

## 地上波テレビ番組の広告量が増加

「家電・AV 機器」「情報・通信」「流通・小売業」などの業種で出稿が増加

－ 2026 年（1～6 月）のマスコミ 4 媒体広告量・電通調査 －

2026 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 325 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 4.0 ポイント減（2025 年は 4.4 ポイント減）、雑誌が 5.8 ポイント減（2025 年は 9.8 ポイント減）、ラジオが 2.0 ポイント減（2025 年は 2.0 ポイント減）、地上波テレビ番組が 16.7 ポイント増（2025 年は 13.1 ポイント減）、地上波テレビスポットが 1.7 ポイント減（2025 年は 1.4 ポイント減）であった。

2026 年上半期の広告出稿量は、世界的な大型スポーツイベントなどの開催により地上波テレビ番組は増加したものの、物価高や広告予算のデジタルシフトの影響を引き続き受けており、新聞、雑誌、ラジオ、地上波テレビスポットで減少となった。

業種別（21 業種分類）では、「家電・AV 機器」「情報・通信」「流通・小売業」などが増加した。一方、全媒体で減少した業種はなかったものの、「飲料・嗜好品」「精密機器・事務用品」「交通・レジャー」「外食・各種サービス」などが減少した。

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。

2026 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（172 万 3465 段）は前年に比べ 4.0 ポイント減。

新聞グループ別では、全国紙 8.1 ポイント減、ブロック紙 3.2 ポイント減、地方紙 1.1 ポイント減、スポーツ紙 0.9 ポイント減と、全グループで前年を下回った。

総ページ数（42 万 3406 ページ）は全グループが前年同期を下回り、全体で 1.3 ポイント減となった。広告掲載率は 27.3%。

カラー広告は、全国紙が 10.0 ポイント減、ブロック紙が 6.2 ポイント減、地方紙が 1.2 ポイント増、スポーツ紙が 10.8 ポイント増となり、全体では 3.9 ポイント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 10.4 ポイント減、ブロック紙が 2.5 ポイント減、地方紙が 0.5 ポイント増、スポーツ紙が 3.9 ポイント増、全体では 4.9 ポイント減となった。見開き広告は全国紙が前年を下回ったものの、ブロック紙、地方紙、スポーツ紙が前年を上回り、全体では 1.4 ポイント増となった。案内広告は全国紙が前年を上回ったものの、全体で 5.6 ポイント減と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：16 業種

- ・「趣味・スポーツ用品」26.5 ポイント減（オーディオソフト、フィットネス用品、趣味・他のゲーム[記念コイン]など）
- ・「飲料・嗜好品<sup>しこう</sup>」23.0 ポイント減（通販系美容・栄養ドリンク、インスタントコーヒー、企業広告、日本茶など）
- ・「家庭用品」19.3 ポイント減（企業広告、機能性マットレス、メモリアル用品など）
- ・「化粧品・トイレタリー」17.2 ポイント減（育毛・養毛剤、通販系オールインワン・ラインアップ化粧品、ヘアカラートリートメントなど）
- ・「金融・保険」14.6 ポイント減（保険商品総合、住宅ローン、損害保険など）
- ・「自動車・関連品」11.7 ポイント減（SUV[国産・輸入]、企業広告、タイヤなど）
- ・「薬品・医療用品」10.8 ポイント減（筋肉痛薬・シップ薬、総合保健薬、その他医薬品など）
- ・「エネルギー・素材・機械」10.6 ポイント減（企業広告、産業用機器関連、ガソリンなど）
- ・「不動産・住宅設備」7.2 ポイント減（企業広告、住宅リフォーム、等価交換・共同事業システムなど）

ほか

### ■増加：5 業種

- ・「家電・AV 機器」136.8 ポイント増（空気清浄機、電気理容・美容器具、LED 電球・蛍光

灯など)

- ・「ファッション・アクセサリ」23.3 ポイント増（寝間着・ガウン、肌着、バッグなど）
- ・「官公庁・団体」12.0 ポイント増（政党・政治団体、官公庁、広告団体など）
- ・「精密機器・事務用品」3.6 ポイント増（他の時計関連品、ノート、システム手帳など）

ほか

## 〈雑誌〉

雑誌広告量（3万913ページ）は5.8ポイント減。

ジャンル別（17分類）では、「育児誌」17.5ポイント増、「パソコン誌」6.1ポイント増などが前年を上回り、「ティーン女性誌」56.2ポイント減、「番組・都市型情報誌」11.5ポイント減、「自動車誌」9.1ポイント減、「ミセス誌」9.0ポイント減、「女性誌」8.3ポイント減、「ヤング女性誌」8.0ポイント減、「ヤングアダルト男性誌」7.3ポイント減、「一般週刊誌」6.0ポイント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

- ・「飲料・嗜好品<sup>しこう</sup>」29.2ポイント減（タバコ、ワイン、焼酎、日本茶など）
  - ・「不動産・住宅設備」12.0ポイント減（一般住宅、別荘・別荘地、等価交換・共同事業システムなど）
  - ・「流通・小売業」10.3ポイント減（通信販売、買取専門店、専門量販店など）
  - ・「教育・医療サービス・宗教」9.7ポイント減（病院・医療サービス、専門学校・各種学校、通信教育など）
  - ・「交通・レジャー」9.5ポイント減（ホテル・旅館、イベント・セミナー、公営レース、企業広告など）
  - ・「外食・各種サービス」9.4ポイント減（飲食業、理容・美容・浴場、結婚関連情報など）
  - ・「精密機器・事務用品」8.9ポイント減（腕時計、交換レンズ、デジタルカメラなど）
  - ・「エネルギー・素材・機械」8.2ポイント減（企業広告、電力自由化関連、ガス会社など）
  - ・「ファッション・アクセサリ」7.3ポイント減（バッグ、カジュアルウエア、婦人服など）
- ほか

### ■増加：5業種

- ・「案内・その他」21.6ポイント増（企業グループ、多業種・小スペース連合広告）
- ・「官公庁・団体」19.5ポイント増（外国官公庁、他の諸団体、広告団体）
- ・「家庭用品」9.6ポイント増（他の家庭用雑貨、鍋・やかん類、加熱式たばこなど）
- ・「薬品・医療用品」6.9ポイント増（企業広告、ウェルネス・セルフケア用品、総合胃腸薬など）

ほか

## 〈ラジオ〉

ラジオ広告量（864 万 9745 秒）は 2.0 ポイント減。

地区別では、東京 8.8 ポイント減、大阪 4.3 ポイント増。

業種別の増減は、以下のとおり。

### ■減少：11 業種

- ・「外食・各種サービス」34.7 ポイント減（法律事務所、人材派遣、メモリアルサービスなど）
- ・「飲料・嗜好品<sup>しこう</sup>」29.6 ポイント減（企業広告、通販系美容・栄養ドリンク、焼酎、インスタントコーヒーなど）
- ・「趣味・スポーツ用品」24.9 ポイント減（映像ソフト、オーディオソフト、植物・種苗など）
- ・「精密機器・事務用品」12.5 ポイント減（腕時計、他の精密機器、文房具総合など）
- ・「案内・その他」6.8 ポイント減（企業グループ）
- ・「自動車・関連品」6.2 ポイント減（他の自動車関連品、軽自動車、SUV[国産・輸入]など）
- ・「食品」5.9 ポイント減（通販系サプリメント、通販系健康食品、他の調味料など）

ほか

### ■増加：10 業種

- ・「家電・AV 機器」54.3 ポイント増（企業広告、他の家事用電気機器、電気理容・美容器具など）
- ・「流通・小売業」47.2 ポイント増（買取専門店、通信販売、商店街・ショッピングモールなど）
- ・「家庭用品」24.4 ポイント増（まくら、企業広告、接着剤など）
- ・「エネルギー・素材・機械」24.1 ポイント増（企業広告、ガソリン、産業用機器関連など）
- ・「金融・保険」21.9 ポイント増（生命保険、医療保険、クレジットカードなど）
- ・「情報・通信」15.7 ポイント増（ウェブコンテンツ、企業広告、移動体通信サービスなど）

ほか

## 〈地上波テレビ番組 CM〉

テレビ番組広告量（844 万 5690 秒）は 16.7 ポイント増。

地区別では東京 16.6 ポイント増、大阪 18.0 ポイント増、名古屋 15.8 ポイント増と全地区で増加。

業種別の増減は、以下のとおり。

### ■増加：17 業種

- ・「家電・AV 機器」59.1 ポイント増（空気清浄機、企業広告、電気掃除機など）
  - ・「家庭用品」30.5 ポイント増（脱臭剤、企業広告、殺虫剤など）
  - ・「ファッション・アクセサリー」29.5 ポイント増（企業広告、寝間着・ガウン、機能性肌着など）
  - ・「化粧品・トイレットリー」29.4 ポイント増（洗濯用洗剤、他の仕上剤、通販系ラインアップ化粧品、歯磨きなど）
  - ・「薬品・医療用品」26.6 ポイント増（総合保健薬、鎮咳去痰薬、<sup>ちんがいきよたん</sup>、その他医薬品など）
  - ・「自動車・関連品」25.2 ポイント増（企業広告、軽自動車、ミニバン・1BOX など）
  - ・「情報・通信」24.5 ポイント増（ウェブコンテンツ、移動体通信サービス、企業広告など）
  - ・「食品」24.3 ポイント増（冷凍食品、ヨーグルト、チョコレートなど）
  - ・「金融・保険」21.4 ポイント増（保険会社の企業広告、生命保険、消費者金融など）
- ほか

#### ■減少：4 業種

- ・「官公庁・団体」43.6 ポイント減（他の諸団体、自治体）
  - ・「案内・その他」17.9 ポイント減（企業グループ）
  - ・「趣味・スポーツ用品」2.6 ポイント減（人気キャラクター系玩具、オーディオソフト、キャットフードなど）
- ほか

### 〈地上波テレビスポット〉

テレビスポット広告量（3153 万 1175 秒）は 1.7 ポイント減。

地区別では、東京 4.5 ポイント増、大阪 6.8 ポイント減、名古屋 2.0 ポイント減と東京地区で増加。

業種別の増減は、以下のとおり。

#### ■減少：12 業種

- ・「官公庁・団体」64.2 ポイント減（広告団体、外国官公庁、他の諸団体）
- ・「家庭用品」20.6 ポイント減（企業広告、ティッシュペーパー、保湿・保冷容器など）
- ・「飲料・嗜好品」15.1 ポイント減（国産ビール、日本茶、第 3 のビール、ニアウォーターなど）
- ・「交通・レジャー」13.7 ポイント減（映画、会員制スポーツクラブ、旅行会社、コンサートなど）
- ・「教育・医療サービス・宗教」9.8 ポイント減（専門学校・各種学校、大学、病院・医療サービスなど）
- ・「薬品・医療用品」9.6 ポイント減（総合保健薬、鼻炎薬、整腸薬など）

- ・「精密機器・事務用品」9.5 ポイント減（スマートウォッチ、企業広告、事務用家具など）ほか

■増加：9 業種

- ・「趣味・スポーツ用品」25.1 ポイント増（ゲームソフト、フィットネス用品、企業広告など）
- ・「流通・小売業」17.9 ポイント増（コンビニエンスストア、総合スーパー、大型量販店など）
- ・「自動車・関連品」17.7 ポイント増（SUV[国産・輸入]、企業広告、軽自動車など）
- ・「エネルギー・素材・機械」16.0 ポイント増（産業用機器関連、ガス会社、企業広告など）
- ・「情報・通信」13.7 ポイント増（ウェブコンテンツ、移動体通信サービス、企業広告など）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](mailto:mediainnovation@dentsu.co.jp)