

## 新聞・テレビスポットの広告量は増加

「不動産・住宅設備」、「金融・保険」の出稿がマスコミ4媒体で増加

### － 2013年上半期（1－6月）のマスコミ4媒体広告量・電通調査 －

2013年上半期（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382誌(広告ページ数)、ラジオ10局（東京・大阪地区のCM秒数）、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、新聞が前年同期比0.5%増、雑誌が4.6%減、ラジオが1.0%減、テレビ番組CMが0.2%減、テレビスポットが0.4%増であった。前年同期は東日本大震災の反動増が現れたが、新聞とテレビスポットの広告量は引き続き増加傾向にある。

2013年上半期の広告出稿量は、新政権後の円安・株高効果などによる企業収益の回復に伴い増加を期待されたが、マスコミ4媒体ではほぼ横ばいであった。

業種別（21業種分類）では、「不動産・住宅設備」「金融・保険」の2業種が4媒体すべてで前年同期を上回った。その他は、媒体によるばらつきはあるものの多くが増加傾向となっている。

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。また、ACジャパンのテレビCMはすべてテレビスポットとしています。

2013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(2,679,959段)は前年同期に比べ0.5%増と、前期に続いてのプラスである。

新聞グループ別では、全国紙0.8%増、ブロック紙0.3%減、地方紙1.0%増、スポーツ紙3.6%減となった。

総ページ数(530,034頁)も地方紙が前年同期を上回り、全体では0.2%増となった。広告量の増加率が総ページ数の増加率を上回ったことから、広告掲載率は0.1ポイント上昇して34.1%。

カラー広告は、全国紙が6.2%増、ブロック紙が0.3%増、地方紙が2.5%増、スポーツ紙が4.5%減となり、全体では3.7%増となった。全面広告(1広告主で1ページ)は、全国紙が1.8%増、ブロック紙が0.3%減、地方紙が3.6%増、スポーツ紙が8.6%減となったり、全体では1.9%増となった。見開き広告はブロック紙・地方紙で増加したが、全体では2.4%減となった。案内広告は5.1%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「エネルギー・素材・機械」17.8%増(ガソリン、建設・土木用機械などが増加)、「自動車・関連品」11.6%増(軽自動車、セダン、企業広告などが増加)、「金融・保険」11.5%増(NISAなどの金融サービス、通販系自動車保険・医療保険などが増加)、「化粧品・トイレタリー」9.9%増(美容液、育毛・養毛剤、ファンデーションなどが増加)、「精密機器・事務用品」7.7%増(腕時計、カッターなどが増加)など13業種で増加となった。

一方、減少は「家電・AV機器」14.1%減(電気理容・美容器具、電池、LEDが減少)、「情報・通信」11.0%減(移動体通信サービス、携帯電話端末などが減少)、「飲料・嗜好品」8.3%減(乳酸菌飲料、国産ビール、焼酎などが減少)など8業種。

### <雑誌>

雑誌広告量(94,513ページ)は4.6%減となった。

ジャンル別(17分類)では、「アダルト男性誌」2.3%増、「スポーツ誌」6.3%増の2ジャンルが前年同期を上回った。一方、減少したのは「ティーン女性誌」16.8%減、「パソコン誌」16.2%減、「ヤング男性誌」9.4%減、「育児誌」9.0%減、「自動車誌」8.7%減、「ヤング女性誌」8.4%減などの15ジャンルだった。

業種別では、「不動産・住宅設備」10.9%増(一般住宅、分譲マンションなどが増加)、「家庭用品」8.8%増(室内装飾品、家具などが増加)、「飲料・嗜好品」7.2%増(タバコ、第3のビールなどが増加)、「交通・レジャー」6.6%増(スポーツ競技、映画、ホテル・旅館などが増加)など8業種が増加した。

一方、減少は「情報・通信」22.7%減(モバイルコンテンツ、携帯電話端末、衛星放送などが減少)、「化粧品・トイレタリー」7.4%減(女性化粧品シリーズ、乳液、口紅などが

減少)、「ファッション・アクセサリ」4.1%減(カジュアルウェア、貴金属・アクセサリなどが減少)など13業種。

### <ラジオ>

ラジオ広告量(10,820,725秒)は1.0%減で、3期ぶりにマイナスとなった。

地区別では、東京0.7%増、大阪2.6%減。

業種別では、「不動産・住宅設備」17.3%増(住宅展示場、網戸などの住宅付属設備、一般住宅、企業広告などが増加)、「外食・各種サービス」11.9%増(法律相談などのサービス、クリーニングなどが増加)、「化粧品・トイレタリ」7.2%増(トリートメントヘアカラーなどのヘアケア商品、女性化粧品シリーズ、歯磨などが増加)、「自動車・関連品」6.0%増(タイヤ、軽自動車、企業広告などが増加)、「薬品・医療用品」4.5%増(鎮痛・解熱剤、整腸薬、総合保健薬などが増加)など10業種が増加した。

一方、減少は「情報・通信」15.4%減(移動体通信サービス、WEBコンテンツ、企業広告などが減少)、「食品」13.4%減(健康食品、合わせ調味料、チョコレートなどが減少)、「飲料・嗜好品」10.3%減(炭酸飲料、国産ビール、美容・栄養ドリンクなどが減少)、「官公庁・団体」7.1%減(広告団体、官公庁、自治体などが減少)など10業種。

### <テレビ番組CM>

テレビ番組広告量(9,049,460秒)は0.2%減となった。地区別では東京1.4%減、大阪0.2%増、名古屋0.9%増。

業種別では、「金融・保険」10.4%増(通販系自動車保険、消費者金融、通販系損害保険などが増加)、「自動車・関連品」8.1%増(軽自動車、国産乗用車総合、企業広告などが増加)、「外食・各種サービス」5.5%増(クリーニング、理容・美容・浴場、エステティックサロンなどが増加)、「教育・医療サービス・宗教」19.2%増(病院・医療サービス、通信教育、予備校・学習塾などが増加)など14業種が増加となった。

一方、減少は「飲料・嗜好品」12.4%減(国産ビール、ミネラルウォーター、炭酸飲料、健康茶などが減少)、「流通・小売業」9.8%減(通信販売が大幅に減少)、「化粧品・トイレタリ」6.4%減(女性化粧品シリーズ、化粧品総合、ベビー用おむつ、トリートメントなどが減少)、「趣味・スポーツ用品」2.5%減(人形・玩具、ゲームソフト、映像ソフトなどが減少)など7業種。

### <テレビスポット>

テレビスポット広告量(31,219,170秒)は0.4%増となった。

地区別では、東京0.4%減、大阪0.0%増、名古屋1.6%増。

業種別では、「金融・保険」27.5%増(通販系生命保険、通販系自動車保険、クレジットカードなどが増加)、「外食・各種サービス」19.6%増(法律相談などのサービス、女性

用ウィッグなどが増加)、「不動産・住宅設備」11.1%増(サッシ、不動産仲介、企業広告などが増加)、「情報・通信」7.0%増(携帯電話端末、移動体通信サービス、WEBコンテンツなどが増加)など10業種が増加した。

一方、減少は「出版」23.4%減(趣味専門誌、住宅関連誌などが減少)、「自動車・関連品」21.0%減(2BOX、ミニバン・1BOX、ワゴンなどが減少)、「趣味・スポーツ用品」11.0%減(映像ソフト、オーディオソフト、ゲームソフトなどが減少)、「化粧品・トイレタリー」5.0%減(女性化粧品シリーズ、シャンプー&リンス、美容液、デオドラントなどが減少)など11業種。