

地上波テレビスポットの広告量が増加

「精密機器・事務用品」「エネルギー・素材・機械」「流通・小売業」などの業種で
出稿が増加

－ 2024 年（1～6 月）のマスコミ 4 媒体広告量・電通調査 －

2024 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 114 紙（広告段数）、雑誌 342 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 7.5%減（2023 年は 4.4%減）、雑誌が 4.5%減（2023 年は 6.0%減）、ラジオが 2.2%減（2023 年は 4.2%減）、地上波テレビ番組が 4.5%減（2023 年は 3.5%減）、地上波テレビスポットが 2.8%増（2023 年は 1.1%増）であった。

2024 年上半期の広告出稿量は、インバウンドを中心に国内景気は回復傾向となったものの、新聞、雑誌、ラジオ、地上波テレビ番組で減少となった。

業種別（21 業種分類）では、「精密機器・事務用品」「エネルギー・素材・機械」「流通・小売業」などが増加した。一方、「家電・AV 機器」「官公庁・団体」「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。

2024 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（1,902,564 段）は前年に比べ 7.5%減。

新聞グループ別では、全国紙 7.0%減、ブロック紙 10.2%減、地方紙 8.2%減、スポーツ紙 4.4%減と全グループが前年を下回った。

総ページ数（452,798 頁）は全グループが前年同期を下回り、全体で 3.5%減となった。広告掲載率は 28.3%。

カラー広告は、全国紙が 6.2%減、ブロック紙が 3.2%減、地方紙が 4.1%減、スポーツ紙が 3.0%増となり、全体では 4.8%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 10.3%減、ブロック紙が 12.4%減、地方紙が 13.4%減、スポーツ紙が 8.1%減、全体では 11.6%減となった。見開き広告は全国紙が前年を上回ったものの、全体では 2.5%減となった。案内広告は 10.0%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「家電・AV 機器」24.5%減（企業広告、家電・AV 機器総合、焙煎機などが減少）、「食品」23.9%減（通販系サプリメント、他の食品、通販系健康食品などが減少）、「ファッション・アクセサリ」15.9%減（バッグ、財布、企業広告などが減少）、「金融・保険」15.1%減（生命保険、医療保険、保険会社の企業広告などが減少）、「趣味・スポーツ用品」15.1%減（企業広告、フィットネス用品、動物用薬品などが減少）、「化粧品・トイレットリー」13.8%減（育毛・養毛剤、通販系オールインワン化粧品、美容液、ヘアカラートリートメントなどが減少）、「官公庁・団体」12.3%減（広告団体、自治体、催事などが減少）、「自動車・関連品」11.2%減（軽自動車、ミニバン・1BOX、セダン（国産・輸入）などが減少）、「外食・各種サービス」10.0%減（その他サービス、法律事務所、人材派遣などが減少）、「不動産・住宅設備」9.9%減（バスユニット、ケア付マンション、企業広告などが減少）など 18 業種で減少となった。

一方、増加は「精密機器・事務用品」15.3%増（腕時計が増加）、「飲料・嗜好品」1.8%増（日本茶、企業広告、国産ビール、ビールテイスト飲料などが増加）、「流通・小売業」1.1%増（他の小売店、通信販売、スーパーなどが増加）の 3 業種。

<雑誌>

雑誌広告量（37,324 ページ）は 4.5%減。

ジャンル別（17 分類）では、「番組・都市型情報誌」3.8%増、「その他誌」2.4%増、「ヤングアダルト男性誌」1.9%増などが前年を上回り、「ティーン女性誌」26.7%減、「生活実用情報誌」17.2%減、「ヤング女性誌」12.6%減、「パソコン誌」12.4%減、「アダルト男性誌」10.3%減、「一般週刊誌」9.8%減、「男性コミック誌」9.6%減、「ビジネス・マネー誌」9.0%減などが前年を下回った。

業種別では、「金融・保険」22.3%減（クレジットカード、証券会社の企業広告、電子マネーなどが減少）、「情報・通信」19.5%減（WEB コンテンツ、オンラインショップ、コンピュータソフトなどが減少）、「流通・小売業」14.2%減（通信販売、専門量販店、コンビニエンス

トアなどが減少)、「出版」13.5%減(カレンダー、企業広告、学生・児童誌などが減少)、「外食・各種サービス」11.9%減(求人・転職サービス、その他サービス、レンタルなどが減少)、「家電・AV 機器」11.3%減(家庭用マッサージ器、他の厨房電気機器、他の音声・映像機器などが減少)、「薬品・医療用品」10.5%減(サポーター・マスク、メガネ、鎮痛・解熱剤などが減少)、「官公庁・団体」9.8%減(官公庁、自治体、広告団体などが減少)など14業種で減少となった。

一方、増加は「案内・その他」20.1%増(企業グループが増加)、「家庭用品」10.2%増(加熱式たばこ、ブラインド、鍋・やかん類などが増加)、「飲料・嗜好品」6.8%増(タバコ、通販系美容・栄養ドリンク、ワイン、レギュラーコーヒーなどが増加)、「食品」5.1%増(鮮魚・生鮮肉、通販系サプリメント、健康食品などが増加)などの7業種。

＜ラジオ＞

ラジオ広告量(9,007,110秒)は2.2%減。

地区別では、東京4.4%減、大阪0.0%前年並み。

業種別では、「家電・AV 機器」38.4%減(企業広告、ペン型スキャナー辞書、エアコンなどが減少)、「自動車・関連品」26.6%減(企業広告、SUV、中古車などが減少)、「ファッション・アクセサリ」17.2%減(婦人服、カジュアルシューズ、機能性肌着などが減少)、「情報・通信」11.6%減(民間放送、コンピュータソフト、企業広告などが減少)、「化粧品・トイレタリー」11.1%減(通販系ラインアップ化粧品、まつげ美容液、企業広告、育毛・養毛剤などが減少)、「出版」8.6%減(出版案内、企業広告、他の雑誌などが減少)、「飲料・嗜好品」5.7%減(通販系美容・栄養ドリンク、インスタントコーヒー、家庭用カクテル、炭酸飲料などが減少)など13業種で減少となった。

一方、増加は「流通・小売業」15.0%増(大型量販店、通信販売、商店街・ショッピングモールなどが増加)、「交通・レジャー」12.2%増(企業広告、映画、旅行会社、公営レースなどが増加)、「金融・保険」8.3%増(医療保険、通販系自動車保険、クレジットカードなどが増加)、「精密機器・事務用品」8.3%増(精密機器・事務用品総合、腕時計、他の精密機器などが増加)、「不動産・住宅設備」2.8%増(企業広告、ホームセキュリティ機器、他の住宅付属設備などが増加)などの8業種。

＜地上波テレビ番組CM＞

テレビ番組広告量(8,323,950秒)は4.5%減。

地区別では東京4.6%減、大阪4.3%減、名古屋4.4%減と全地区で減少となった。

業種別では、「教育・医療サービス・宗教」21.5%減(病院・医療サービス、予備校・学習塾、シルバー施設などが減少)、「家電・AV 機器」16.2%減(企業広告、エアコン、アイロンなどが減少)、「情報・通信」15.4%減(WEBコンテンツ、移動体通信サービス、企業広告などが減少)、「精密機器・事務用品」15.0%減(企業広告、精密機器・事務用品総合、事務用家具が減少)、「案内・その他」14.8%減(企業グループが減少)、「食品」12.8%減(通販系サブ

リメント、即席麺類、美容食品などが減少）、「飲料・嗜好品」11.1%減（通販系美容・栄養ドリンク、国産ビール、第3のビール、ウイスキーなどが減少）、「薬品・医療用品」8.0%減（企業広告、サポーター・マスク、皮膚病薬・きず薬などが減少）など14業種が減少した。

一方、増加は「エネルギー・素材・機械」13.7%増（企業広告、電力会社、ガソリンなどが増加）、「交通・レジャー」12.3%増（会員制スポーツクラブ、旅行会社、映画、コンサートなどが増加）、「ファッション・アクセサリー」4.6%増（カバン・ランドセル、コート類、カジュアルウェアなどが増加）、「出版」4.2%増（出版案内、他の書籍、一般週刊誌などが増加）などの7業種。

<地上波テレビスポット>

テレビスポット広告量（32,504,908秒）は2.8%増。

地区別では、東京2.8%増、大阪3.2%増、名古屋2.2%増と全地区で増加。

業種別では、「エネルギー・素材・機械」50.9%増（電力会社、鉄鋼・金属、ガス会社などが増加）、「化粧品・トイレタリー」21.0%増（洗濯用洗剤、シャンプー&リンス・コンディショナー、女性化粧品シリーズ、ファンデーションなどが増加）、「出版」14.8%増（趣味専門誌、企業広告、地図・楽譜などが増加）、「食品」14.6%増（スナック菓子、冷凍食品、ヨーグルトなどが増加）、「飲料・嗜好品」13.2%増（国産ビール、家庭用カクテル、乳酸菌飲料、ビールテイスト飲料などが増加）、「案内・その他」12.3%増（企業グループが増加）、「家庭用品」11.2%増（機能性マットレス、脱臭剤、殺虫剤などが増加）など11業種が増加した。

一方、減少は「官公庁・団体」23.5%減（官公庁、他の諸団体、広告団体などが減少）、「趣味・スポーツ用品」19.1%減（パチンコ・パチスロ機、据え置きゲーム機、動物用薬品などが減少）、「家電・AV機器」16.5%減（エアコン、電気掃除機、家庭用マッサージ器などが減少）、「金融・保険」11.5%減（通販系自動車保険、クレジットカード、自動車保険などが減少）、「ファッション・アクセサリー」10.5%減（機能性肌着、企業広告、ストッキング・タイツなどが減少）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
mediainnovation@dentsu.co.jp