

地上波テレビスポットの広告量が増加

「家電・AV機器」「家庭用品」「情報・通信」などの業種で出稿が増加
－ 2021年（1～6月）のマスコミ4媒体広告量・電通調査 －

2021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118紙（広告段数）、雑誌341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1.3%増（2020年は同8.7%減）、雑誌が同16.0%減（2020年は同17.6%減）、ラジオが同2.7%減（2020年は同8.7%減）、地上波テレビ番組CMが同2.1%増（2020年は同3.1%減）、地上波テレビスポットが同6.8%増（2020年は同5.8%減）であった。

2021年上半期の広告出稿量は、1月の緊急事態宣言、変異株ウイルス流行による第4波、緊急事態宣言の再延長などの影響を受けているものの、マスコミ4媒体では、地上波テレビ番組・スポット、新聞で前年を上回った。

業種別（21業種分類）では、「家電・AV機器」が全媒体で前年同期を上回り、「飲料・嗜好品」「家庭用品」「不動産・住宅設備」「情報・通信」などが増加した。一方、「自動車・関連品」「交通・レジャー」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り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。

2021 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（2,223,971 段）は前年に比べ 1.3%増。

新聞グループ別では、全国紙 4.7%増、ブロック紙 1.8%減、地方紙 0.1%減、スポーツ紙 5.7%減と全国紙が前年を上回った。

総ページ数（488,240 頁）は全グループが前年同期を上回り、全体で 1.9%増となった。広告掲載率は 30.7%。

カラー広告は、全国紙が 19.0%増、ブロック紙が 8.5%増、地方紙が 3.0%増、スポーツ紙が 4.6%減となり、全体では同 10.1%増と前年を上回った。全面広告（1 広告主で 1 ページ）は、全国紙が 10.7%増、ブロック紙が 6.9%増、地方紙が 6.1%増、スポーツ紙が 3.9%増、全体では 8.2%増となった。見開き広告はスポーツ紙以外が増加し、全体では 20.5%増となった。案内広告は 8.0%減で減少傾向が続いている。

業種別では、「金融・保険」21.8%増（医療保険、生命保険、通販系医療保険などが増加）、「家電・AV 機器」20.6%増（空気清浄機、企業広告、エアコンなどが増加）、「精密機器・事務用品」10.7%増（腕時計、ノート、企業広告などが増加）、「化粧品・トイレタリー」9.9%増（育毛・養毛剤、通販系女性用（ラインナップ・オールインワン）化粧品、シャンプー&リンス・コンディショナーなどが増加）、「食品」6.4%増（通販系サプリメント、オリーブ油、通販系美容食品などが増加）、「流通・小売業」6.0%増（通信販売、大型量販店、他の小売店（出張買い取り）などが増加）、「薬品・医療用品」5.9%増（その他医薬品、筋肉痛薬・しつぷ薬、総合保健薬などが増加）、「家庭用品」5.9%増（家庭用品総合、ライター・喫煙具、企業広告などが増加）など 12 業種で増加となった。

一方、減少は「自動車・関連品」19.6%減（企業広告、SUV、セダンなどが減少）、「趣味・スポーツ用品」12.9%減（企業広告、記念コイン、家庭用園芸用品などが減少）、「エネルギー・素材・機械」9.6%減（企業広告、電力自由化関連、ガス会社などが減少）、「出版」5.6%減（企業広告、業界専門誌、趣味専門誌などが減少）、「教育・医療サービス・宗教」5.1%減（予備校・学習塾、宗教、通信教育などが減少）などの 9 業種。

<雑誌>

雑誌広告量（44,141 ページ）は 16.0%減。

ジャンル別（17 分類）では、「ティーン女性誌」33.4%減、「女性誌」23.6%減、「育児誌」20.9%減、「ヤングアダルト男性誌」19.4%減、「ヤング女性誌」18.8%減、「ヤング男性誌」17.2%減、「その他誌」14.0%減、「パソコン誌」13.9%減、「ミセス誌」13.6%減、「自動車誌」13.5%減など全ジャンルが前年を下回った。

業種別では、「ファッション・アクセサリ」30.8%減（婦人服、紳士服、バッグなどが減少）、「化粧品・トイレタリー」20.4%減（通販系女性用ラインナップ化粧品、ファンデーショ

ン、女性化粧品シリーズなどが減少)、 「流通・小売業」 19.5%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)、 「交通・レジャー」 18.4%減(ホテル・旅館、公営レース、鉄道各社などが減少)、 「趣味・スポーツ用品」 17.2%減(ゴルフクラブ、ゴルフ用品、スポーツウェア、オーディオソフトなどが減少)、 「飲料・嗜好品」 16.2%減(タバコ、通販系美容・栄養ドリンク、美容・栄養ドリンク、ウイスキーなどが減少) など17業種で減少となった。

一方、増加は「家電・AV機器」 26.6%増(ソーダメーカー、空気清浄機、ミキサー・ジュースナーなどが増加)、 「案内・その他」 24.6%増(企業グループなどが増加)、 「外食・各種サービス」 2.6%増(企業広告、飲食業、エステティックサロンなどが増加)、 「情報・通信」 1.3%増(ウェブコンテンツ、オンラインショッピング、衛星放送などが増加) の4業種。

<ラジオ>

ラジオ広告量(9,443,265秒)は2.7%減。

地区別では、東京4.7%減、大阪0.6%減。

業種別では、「案内・その他」 40.9%減(企業グループなどが減少)、 「出版」 23.5%減(英語教材・テキスト、企業広告、一般紙などが減少)、 「交通・レジャー」 19.8%減(映画、企業広告、ホテル・旅館、鉄道各社などが減少)、 「精密機器・事務用品」 14.6%減(企業広告、メガネ型拡大鏡、事務用家具などが減少)、 「自動車・関連品」 13.7%減(企業広告、国産商業車、SUVなどが減少)、 「金融・保険」 7.3%減(通販系保険(自動車・生命)、他の目的別ローン、キャッシュカードなどが減少)、 「教育・医療サービス・宗教」 6.0%減(宗教、病院・医療サービス、通信教育などが減少)、 「食品」 5.9%減(通販系サプリメント、スナック菓子、アイスクリーム・シャーベットなどが減少) など12業種が減少した。

一方、増加は「化粧品・トイレットリー」 25.6%増(育毛・養毛剤、通販系女性用ラインナップ化粧品、アイメイク用化粧品、洗濯用洗剤などが増加)、 「家電・AV機器」 22.1%増(企業広告、エアコン、換気扇などが増加)、 「飲料・嗜好品」 21.9%増(企業広告、インスタントコーヒー、通販系美容・栄養ドリンクなどが増加)、 「家庭用品」 10.7%増(防虫剤、まくら、他の家庭用機器(脚立・はしご)などが増加)、 「薬品・医療用品」 6.7%増(企業広告、鎮痛・解熱剤、皮膚病薬・きず薬などが増加) など9業種。

<地上波テレビ番組CM>

テレビ番組広告量(8,911,934秒)は2.1%増。

地区別では東京1.6%増、大阪2.7%増、名古屋2.0%増と全地区で増加となった。

業種別では、「案内・その他」 72.8%増(企業グループが増加)、 「家電・AV機器」 18.9%増(電気美容・美容器具、換気扇、家電・AV機器総合、空気清浄機などが増加)、 「家庭用品」 16.2%増(脱臭剤、企業広告、機能性マットレスなどが増加)、 「飲料・嗜好品」 15.6%増(国産ビール、通販系美容・栄養ドリンク、発泡酒、企業広告などが増加)、 「情報・通信」 12.0%増(企業広告、ウェブコンテンツ、コンピュータソフトなどが増加)、 「趣味・スポーツ用品」 11.8%増(ゲームソフト、人気キャラクター系玩具、企業広告などが増加)、 「官公庁・団体」

10.3%増（他の諸団体などが増加）、「ファッション・アクセサリ」6.1%増（企業広告、他の衣服（靴下）、婦人服などが増加）、「不動産・住宅設備」6.0%増（他の住宅付属設備、エコ給湯システム、バスユニットなどが増加）など13業種が増加した。

一方、減少は「エネルギー・素材・機械」26.7%減（ガソリン、企業広告、産業用機器関連などが減少）、「自動車・関連品」17.9%減（2BOX、SUV（輸入・国産）、企業広告などが減少）、「交通・レジャー」12.2%減（ホテル・旅館、スポーツ競技、私鉄などが減少）、「精密機器・事務用品」8.1%減（メガネ型拡大鏡、他の文房具（筆箱）、企業広告などが減少）、「外食・各種サービス」5.8%減（女性用ウィッグ、企業広告、人材派遣などが減少）などの8業種。

<地上波テレビスポット>

テレビスポット広告量（31,384,879秒）は6.8%増。

地区別では、東京5.3%増、大阪8.8%増、名古屋6.2%増と全地区で増加。

業種別では、「精密機器・事務用品」226.7%増（企業広告、メガネ型拡大鏡、事務用家具などが増加）、「家電・AV機器」70.6%増（エアコン、家電・AV機器総合、電気理容・美容器具などが増加）、「趣味・スポーツ用品」48.4%増（ゲームソフト、人気キャラクター系玩具、動物用薬品などが増加）、「家庭用品」39.6%増（脱臭剤、企業広告、住居用ワイパーなどが増加）、「情報・通信」26.4%増（オンラインゲーム、移動体通信サービス、ウェブコンテンツなどが増加）、「出版」25.1%増（趣味専門誌、企業広告、児童週刊誌などが増加）、「不動産・住宅設備」20.3%増（住宅設備総合、セントラル関連機器、企業広告などが増加）、「金融・保険」12.0%増（クレジットカードが増、仮想通貨、通販系生命保険などが増加）、「外食・各種サービス」8.4%増（宅配・引越サービス、人材派遣、レンタルなどが増加）など14業種が増加した。

一方、減少は「官公庁・団体」31.6%減（広告団体、自治体が減少）、「交通・レジャー」20.2%減（レジャーランド・テーマパーク、鉄道、ホテル・旅館、企業広告などが減少）、「エネルギー・素材・機械」20.1%減（ガス会社、ガソリン、産業用機器関連などが減少）、「ファッション・アクセサリ」13.2%減（ストッキング・タイツ、機能性肌着、紳士服、婦人服などが減少）などの7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