

全媒体で広告量が減少傾向

「官公庁・団体」「家庭用品」「情報・通信」は出稿が増加した媒体も

－ 2020年（1～12月）のマスコミ4媒体広告量・電通調査 －

2020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118紙（広告段数）、雑誌335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6.5%減（2019年は同3.4%減）、雑誌が同22.0%大幅減（2019年は同10.2%減）、ラジオが同7.2%減（2019年は同1.6%減）、地上波テレビ番組CMが同4.2%減（2019年は同2.1%減）、地上波テレビスポットが同3.1%減（2019年は同0.7%減）であった。

2020年の広告出稿量は、特に3月以降の世界的な新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナウイルス）拡大の影響による「第32回オリンピック競技大会（2020／東京）」「東京2020パラリンピック競技大会」（以下、東京2020オリンピック・パラリンピック）をはじめとする各種イベントや広告販促キャンペーンの延期・中止により、マスコミ4媒体では、全媒体で減少となった。

業種別（21業種分類）では、全媒体で前年同期を上回った業種はない。「食品」「精密機器・事務用品」「自動車・関連品」「不動産・住宅設備」「交通・レジャー」「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。

2020年の媒体別広告量の動向は次のとおり。

<新聞>

新聞広告量（4,397,811段）は前年に比べ6.5%減。

新聞グループ別では、全国紙7.5%減、ブロック紙9.8%減、地方紙5.2%減、スポーツ紙5.1%減と全グループが前年を下回った。

総ページ数（969,578頁）は全グループが前年同期を下回り、全体で5.0%減となった。広告掲載率は30.6%。

カラー広告は、全国紙が7.1%減、ブロック紙が14.9%減、地方紙が7.7%減、スポーツ紙が20.4%減となり、全体では同8.4%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10.1%減、ブロック紙が13.4%減、地方紙が1.6%増、スポーツ紙が11.8%減、全体では5.7%減となった。見開き広告はスポーツ紙で増加し、全体では17.1%減となった。案内広告は10.7%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「交通・レジャー」38.7%大幅減（旅行会社、イベント・セミナー、コンサート、ホテル・旅館、スポーツ競技、映画、レジャーランド・テーマパークなどが減少）、「自動車・関連品」17.1%減（軽自動車、国産乗用車総合、セダンなどが減少）、「精密機器・事務用品」16.9%減（腕時計、印鑑などが減少）、「案内・その他」16.6%減（多業種・小スペース連合広告、案内<求人ほか>などが減少）、「教育・医療サービス・宗教」13.1%減（専門学校・各種学校、大学、通信教育などが減少）、「金融・保険」8.5%減（通販系保険<がん、自動車、損害>、保険商品総合、定期預金などが減少）、「不動産・住宅設備」8.1%減（分譲マンション、住宅展示場、一般住宅などが減少）など11業種で減少となった。

一方、増加は「情報・通信」30.1%大幅増（ウェブコンテンツ、オンラインショッピング、クラウドサービスなどが増加）、「薬品・医療用品」8.8%増（総合保健薬、整腸薬、筋肉痛薬・シップ薬などが増加）、「出版」8.0%増（企業広告、単行本、一般紙などが増加）、「外食・各種サービス」6.0%増（その他サービス、レンタル、企業広告などが増加）などの10業種。

<雑誌>

雑誌広告量（100,819ページ）は22.0%減。

ジャンル別（17分類）では、「アダルト男性誌」30.1%大幅減、「ヤング男性誌」29.2%大幅減、「番組・都市型情報誌」28.2%大幅減、「女性誌」26.6%大幅減、「ヤング女性誌」25.0%大幅減、「スポーツ誌」23.4%大幅減、「ミセス誌」21.3%大幅減、「ヤングアダルト男性誌」20.8%大幅減、「その他誌」19.7%減、「ビジネス・マネー誌」19.0%減など全ジャンルが前年を下回った。

業種別では、「交通・レジャー」38.0%大幅減（イベント・セミナー、ホテル・旅館、コンサートなどが減少）、「精密機器・事務用品」30.2%大幅減（腕時計、デジタルカメラなどが減少）、「流通・小売業」28.3%大幅減（百貨店、通信販売、商店街・ショッピングモールなどが減少）、「ファッション・アクセサリ」26.3%大幅減（婦人服、バッグ、カジュアルウェアなどが減少）、

「趣味・スポーツ用品」23.8%大幅減（ゴルフ用品<クラブ・ボール>、スポーツウェアなどが減少）、「外食・各種サービス」23.2%大幅減（飲食業、理容・美容・浴場、エステティックサロンなどが減少）、「教育・医療サービス・宗教」22.0%大幅減（病院・医療サービス、専門学校・各種学校などが減少）、「不動産・住宅設備」20.8%大幅減（一般住宅、他の土地・建物、住宅リフォームなどが減少）、「化粧品・トイレタリー」20.0%大幅減（通販系女性用ラインナップ化粧品、ファンデーションなどが減少）、「エネルギー・素材・機械」18.0%減（電力、企業広告などが減少）、「飲料・嗜好品」17.1%減（シャンパン、通販系美容・栄養ドリンクなどが減少）、「官公庁・団体」16.9%減（他の諸団体、催し物などが減少）など20業種で減少となった。

一方、増加は「家電・AV機器」6.7%増（ソーダメーカー、オーディオなどが増加）の1業種のみ。

<ラジオ>

ラジオ広告量（19,414,870秒）は7.2%減。

地区別では、東京5.1%減、大阪9.4%減。

業種別では、「出版」35.7%大幅減（英語教材・テキストが大幅減、出版案内、総合・娯楽誌などが減少）、「ファッション・アクセサリ」23.3%大幅減（紳士服、企業広告、バッグなどが減少）、「案内・その他」21.5%大幅減（企業グループが減少）、「流通・小売業」19.7%減（大型量販店、コンビニエンスストア、出張買い取りなどが減少）、「飲料・嗜好品」18.9%減（通販系美容・栄養ドリンク、焼酎、美容・栄養ドリンクなどが減少）、「交通・レジャー」18.6%減（コンサート、パチンコホール、企業広告、レジャーランド・テーマパークなどが減少）、「自動車・関連品」15.8%減（企業広告、国産商業車、中古車などが減少）、「薬品・医療用品」13.5%減（鎮痛・解熱剤、企業広告、その他医薬品などが減少）、「外食・各種サービス」10.1%減（法律事務所、飲食業、クリーニングなどが減少）など14業種が減少した。

一方、増加は「金融・保険」13.7%増（がん保険、医療保険、クレジットカードなどが増加）、「家電・AV機器」12.6%増（コーヒーメーカー、オーディオ、企業広告などが増加）、「情報・通信」11.9%増（民間放送、企業広告、衛星放送などが増加）など7業種。

<地上波テレビ番組CM>

テレビ番組広告量（17,507,518秒）は4.2%減。

地区別では東京2.8%減、大阪5.1%減、名古屋5.0%減と全地区が減少となった。

業種別では、「精密機器・事務用品」64.3%大幅減（メガネ型拡大鏡、企業広告などが減少）、「交通・レジャー」27.3%大幅減（パチンコホール、スポーツ施設、レジャーランド・テーマパークなどが減少）、「ファッション・アクセサリ」23.6%大幅減（企業広告、カバン・ランドセル、カジュアルシューズなどが減少）、「家電・AV機器」13.9%減（企業広告、電気炊飯器、電気冷蔵庫などが減少）、「自動車・関連品」13.0%減（企業広告、国産乗用車総合、ミニバン・1BOXなどが減少）、「教育・医療サービス・宗教」11.7%減（予備校・学習

塾、病院・医療サービスなどが減少）、「エネルギー・素材・機械」8.1%減（ガソリン、企業広告、産業用機器関連などが減少）、「趣味・スポーツ用品」4.7%減（人気キャラクター系玩具、オーディオソフト、据え置きゲーム機などが減少）など16業種が減少した。

一方、増加は「官公庁・団体」30.3%大幅増（他の諸団体、自治体、官公庁が増加）、「飲料・嗜好品」18.2%増（国産ビール、第3のビール、日本茶などが増加）、「案内・その他」13.9%増（企業グループが増加）、「家庭用品」1.7%増（住居用ワイパー、ガスコンロ・ガステーブル、殺虫剤などが増加）など5業種。

<地上波テレビスポット>

テレビスポット広告量（60,171,293秒）は3.1%減。

地区別では、東京4.0%減、大阪2.5%減、名古屋3.0%減と全地区で減少。

業種別では、「交通・レジャー」39.5%大幅減（レジャーランド・テーマパーク、映画、旅行関連<旅行会社、ホテル・旅館、航空、鉄道>などが減少）、「ファッション・アクセサリ」21.6%大幅減（企業広告、機能性肌着、カジュアルシューズなどが減少）、「精密機器・事務用品」18.0%減（腕時計、精密機器・事務用品総合などが減少）、「自動車・関連品」15.3%減（SUV<国産、輸入>、セダン、ミニバン・1BOXなどが減少）、「出版」14.3%減（趣味専門誌、英語教材・テキスト、年鑑・辞書・辞典などが減少）、「金融・保険」12.9%減（通販系保険<医療・がん>、生命保険、クレジットカードなどが減少）、「飲料・嗜好品」8.2%減（美容・栄養ドリンク、缶コーヒー、国産ビールなどが減少）など13業種が減少した。

一方、増加は「官公庁・団体」51.6%大幅増（広告団体、官公庁、自治体などが増加）、「案内・その他」44.1%大幅増（企業グループが増加）、「家庭用品」17.9%増（企業広告、脱臭剤、家具などが増加）、「薬品・医療用品」14.0%増（総合保健薬、筋肉痛薬・シップ薬、皮膚病薬・きず薬などが増加）、「流通・小売業」13.7%増（通信販売、スーパー、ドラッグストアチェーンが増加）、「趣味・スポーツ用品」9.6%増（ゲームソフト、ペットフード、人気キャラクター系玩具などが増加）などの8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
メールアドレス：mediainnovation@dentsu.co.jp