

地上波テレビスポットの広告量が増加

「エネルギー・素材・機械」「精密機器・事務用品」などの業種で出稿が増加
－ 2024 年（1～12 月）のマスコミ 4 媒体広告量・電通調査 －

2024 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 113 紙（広告段数）、雑誌 338 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 6.7%減（2023 年は 5.0%減）、雑誌が 5.9%減（2023 年は 4.5%減）、ラジオが 1.8%減（2023 年は 3.3%減）、地上波テレビ番組が 3.0%減（2023 年は 2.8%減）、地上波テレビスポットが 1.9%増（2023 年は 1.2%増）であった。

2024 年の広告出稿量は、インバウンド需要の回復などがけん引し、国内景気は緩やかな回復傾向となったものの、物価高などの影響もあり、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、「エネルギー・素材・機械」が全媒体で前年同期を上回り、「精密機器・事務用品」などが増加した。一方、「家電・AV 機器」「趣味・スポーツ用品」「出版」「金融・保険」「教育・医療サービス・宗教」は全媒体で減少した。

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 年の媒体別広告量の動向は次のとおり。

〈新聞〉

新聞広告量（373 万 7743 段）は前年に比べ 6.7%減。

新聞グループ別では、全国紙 6.9%減、ブロック紙 8.9%減、地方紙 6.6%減、スポーツ紙 4.3%減と全グループが前年を下回った。

総ページ数（90 万 7276 頁）は全グループが前年同期を下回り、全体で 2.6%減となった。広告掲載率は 27.7%。

カラー広告は、全国紙が 5.6%減、ブロック紙が 2.4%減、地方紙が 3.4%減、スポーツ紙が 0.3%増となり、全体では 4.2%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 10.6%減、ブロック紙が 13.6%減、地方紙が 12.1%減、スポーツ紙が 8.9%減、全体では 11.4%減となった。見開き広告は全国紙とスポーツ紙が前年を上回ったものの、全体では 3.7%減となった。案内広告は 9.2%減で減少傾向が続いている。

業種別の増減は、以下のとおり。

■減少：18 業種

- ・「家電・AV 機器」20.2%減（企業広告、家電・AV 機器総合、家庭用マッサージ器など）
- ・「食品」19.7%減（通販系サプリメント、他の食品、通販系美容食品など）
- ・「金融・保険」15.2%減（生命保険、医療保険、保険会社の企業広告など）
- ・「化粧品・トイレタリー」15.1%減（育毛・養毛剤、通販系ラインアップ化粧品、ヘアカラーシャンプー、美容液など）
- ・「趣味・スポーツ用品」13.2%減（フィットネス用品、企業広告、動物用薬品など）
- ・「ファッション・アクセサリ」13.0%減（バッグ、財布、身の回り繊維品など）
- ・「不動産・住宅設備」10.1%減（バスユニット、等価交換・共同事業システム、ケア付きマンションなど）
- ・「家庭用品」9.3%減（鍋・やかん類、脱臭剤、企業広告など）
- ・「教育・医療サービス・宗教」8.9%減（病院・医療サービス、大学、予備校・学習塾など）
- ・「薬品・医療用品」6.7%減（その他医薬品、サポーター・マスク、ドリンク剤〔医薬品・医薬部外品〕など）

ほか

■増加：3 業種

- ・「精密機器・事務用品」4.3%増（腕時計、システム手帳、インスタントカメラなど）
- ・「流通・小売業」0.9%増（出張買い取り、スーパー、ドラッグストアチェーンなど）
- ・「エネルギー・素材・機械」0.4%増（電力会社、鉄鋼・金属、プロパンガスなど）

〈雑誌〉

雑誌広告量（7万5352ページ）は5.9%減。

ジャンル別（17分類）では、「番組・都市型情報誌」5.3%増、「自動車誌」3.6%増が前年を上回り、「ティーン女性誌」20.1%減、「ヤング女性誌」16.8%減、「育児誌」11.0%減、「一般週刊誌」10.4%減、「アダルト男性誌」10.1%減、「男性コミック誌」9.8%減、「生活実用情報誌」9.6%減、「パソコン誌」8.8%減、「女性誌」7.4%減などが前年を下回った。

業種別の増減は、以下のとおり。

■減少：16業種

- ・「情報・通信」18.8%減（ウェブコンテンツ、オンラインショップ、衛星放送など）
- ・「家電・AV機器」14.4%減（家庭用マッサージ器、他の厨房電気機器、電気理容・美容器具など）
- ・「官公庁・団体」13.4%減（自治体、官公庁、広告団体など）
- ・「外食・各種サービス」12.1%減（求人・転職サービス、その他サービス、レンタルなど）
- ・「流通・小売業」11.7%減（通信販売、専門量販店、百貨店など）
- ・「教育・医療サービス・宗教」11.4%減（大学、病院・医療サービス、専門学校・各種学校など）
- ・「化粧品・トイレタリー」9.3%減（美容液、通販系ラインアップ化粧品、ファンデーション、シャンプー&リンス・コンディショナーなど）
- ・「出版」8.5%減（カレンダー、企業広告、学生・児童誌など）
- ・「案内・その他」7.5%減（多業種・小スペース連合広告、企業グループほか

■増加：5業種

- ・「家庭用品」6.6%増（加熱式たばこ、他の家庭用雑貨、ブラインドなど）
- ・「エネルギー・素材・機械」6.6%増（産業用機器関連、企業広告など）
- ・「飲料・嗜好品^{しこう}」5.0%増（たばこ、通販系美容・栄養ドリンク、ワイン、企業広告など）
- ・「不動産・住宅設備」3.3%増（企業広告、サッシ、墓地・霊園など）
- ・「精密機器・事務用品」1.7%増（腕時計、企業広告、インスタントカメラなど）

〈ラジオ〉

ラジオ広告量（1814万775秒）は1.8%減。

地区別では、東京2.7%減、大阪0.9%減。

業種別の増減は、以下のとおり。

■減少：13業種

- ・「家電・AV 機器」38.4%減（企業広告、電気洗濯機、電気理容・美容器具など）
- ・「自動車・関連品」20.6%減（企業広告、軽自動車、輸入乗用車総合など）
- ・「ファッション・アクセサリ」19.4%減（婦人服、カジュアルシューズ、機能性肌着など）
- ・「飲料・嗜好品」11.7%減（国産ビール、炭酸飲料、家庭用カクテル、企業広告など）
- ・「情報・通信」11.6%減（企業広告、民間放送、コンピューターソフトなど）
- ・「出版」10.5%減（出版案内、企業広告、他の雑誌など）
- ・「官公庁・団体」7.2%減（広告団体）

ほか

■増加：8 業種

- ・「案内・その他」32.3%増（企業グループ）
- ・「食品」11.8%増（通販系サプリメント、健康食品、アメ・キャラメルなど）
- ・「交通・レジャー」10.9%増（旅行会社、公営レース、映画、企業広告など）
- ・「精密機器・事務用品」10.8%増（精密機器・事務用品総合、他の精密機器、ボールペンなど）
- ・「エネルギー・素材・機械」9.0%増（企業広告、電力自由化関連、梱包用品など）

ほか

〈地上波テレビ番組 CM〉

テレビ番組広告量（1716 万 4650 秒）は 3.0%減。

地区別では東京 3.1%減、大阪 3.2%減、名古屋 2.7%減と全地区で減少。

業種別の増減は、以下のとおり。

■減少：14 業種

- ・「精密機器・事務用品」35.3%減（企業広告、事務用家具、精密機器・事務用品総合など）
- ・「教育・医療サービス・宗教」15.2%減（予備校・学習塾、病院・医療サービス、シルバー施設など）
- ・「飲料・嗜好品」11.5%減（国産ビール、通販系美容・栄養ドリンク、第 3 のビール、乳酸菌飲料など）
- ・「食品」9.8%減（通販系サプリメント、スナック菓子、即席麺類など）
- ・「薬品・医療用品」9.8%減（その他医薬品、他の医療用品、筋肉痛薬・シップ薬など）
- ・「案内・その他」9.5%減（企業グループ）
- ・「情報・通信」6.6%減（企業広告、移動体通信サービス、ウェブコンテンツなど）
- ・「家電・AV 機器」6.6%減（企業広告、エアコン、アイロンなど）

ほか

■増加：7 業種

- ・「交通・レジャー」12.0%増（会員制スポーツクラブ、旅行会社、企業広告、公営レースなど）
- ・「ファッション・アクセサリー」11.4%増（カジュアルウエア、企業広告、カバン・ランドセルなど）
- ・「エネルギー・素材・機械」8.8%増（企業広告、ガソリン、鉄鋼・金属など）
- ・「官公庁・団体」7.0%増（他の諸団体、官公庁、自治体など）

ほか

〈地上波テレビスポット〉

テレビスポット広告量（6519万5583秒）は1.9%増。

地区別では、東京2.0%増、大阪2.5%増、名古屋1.1%増と全地区で増加。

業種別の増減は、以下のとおり。

■増加：11 業種

- ・「エネルギー・素材・機械」22.4%増（電力会社、企業広告、ガス会社など）
- ・「自動車・関連品」21.0%増（SUV、輸入乗用車総合、タイヤなど）
- ・「化粧品・トイレタリー」14.9%増（柔軟剤、洗濯用洗剤、シャンプー＆リンス・コンディショナー、育毛・養毛剤など）
- ・「ファッション・アクセサリー」13.2%増（カジュアルシューズ、くつ下、カジュアルウエアなど）
- ・「精密機器・事務用品」12.5%増（企業広告、デジタルカメラ、インスタントカメラなど）
- ・「食品」12.1%増（スナック菓子、ヨーグルト、アメ・キャラメルなど）

ほか

■減少：10 業種

- ・「趣味・スポーツ用品」19.8%減（パチンコ・パチスロ機、家庭用ゲーム専用機、企業広告など）
- ・「教育・医療サービス・宗教」16.5%減（予備校・学習塾、病院・医療サービス、専門学校・各種学校など）
- ・「案内・その他」15.8%減（企業グループ）
- ・「官公庁・団体」14.9%減（広告団体、官公庁、他の諸団体など）
- ・「家庭用品」12.2%減（企業広告、芳香剤、防虫剤など）
- ・「流通・小売業」11.0%減（通信販売、大型量販店、総合スーパーなど）

ほか

【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