

電通「日本の広告費」発表を受けて新聞折込広告の現状と今後について

■2016年の総広告費と折込広告費

先頃、株式会社電通が発表した「日本の広告費」によると、2016年の国内総広告費は、前年比101.9%の6兆2,880億円でした。2012年以降5年連続で前年を上回ったこととなります。

2016年の折込広告費については、前年比94.9%の4,450億円とされており、2013年以降4年連続での前年割れとなっています。当協会の新聞折込広告出稿統計でも、全国の1世帯当たり年間折込枚数は、前年比96.4%となっていますが、世帯当たりの折込枚数量の減少傾向と、新聞の部数減等の要素を合わせて考えれば、折込広告費の減少幅が5%を超えるのも妥当な結果と捉えられます。

■折込広告市場の推移

「日本の広告費」で発表された折込広告費を過去に遡ると、2006年の6,662億円がピークにあたりますが、以降、いわゆるリーマンショックの影響が色濃かった2009年に6,000億円を割り込み5,444億円、消費税増税の影響を受けた2014年に5,000億円を割り込み4,920億円となったことを経て、2016年は4,500億円を割り込んで4,450億円となりました。2006年のピーク時を100とした場合、2016年は66.8となり、10年間で市場規模が3割以上縮小したと捉えられます。この間、総広告費も減少していますが、減少幅はおおよそ1割(90.6)です。マス4媒体、各プロモーションメディアも概ね減少傾向にあります。過去10年間で減少幅が3割を超えるのは、折込広告の他、新聞(54.4)、雑誌(46.5)、フリーペーパー・フリーマガジン(67.5)、電話帳(27.7)です。一方で、インターネットは、2016年に1兆3,100億円(媒体費、広告制作費の合計)まで増加しており、2006年時点の4,826億円から10年間で3倍近くまで拡大したことになります。

このように「日本の広告費」の推移からも、この10年間でメディア環境が劇的に変化したことが確認されます。とりわけ、ここ数年は新聞折込広告にとって厳しい環境になっていることを痛感させられます。

■総広告費・折込広告費推移(2006年～2016年)

	(億円)										
	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
総広告費	69,399	70,191	66,926	59,222	58,427	57,096	58,913	59,762	61,522	61,710	62,880
折込広告	6,662	6,549	6,156	5,444	5,279	5,061	5,165	5,103	4,920	4,687	4,450

電通「日本の広告費」に基づきJ-NOAにて作成

■新聞折込広告の今後に向けて

新聞折込広告は、各地域の生活者の暮らしに役立つ情報をタイムリーに提供するメディアとして長年活用されており、その価値はいまだ高いものであると捉えられます。しかし、従来の強みを大事にするだけでなく、大きく変化した環境に適応する、新たな価値の追求が、強く求められていると考えられます。

今月3月28日(火)には、第7回J-NOAセミナーを開催いたします。株式会社電通 電通総研より講師を迎えて、「日本の広告費」で示された2016年の広告市場動向の解説を中心に、新聞折込広告のポジションを踏まえた今後の展望を描くための情報提供が行われる予定です。皆様と認識を共にし、新聞折込広告の価値を高める取り組みに邁進して参りたいと存じます。セミナーへのご参加お待ちしております。

以上