器」16.1%減（企業広告、電気掃除機、電気冷蔵庫などが減少）、「趣味・スポーツ用品」11.6%減（人気キャラクター系玩具、オーディオソフト、据え置きゲーム機などが減少）、「情報・通信」9.3%減（移動体通信サービス、ウェブコンテンツ、オンラインゲームなどが減少）、「教育・医療サービス・宗教」8.2%減（予備校・学習塾、通信教育などが減少）、「自動車・関連品」7.9%減（SUV、企業広告、ミニバン・1BOXなどが減少）など12業種が減少した。

一方、増加は「飲料・嗜好品」24.7%大幅増（国産ビール、第3のビール、日本茶などが増加）、「官公庁・団体」10.4%増（他の諸団体、自治体などが増加）、「案内・その他」8.6%増（企業グループが増加）、「金融・保険」7.1%増（通販系生命保険、クレジットカード、電子マネーなどが増加）など9業種。

<地上波テレビスポット>

テレビスポット広告量（29,386,717秒）は5.8%減。

地区別では、東京5.4%減、大阪6.6%減、名古屋5.2%減と全地区で減少。

業種別では、「精密機器・事務用品」40.0%大幅減（腕時計、精密機器・事務用品総合、企業広告、事務用家具が減少）、「交通・レジャー」38.1%大幅減（レジャーランド・テーマパーク、映画、旅行関連<旅行代理店、ホテル・旅館、航空、鉄道>などが減少）、「自動車・関連品」31.2%大幅減（SUV、ミニバン・1BOX、セダン、2BOXなどが減少）、「出版」28.3%大幅減（趣味専門誌、英語教材・テキスト、年鑑・辞書・事典などが減少）、「家電・AV機器」27.8%大幅減（スマートスピーカー、エアコン、電気掃除機などが減少）、「金融・保険」18.6%減（通販系医療保険、クレジットカード、宝くじなどが減少）など15業種が減少した。

一方、増加は「案内・その他」133.5%大幅増（企業グループなどが増加）、「官公庁・団体」99.7%大幅増（広告団体、官公庁、自治体、外国官公庁が増加）、「薬品・医療用品」19.1%増（ドリンク剤<医薬品、医薬部外品>、総合保健薬、整腸薬などが増加）、「家庭用品」7.5%増（企業広告、ガス乾燥機、家具などが増加）、「流通・小売業」5.2%増（通信販売、ドラッグストアチェーンなどが増加）、「外食・各種サービス」1.6%増（飲食業、その他サービス、宅配・引越サービスなどが増加）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 : mediainnovation@dentsu.co.jp