

全媒体で広告量が減少

「エネルギー・素材・機械」「自動車・関連品」などの業種で出稿が増加

－ 2025 年（1～6 月）のマスコミ 4 媒体広告量・電通調査 －

2025 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 110 紙（広告段数）、雑誌 334 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 4.4%減（2024 年は 7.5%減）、雑誌が 9.8%減（2024 年は 4.5%減）、ラジオが 2.0%減（2024 年は 2.2%減）、地上波テレビ番組が 13.1%減（2024 年は 4.5%減）、地上波テレビスポットが 1.4%減（2024 年は 2.8%増）であった。

2025 年上半期の広告出稿量は、景気は緩やかに持ち直しているものの、前年から続く物価高やアメリカの関税政策などによる影響もあり、全媒体で減少となった。

業種別（21 業種分類）では、「エネルギー・素材・機械」「自動車・関連品」などが増加した。一方、「飲料・嗜好品」「化粧品・トイレタリー」「家庭用品」「出版」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。

2025 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（179 万 4969 段）は前年に比べ 4.4%減。

新聞グループ別では、全国紙 8.5%減、ブロック紙 3.9%減、地方紙 1.3%減、スポーツ紙 0.7%減と全グループが前年を下回った。

総ページ数（42 万 8910 ページ）は全グループが前年同期を下回り、全体で 2.4%減となった。
広告掲載率は 28.0%。

カラー広告は、全国紙が 7.6%減、ブロック紙が 3.2%増、地方紙が 0.2%増、スポーツ紙が 0.2%減となり、全体では 3.3%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 10.7%減、ブロック紙が 8.2%減、地方紙が 0.8%増、スポーツ紙が 20.1%増、全体では 5.1%減となった。見開き広告はブロック紙と地方紙が前年を上回ったものの、全体では 3.6%減となった。案内広告は 8.7%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：15 業種

- ・「家庭用品」14.2%減（家庭用品総合、鍋・やかん類、室内装飾品など）
- ・「趣味・スポーツ用品」13.4%減（フィットネス用品、趣味・他のゲーム[記念コイン]、ペット・ペット用品など）
- ・「化粧品・トイレタリー」12.2%減（通販系ラインアップ化粧品、育毛・養毛剤、ヘアカラーシャンプー、歯磨きなど）
- ・「教育・医療サービス・宗教」9.7%減（病院・医療サービス、予備校・学習塾、専門学校・各種学校など）
- ・「飲料・嗜好品」9.6%減（通販系美容・栄養ドリンク、日本茶、企業広告、清酒など）
- ・「食品」7.3%減（通販系サプリメント、健康食品、漬物など）
- ・「流通・小売業」5.7%減（通信販売、商社の企業広告、スーパーなど）
- ・「情報・通信」4.9%減（クラウドサービス、ウェブコンテンツ、衛星放送など）

ほか

■増加：6 業種

- ・「家電・AV 機器」32.2%増（液晶テレビ、電気理容・美容器具、エアコンなど）
- ・「自動車・関連品」11.3%増（SUV、セダン、軽自動車など）
- ・「エネルギー・素材・機械」5.2%増（ガソリン、鉄鋼・金属、パルプ・紙など）
- ・「官公庁・団体」1.6%増（広告団体、催事、外国官公庁）

ほか

〈雑誌〉

雑誌広告量（3万3211ページ）は9.8%減。

ジャンル別（17分類）では、「ティーン女性誌」2.3%増が前年を上回り、「パソコン誌」22.7%減、「自動車誌」18.0%減、「一般週刊誌」17.8%減、「ヤング女性誌」14.0%減、「ヤング男性誌」13.6%減、「女性誌」13.1%減、「男性コミック誌」10.9%減、「ミセス誌」7.8%減、「ビジネス・マネー誌」7.3%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：20 業種

- ・「案内・その他」47.8%減（企業グループ、多業種・小スペース連合広告）
 - ・「食品」22.2%減（通販系サプリメント、鮮魚・生鮮肉、他の食品など）
 - ・「家庭用品」20.9%減（加熱式たばこ、他の家庭用雑貨、企業広告など）
 - ・「化粧品・トイレットリー」18.7%減（女性化粧品シリーズ、モイスチャークリーム、通販系ラインアップ化粧品、化粧水など）
 - ・「自動車・関連品」18.1%減（他の自動車関連品、SUV[国産・輸入]、タイヤなど）
 - ・「官公庁・団体」16.3%減（他の諸団体、自治体、広告団体）
 - ・「流通・小売業」16.2%減（通信販売、他の小売店、百貨店など）
 - ・「薬品・医療用品」14.3%減（企業広告、総合保健薬、他の医療用品など）
 - ・「出版」13.5%減（学生・児童誌、単行本、文庫本など）
 - ・「家電・AV 機器」12.4%減（他の厨房電気機器[コーヒーマーカー]、電気理容・美容器具、クッキングヒーター・IH 調理器など）
 - ・「精密機器・事務用品」10.9%減（腕時計、企業広告、インスタントカメラなど）
- ほか

■増加：1 業種

- ・「金融・保険」5.6%増（証券会社の企業広告、損害保険、FX など）

〈ラジオ〉

ラジオ広告量（882万6425秒）は2.0%減。

地区別では、東京 3.4%減、大阪 0.7%減。

業種別の増減は、以下のとおり。

■減少：11 業種

- ・「出版」28.1%減（出版案内、一般紙、趣味専門誌など）
- ・「金融・保険」26.9%減（医療保険、クレジットカード、通販系自動車保険など）
- ・「家電・AV 機器」22.5%減（企業広告、電気食器洗浄機、加湿器）

- ・「飲料・嗜好品^{しこう}」12.8%減（企業広告、日本茶、国産ビール、清酒など）
- ・「官公庁・団体」12.2%減（広告団体、官公庁、自治体）
- ・「薬品・医療用品」8.6%減（総合胃腸薬、筋肉痛薬・シップ薬、メガネなど）
- ・「化粧品・トイレタリー」8.5%減（育毛・養毛剤、石けん、歯磨き、洗口液など）

ほか

■増加：10 業種

- ・「食品」22.4%増（通販系サプリメント、即席みそ汁・おすまし、他の菓子など）
- ・「情報・通信」21.2%増（ウェブコンテンツ、企業広告、オンラインショップなど）
- ・「案内・その他」15.9%増（企業グループ）
- ・「エネルギー・素材・機械」9.3%増（企業広告、電力自由化関連、エネルギー・素材・機械総合など）
- ・「自動車・関連品」5.3%増（他の自動車関連品、企業広告、SUV[輸入・国産]など）
- ・「精密機器・事務用品」4.7%増（企業広告、事務用家具、文房具総合など）

ほか

〈地上波テレビ番組 CM〉

テレビ番組広告量（723 万 4975 秒）は 13.1%減。

地区別では東京 15.0%減、大阪 12.9%減、名古屋 11.2%減と全地区で減少。

業種別の増減は、以下のとおり。

■減少：19 業種

- ・「出版」23.6%減（企業広告、出版案内、年鑑・辞書・辞典など）
- ・「化粧品・トイレタリー」22.1%減（歯磨き、通販系ラインアップ化粧品、シャンプー＆リンス・コンディショナー、柔軟剤など）
- ・「家電・AV 機器」21.7%減（企業広告、電気理容・美容器具、電気カミソリなど）
- ・「薬品・医療用品」21.2%減（総合保健薬、ドリンク剤[医薬品・医薬部外品]、その他医薬品など）
- ・「金融・保険」20.9%減（保険会社の企業広告、消費者金融、通販系保険[自動車・生命]など）
- ・「食品」18.3%減（通販系サプリメント、パン、即席みそ汁・おすましなど）
- ・「飲料・嗜好品^{しこう}」17.5%減（国産ビール、通販系美容・栄養ドリンク、果実・野菜ミックスジュース、ビールテイスト飲料など）
- ・「自動車・関連品」17.4%減（企業広告、ミニバン・1BOX、2BOX など）
- ・「精密機器・事務用品」16.0%減（事務用家具、ノート、腕時計）
- ・「家庭用品」15.5%減（機能性マットレス、ラップ・アルミ箔、殺虫剤など）

- ・「不動産・住宅設備」14.7%減（企業広告、他の住宅付属設備、厨房ユニットなど）ほか

■増加：2 業種

- ・「ファッション・アクセサリ」12.3%増（カジュアルウエア、カジュアルシューズ、寝間着・ガウンなど）
- ・「エネルギー・素材・機械」3.7%増（鉄鋼・金属、エネルギー・素材・機械総合、ガソリンなど）

〈地上波テレビスポット〉

テレビスポット広告量（3206 万 890 秒）は 1.4%減。

地区別では、東京 6.1%減、大阪 2.0%増、名古屋 0.1%減と大阪地区で増加。

業種別の増減は、以下のとおり。

■減少：12 業種

- ・「案内・その他」32.7%減（企業グループ）
- ・「趣味・スポーツ用品」26.4%減（ゲームソフト、人気キャラクター系玩具、ペット・ペット用品など）
- ・「出版」20.9%減（趣味専門誌、企業広告、英語教材・テキストなど）
- ・「家庭用品」19.7%減（脱臭剤、機能性マットレス、ラップ・アルミ箔など）
- ・「食品」11.8%減（通販系サプリメント、ヨーグルト、スナック菓子など）
- ・「精密機器・事務用品」11.8%減（企業広告、腕時計）
- ・「化粧品・トイレタリー」10.7%減（柔軟剤、育毛・養毛剤、日焼け止め商品、美容液など）ほか

■増加：9 業種

- ・「官公庁・団体」128.8%増（広告団体、外国官公庁、他の諸団体）
- ・「エネルギー・素材・機械」25.7%増（企業広告、鉄鋼・金属、ガス会社など）
- ・「流通・小売業」17.0%増（通信販売、他の小売店、大型量販店など）
- ・「ファッション・アクセサリ」12.5%増（カジュアルウエア、貴金属・アクセサリ、機能性肌着など）
- ・「交通・レジャー」9.8%増（映画、交通・レジャー総合、他のレジャー施設など）
- ・「家電・AV 機器」6.7%増（エアコン、電気掃除機、家庭用マッサージ器など）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