

全国広告業団体連絡会議  
令和5年度 前期情報連絡会

# 報告要旨

北海道広告業協会  
青森県広告業協会  
岩手県広告業協会  
仙台広告業協会  
秋田県広告業協会  
山形県広告業協会  
福島県広告業協会  
栃木県広告業協会  
とやま広告業協会  
長野県広告業協会  
岐阜県広告業協会  
静岡県広告業協会  
名古屋広告業協会  
京都広告業協会  
大阪トポグラフィック・エージェンツ協会  
岡山県広告業協会  
山口県広告業協会  
九州広告業協会  
熊本県広告業協会  
鹿児島県広告業協会  
広告業協同組合  
日本広告業協会

令和5年10月6日（金）



## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：(一社)北海道広告業協会      記入者：藤原 裕倫

### ■各地景気動向

令和5年8月に北海道経済部が発表した経済動向によると。

【生産活動】 持ち直しの動きに足踏みがみられる。(→)

【個人消費】 改善している。(→)

【公共事業】 持ち直しつつある。(→)

【観光】 改善している。(→)

【雇用】 持ち直しの動きにやや弱さがみられる。(→)

ほぼ現状維持の判断(→)だが、札幌駅周辺で進められている新幹線の札幌延伸工事を始め大通周辺の大型商業施設やホテルの建設も資材不足やガソリンなど燃料費の高騰・人手不足のため、多くが工期の遅延等を余儀なくされているが、期待を持って特筆すべきは千歳に建設が決まった半導体メーカー(ラピダス)の経済波及効果の規模が大きく、地価高騰や人手不足など新たな問題もあるものの、開業後は北海道の大きな基幹産業になるであろうと期待が寄せられている。

### ■広告業界の動向(広告会社、媒体社、広告主の動き)

2023年8月の道内主要代理店9社の前年同時期媒体シェア動向。

TVは103.7% R113.4% NP103.8%とコロナ禍前の安定した数字に戻りつつある。またプロモーション系やスポーツ大会等の作業についても、ほぼコロナ禍前と同様の規模で開催されている。

また、観光関連産業については、処理水放出の影響で中国からのインバウンドは減少したものの欧米など中国以外の国からのインバウンドが増え、全体的には好調のようだ。特に、先月日本で初めて北海道で開催された「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」は、世界中から旅行関係者が集まり、新たな北海道の自然を利用したアドベンチャーツアーの魅力を発信し始めたことは道内観光産業がその今後の展開に大きな期待を寄せている。

### ■各団体现況報告

今年度開催のセミナーについては、全てリアルで実施している。

広告三法に詳しい弁護士による「法務セミナー」や公正取引委員会北海道事務所に依頼し「下請法の正しい解釈」などのベーシックなセミナーも例年通り開催し、今年は「スペシャルセミナー」と題して東京で活躍する女性クリエイターにスポットを当てたセミナーを3回開催し何れも約120名の参加者で賑わった。

5/19 市之瀬 浩子氏

7/10 キリーロバ・ナージャ氏

8/25 尾形 真理子氏

●2023PR 広告コンテスト

今年の PR 広告コンテストは 8 社 65 作品の応募があり、照井晶博氏の審査の結果以下の 4 作品が入選されました。

最優秀賞「さあ、迎えよう。」

株式会社 北海道博報堂



優秀賞「北海道って いいにおい」

株式会社 東急エージェンシー



佳作「試していく大地」

株式会社 東急エージェンシー



佳作「いまこそ、大志の大地から。」

株式会社 電通北海道



今年、当協会は創立 40 周年を迎えるため「周年事業委員会」を立ち上げて  
来年 2 月開催に向けて記念事業の内容を企画中である。

※今年度の野球大会は 9/2・3 に、ゴルフコンペは 9/29 で開催した。  
CR 研究会（札幌）は 10/17 に開催予定。

■会員社数の動向

正会員社	31 社	(-5)
媒体賛助会員社	16 社	(±0)
賛助会員社	35 社	(+4)
合計	82 社	(-1)

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：青森県広告業協会      記入者：須貝 麗子

### ■各地景気動向

日本銀行青森支店の県内金融経済概況によると青森県内の景気は「緩やかに回復している」とし、総括判断を10カ月ぶりに上方修正した。県内の人出、県外からの観光客の増加に伴い個人消費が回復し、新型コロナウイルス禍前と同水準まで改善、総括判断に「回復」の文言が入るのは3年半ぶり。個人消費はサービス関連企業の売り上げ、宿泊施設などの稼働状況が回復。4年ぶりに行動制限のない夏祭りの開催も、県外からの観光客の増加により回復の弾みとなり、例年になく猛暑の影響でスーパー、ドラッグストア、コンビニエンスストアで飲料が好調だったとされる。

一方、東京電力福島第1原発処理水の海洋放出後、中国の水産物輸入停止措置の影響によりホタテ関連産業が打撃を受け、青森県では緊急対策を打ち出し国内外でのプロモーションを強化、県商工会議所連合会など県内経済3団体と県漁連でつくる「県産ホタテを食べよう！守ろうキャンペーン」実行委員会でもホタテ消費拡大に向けたキャンペーンを開始した。

6月には県知事選、青森市長選が行われ青森県知事には前むつ市長の宮下宗一郎、青森市長には元青森商工会議所副会頭の西秀紀氏が就任し、新たな青森がスタートした。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

依然新型コロナウイルスの影響は受けつつも、昨年まで中止となっていた媒体社自主イベント開催も再開してきたが、本格的な復活を実感できるまでは至らない状況。

2023年4月～9月（前年比は全体売上数字）

東奥日報社	前年比 93.3%
青森放送	前年比 96.4%
青森テレビ	前年比 96.4%
青森朝日放送	前年比 99.0%

### ■新聞

#### 【前年を上回った業種】

流通・小売業、サービス・レジャー、葬儀、落成 など

#### 【前年を下回った業種】

官公庁・団体、教育・その他、食品・飲料・嗜好品、エネルギー、自動車・関連など

## ●トピックス

新聞用紙、インクの値上がりの対策として、8月から新聞購読料6年振りに500円値上げした。今後は、ナショナルスポンサーの出稿が激減しているため、県外の売り上げを県内でカバーすることが必要となる。

紙代・インク代の高騰に対応した減ページも不可欠となる。

## ■テレビ

各局 特に東京支社の景況が悪く全社として、上期は前年割れとなっている。

県内各支社・ランチの売上は前年をほぼ上回っている状況。

### \* 県内

【好調業種】・家電、AV ・自動車 ・家具、雑貨 ・観光、レジャー  
・流通、小売 ・住宅

【不調業種】・エネルギー ・食品 ・金融 ・公務 ・自治体

### \* 県外

【好調業種】・エネルギー ・金融 ・流通、小売 ・トイレタリー

【不調業種】・食品、飲料 ・医療 ・出版 ・情報、通信 ・公務

## ●トピックス

### 【青森放送】

今年開局70周年を迎える。クライアントのイベント開催告知の復活と新規自主イベント開催や今年度からフルスペックでイベント開催出来た事が県内数字の好調要因に。

- ・RABまつり：4年ぶりのフルスペックでの開催（9月）
  - ・JLPGA ステップアップツアー「あおもりレディスオープンゴルフトーナメント」（7月）
  - ・庵野秀明展（4月～7月）
- \* 他、夏祭り関連の特番やキャンペーン企画、飲食店のレギュラーの復活等

### 【青森テレビ】

- ・青森県内の市町村と締結を進めている「SDGs パートナーシップ協定」は28市町村まで締結済み。締結した市町村にはジェンダー配慮された避難所運営を提供しているが、4自治体に対して実施済み。
- ・8月末に実施したビーチバレー大会は、東北初の実施となり天候にも恵まれ成功裏に終わった。

### 【青森朝日放送】

- ・コロナ禍のなか、中止していた自社イベント「ABA番組祭」を8月26、27日に実施。2日間で約3万人が訪れ、会場から特番を放送。8月の売上に貢献した。

## ■各団体现況報告

会員社 12社 \*10月より14社

### 活動内容

2023年6月 青森県広告業協会 令和5年度定時総会

2023年8月 協会規約改正（入会促進のため）

- ・賛助会員を細分化（特別賛助会員、賛助会員）

- ・入会条件「創業3年以上経過」を排除

2023年9月 第11回青森県広告業協会親睦ゴルフ大会開催



## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：岩手県広告業協会 記入者：千田 真

### ■各地景気動向

- ◆県内経済は新型コロナウイルスの影響による大きな打撃もあったが、23年に入り個人消費の拡大の動きが継続。特にコロナ5類移行後の旅行需要の復活が目覚ましく、宿泊・飲食業は5ヶ月連続の増加。内訳をみると日本人が2桁台のプラスで、ニューヨーク・タイムズ紙の盛岡市の記事掲載の影響もあり外国人も著しい増加となっている。ゴールデンウィークは鉄道や航空などの交通機関の利用が大幅に増加したほか、人流データの調査結果によると、盛岡市の人出は前年比20.3%増と伸び率が全国3位になった。他にも小売業・自動車などの業種も7カ月連続で増加を継続しており景気回復が明らかである。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

- ◆データ上では株価の伸びや飲食・観光・自動車産業等の回復、県内では「盛岡ブーム」や八幡平がモデル観光地に選ばれるなど、コロナ5類移行とともに経済が活発化し回復傾向が際立っている。が、私たち広告業界へはその影響は全く及んでいない。中でも大栗田の東京が著しく悪い。バスケット・ラグビーのワールドカップ、世界陸上・世界水泳・アジア大会など大型スポーツ大会が相次ぎ、ナショナルクライアントの広告予算がその協賛に取り込まれローカルへの予算が削減される現象があるようだ。インバウンド復活や輸出企業の好調さも広告出稿には結びついていない。利益を大幅に増やしている企業も株主還元や社員の人件費アップの原資確保で地方の広告出稿まで回っていないのでは…。
- ◆IBCテレビ  
スポットが非常に厳しい。特に東京市場ではキー局ですら前年90%レベルでこれまでに無い市況感が継続している。ローカルタイムも安定的だった通販枠などが不調。全国的事象でありローカルタイムの構築に四苦八苦している。東京とローカル双方の不振はこれまでより深刻な状況。開局70周年企画として開催したイベントと新装なった県営野球場での楽天戦が上期の数少ないプラス要因。（上期前年比95.0%）
- ◆テレビ岩手  
前年度よりイベントや人々の活動が復活しているが長引くウクライナ侵攻や物価高の影響から広告出稿マインドが減速。本社地区はかろうじて前年並みで推移しているが、影響をもろに受けた東京・大阪を中心にスポットが続落。6月を除きいずれも前年割れで良いところが全く無かった。（上期前年比93.0%）
- ◆岩手めんこいテレビ  
アフターコロナの日本経済復活でテレビ出稿を期待するもテレビ回帰はなかった。関西地区でやや上向いているものの全体数字を押し上げるまでには至っていない。これまで好調だった本社地区も大きな要素も無く低調に推移。東京の劇的な変化が

無ければ上期の落ち込みを下期でカバーできない状況。(上期前年比 93.5%)

◆岩手朝日テレビ

原材料や原油価格の上昇、人手不足、中国経済の不透明感などから、特に東京のスポット市況が厳しくローカルは大きく減収。人流回復により広告が無くても売上回復の効果があるのか？景気が上向くとピックスがあっても盛り上がりには欠ける。発注ペースも遅く見通しも不透明。(上期前年比 92.0%)

◆IBCラジオ

これまで比較的安定していたが、全国的なラジオ不況ともいえる中厳しさが増してきた。1951年放送開始で丸72年になる民間放送最長寿番組の「歌の無い歌謡曲」が9月で終了するなど、ナショナルスポンサーのラジオ離れは深刻。ローカルエリアでは根強い支持を受けてはいるもののスポットは低調に推移。ローカルタイムを支えていた通販も不振の大きな原因となっている。(上期前年比 90.5%)

◆エフエム岩手

コロナ禍で停滞していた公開番組の回数を増やし売上拡大を図っているものの、逆にコロナ5類移行による国・自治体の補助事業と製薬メーカーのワクチンの告知スポットも無くなり非常に厳しい状況が続いている。(上期前年比 90.1%)

◆岩手日報

前年を大きく割りこみかろうじて90%台を維持しているのが現状。本社地区はイベント復活の告知と全国植樹祭の開催による数字の上乗せが出来たが、東京のコロナ対策関連、通販広告の落ち込みが激しく業績低下の大きな原因となっている。広告以外では、8月より購読料を3,400円から4,000円に値上げし、この大きな値上げ幅は販売部数への影響が取り沙汰されている。(上期前年比 90.0%)

■各団体现況報告

◆令和5年度通常総会において、(株)オリンピア企画・相談役 羽川久美氏が8代目理事長に選出された。また、羽川新理事長から、常務理事・事務局長に千田 真 コスモピーアール常務(再任)、理事・企画委員長に中村淳氏 東北博報堂執行役員北東北エリア統括(再任)、理事・総務委員長に林 徹氏 東広社社長(新任)、理事・広報PR委員長に明石 祐司氏 コスモピーアール社長(新任)、監事に菅野 智氏 岩手広告社社長(新任)の各氏が任命され、設立35周年記念事業を始めとする今年度の事業をスタートさせた。

◆8月24日、4年ぶりに「納涼ビアパーティー」を開催。約140名の会員・特別賛助会員・賛助会員の方々に出席いただき盛大に開催され交流を深めた。

◆9月20日、岩手広告協会との共催による第32回親睦ゴルフ大会が開催された。

◆会員社数は19社、特別賛助会員社は8社、賛助会員社は25社で変化無し。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：仙台広告業協会 記入者：森垣 英樹

### ■各地景気動向

宮城県統計課が8月31日に発表したみやぎ経済月報によれば、6月を中心とした宮城県経済の概要は、「緩やかに持ち直している。」となっている。

指標	動向	変化方向
生産	持ち直しの動きに足踏みがみられる。鉱工業生産指数(6月)は、前月比で1.9%低下し、2か月連続の低下。前年同月比は12.1%低下し、2か月連続の低下。	➡
住宅投資	弱めの動きとなっている。新設住宅着工戸数(6月)は、前年同月比37.8%増加し、4か月ぶりの増加。分譲住宅は4か月連続の減少。	➡
公共投資	減少している。前年同月比9.6%増加し、3か月ぶりの増加。	➡
個人消費	緩やかに回復している。 百貨店・スーパー⇒販売額の全店舗比較(6月)は、7か月連続の増加。 コンビニエンスストア⇒販売額(6月)が16か月連続の増加。 家電大型専門店⇒販売額(6月)が4か月ぶりの増加。 ドラッグストア⇒販売額(6月)が27か月連続の増加。 ホームセンター⇒販売額(6月)が4か月連続の減少。 <自動車> 7月の乗用車新車登録及び届出台数(普通、小型、軽自動車の合計)は、前年同月比3.6%増加し、7か月連続の増加。普通車は7か月連続、小型車は2か月連続の増加、軽自動車は4か月ぶりの減少。	➡
雇用	持ち直しの動きがみられる。有効求人倍率(6月)は2か月連続の低下。	➡
企業倒産	増加の傾向がみられる。企業倒産(7月)は、件数が前年同月比で175.0%増加し、6か月連続の増加。	➡

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

<媒体状況>（2023年4月～9月・前年度比）

	媒体社	全社	本社
新聞	河北新報社	87.2%	85.5%
テレビ	東北放送	95.6%	100.2%
	仙台放送	82.2%	87.1%
	宮城テレビ放送	92.7%	99.6%
	東日本放送	94.7%	97.1%
ラジオ	東北放送	95.9%	97.4%
	エフエム仙台	92.7%	96.0%

### <イベント関連>

- ・国内最大級の花と緑の祭典「第40回全国都市緑化仙台フェア『未来の杜せんだい2023』が4月26日から9月18日の約5ヶ月間開催された。期間中の来場者は100万人を超えた。仙台市での緑化フェア開催は34年ぶり。
- ・仙台七夕まつりは8月6日（日）～8日（火）の3日間、会場での飲食物の店頭販売を解禁するなど、新型コロナウイルスの感染対策を大幅に緩和した通常開催は4年ぶり。期間中の人出は計226万9,000人で、前年を1万9千人上回り、コロナ禍前の2019年と比べても2万人多かった。
- ・「定禅寺ストリートジャズフェスティバル」は9月9日土・10日（火）の2日間、縮小開催だった昨年の約3倍となる55万人の人出があった。4年ぶりの新型コロナウイルスによる制限がなく開催されたが、2019年のコロナ前の77万人には及ばなかった。

### ■各団体现況報告

- ・会員社数は正会員21社（変わらず）、賛助会員61社（1社減）。
- ・2023年度通常総会開催
  - 日 時／ 2023年4月11日（火）
  - 会 場／ 仙台協立第1ビル 4階4-A会議室
  - 参加社／ 17社
- ・親睦ゴルフ会
  - 日 時／ 2023年7月6日（木）
  - 会 場／ 富谷カントリークラブ
  - ⇒33名が参加。
- ・納涼大会
  - 日 時／ 2023年8月28日（月）
  - 会 場／ 藤崎ビアガーデン
  - ⇒4年ぶりの開催。ビアガーデンでの開催は初めてで、参加者は99名。

### <今後の予定>

- ・第25回全国広告業団体連絡会議 東北ブロック会議仙台大会
  - 日 時／ 2023年10月18日（水）
  - 視察会場／ 仙台市藤塚・荒浜地区
  - 懇親会／ 仙台市内「CROSS B PLUS」

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：秋田県広告業協会 記入者：中津 聡

### ■各地景気動向

- 日銀秋田支店が9月15日発表した「県内金融経済概況」によると、景気判断を前回(7月)から引き上げ「緩やかに回復している」との表現となっている。全体判断の上方修正は1年ぶりであり、「コロナ前の状況にかなり近くなってきている」としている。
- 需要項目別では、「個人消費」は、物価上昇の影響を受けつつも、コロナ5類移行に伴う消費の急拡大やベアやボーナス効果、夏祭りやイベント再開などもあり、9か月ぶりに緩やかに回復している。
- 「公共投資」は、県内の大型ダム工事や大雨被害による応急工事もあり、5か月ぶりに緩やかな回復基調にある。
- 「生産」は、主力の電子部品・デバイスが力強さを欠いており、横ばい圏内の動きとなっている。
- 「雇用・所得環境」は7月の有効求人倍率が1.32倍となり前月から低下したものの、緩やかに改善している。
- 「物価」は7月の消費者物価指数が前年比+3.2%となり、依然と上昇傾向にある。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

- 広告主・広告会社(地域トピックス)
- 国内最大規模のクルーズ船、初寄港  
国内クルーズ船としては最大規模のMSCベリッシマが秋田港に初寄港、国内外約3,700人の多くが県内各地を観光で巡った。同船は年内に9回寄港予定。令和5年のクルーズ船寄港は過去最多の30隻となる見込み。(令和5年5月)
- 県ブランド米「サキホコレ」販売量2倍へ  
県は昨年デビューしたブランド米「サキホコレ」の2023年度生産・販売計画を発表、販売量は前年度比2倍の7,514トンを見込んでおり、主に県外での販売を強化する。(令和5年5月)
- 記録的大雨被害、県内の住宅被害は8,000棟超  
県は7月の記録的大雨による住宅被害が8,193棟に上ると発表、このうち秋田市の浸水被害は7,032世帯で全体の8割を占める。農林水産関連の被害は138億円となる見込み。(令和5年8月)
- 「秋田竿燈まつり」4年ぶりの通常開催  
7月の大雨被害により開催が危惧された竿燈まつりは、4年ぶりに通常スタイルで開催、好天に恵まれ4日間で110万人の人出となった。(令和5年8月)

●媒体社

○媒体各社 上期売上前年比(見込み)

	媒体社	令和5年度上期 (%)		
		県内	県外	全体
新聞	秋田魁新報社	87.9	91.4	88.3
テレビ	秋田放送	101.8	109.8	96.4
	秋田テレビ	97.3	101.6	100.5
	秋田朝日放送	101.9	98.4	96.4
ラジオ	秋田放送ラジオ	97.0	109.1	94.8
	FM秋田	105.1	109.9	106.3

○概況

- ・「新聞」は、県内において運輸・自治体コロナ関連・竣工広告の出稿減を主因に前年を下回っている。県外でも旅行関連が好調であったものの、エネルギー・通販・官公庁などが振るわず、全体でも前年実績を下回る見込みである。
- ・「テレビ」は、県内がコロナ関連・洋上風力関連が減少したものの、各種イベント事業・官公庁関連が堅調であり前年をキープしている。県外では自動車関連・食品・化粧品などが苦戦しており、全体では前年実績をやや下回る見込みである。
- ・「ラジオ」は、県内が自治体・医療機関などが好調であり、前年実績をキープしている。県外でも県外代理店やネット扱いによる販売増により前年を上回っており、全体でも前年実績並みとなる見込みである。

■各団体现況報告

●セミナー開催

令和5年4月「インボイスセミナー」開催、講師～東北税理士会秋田県支部税理士  
出席者18名(会員)

●納涼ビアパーティー開催

令和5年7月 秋田キャッスルホテル、余興～地元タレントによる「お笑いライブ」  
出席者92名(会員・賛助会員)

●懇親ゴルフ大会開催

令和5年9月 「第19回懇親ゴルフ大会」開催、会場～ロイヤルセンチュリー  
ゴルフ倶楽部  
参加者19名(会員・賛助会員)

●協会会員数

令和5年9月末現在

会員社 15社(前年比変わらず) 賛助会員社5社(前年比変わらず)

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：山形県広告業協会      記入者：事務局長 鈴木 琢郎

### ■県内景気動向

◆日銀山形事務所が発表した9月の県内企業短期経済観測調査（短観）では企業の景況感を示す業況判断指数（DI）は全産業でマイナス11で、前回の6月調査に比べて4ポイント悪化した。電気料金や原材料価格、燃料費の高騰が企業マインド悪化の主因。業種別では特に製造業の業況判断DIがマイナス16。海外経済の減速に加えて住宅建設が低調、汎用・生産用・業務用機械が悪化した。12月もさらに悪化する見通し。雇用人員判断DIはマイナス33となり人手不足超幅が拡大、特に非製造業は、マイナス49で、バブル期の1991年2月・コロナ回復期の2022年12月のマイナス48を下回って過去最大の不足超幅となった。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

#### ◆県内媒体社 上期状況

上期の締め数字の情報がまだ入ってきていない。新聞（山形新聞社）の広告売上げは8月までの累計で、本社を含む県内の売上げが前期比98.5%、県外での売上が76.7%、トータル92.1%と前期を下回っている。特に東京支社が前期比66.3%と数字の落ち込みが大きい。前期あった参院選広報、コロナ関連各種補助金・給付金の広報などが今期無いのが主な要因。テレビスポットも8月までの累計で、4局計の地区投下は前期比97.0%。新聞同様、各局東京支社の落ち込みが大きい。（前期比91.5%）2年連続で前期数字を上回ったラジオ（AM局）のローカル数字は今期はまだ前期数字をクリアできていない。

#### ◆広告会社の状況

会員社の数字交換はしていないので各社の状況は不明だが、前期上期の数字を上回っている社は少ないと思われる。催事が通常開催にほぼ戻っているが、コロナ関連補助金の申請受付・コールセンター等の業務を取り込んでいたところは、それらの予算が今期ほぼなくなって厳しい。広告主の要望でネット広告の扱いに注力する社も多いが、既存媒体からのシフトで、広告予算としてはプラスオンにならないケースが多い。

#### ◆広告主の動き

自治体のコロナ対策予算（クーポン・補助金・広報）がほぼ無くなった。また、広告出稿の大きな柱であるカーディーラーは、納期がだいぶ改善されてきているものの、商談会・展示会の縮小が相次いでいる。金融（銀行・信金等）はまだら模様。地銀3行のうち1行は金融機能強化法に基づく公的資金180億円の注入を受けた。コロナ禍で疲弊した中小企業支援を目的とする特例制度を利用した初の事例。この銀行の

公的資金注入は 2009 年と震災特例を活用した 2012 年に続き 3 回目。来年 9 月に 2009 年に受けた 200 億円の返済期限を迎える。

#### ◆イベントの状況

毎年恒例のイベント・祭りがコロナ前と同様の開催方法で復活しているケースが多い。

◇コロナ前と同様で復活したイベント・・やまがた花笠まつり（参加団体制限なし・掛け声あり） 新庄まつり・寒河江神輿まつり・各市町村花火大会・日本一美酒県フェア・日本一の芋煮会・各自治体マラソン大会・農林水産まつり

#### ■各団体现況報告

◆会員社 19 社・賛助会員社 16 社でスタート。

9 月退会会員社 1 社。（倒産による）

◆4 月からの協会の動きは下記の通り。

①5 月の総会後の賛助会員社を交えての懇親会復活（4 年ぶり）。

②毎年 6 月開催の親善ゴルフ会開催（昨年復活）。

③毎年 7 月開催の親善ボウリング大会&ビアパーティ復活（4 年ぶり）。

④年 2 回開催の広告セミナーは開催予定。

⑤前回、人数制限して着席での開催とした賀詞交歓会を 1 月通常開催予定。

⑥東北 6 県持ち回りで開催の全広団連東北ブロック会議を各県の協会のご理解のもと昨年 3 年ぶりに鶴岡市で開催。今年は仙台さんにお世話になります。

⑦協会として山形市の実行委員会から広告協賛の販売を請け負っている「山形まるごとマラソン」は、今年 4 年ぶりの通常開催となり、協賛メニューもコロナ前と同様に。協会収入増予定。

⑧協会活動縮小により会報誌の発行を年 1 回に減らしていたが、今年は年 2 回発行予定（4 年ぶり）。



# 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：福島県広告業協会 記入者：加藤 昌幸

## ■各地景気動向（日本銀行福島支店金融経済概況）

県内景気は、一部に弱めの動きがみられるものの、緩やかに持ち直している。最終需要の動向をみると、個人消費は、緩やかに回復している。住宅投資は、減少している。

設備投資は、コロナ禍で見送られた投資や能力増強投資がみられており、緩やかに持ち直している。公共投資は、持ち直している。鉱工業生産は、世界的な販売不振に伴うスマートフォン・パソコン向けの生産調整が続いており、横ばい圏内の動きとなっている。雇用・所得環境は、緩やかに改善している。先行きについては、新型コロナウイルス感染症や物価上昇による個人消費への影響、海外経済の動向が生産面に与える影響、また雇用・所得の動向に注意していく必要がある。



## <トピックス>

福島の挑戦を、前へ。ー福島の新しい魅力を届ける「Food Camp」ー

福島県では県内の「魅力」と「今」を伝え、元気と復興に向けた前向きな姿を発信している YouTube 福島県公式チャンネルにおいて、「福島の新たな挑戦」をテーマにした新しい動画の配信を開始しました。

～動画概要～

福島の野菜の美味しさと生産者の想いを伝えるため、山口松之進（やまぐちしょうのしん）さんが2015年秋にスタートしたアウトドアレストラン「Food Camp」を紹介します。

東日本大震災の後、福島県の野菜は風評被害に悩まされ続けてきました。そんな福島の野菜の美味しさと生産者の想いを伝えるために山口さんは「Food Camp」をスタートします。

福島県内の「魅力ある場所」を探し出し一日限りの青空の下にオープンするアウトドアレストラン「Food Camp」。福島の素晴らしい生産者とシェフの組み合わせが作り出す一期一会のダイニングは参加者へ忘れられない一日を届けます。

「Food Camp」に欠かせない要素の2つ、「体験」と「生産者と一緒に食べる」ことにより生産物に込められた思いを感じ取ることができると山口さんは語ります。

一期一会の「Food Camp」で日本から世界まで、福島の新しい魅力を届け続ける山口さんの挑戦は続きます。



## ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

<新聞> 福島民報・福島民友

◇福島民報：売上前年比 93% 県内はほぼ横ばい、東京の売り上げが減少している

＜好調業種＞特に目立って好調な業種はなし

＜不調業種＞住宅メーカー（原価高騰や原材料不足による価格の高騰）

◇福島民友：売上前年比 90%前半 県内苦戦、県外も低調

＜好調業種＞通販、エネルギー・素材・機械、金融・保険（積極的なセールスにより）

＜不調業種＞官公庁・団体、通信・ソフトウェア（昨年はコロナ・マイナカード関連）

＜テレビ＞福島テレビ FNN 系・福島中央テレビ NTV 系・福島放送 ANN 系・テレビユー福島 TBS 系

◇福島テレビ：売上前年比 97.7%（東京のスポット不調、本社の大型案件脱落等が響く）

＜好調業種＞エネルギー・素材・機械 154.9%（新規あり）／趣味・スポーツ用品 150.8%  
教育医療サービス 121.6%（新規あり）

＜不調業種＞官公庁団体 61.7%（総務省マイナポイント激減・選挙スポットなし）  
精密機器・事務用品 41.2%／情報通信 81.5%

◇福島中央テレビ：売上前年比 86% 特に東京の落ち込みが大きく、県内は微減

＜好調業種＞外食、化粧品・トイタリー、エネルギー（コロナ落ち着きによる反動）

＜不調業種＞情報・通信、金融・保険が大きくマイナス（新商品・サービスが少い）

◇福島放送：前年比 92.7%。東京支社が 90.8%、福島支社 77%、いわき支社 84%と厳しく、他のエリアも前年までは届かない。前年を超えたのは仙台（107%）のみ。

＜好調業種＞「交通・レジャー」は新型コロナ 5 類移行で外出需要の増加もあり前年 117.8%まで伸びた。

また「不動産・住宅設備」も動き活発になり前年 117.6%。

外出の機会も増えたことで「化粧品、エネルギー」もプラスとなった。

＜不調業種＞楽天やローソン、テレビショッピングの出稿減で「情報・通信」は 63.2%。  
県の出稿減が響き「官公庁」は 77.7%、またエネルギーや原材料の高騰で「流通・小売業」も 81.5%と厳しい半期となった。

＜イベント等＞福島民報社と SDGs に関する共同キャンペーン「ふくしまみんなの SDGs」を開始

「まる 5 つと楽しむ KFB まつり」9 月 29 日～10 月 1 日開催

◇テレビユー福島：売上前年比 96% 県内は概ね好調だったが、東京の売上が減少した

＜好調業種＞観光・レジャー施設（コロナ禍の変化による外出需要の増加）

＜不調業種＞通販（レスポンスの低下によるコストダウン要請、枠の買い控えなど）

＜ラジオ＞ラジオ福島・ふくしま FM

◇ラジオ福島：全社売上前年比 93% 東京が 85%と厳しい状況で県内も若干マイナス傾向

＜好調業種＞特に好調と感じる業種は無し（ラジオのクライアントに限ると）

＜不調業種＞カーディーラー系はほぼ新しい動きが無い（全体的な再編の動きの影響か）

◇ふくしま FM：売上前年比 95%（イベントは増も県内、東京共にタイム、スポット減）

＜好調業種＞特になし

＜不調業種＞車関係（半導体不足による納車遅延等）／官公庁・団体（選挙実績）

＜新聞折込＞ケンオリ・朝日オリコミ福島

◇ケンオリ：売上前年比 94% 県内は前年を上回るが弊社から県外分が大幅に減少した。

＜好調業種＞観光系の仕事に戻りつつある

＜不調業種＞通販、食品スーパー、ドラッグストア（電気代・印刷原価値上げ）など

◇朝日オリコミ：売上前年比 96.0% 県内外が減少。特に東京からの売上減が大きい。

＜好調業種＞県内の塗装リフォーム関連（需要の増加のため）

＜不調業種＞流通、通販関連（原価高騰の影響）

■各団体现況報告

◇会員社数：会員社 19 社・賛助会員社 20 社（各 1 社増）

◇事業活動：令和 5 年 1 月 5 日 新春賀詞交歓会（115 名参加）  
令和 5 年 6 月 2 日 通常総会（懇親会 95 名参加）  
令和 5 年 10 月 18 日 全広団連東北ブロック会議（仙台）  
令和 5 年 10 月 24 日 会員・賛助会員親善ゴルフコンペ

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：栃木県広告業協会 記入者：理事長 / 濱田 博史

### ■各地景気動向

関東財務局 宇都宮財務事務所 9月13日発表のR5年7~9月期「法人企業景気予測調査」(栃木県分)によると、7~9月期の景況判断(BSI)は全規模・全産業でマイナス4.1%ポイントとなり3期連続の「下降」超となった。業種別では、製造業は「上昇」超に転じ、非製造業は「下降」超に転じている。先行きについては、大企業、中小企業は10~12月期に「上昇」超に転じるものの、1~3月期に再び「下降」超に転じる見通し、中堅企業は10~12月期に均衡となるものの、1~3月期に再び「上昇」超に転じる見通し。

7月判断の栃木県内「経済情勢報告」では、県内経済は緩やかに持ち直している。個人消費も持ち直しており、生産活動も持ち直しつつある。雇用情勢も緩やかに持ち直しているとなっている。

宇都宮駅東地区の再開発の一環としての目玉であった次世代型路面電車(ライト・レール・トランジット:LRT)が2023年8月26日に運行開始となった。

一回の輸送能力は160人で、大人普通運賃が初乗り区間150円、宇都宮駅東口~芳賀・高根沢工業団地間が400円。

開業から1か月経った一日あたりの乗客数は、平日が通勤・通学客を中心に約1万2千~1万3千人で安定して推移。土日祝日は1年目の需要予測を大幅に上回る平均約1万6千人の出だしとなっている。需要予測は開業1年目が平日1万2,800人、土日祝日4,400人。

開業1カ月は平日はほぼ予測通りなのに対し、土日祝日は4、5倍の利用が続いている。

しかし、開業以降3週間でLRTと車の接触事故が3件相次いだ。運行会社の宇都宮ライトレールは「ドライバーも運転士もLRTにまだ不慣れなことが原因」と指摘する。けが人はいなかったが、重大事故につながる可能性もあった。元々、ホンダの従業員の渋滞解消のために作られたものだったが、2,800人もいる従業員をうまく運べるのかがカギになっていたが、その点は試行錯誤しながらという状況。今まで駅東地区の道路は2車線あったが、LRTを通したことにより、車線がつぶれ1車線となり、逆に渋滞が増えたという意見もある。



下野新聞では4P号外も発行(8/26)

開業に伴い、とちぎテレビではオープニング 2 時間生特番を放送した。営業的にどうだったかといえば、想定を上回る売上だった（約 500 万円）。しかし、スポンサーの評価は高くなかったという。駅の東側は完成したので、駅西側の開業にむけて進んでいくことになるが、駅東側の状況も見ながらということになり前途多難です。

## ■ 広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

### ・ 下野新聞：

令和 5 年度上期売上は全社（栃木本社・東京支社）で予算比 88%、前年比 92%。

・ 実施企画トピックスとしては、

6 月 ・ 栃木県誕生 150 年企画

8 月 ・ L R T 開業紙面特集（タブロイド 8P）

### ・ とちぎテレビ：独立 U 局

令和 5 年度上期全社売上：予算比 96%・前年比 98%。

良かった業種は、住宅メーカーが引き続き堅調、悪かった業種は、地域の小口スポンサー（光熱費、原材料費高騰などで厳しい状況）。東京支社のテレショップは下落傾向が続いている。

上記のように 8/26（土）に L R T の開業式典と出発式の 2 時間生中継を実施。あわせて、番組内で開業記念スポットを放送。

他に J リーグでは栃木 SC のホーム戦中継を 10 試合に拡大。

「とちてれ☆アニメフェスタ」が 10 周年を迎え、5 月 6 日（土）・7 日（日）にオリオンスクエアで開催。2 日間で約 2 万人が来場。

ペットイベント「ワンダフルとちぎ」を 4 年ぶりに実施。

5 月 13 日（土）・14 日（日）に、矢板市の「58 ロハスクラブ」で開催。ロハスクラブでの開催は初めてで、2 日間で約 3,300 人が来場。

### ・ 栃木放送：NRN 系列

令和 5 年度上期売上：予算比 91.6%・前年比 93%の予測。

良かった業種は、見当たらず、悪かった業種はコロナスポットの激減で栃木県からの出稿がかなり落ちている。また、東京支社のラジオショッピングも前年比 83%と落ちてきている。

また、観光・レジャー施設・飲食施設関係はまだ動きが鈍くコロナ前には戻っていない。

今年は開局 60 周年なので、積極的に動きたかったが、新たな試みはなく耐えるので精一杯。下期は 12 月と 1 月に開局記念のコンサートを 2 回予定。

・ エフエム栃木：JFN 系列

上期売上は対前年比で 93.6%、予算比 91.5%。

上期の主なマイナス要因は、行政関係のスポット出稿減によるもの（コロナ対策、旅行支援、国体等）。

新たな取り組みは「栃木県 150 年記念スポット企画」「L R T 開業応援スポット企画」の 2 件、その他上期は、コロナ 5 類になったことでイベント需要（「婚活パーティー」「ベリテンライブ」等）が増加。

現在、来年の開局 30 周年に向けて、番組改編及び企画を検討中。

## ■各団体现況報告

R5 年 10 月 6 日現在、正会員 16 社、賛助会員 7 社、協力会員 4 社、総数 27 社。

R5 年度の協会広告キャンペーンは「「身近にできる“無駄”を減らした生活の促進」というテーマで 4 月より県内媒体にて露出。現在 R6 年度のキャンペーンテーマを検討中。

10～11 月にて親睦ゴルフコンペ、12 月忘年会を実施予定。1～2 月で研修会も実施予定。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：とやま広告業協会 記入者：事務局長 柴田 雅人

### ■各地景気動向

- ・新型コロナ5類感染症以降により、人の動きが活発化している。コロナ以前と同規模は言えないものの、百貨店や商業施設、飲食店には、人が戻りはじめている。業種に限らず、来場者が多い施設（店）とあまり賑わっていない施設（店）の2極分化が感じられるようになってきた。
- ・富山県内は製造業が多く、電力の使用料金の改定は経営にも大きな負担となっている。資材高騰や人件費増は、企業の設備投資をはじめ、行政が計画していた施設の更新や移転が繰越されるなど、影響がでている。
- ・2025年3月の北陸新幹線の敦賀延伸が富山を含む、北陸エリアの活性化の要素として期待されている。観光面では、4月以降、立山黒部アルペンルート開業により、旅行者も増えてきている。外国人観光客も増えてきており、特に欧米系の個人旅行者も目に付くようになってきた。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

- ・コロナ5類感染症以降後も媒体広告の取り扱いは厳しい状況。各社は都会地の不振の影響が大きく、その分を地元でカバーできない状態が続いている。コロナ以降、数年振りに開催されている各地域の伝統的な祭りも、コロナ以前のスタイルでの開催や運営方式に戻りつつあるが、運営の簡略化もあり、広告市況の回復にはつながっていない。行政主体の事業も開催されてはいるが、広報費の削減やWEBやSNSの活用もあり、媒体広告への出稿増までには及んでいない。
- ・近年の傾向ではあるが、広告会社は取り扱う業務によって、明暗が分かれている。メディアの取り扱いの比重が高い社は苦戦している模様。特に行政系の事業については、県内だけでなく、都会地のスタートアップ企業の参入もあり、特化したテーマでは県内の広告会社では太刀打ちできないケースが見られる。
- ・媒体社は地元で数字を積み上げてはいるものの、都会地（東京）で苦戦しており、なかなかバランスが取れていないようだ。積み上げれば大きな実績となった自治体からのコロナ対策関連出稿の代わりになる業種が出てきていない状況。
- ・新型コロナに関わらず、媒体社、広告会社にとって大きな影響を受けているのは、トヨタ系ディーラーのチャンネル統合。県内ではレクサスを含めると3チャンネルとなったこと、半導体不況による納車遅延もあり、話題の新車発表が即、以前のような大量の販促広告出稿に結びついていないと言え難い。媒体広告といえば、まず「自動車広告」といった時代は過ぎ去った感がある。
- ・交通広告は春からの観光面での期待感もあり、好調な動きが出ている。前述した北陸新幹線の敦賀延伸への対策も反映されているようだ。

## ■各団体现況報告

- ・会員社は17社。前年度から1会員社＝1会友の登録に変更となった。あわせて会費収入も減収となった。この3年間、新型コロナの影響で実施を控えていた事業もあり、繰越金もあり、会の財政的には問題なく運営できている。



## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：長野県広告業協会 記入者：事務局 土屋 光弘

### ■各地景気動向

日銀松本支店が9月6日に発表した9月の長野県内金融経済動向によると、総括判断は「生産に弱めの動きがみられるものの、持ち直している」とし、前回7月の発表から据え置いた。個人消費が緩やかに増えている一方、半導体関連や電子部品などの生産が減少していることなど踏まえた上での判断とのこと。

各論では、公共投資が交通関連などの大型案件で底堅く推移しており「横ばい圏内の動き」を維持。住宅投資は物件価格の上昇に伴い消費者が購入に慎重な姿勢を取るなどしており、「弱含んでいる」で据え置いた。設備投資は製造業を中心に前向きな状況で「増加している」とした。

生産の動向を業種別に見ると、半導体関連や電子部品はパソコンやスマートフォン関連の新規受注が減ったほか、新型コロナウイルス禍で積み上がった予備的な在庫を解消する動きが続いている。

観光業では延べ宿泊者数が前年を上回る状況で推移しており、今夏の入り込みも個人客やインバウンドが増えて宿泊施設の稼働率が上昇し、「コロナ前を若干下回るまでに回復している」とした。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

（新聞）信濃毎日新聞の令和5年4月から9月の広告売上は、前年対比で微減となった。前年に善光寺御開帳、諏訪大社御柱祭などの大きな企画実績があったが、本年7月に創刊150周年の広告別刷「健康長寿研究室」（24ページ）を発行するなど、周年関連企画で穴を埋めた。一方、一社ものの出稿減が厳しく、特に官公庁からのコロナ関連補助金やワクチン接種公報の落ち、行政以外の各業種も物価高・円安などの逆風の中、出稿が大幅に減少した。また、新聞用紙費の高騰から単価の低い通信販売業からの集稿を抑えており、県外売上は県内に比べて落ちが大きい。求人広告も求人倍率の低下に比例して減少している。

（テレビ）長野県内テレビ4局の令和5年4月から8月のスポット地区投下は、前年比95.9%と減少した。県内地区投下は106.6%と増加したが、県外マーケットが不調で93.2%と減少した。

業種別では、外食サービス・交通レジャー・エネルギー・不動産住宅・教育医療サービスが増加。一方、流通小売・飲料・食品・情報通信・薬品といった業種が減少した。県内マーケットのタイムは99.5%の微減となった。

### ■各団体现況報告

現在の加盟社は31社

10月4日に懇親ゴルフ会を、媒体6社6名と協会員9名の計15名で開催した。

2か月ごとに理事会を開催（5／24、7／6、9／14）。

例年実施の加盟社社員から作品を募集する「2023 広告の広告キャンペーン」は、9月14日に審査会を実施し、新聞広告・テレビCM・ラジオCMの各部門で最優秀賞、準優秀賞各1作品を決定した。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：岐阜広告業協会 記入者：藤田 悟

### ■各地景気動向

#### 【製造業において】

ヒアリングでは、大手自動車メーカーの増産により受注が増加しているが、原材料の高騰により利益は減少しているとの声や、中国の景気悪化懸念により生産調整を行っているとの声、更には、大手自動車メーカーが発表したEVの新しい生産技術「ギガキャスト」について、今後の対応を検討しているとの声が聞かれた。

#### 【地場産業において】

ヒアリングでは、コロナの5類移行により海外からの受注が増加しているとの声や、販路拡大や新商品の開発が奏功し、売上・利益とも増加しているとの声が聞かれた一方で、依然として原材料や人件費が高騰し、価格転嫁が困難なため利益が減少しているとの声や、コスト削減により利益を何とか確保しているとの声が聞かれた。

#### 【地場産業において】

ヒアリングでは、生産性向上を図るため省エネタイプの設備を導入したとの声や、生産工程の自動化を進めているとの声、またインボイス制度に対応したシステムの更新を行ったとの声が聞かれた。

#### 【個人消費において】

ヒアリングでは、スーパーの売上はコロナ前の約2倍と好調であるとの声が聞かれた一方で、物価高による消費者マインドの減退や猛暑の影響で売上が減少しているとの声や、なかなか価格転嫁ができず収支が悪化しているとの声が聞かれた。

#### 【観光業において】

宿泊施設からのヒアリングでは、外国人観光客の人出はあるものの日本人は少ないとの声や、宿泊客数が増加する中、人手不足により稼働率を上げたくても上げられないとの声が聞かれた。

#### 【雇用面において】

雇用面は、6月の有効求人倍率は1.56倍と22ヶ月連続で1.50倍を超えた。ヒアリングでは、コロナの規制緩和により外国人労働者の採用は容易になったが、日本人労働者の採用は困難な状況が続いているとの声や、人手不足により納期遅延となる恐れがあるとの声、人手不足の状況下で短納期の受注が増えており、配置転換により対応しているとの声が聞かれた。

## ■ 広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

まずは TV 各局の状況は軒並み好調とはいえない状況が続いている。視聴率の低下がいわれて久しいが、その分 GRP を確保しようとする CM 枠が不足していくため、クライアントの出稿を収納できない状況となっている。併せて若者を中心とした TV 離れは進んでおり、デジタルシフトも顕著である。ただ、そのデジタル領域も頭打ちの状況が見えてきている。デジタルは効果検証がメリットであり、各クライアントが TV からデジタルへシフトしてきたが、その効果の限界を感じるクライアントも出てきており、今後デジタルの使い方を限定的にとどめ TV との併用によって効果測定をしていく動きも加速していくと予測している。また TV コンテンツの補完として Tver が伸長している。特にドラマなどで顕著な視聴が獲得できており、メディアミックスも進んでいくものと思われる。コロナ禍を経て各企業が回復傾向にある中、原材料・エネルギーの高騰や人材不足は顕著であり、本格的な広告活動にシフトするにはまだまだ時間がかかる見込みである。

## ■ 各団体现況報告

加盟会社 16 社。

### 【事業報告】

- ・ 令和 5 年 4 月 20 日（木）定時総会【開催】
- ・ 令和 5 年 6 月 8 日（木）  
岐阜広告業協会・マスコミ各社 交流ボウリング大会【実施】
- ・ 令和 5 年 8 月 3 日（木）  
岐阜広告業協会・マスコミ各社夏の交流会【実施】
- ・ 令和 5 年 10 月 5 日（木）  
岐阜広告業協会交流・マスコミ各社ゴルフコンペ【開催予定】
- ・ 令和 6 年 1 月 18 日（木）  
岐阜広告業協会 新年互礼会【開催予定】

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：静岡県広告業協会 記入者：浅場 雅樹

### ■各地景気動向

県内景気は日銀の短観や東海財務局、県内主要経済研究所等が発表している様々な指標を見る限り、いずれも資源高や供給制約の影響を受けつつも緩やかに持ち直しているとの判断。最終需要の動向をみると、輸出と公共投資は高水準で推移、設備投資は製造業を中心に増加、個人消費は持ち直しているものの消費者物価は前年を上回っているのが明確となった。労働需給に目を向けると改善の動きが足踏みしているものの、雇用者所得は緩やかに改善している。県内の喫緊の課題である人口減少は2007年379万7千人をピークに、現在は357万5千人（2023年1月）と減少に歯止めがかからず35年ぶりに360万人割れ。特に県都静岡市は人口減少率が政令市ワースト2位と待ったなしの状況となっており、本腰を入れた対策が待たれている。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

令和5年4月～令和5年度8月までの売上状況（前年比）

◆新聞	静岡新聞社	85.0%		
◆テレビ	静岡放送	【タイム】	95.9%	【スポット】101.0%
	テレビ静岡	【タイム】	91.0%	【スポット】91.6%
	静岡朝日テレビ	【タイム】	103.2%	【スポット】98.7%
	静岡第一テレビ	【タイム】	101.9%	【スポット】96.9%
◆ラジオ	静岡放送	【タイム】	90.1%	【スポット】85.9%
	静岡エフエム放送	【タイム】	97.6%	【スポット】97.5%

在静各局ともに、前年対比を下まわる状況。特に情報・通信、流通・小売業の減額が大きい。コロナ5類移行の経済回復基調にあるものの厳しい状況が続いている。

### ■各団体现況報告

- 令和5年4月 第7回理事会  
通常総会・懇親会
- 5月 第27回静岡県CMグランプリ第一次審査会
- 6月 第1回理事会  
第27回静岡県CMグランプリ最終審査会・記者発表会
- 7月 西部地区定例会・講習会（インボイス制度）
- 8月 第2回理事会  
第27回静岡県CMグランプリ表彰式・納涼懇親会
- 9月 静岡新聞広告賞審査会

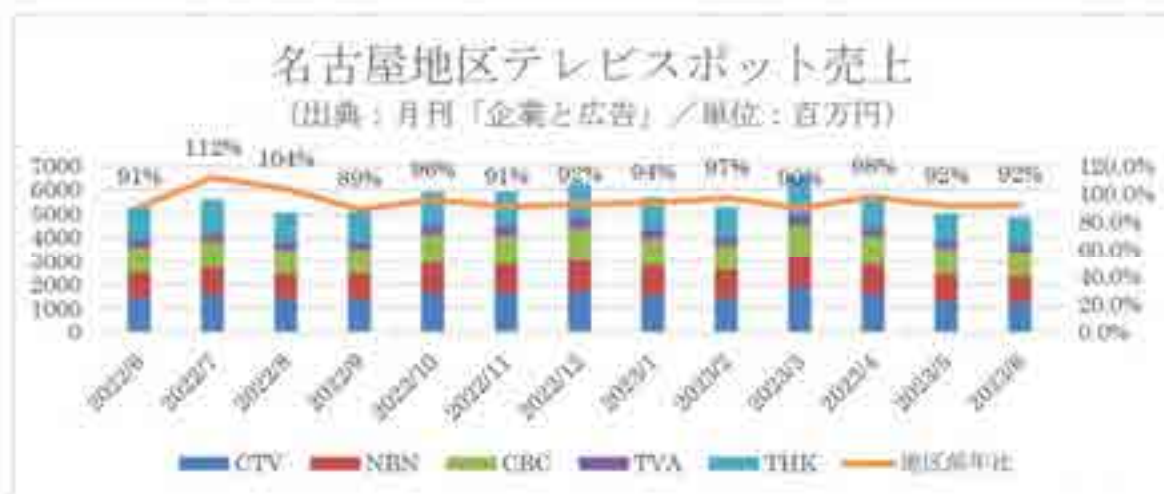
# 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：名古屋広告業協会 記入者：村上 大

## ■各地景気動向

日本銀行が7/10に発表した『地域経済報告 さくらレポート』によれば直近四半期で東海地区は「23/4月判断・緩やかに持ち直している」から「23/7月判断・持ち直している」へと改善。

当地区のテレビスポットの過去1年の推移は以下の通り。



## ■地域トピックス

2022年11月にオープンした愛・地球博記念公園「ジブリパーク」。開業済みの「青春の丘エリア」「ジブリの大倉庫エリア」「どんどこ森エリア」に続き第2期エリアとして「もののけの里」が2023年11、「魔女の谷」が2024年3月に開業の予定。2021年2月から工事を進めていた名古屋市栄地区の中日ビルは、建物が完成し8月に竣工式を実施。32階建ての同ビルはショップやレストランが集うエリアをはじめ、ホール&カンファレス、最先端の機能を併せ持つオフィスのほか、ビジネス客から観光客まで対応可能なホテルを備えるもの。低層部の商業施設を含めた全面開業は24年春を予定。

## ■各団体现況報告

協会では6月6日に定時総会・総会・懇親会を開催。令和4年度収支決算、令和5年度予算案、前幹事長に代わり北村栄治幹事長の着任をはじめとした役員案が承認された。

教育セミナー委員会では、「第38回新入社員教育セミナー」を6月22、23日の2日間に亘って会員社の新入社員・若手社員を対象に開催。2019年以来となるリアル開催にて実施。14社42名が参加した。

広告価値向上委員会では、昨年同様「新しいSDGs 広告」とのテーマのもと、「広告価値向上キャンペーン」の作品を会員社から募集し過去最高の 117 作品（13 社）の応募があった。前回から“eight awards”としてグランプリを含め全 8 作品を表彰する形としている。9 月実施の審査会では今回から女性のクリエイターも起用。作品応募者を中心に希望者は審査会に立ち会うことも可とした。10 月の「新聞週間」に合わせて名古屋地区の新聞各社にて全 5 段広告を掲載、11 月には名鉄電車の中吊り広告、さらに会員社や業界関係各社内でのポスター掲示や協会ホームページのトップ画面への掲出を行う。今年度も名古屋市が募集する名古屋応援事業「名古屋なんて、だいすき事業」にエントリーし、名古屋市の協力のもと、市内の公共施設や小中学校などにもポスター掲示を広げる予定である。

9 月 1 日現在の会員社数は、41 社（74 名）となっている。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：京都広告業協会 記入者：副会長 木原 康伸

### ■各地景気動向

京都経済は、全体的にゆるやかな回復の動きがある。個人消費では回復の動きが高まり百貨店・スーパーやコンビニエンスストア、ドラッグストアで業績堅調である。また、観光市場はコロナ規制の解除で国内旅行客、訪日観光客とも非常に多くの観光客で賑わっており、主要ホテルの空き室稼働率も大幅に改善している一方でコロナ禍前の観光公害の再燃が課題である。有効求人倍率は横ばいで推移しているものの、飲食・宿泊サービスを中心に新規求人数が伸びている。

下半期に向けて、物価高の影響による個人消費の冷え込みが懸念される。近畿財務局、京都商工会議所の第3四半期のBSI値はともに第1、第2四半期よりも上昇傾向が予想されているが、円安や原材料高騰、人手不足・賃金アップなどが業績にどの程度影響するか注視が必要である。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

広告会社では、コロナ禍で落ち込んだ売上を戻すために各社人員補強などの動きが見られる。3月の文化庁京都移転に関連し、京都府、京都市、関西広域連合において文化関連の事業が多く企画され、広告会社がその実施や広報の受け皿となった。また、コロナ規制が無くなって以降、様々なイベント事業が民間や行政で企画され、実施委託業務や集客広報業務などのニーズが旺盛である。更に、広告メディアのデジタル意向が引き続き高く、Web広告やSNS広告、見逃し配信広告などのニーズも高まっている。

京都のマスメディア（京都新聞、京都放送テレビ・ラジオ、エフエム京都）の上半期の売上は、全ての媒体で対前年90%前後と減収の予想。各社とも昨年あったコロナ関連の出稿が無くなったことが影響している。京都新聞は東京からの出稿の落ち込みや通販広告の伸び悩みがあった。京都放送テレビ・ラジオではテレビショッピング・ラジオショッピングの出稿が落ち込み、“もの消費”から“こと消費”へのトレンド移行や物価高による消費マインドの冷え込みの影響と分析。エフエム京都では年度始まりにあたり広告主の業績不振を原因としたレギュラータイム撤退やビッグモーター社の出稿ストップの影響があった。一方、各社とも文化庁京都移転関連や4年振りの通常開催となった祇園祭関連での広告出稿が活況であったほか、京都放送テレビでは京都五山の送り火、びわ湖花火大会の特別番組、京都放送ラジオでは全国高校野球選手権大会、京都新聞では祇園甲歌舞練場の新開場（日本新聞協会 新聞社企画・マーケティング部門 新聞広告賞 受賞）などの広告出稿案件があった。

広告主では、業績の良い社と良くない社の広告出稿意欲の差が益々開いている傾向が感じられ、今後、コロナのゼロ・ゼロ融資の返済にとまなう債務リスクが発生す



る可能性がある。多くの業界で人材不足に対する求人広報のニーズが高まっている一方、人材不足でサービス自体を制限せざるを得ず、広告を打ちたくても打てないなど構造的な課題も発生している。

## ■各団体现況報告

コロナ禍で活動が制限されていた影響も落ち着き、対面での事業を再開させた。コロナ禍で中止していた広告クリエイター発掘支援目的の「京都広告賞」は再開することなく、2019年の第29回をもって終了とした。事業ファンドであった協賛社集めがコロナ禍で非常に困難になったことに加え、マス広告クリエイティブ（新聞広告、ポスター、テレビ・ラジオ広告）に対するクリエイターの興味関心が変わってきたことによる応募数減などが理由である。

現在は会員社の若手社員の情報交換・交流事業やスキルアップ目的の人材育成事業に力を入れている。会員社の中堅・若手社員が会社の垣根を超えて交流する親睦懇親会やボーリング大会、若手社員に広告マーケティングの課題を与えチームで発表をしてもらうワークショップ形式の勉強会を実施、今後も引き続き交流・人材育成事業に注力していく予定である。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：大阪アドバタイジングエージェンツ協会 記入者：土橋 寿夫

### ■各地景気動向

「大阪経済は、緩やかに持ち直している」

【需要面】個人消費は、持ち直している。百貨店・スーパー販売額、コンビニ販売額、家電販売額、新車販売台数は増加。家計消費支出（近畿；6月）は減少。投資は、持ち直しの動きがみられる。住宅投資は減少、非居住用建設投資は増加。公共投資は増加。輸出は、持ち直しの動きに一服感がみられる。輸出額は減少。主要国向けでは、アジア向け、中国向け、ASEAN向け、EU向けで減少。輸入額は減少。

【供給面】生産動向は、一進一退で推移している。大阪府（6月）では、生産、出荷はともに低下。近畿の生産（6月）は上昇。全国の生産（7月）は低下。企業倒産では、件数、負債金額はともに悪化。雇用は、持ち直しの動きが続いている。近畿の失業率は悪化。有効求人倍率、新規求人倍率はともに低下。所定外労働時間（6月）は上昇。

【先行き】物価上昇等による経済への影響や、世界の経済・金融の動向について、引き続き注意が必要。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

広告会社については地域別の数値未公表のため詳細は分からず。媒体に関しては、デジタルは好調、TVは昨年に比べれば堅調、交通・屋外広告も昨年に比べ伸長の状況。業種別では「飲料」「化粧品・トイレットリー」「外食」「レジャー」は伸びているものの、「情報・通信」「官公庁」が後退。

#### 【地域トピック】

##### ➤ 阪神タイガース優勝での経済の盛り上がり

優勝で経済効果は全国で969億円、関西地域だけで、全体の9割となる872億円の効果推定。主な内訳は、ファンの飲食代の増加が325億円、観客動員数の増加に伴う消費増が56億円、祝賀セールなどが40億円など（2003年の優勝時の1,481億には及ばず）

コラボレーション商品の販売のためエンブレムやロゴなどの商標（ライセンス）使用申請が急増。今季の許諾契約数は22年の同期に比べて2倍超となる約1,500件で過去最多の水準

オリックスバファローズもリーグ優勝。タイガースとオリックスで、兵庫・大阪連携での優勝パレードが11月23日（木・祝）に開催予定。

##### ➤ 大阪・関西万博に向けた動きが徐々に

大阪・関西万博の入場券販売が11/30～となるため、10月に入ってから前売り販売の広報プロモーションがスタートの予定（Jコミ・jeki・JTA共同企業体）会場の中で一般の企業や団体が開催できるイベントの募集が開始。来場者が参加や観覧できるのを前提に、祭りやワークショップなど参加型のほか、ダンスやコンサートなどの発表型、展覧会といった展示型など、あらゆるジャンルで12/末まで募集

【在阪テレビ局売上対前年同期比公表データ】

(2023.4~2023.8 スポット売上累計 [全社])

MBS	116.7%	ABC	115.3%	KTV	107.1%
YTV	113.9%	TVO	98.4%	5局計	112.3%

■各団体现況報告 (現在の会員数 59社134名 賛助会員社17社23名)

2023年度上期は、オンラインとリアルを組み合わせながらの活動を行った。

4月開催の新入社員教育講座については、オンライン開催のメリットもあり、関西以外のエリアからの参加が増加し、昨年以上の人数が受講。5月には顕彰活動である「OSAKA 未来プレゼン大賞」の贈賞式を行う。引き続き今年度もプレゼン大賞の活動を継続している。5月末には定時総会を開催。夏には「マーケティング委員会」が主催する「夏期広告セミナー」にて、「言語ゲームとAI ~コミュニケーションの未来を哲学する ~」をテーマに開催。今後は「クリエイティブ研究会」の開催や、「人権セミナー」として「アンコンシャスバイアス」をテーマに講演会を開催する予定。

加えて、冬頃には「交通・屋外広告セミナー」を通じて、00Hの現状や今後について知見を深めていく計画。

大阪広告協会(OAA)と共催となる「新春年賀交歓会」を来年1/10に開催予定。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：岡山広告業協会 記入者：事務局 額田 和将

### ■各地景気動向

日銀の9月の経済月報によると、県内景気は海外経済の回復ペース鈍化の影響を受けつつも、緩やかな回復を続けている。個人消費も、物価上昇の影響を受けつつも人流が活発化するもとで、「飲食・旅行等」のサービス分野を中心に増加している。企業の業況感が改善するもとで、設備投資は増加、公共投資も緩やかに増加している。

また、県内のシンクタンク岡山情報文化研究所の調査結果によると、県内の消費マインドは、全体的にはコロナ禍前の水準にまで回復している。消費先としては、「外食」や「ショッピング」。ただし、現在の消費をけん引しているのは30代と40代で、50歳以上は一旦回復していたが再び落ち込み始めている。(20代は、コロナ禍以降大きく増減を繰り返し不安定な状態。)

このような中、メディアの接触状況についての結果では、最もよく利用するメディアは「テレビ」で2位が「新聞」3位が「インターネット」となっており、お出かけの機会が増えている中での調査では、昨年冬の前回調査から、「テレビ・新聞」が増える結果となっていた。※20代の回答者が一番少ないことが結果に影響を与えている可能性もあります。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

広告会社、媒体社共にコロナ禍で大きな動きはありませんでした。広告主に関しても、コロナ禍・ウクライナ問題を背景に、原材料高騰や部品供給の遅れ等の影響を受け、自動車ディーラーや住宅メーカーの販促が鈍化、各マスメディアへの出稿額は大きく減額したままの状態である。

街の明るい話題と言えば、旧岡山市民会館の老朽化に伴う閉館により、新たな岡山文化の発信拠点として、岡山芸術創造劇場「ハレノワ」が2023年9月1日に開業。業界動向には関係ないが、最近岡山出身のタレントや、県内スポーツの選手や団体の活躍により、岡山の知名度が上がっている気がするの、岡山県民だけでしょうか？

※千鳥・ウェストランド、渋野日向子選手・山本由伸投手・ドルーリー朱瑛里選手・倉敷高校駅伝部・岡山学芸館高校サッカー部、稲葉浩志、藤井風、かみかみエブリバディなど・・・。

### ■各団体现況報告

コロナ禍で、昨年度も多くの行事が中止となる中、唯一会員社向けに茂木健一郎氏を講師に迎えセミナーを開催。

テーマ：「これからの時代、地域ならではの地域だからこそその発信が大事」

コロナ禍の影響もあり、今年度に入り正会員社 2 社が退会。

業界団体として、改めて会員社に対し有益な活動を積極的に行っていく必要性を感じている。今年度は、若手社員同士によるテーマを決めたワークショップの実施を計画し、業界内での関係性の構築を図り、各社の離職防止にも繋がる機会にしたいと考えている。

# 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：山口県広告業協会 記入者：中村 卓

## ■各地景気動向

消費者物価指数が高止まる状況下で実質賃金が低下し、企業倒産に係る負債総額も増加傾向にある中、生産は化学等の指数が前年プラスとなっている。また、新型コロナ5類移行に伴う人流増加による個人消費や観光の回復に加え、輸出額も順調に増加するなど、県内景気は総じて持ち直しの動きが継続している。

## ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

テレビ・ラジオの状況は、昨年においてコロナからの回復が思うように進まなかった。今期上半期、県内売上においては各社前年並みで推移しているが、全体売上は局によりばらつきがみられる。特にテレビにおいては視聴率の低下に伴い、収容枠の確保ができない局が大きく落ち込む結果となった。

媒体社 売上前年比

	媒体社	R4年度 通期		R4年度 上期		R5年度 上期	
		県内	全体	県内	全体	県内	全体
テレビ	山口放送	100.8%	94.8%	97.0%	97.0%	104.8%	93.6%
	テレビ山口	99.4%	96.2%	100.0%	99.0%	98.5%	95.1%
	山口朝日放送	98.3%	98.5%	96.2%	97.7%	98.2%	101.4%
ラジオ	山口放送	99.5%	98.6%	98.2%	98.3%	94.2%	89.7%
	エフエム山口	94.1%	93.7%	89.7%	95.6%	98.8%	100.0%

## ■各団体现況報告

会員社数 会員社 16社 特別会員 4社（媒体社）

### 【事業】

#### ◇山口県広告大賞

第17回山口県広告大賞表彰式を5月に開催。

4年ぶりに懇親パーティーを開催。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：九州広告業協会 記入者：宮崎 真一

### ■各地景気動向

福岡の景気（経済）について（福岡県調査統計課）8月号から

生産：持ち直しの動きがみられる。6月の生産指数は金属製品工業、化学工業などが上昇したため、2か月ぶりに前月を上回りました。

貿易：輸出額、輸入額ともに前年同月を上回っている。7月の輸出額は前年同月比+2.7%、輸入額は同+1.4%といずれも前年同月を上回りました。

消費：緩やかに回復している。6月の百貨店・スーパー販売額は、21か月連続で前年同月を上回りました。

雇用：雇用情勢は、改善している。7月の有効求人倍率は1.20倍で、0.03ポイント下回ったものの、前年同月では0.02ポイント上回りました。

<トピックス>

#### ●インバウンド

九州沖縄を訪れるインバウンド客は、コロナ禍によって大きく減少した後、最近は入国規制の緩和などから回復傾向にある。特に福岡においては、アジア各都市とのゲートウェイである福岡空港の直行便再開などもあって、回復は全国よりも幾分高めである。主に韓国、香港、台湾この3国からの入国が多い。また九州内での福岡の国際線シェアは、51.8%でダントツとなっている。

7月に行われた世界水泳、10月のツールド九州（7日から開催）など今後さらに誘客するためには、アジア以外の欧米などへの取り組みが必要になる。

また、ベストイントラベル2023（ロンリープラネット）において、日本から唯一「福岡市」が食部門で選ばれ、食事がおいしい都道府県ランキングでも、北海道（46.3%）に次いで福岡県（33.3%）が選ばれている。今後は、この食、温泉などの豊かな観光資源を背景にさらなる発展は予想される。

ただし、現状、宿泊施設などの従業員不足は続いており、自動チェックイン機、予約管理システム、コールセンターなど省力化へ向けた投資などはいまだ続いている状況。

#### ●天神ビッグバン

あと5年は続きそうな天神ビッグバンのひとつ、ザ・リッツ・カールトン福岡が6月に開業。167室1泊10万円からと高額にもかかわらず、4月に開業した福岡ガーデンシティととも賑わいを見せている。コロナ前から言われていた客室不足に、地域のMICE・コンベンションに欠かせない存在になっている。

また、天神中心部の大型オフィスビル、天神センタービル（地上18階、地下3階）もこの9月から解体工事が始まり、2026年末までの建て替えが控えている。

いまや天神の中心部は、工事現場だらけで、逆に博多駅周辺、郊外のイオン、らら

ぽーと福岡などが、好調を続けている。

## ■ 広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

### ● 会員社の売上げと傾向

九州広告業協会加入会員 23 社の昨年度の売上高は、1194 億 5800 万円、一昨年度が 22 社で 1177 億 9600 万円と若干上がったものの、これは加入会員が 1 社増えたことによるもので、ほぼ横ばいであった。また、媒体の構成比（23 社の平均値）であるが、昨年度電波（30.5%）新聞（12.86%）IT（8.93%）その他（52.29%）。一昨年度が電波（26.2%）新聞（11.87%）IT（10.6%）その他（51.33%）となった。全国的に IT の広告売上増が叫ばれているが、当協会においては、1 割程度となった。ま前年比も減少しており、これは、需要がないのではなく会員社が IT を取り込めていない現状が見える。IT 企業に持っていかれているということではなかろうか。

### ● 媒体社動向

#### < 新聞社 >

N 新聞社は一時 80 万部と言われた部数も今は 42 万部。対前年比 7~8%のマイナスという状況が常態化している。一方で、不動産の売上と利益は上昇傾向で本業の不振を不動産でカバーしていることが明白な状況。

今年度上期に広告についても東京予算比 76.6%、前年比 74.1%、大阪予算比 87.4%、前年比 93.5%、本社予算比 97.6%、前年比 92.5%と本支社ともに惨敗の状況。

敗因としては、東京大阪は、通販系が伸びたものの、総務省（コロナ広報）ポートルース、各地方競馬、競艇が 0 となった。本社については、コロナ騒動が明けたことで旅行代理店の広告が復活し、かなりの数字をカバーした。

ただし、エイチ・アイ・エスやハウステンボスなど、クライアント事情により媒体の見直しがあり、ほぼ 0 となった。

#### < 電波系 >

電波系については、福岡 5 局は 東京 90%と福岡本社 92%。全体で 93%。前年割れとなった。東京の敗因は、人材系、電話系、政府広報系の落ち込みがひどく、福岡の敗因は、昨年商業施設（イオン、ららぽーと等）のオープンが相次いだのに対して、今年は目立った動きがなかった。

### ● 広告主の動向

福岡のスポーツビジネスというと、ソフトバンクホークスだが、「関西のみなさん、おめでとうございます」3 年連続で優勝を逃したことは大きい。それでも豊富な資金力で 12 球団 1 の速さで観客動員 200 万人を突破した。来年は、優勝したいものです。

ビッ●モーターの問題が非常に大きく、回収も含め担当代理店の売上に相当大きく響きそう。



## ■各団体现況報告

5月25日 第50回懇親ゴルフ会を開催。39名の参加者（うち媒体社23名）で大変賑やかに懇親を深めることができた。

10月9日 第42回ソフトボール大会。15社15チーム参加（昨年11社12チーム）で開催予定。各社社内の活性化、盛り上げようとの現れか。

11月14日クリエイティブ研究会 in 福岡、開催予定。当日券の売上を上げるため、各クライアント企業にDM等配布中。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：熊本広告業協会 記入者：事務局長 金子正太郎

### ■各地景気動向

日本銀行熊本支店による、熊本県の金融経済概観（7月発表）によると、新型コロナの5類移行後、個人消費が引き続き好調なことなどから「緩やかに回復している」とする判断を据え置いている。景気判断について、「個人消費」は、新型コロナの5類移行後、外出する機会が増えてキャリーケースやカバンなどの売上げが好調なほか、居酒屋などで規模の大きな歓送迎会が増加し、売上げの回復がみられることなどから「緩やかに回復している」としている。また、「観光」は全国旅行支援が終了する中で反動を懸念する声も聞かれた一方、夏休みの旅行の予約が好調なことから「回復している」としている。その他項目も高水準で推移しているため、県内全体の景気は「緩やかに回復している」として、7か月ぶりに引き上げた判断を据え置いた。今後について日銀熊本支店は「海外経済や資源価格の動向などの影響を注視していきたい」と話している。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

景気動向としての発表では、「緩やかに回復している」とあるが、テレビ、ラジオ、新聞、各社へのヒアリングによると、23年4～9月期は、前年同期に比べ、前年を超える見込みと回答した媒体社は無く、各社前年をやや下回る見込み。売上げ構成要因としては、熊本本社の売上げはほぼほぼ前年並みの回答だが、東京、大阪の売上げが奮っていない様子。広告主の多くは、回復基調にあるようだが、未だコロナ禍前にまでは回復していないという広告主が多い。

### ■各団体现況報告

2023年5月 熊本広告業協会主催「実務者セミナー」をオンラインで実施

「第1回鈴木三郎助全広連地域広告大賞」優秀賞およびフィルム・オーディオ部門賞の受賞作架空の情報番組「突撃！南島原市情報局【神回】」についての制作過程や、満島ひかりさん出演の秘話などを南島原市地域振興部観光振興課の梶原和隆様、山崎亜美様を講師に迎え、当協会事業委員長がインタビューする対談形式でのセミナーとなりました。広告会社、媒体社約70名が参加。（オンライン実施は、講師都合）

2023年8月 熊本広告業協会主催「スキルアップセミナー」を実施

くまもと森都心プラザで講師に博報堂の大井椋介氏をお招きして「自走するZ世代を味方につける」というテーマで講演をいただきました。参加者は、広告の置かれている現況とリアルに直面する広告会社若手を中心に約50名。旬のテーマとあって、

講演後の質疑も相次ぎ、充実したセミナーとなりました。

2023年9月 熊本広告協会・熊本広告業協会共催「広告セミナー」を実施  
熊本市民会館で講師に電通九州の米村拓也氏をお迎えし「地方におけるクリエイティブの発想～佐賀競馬場 PV「うまてなし」を事例に」というテーマで講演をいただきました。広告主、媒体社、広告会社、一般からの参加者約130名。大学、専門学校の学生の参加も多く、質疑も活発に行われ、広告関連を超えた意義深いセミナーとなりました。

## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：鹿児島広告業協会 記入者：事務局長 木場 茂

### ■各地景気動向

#### ★燃ゆる感動かごしま国体 明日10月7日（土）開幕

令和2年（2020年）に開催される予定であった第75回国民体育大会「燃ゆる感動かごしま国体」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和5年（2023年）に特別国民体育大会として昭和47年の第27回国民体育大会（太陽国体）以来、51年ぶりに鹿児島で明日から開催されます。



#### ★屋久島世界自然遺産登録30周年

わが国の世界自然遺産は、平成5（1993）年から現在までに5地域が登録されました。第1号の屋久島、白神山地は令和5（2023）年に登録30周年という大きな節目を迎えます。

こうした中で、2025日本国際博覧会（略称：大阪・関西万博）「TEAM EXPO2025」から自然遺産地域への参加の呼びかけがありました。これに積極的に応えて「世界自然遺産5地域会議」（仮称、以下「5地域会議」という）を発足させ、活動の第1段階として、「共生」や「環境文化」という日本型自然保護のメッセージを世界に向けて発信する機会としていく予定です。

#### ★鹿児島本格焼酎『かごんまっ！ソーダ割りキャンペーン』開催中

焼酎消費拡大キャンペーンとして、大手酒販店とタイアップした新しい焼酎の楽しみ方を訴求するソーダ割プレゼントキャンペーンを開催中。

焼酎の首掛けPOPのついた対象商品を購入し、記載された応募方法で応募いただければ、鹿児島のおいしい焼酎が抽選で570名様に当たるキャンペーンです。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

【テレビ媒体社／2023年4月～2023年9月】

◎MBC南日本放送／JNN

前年比・・・95%（タイム99%、スポット90%）

東京90%、大阪101%、福岡100%、本社96%

★成長している業種、衰退している業種などトピックス

- ・今年度は医療関係企業・団体へ SDGs 企画協賛や人材確保企画のプロモートを行い、2000 万円を超える売上となった。決定社の露出が新たなプロモート先を生む状況も生まれている。
- ・全体的に各社出稿が減少している状況、特需的に大きく上振れしている業態がなく単発企画での積み上げ等を積極的に実施するよう取り組む。

★イベント等事業実績紹介

- ・アニメージュとジブリ展（来場 55,000 人）、SDGs 企画（2000 万円）、みらい甲子園（900 万円）など企画もののセールスだけにとどまらず、日常のスポットセールスでも成果を上げる事ができた。

★今年度の具体的な事業展開と売り上げ予想について

- ・上期は与次郎ハウジングフェア 4 棟、国分住宅展 2 棟が撤退した。下期については、住宅展エリアでのイベント実施や、住宅に興味を持ってもらう層の掘起し等を行い、来場客減少の抑制、新規メーカーへの出店プロモートを図る。
- ・「かごしまの風と光とナポリ祭（来場 10000 人目標）、新規イベント開発、鹿児島マラソン等のイベントを組合わせた協賛やタイアップを積極的に展開していく。

◎KTS 鹿児島テレビ／CX

前年比・・・97%（タイム 108%、スポット 92%）

東京 96%、大阪 91%、福岡 98%、本社 105%

★成長している業種、衰退している業種などトピックス

- ・化粧品、トイレタリーが若干復調。その他携帯ゲーム・ネット販売等。
- ・携帯ゲーム、ネット販売、オンラインクリニック等新業態展開のスポンサー。

★イベント等事業実績紹介

- ・子育てイベント「すこやかふれあいフェスティバル」売上約 1,600 万
- ・KTS の日 2023 売上約 4,200 万

★今年度の具体的な事業展開と売り上げ予想について

- ・第 6 回 鹿児島ラーメン王決定戦 2024 年 2 月
- ・鹿児島マラソン 2024 3 月開催



◎KKB 鹿児島放送／テレ朝

前年比・・・98.4%（タイム 103.6%、スポット 96.1%）

東京 102.6%、大阪 93.4%、福岡 103.5%、本社 93.3%

★成長している業種、衰退している業種などトピックス

- ・業種で伸びているのはエネルギー(126.5%)、化粧品・トイレタリー(117.1%)  
食品(115.9%)など

★イベント等事業実績紹介

- ・4月のプロ野球、福岡ソフトバンクホークス公式戦のセールス、券売状況好調。
- ・6月に放送した特番3番組のセールスが好調
- ・スポットは前年割れだが、タイムは特番セールスやJリーグ番組「KICK OFF KAGOSHIMA」編成などで前年超え

★今年度の具体的な事業展開と売り上げ予想について

- ・11月5日(日)小学生陸上フェスタ開催
- ・12月6日(水)ふるさとCM・動画大賞開催
- ・1月14日(日)いぶすき菜の花マラソン
- ・1月27日(土)、28日(日)菜の花マーチ開催

◎KYT鹿児島読売テレビ/日テレ

前年比・・・94.7%(タイム94.4%、スポット94.8%)

東京92.9%、大阪87.5%、福岡102.1%、本社97%

★成長している業種などトピックス

- ・化粧品・トイレタリー、外食産業、レジャー系、学校関係

★イベント等事業実績紹介

- ・「天テレ博」番組とイベントで約2500万
- ・「石川佳純47都道府県サクスツアー」約560万
- ・「赤ハイ」300万
- ・「24時間テレビ」約2000万

★今年度の具体的な事業展開と売り上げ予想について

- ・「秋フェス」
- ・「ご飯のお供フェス」
- ・「プロ野球オープン戦」
- ・「レディスチャリティゴルフ」等

【ラジオ媒体社/2023年4月～2023年9月】

◎MBC南日本放送(ラジオ)

前年比・・・94.3%(タイム99.9%、スポット89.6%)

東京89.5%、大阪101.0%、福岡98.1%、本社96.4%

★イベント等事業実績紹介

- ・イベントと連動した公開生放送の引き合い増(今年度10本程度、昨年度なし)
- ・リクルートをフックに、BtoB企業や医療機関など新規市場開拓で一定の成果。
- ・TVと連動したSDGs企画が3年目を迎え、売上・スポンサー数ともに増加

★事業系や番組企画などの実施報告

- ・9/2(土)「GO!GO!アクティブフェア」南日本リビング新聞社とのアクティブシニア層ターゲットのイベント。2社合計750万。実施した中では最高売上。

- ・鹿児島ラジオ3局で実施した、「鹿児島8・6水害から30年 防災SP企画」協賛社7社。集まった売り上げは局の売上をもとに按分。
- ・4月に「クラシック音楽」「福祉」「大隅エリア」をテーマにしたミニ番組をスタート。新規提供社も集まり、ローカルタイム上期のベースが作れた。
- ★今年度の具体的な事業展開と売り上げ予想について
  - ・ラジオ冠番組+Podcastのセット企画販売。radikoは1週間のタイムフリーだがPodcastは永久的に音声データとして残る。
  - ・「かごしま国体」「屋久島世界自然遺産30年」「奄美大島本土復帰70周年」をテーマとした番組企画を行う。
  - ・デジタルコンテンツ×ラジオの取組（Podcast、自社アプリ、有料配信）

#### ◎FMかごしま

前年比・・・91.8%（タイム92.8%、スポット94.6%）

東京94.2%、福岡82.8%、本社92.9%

#### ★イベント等事業実績紹介

- ・国体100日前からの国体応援キャンペーンスポットの協賛セールス
- ・マネーセミナーを2回実施
- ・サマーナイト花火の同時生放送を鹿児島シティFMと今回はFMさつま川内も加わり3局で実施。8年ぶりの実施となった。
- ・4年ぶりに婚活イベントを実施。男性150名、女性150名の合計300名参加で26組のカップルが誕生した。

#### ★今年度の具体的な事業展開と売り上げ予想について

- ・売上予測は前年比90%程の見込み
- ・ビッグモーター終了が響き前年超えは見込めないので、利益は確保したい。

#### 【新聞、フリーペーパー媒体社／2023年4月～2023年9月】

#### ◎南日本新聞社

前年比・・・97.0%

東京83.0%、大阪113.5%、福岡103.1%、本社101.0%

#### ★成長している業種、衰退している業種などトピックス

- ・アフターコロナにより観光など流通が伸びている
- ・フリーペーパー「フェリア」も堅調に推移している

#### ★イベント等事業実績紹介

- ・屋久島世界自然遺産登録30周年で紙面ラッピング企画を実施した
- ・かごしま国体開催前に「開催100日前」、「会期前」、「選手名鑑」特集を掲載し売上増となった

#### ★今年度の具体的な事業展開と売り上げ予想について

- ・アフターコロナを見据えてサービス業・観光業のクライアントの売上増加を期待。また、国体・障スポ関連の企画による売上増を予想している。

◎南日本リビング新聞社（フリーペーパー）

前年比・・・111.7%

★配布エリア外のターゲットに対して自社デジタル媒体と SNS を活用したクロスメディアパッケージのセールスが好調。

★県内自治体の地域魅力発信事業企画としてインフルエンサーを活用した短尺動画等受注が増えてきている。

★ターゲット層に合わせた他業種とのコラボによる保険セミナーが相変わらず売上伸長している。

★今年度の具体的な事業展開と売り上げ予想について

- ・ 広告伸長が鈍い中、折込は順調のため今後は更にターゲティングされた特殊選別配布に注力し、ポスティング商材の充実を図っていきたい。
- ・ 医療業界に対するデジタルメディアの新規商材を造成し、新規売上拡大を図っていきたい。

■鹿児島広告業協会現況報告

☆会員数／22社

- ・ 賛助会員を含めて、会員増員する必要がある。
- ・ 宮崎エリアも視野に入れた「南九州広告業協会（仮）」の発足も模索していく。

☆事業報告／令和5年2023年

1月1日 南日本新聞新春号5面広告掲載

1月 新年会 ※コロナの為に中止

3月23日 役員会（9名）、例会（21名）、セミナー（43名）：サンプラザ天文館2階

演題：新しい価値をつくりだすクリエイティブ

～鹿児島県民目線の新しい価値をつくりだしていく考え方～

講師：電通九州 クリエーティブ室 コピーライター 山口 泰尚 氏



## 令和5年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：広告業協同組合      記入者：木村 正弘

### ■各地景気動向

◆管内（広域関東圏1都10県）の経済動向（関東経済産業局 9月20日発表7月データ）  
生産活動は、電気機械工業をはじめ12業種が低下し、2か月ぶりの低下となった。個人消費は、百貨店・スーパー販売額が23か月連続で前年同月を上回った。乗用車新規登録台数は11か月連続で前年同月を上回った。雇用情勢は、新規求人数（原数値）が28か月連続で前年同月を上回っており、総じてみると管内経済は、持ち直している。今後については、国際情勢の動向や物価上昇等が国内経済に与える影響について留意する必要がある。

◇鉱工業生産活動◇ 鉱工業生産指数は、電気機械工業、化学工業（除.医薬品）、生産用機械工業等の12業種が低下し、2か月ぶりの低下となった。総じてみれば、鉱工業生産活動は一進一退で推移している。

◇個人消費◇ 百貨店・スーパー販売額は、23か月連続で前年同月を上回った。品目では、「飲食料品」、「その他の商品」、「身の回り品」が好調だった。コンビニエンスストア販売額は、20か月連続で前年同月を上回った。家電大型専門店販売額は、5か月ぶりに前年同月を上回った。ドラッグストア販売額は、27か月連続で前年同月を上回った。ホームセンター販売額は、3か月ぶりに前年を上回った。

乗用車新規登録台数（軽乗用車の新規販売台数を含む）は、軽乗用車が前年同月を下回ったものの、普通乗用車、小型乗用車は前年同月を上回り、3車種合計では11か月連続で前年同月を上回った。総じてみれば、個人消費は緩やかな上昇傾向にある。

◇雇用情勢◇ 有効求人倍率（季節調整値）は4か月ぶりに低下したものの、新規求人数（原数値）が28か月連続で前年同月を上回るなど、雇用情勢は持ち直している。

新規求人数（原数値）を産業別にみると、「医療、福祉」、「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」などで前年同月を上回った。

◆東京都中小企業の景況（東京都産業労働局商工部 9月22日発表）

8月の都内中小企業の業況DI（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、当月▲27（前月▲24）とわずかに下向いた。今後3か月間（9～11月）の業況見通しDI（当月（8月）に比べて「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、当月▲20（前月▲17）と弱含みで推移した。

#### 都内中小企業の業況の推移

3月：▲20、4月：▲20、5月：▲18、6月：▲23、7月：▲24、8月：▲27

#### 都内中小企業の業況の今後3か月間見通しの推移

3月：▲10、4月：▲11、5月：▲14、6月：▲17、7月：▲17、8月：▲20

#### 広告・ディスプレイ業の業況の推移

3月：▲25、4月：▲17、5月：▲29、6月：▲25、7月：▲17、8月：▲40

#### 広告・ディスプレイ業の業況の今後3か月間見通しの推移

3月：▲13、4月：0、5月：0、6月：▲63、7月：0、8月：▲40

中小企業業況は継続的に弱含みで推移しており、広告・ディスプレイの業況も同様の傾向となっている。ただ、広告・ディスプレイの業況の見通しでは±0が3回あるなど、先行きへの期待は高まっている。

### ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

協同組合会員社数の増減は中堅広告業の業況とリンクする側面もあるが、本年3月末での退会社は6社（入会4社）と例年よりやや多い結果となっており、コロナによるダメージからの脱却ができていない企業も多かったように思われる。また媒体社の特別会員社では2社退会社があり、媒体社にも影響が出ているようだ。

### ■各団体现況報告

◇会員の動向—令和5年度上期は、期首（4月）93社。その後1社入会し94社となった。特別会員社は期首同様の20社。

◇活動状況（令和5年4月～令和5年9月）

- ・4月5、6日 新入社員研修
- ・4月18日 A C Aカップ 会員社懇親ゴルフ会（麻倉ゴルフ倶楽部）
- ・5月22日 「総会」（如水会館）通常総会ならびに記念講演会  
講演会「繋ぐ～バレーボールが教えてくれたこと～」  
大山加奈氏 元バレーボール女子日本代表
- ・7月20日 「夏の例会」（如水会館）講演会と会員社懇親会  
講演会「会社の健康は従業員自身が美しく健康でいられることから！  
～美そうじで社員が美しく 健康的でいられる健康管理法～」  
清田 真未氏 一般社団法人日本美そうじ健康協会 代表理事
- ・9月5、6日 「経営懇談会」（ANAクラウンプラザホテル札幌）

### ●お役立ちメール

特別会員社（媒体社）の広告企画、媒体情報などA C A会員に「役立つ情報」を、A C A会員の営業・媒体部門の責任者と担当者に毎月1回メールで配信している。

【今後の予定】（令和5年10月～令和6年3月）

- ◆「経営情報研究会セミナー」11月15日（水）生成AI関連をテーマ予定（ビジョンセンター日本橋）
- ◆「ACA冬の例会」12月20日（銀座東武ホテル）
- ◆「ACA新年祝賀会」1月17日（如水会館）
- ◆ 海外広告ビジネス研修 2月末

# 令和4年度 全国広告業団体連絡会議 前期情報連絡会 報告要旨

団体名：一般社団法人日本広告業協会 記入者：田口 康弘

## ■広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

経済産業省が毎月公表している、サービス産業動態統計調査より、広告業の売上高を2023年2月から2023年7月までの売上高を抜粋。

\*4媒体合計では2022年2月より18ヵ月連続で前年同月比を下回っている。

サービス産業動態統計調査（経済産業省）

（単位：百万円、カッコ内：対前年同月比）

	売上高合計	4媒体合計					屋外広告	交通広告	折込み・ダイレクトメール	海外広告	SP・PR・催事企画	インターネット広告	その他	
		新聞	雑誌	テレビ	ラジオ									
2023年	2月	420,098 (98.9)	118,577 (94.0)	16,651 (100.3)	2,524 (86.7)	96,745 (93.2)	2,656 (94.8)	4,516 (99.1)	9,768 (107.6)	30,372 (97.9)	1,578 (38.7)	38,678 (103.6)	119,977 (102.6)	96,632 (101.2)
	3月	751,299 (100.1)	150,709 (91.4)	21,865 (87.5)	4,863 (91.3)	120,963 (92.2)	3,018 (86.6)	7,169 (111.2)	12,556 (103.8)	39,060 (90.2)	5,061 (90.8)	132,796 (84.9)	147,758 (97.2)	256,188 (122.0)
	4月	461,620 (102.3)	124,846 (97.2)	13,652 (93.6)	2,658 (82.2)	105,713 (98.1)	2,824 (98.7)	8,084 (129.0)	8,084 (113.1)	12,717 (91.8)	33,999 (68.7)	966 (93.9)	134,221 (102.8)	114,088 (112.3)
	5月	402,626 (102.1)	118,544 (95.2)	12,980 (94.1)	2,796 (116.1)	100,166 (94.5)	2,602 (96.3)	4,769 (139.9)	9,583 (118.2)	29,749 (86.3)	794 (162.6)	33,482 (105.6)	113,776 (108.4)	91,928 (106.2)
	6月	427,363 (98.5)	114,226 (96.8)	13,404 (88.4)	3,202 (96.1)	94,996 (97.9)	2,625 (95.6)	5,409 (143.6)	9,071 (110.5)	30,672 (90.9)	1,489 (80.5)	40,074 (88.5)	109,726 (104.5)	116,695 (99.2)
	7月	420,726 (95.5)	118,183 (89.7)	14,101 (77.9)	2,438 (93.1)	98,864 (91.2)	2,780 (93.3)	6,239 (169.5)	11,186 (128.4)	30,836 (88.2)	1,005 (12.4)	37,475 (90.9)	111,693 (102.3)	104,108 (101.2)

## ■各団体现況報告

### 1. 執行体制（5月31日）

理事長 五十嵐 博（電通グループ 取締役 代表執行役社長 CEO）  
 副理事長 戸田 裕一（博報堂D Yホールディングス 取締役会長）  
 副理事長 大山 俊哉（ADKホールディングス 代表取締役社長グループ CEO）  
 副理事長 泉 恭雄（大広 代表取締役社長）  
 専務理事 橋爪恒二郎  
 常務理事 池田 剛

### 2. DE&I委員会

6月のプライド月間にあわせ「広告×LGBTQ+の未来を考える」をテーマに会員社対象の勉強会を実施。

#### ◆第1回 6月6日（火）15時～16時 Zoomウェビナー

テーマ「メディアにおけるLGBTQ+表象の問題点・課題」

講師 松岡 宗嗣（一般社団法人fair 代表理事）

#### ◆第2回 6月14日（水）13時～14時 Zoomウェビナー

テーマ「メディア企業におけるLGBTQ+インクルージョンの先進的取り組み」

講師 竹田 珠恵（Netflix Director、Creative Production）

- ◆第3回 6月22日（木）13時～14時 Zoomウェビナー  
 テーマ「LGBTQ+を描くメディアコンテンツの先進的な取り組み」  
 スピーカー ミヤタ 廉（LGBTQ+インクルーシブ・ディレクター）  
 若林 佑真（俳優・舞台プロデューサー）
- ◆第4回 6月27日（火）13時30分～15時 ワークショップ 電通会議室  
 広告会社で働く人が、対話を通して広告会社のビジネスや考え方に「LGBTQ+インクルーシブ」という視点を落とし込んでもらう機会の創出

### 3. 各地区とクリエイティブ研究会の開催

- 【名古屋】第71回名広協クリエイティブ研究会  
 日 時 2023年7月31日（月）  
 会 場 JPタワー名古屋ホール&カンファレンス
- 【札幌】第41回HAAAクリエイティブ研究会  
 日 時 10月17日（火）  
 会 場 札幌グランドホテル
- 【大阪】第42回OAAAクリエイティブ研究会  
 日 時 10月31日（火）  
 会 場 大阪大学中之島センター
- 【静岡】第19回SAAAクリエイティブ研究会  
 日 時 11月7日（火）  
 会 場 しずぎんホール
- 【福岡】第39回JAAAクリエイティブ研究会・福岡  
 日 時 11月14日（火）  
 会 場 エルガーラホール

### 4. 委員会、セミナーなどのオンライン開催

委員会は Teams を使ったオンラインまたはハイブリッドでの開催とし、セミナーなど多人数を要するものは Zoom での開催と使い分けを行った。

#### <主なセミナー、説明会の実施>

- 4月 4日～7日 第50回新入社員教育セミナー
  - 18日 JAAA セミナー「『2022年 日本の広告費』からみる現状とこれから」
  - 21日 特別講演会「DE&Iに関するアンケート調査」レポート、電通グループの  
 DEI 推進の取り組み共有
- 5月 31日 2023年度定時総会 贈賞・表彰式
- 6月 7日 「第53回懸賞論文」エントリー説明会
- 8月 3日 海外セミナー「Cannes2023に見るブランドアクティベーション」
- 8月 18日 第86回JAAAクリエイティブ研究会「2022年クリエイター・オブ・ザ・  
 イヤー賞 受賞者講演」
- 31日 テレビCMオンライン運用説明会（熊本）

- 9月 7日 JAAA 海外セミナー「18回目の Cannes2023 訪問で得たもの」  
25日 JAAAセミナー「『知らなかった』では許されない。ステマの  
新常識、徹底解説90分」