

全国広告業団体連絡会議
令和6年度 後期情報連絡会

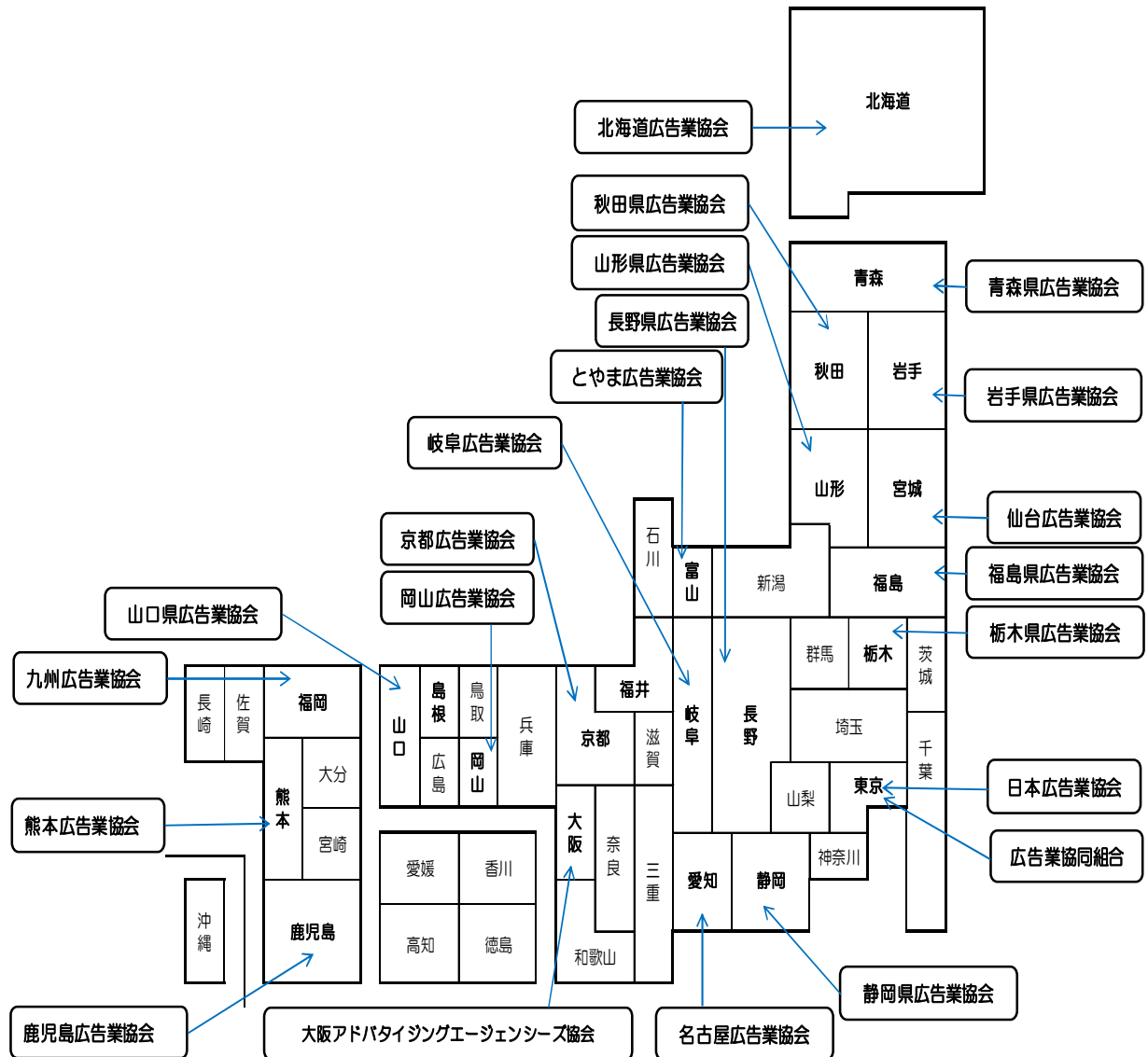
報 告 要 旨

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
大阪アドバタイジング・エージェンシーズ 協会
山口県広告業協会
九州広告業協会
熊本広告業協会
鹿児島県広告業協会
広告業協同組合
日本広告業協会

* 岡山広告業協会

令和7年5月9日（金）

日本の広告業協会の現状



令和7年5月9日

令和 6 年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：北海道広告業協会 記入者：仁科 勲

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

北海道全体の景況は直近の北海道経済部レポートから

【生産活動】 持ち直しの動きに足踏みがみられる

【個人消費】 改善の動きに足踏みがみられる

【住宅建設】 持ち直しの兆しがみられる

【公共工事】 持ち直しつつある

【観光】 着実に改善を続けている

【雇用】 持ち直しの動きに弱さがみられる

と、全体的には横ばい傾向が強い。

広告業界の動向としては

2024 年度北海道内主要広告代理店 9 社でマスメディアを見た場合、

TV：前年比 98.3%

R：前年比 98.4%

北海道新聞：99.1%

いずれも前年を割っている。

TV はフジテレビ問題を受け、北海道文化放送への出稿が一部止まったものの、新年度からは出稿を復活させる動きもみられる。

イベント・プロモーション関係は通常通り開催されているが、全体予算削減の様子も伺え、厳しい状況を感じる。

しかしながら WEB 系メディアなどは伸長が感じられ、広告主の目的に沿って多様な情報発信の工夫が進んでいると思われる。

■各団体活動報告、現況報告

後期のセミナーは JAAA との共催にてクリエイターオブザイヤーを受賞した高崎卓馬氏をはじめ、メダリスト 2 名を招き、「第 42 回クリエイティブ研究会」を開催。

11 月 27 日には「字幕付き TV-CM 説明会」を開催した。

その他、当協会 PR 広告コンテストの最優秀賞を獲得した吉村紀子氏と元北海道教育大学岩見沢校教授 臼井栄三氏に協力を頂き、学生に向けた「就職セミナー、広告業界を考える」を開催した。

また例年好評を頂いている法務セミナーは、SNS の炎上などに関するテーマで 3 月 14 日に開催し、実際にあった事例に基づき「世に出す前にチェックすべき広告表現のポイント」などを弁護士より講演頂いた。

その他、PR 広告コンテスト、懇親ゴルフコンペ、野球大会は今年度も実施予定。

■会員社数の動向

正会員社	30 社	(-1)
媒体賛助会員社	15 社	(-1)
賛助会員社	35 社	(+1)
合計	80 社	

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

●海外への地域産品の輸出に取り組む得意先が増えており、各地域で広告会社としてどのような取り組みをされているか。

●特に B to B 企業でリクルーティング対策に取り組む得意先が増えていることもあり、4 マス以外の各地域でのリクルーティングに特化した事例などがあれば教えていただきたい。

令和 6 年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：青森県広告業協会 記入者：須貝 麗子

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

○各地景気動向

2024 年 12 月からの記録的な大雪に見舞われ、青森市での積雪は最大で 150 cm にのぼった。青森市への「相談」や「要望件数」は 2024 年 12 月～2025 年 3 月までで 1 万 8972 件と前年の 9 倍近くに。

7 月に閉店したイトーヨーカドー青森店を引き継ぎ、シーナシーナ青森が 8 月にオープン、12 月には「ロピア」が開店。一方、青森県八戸市の洋菓子会社「アルパジョン」と関連会社の「郷アルパジョン」は 3 月 31 日付で事業を停止し自己破産申請へ。負債総額は約 3 億 9 千万円。チーズケーキ「朝の八甲田」は青森のお土産としても人気を集めていた。

10 月 29 日には、新型コロナウイルスの影響で 2020 年 2 月から運休していたエバー航空 青森・台北線定期便の運航が再開。今後さらなる外国人観光客の呼び込みが期待されている。3 月 31 日に 2025 年の青森県内寄港第 1 号となるクルーズ船「クイーン・エリザベス」青森港に到着。今年の青森港へのクルーズ船の寄港数は過去最多の 49 回となる見通し。県内では八戸港の 2 回を含む計 51 回で、昨年の 39 回を大きく上回る見込み。

○広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動き）

広告会社：

観光需要はインバウンドを含め好調であるが、地域経済の活性化の動きが鈍く、広告業界全般として、引き続き厳しい状況が続く。

媒体社：

2024 年 10 月～2025 年 3 月の営業収入見込（前年同期比）

東奥日報社	100.6%（本紙及び本紙外の広告売上、広告事業収入、その他営業収入）
青森放送	114.4%（スポット・タイム・ネット・事業他全体を含めた営業収入）
青森テレビ	101.7% （〃）
青森朝日放送	97.5% （〃）

■新聞

◆東奥日報社

本紙関連広告の媒体別では、前年実績比本紙 99.3%、プラス（地域広告特集）68.5%、
広告事業収入は、前年実績比 254.1%、その他の営業収入は 115.9%。

【好調業種】

化粧品・トイレタリー、求人、産業機械 など

【不調業種】

食品・飲料・嗜好品、家電・AV 機器、ファッション・アクセサリ、葬儀 不動産・
住宅設備、出版など

●トピックス

- ・ 2025 年は昭和 100 年、りんご植栽 150 年、
青森港開港 400 年など節目の年でもあるので今年しかできない企画を展開予定。
- ・ 臨時広告について 6 年ぶりに料金改定する。値上げ率は約 11%。6 月から実施予定。

■テレビ

【好調業種】

住宅・建材、薬品、精密機器、情報通信、レジャー、流通、金融、自動車、不動産

【不調業種】

輸送用機器、サービス・娯楽食品、飲料、化粧品トイレタリー、自治体

◆青森放送

県内は本社・弘前を除き概ね順調に数字を伸ばした。
県外は大阪が苦戦。東京はスポット数字が戻ってきたこともあり
前年比 110%に伸ばすことができた。

●トピックス

- ・ 2024 年 10 月のズムサタうまいもの博が好評。
- ・ 2024 年 11 月～2025 年 2 月「ジブリパークとジブリ展」東北初開催。大好評で終了。

◆青森テレビ

スポット、タイムでは前年割れるも事業その他でカバーした。

●トピックス

- ・ 2024 年 12 月 1 日～2025 年 11 月 30 日まで 55 周年期間。
- ・ 新規ネット番組等を開始予定
- ・ マスター、営放、中継局設備の減価償却の影響が続く見通し。

◆青森朝日放送

東阪仙ではスポットはリクルート関連が好調も、

県内では自転車、パチンコ、県庁自治体等の出稿が伸びず、売上減。

●トピックス

- ・王林の冠番組「王林の産地直送☆日本最高」が2025年4月よりスタート
(自社制作レギュラー番組、topo 配信)
- ・(月)～(金)夕方のローカルニュースを「スーパーJチャンネルあおもり」と
番組タイトルも新たにリニューアル
- ・8月30日(土)31日(日)にABA番組祭を開催。会場は前回同様アスパム&青い海公園

■各団体活動報告、現況報告

青森県広告業協会

会員社 14社、賛助会員 10社

【活動内容】

- ・2024年4月1日 創立30周年
- ・2024年7月～

青森県広告業協会30周年記念事業として、会員各社の社員によるプロジェクトチームを作り、「広告」の魅力と「広告」の仕事の面白さや魅力を伝える新聞広告デザインとテレビCMを企画制作

→10月10日開催の「あomorアドセミナー2024」において、

プロジェクトチームより広告内容発表。

また、10月20日付東奥日報社「新聞広告の日」特集において

協会としての全5d広告を掲載。

新聞は複数サイズを制作し、随時掲載中。

テレビCM15秒は2025年2月1日より放送中。

◆新聞 全5d

私たちの住む青森には
豊かな自然の中で
丁寧に育まれた恵み
技術と情熱
創意工夫が光る商品
暮らしを便利にする
新しいサービスなど
もっとみんなに知ってほしい魅力が
たくさんあるから
広告に心を込めて
アイデアを込めて



広めたいなら、告げるしかない

青森県広告業協会
株式会社 青森毎日広告社 / 有限会社 アド・ネット電通 / 株式会社 RAB サービス / 有限会社 岩田広告社 / 株式会社 協同 /
有限会社 コモン / 株式会社 サンプロパティ・エディティブ / 株式会社 ジェイ・アル東日本会館 青森支店 / 株式会社 経営企画 /
株式会社 デルタアイエムシー / 株式会社 電通東日本 青森営業所 / 株式会社 東奥アドシステム / 株式会社 東北情報屋 青森支社 /
株式会社 東日本朝日広告社 営業局4部 (50音順)

◆テレビCM



- ・ 2024 年 10 月 10 日 「あおもリアドセミナー2024」 @ねぶたの家・ワラッセ
講師：2023 年クリエイター・オブ・ザ・イヤー 高崎卓馬氏
- ・ 2024 年 11 月 7 日 全国広告業団体連絡会議東北ブロック会議福島大会 3 名参加
- ・ 2025 年 1 月 8 日 新年交流会@アップルパレス青森

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名： 岩手県広告業協会

記入者： 千田 真

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

物価高と人材不足により県内市場のファンダメンタルが極めてよろしくない。加えて、トランプ関税政策は日本経済にダメージを与える可能性があり、特に経済基盤が脆弱で農業が主力産業である岩手にとっては、農業資材・機械の高騰、不透明感による心理的ダメージ、そして雇用機会の減少や賃金低下など、さらなる経済的圧力を引き起こすリスクがある。また、ＣＸ問題に関係する影響は、これまで系列局以外にはほぼ無いが、東京のスポットの中には期余り予算なのか、ＣＸの問題による影響なのか判明がつかない多くの出稿があった。

◆IBC岩手放送（テレビ）

東京・大阪のスポット市場が好調でローカルのマイナス基調を帳消しにした結果に。前年の開局70周年記念特番の実績が重荷になったが、特定のスポンサーに向けた買い切り特番等を集中セールスし前年をクリアした。通期前期比103.3%

◆テレビ岩手

スポットが好調の東京・大阪と本社第4四半期が大きく実績を伸ばした。特に3月のMLB東京シリーズ関連は売上増に貢献。24年度決算は減収減益だが黒字決算に。減収の要因は好調な放送収入に対して、前期過去最高だった事業収入が半減したこと。自治体の大きな売上になっていたコロナ関連事業等が終了したことが大きい。通期前期比103.0%

◆岩手めんこいテレビ

ネット広告に注力していた企業がやはりテレビという動きが見られ、第3四半期の東京のスポットが大爆発して大きく貢献。しかし、第4四半期突入後はフジテレビの問題で系列局にも影響が始めどんどんジリ貧に。ぎりぎり100パーセントを確保したもののこの先は壊滅になる可能性大。いち早い親局の信頼回復を熱望する。通期前期比103.0%

◆岩手朝日テレビ

タイムは単発企画の繰り返しで何とか確保するものの、前期受託した自治体からの案件が減少し前年割れに。スポットは東京が好調を維持したことと、県内の地区投下も上向く中で本社も順調に推移し全体で前年実績を上回る見込み。通期前期比105.1%

◆IBC岩手放送（ラジオ）

通販関連が好調で全社的には前年を上回ることができたが、東京は僅かに前年割っている。ローカルエリアのスポットも不振が続いているが、期末特番とレギュラータイムの底上げによって前年並みの数字は確保した。通期前期比101.9%

◆エフエム岩手

増収増益となったものの相変わらず厳しい状況が続いており最終的に連続の赤字決算に。レギュラータイム大幅減で苦戦を強いられる。開局40周年を迎えるが25年度は、本社・東京ともに前年維持は既に困難と見ており寂しい限りである。通期前期比105.1%

◆岩手日報社

記事下広告の落ち込みをカバーすべく取り組んだ企画広告、10月の衆議院選挙、行政のプロポーザル案件のほかに、3月には昨年に続きセイコーなど大谷選手を起用した大型案件に恵まれ数字を大きく伸ばし全社でギリギリ前年をクリアした。通期前期比100.5%

■各団体活動報告、現況報告

◆11月20日、社員研修セミナー開催。日本広告業協会のご推薦ご協力をいただき、講師に「第53回懸賞論文入選者」の吉永諒子氏（朝日広告社プランナー/コピーライター）と「2023クリエイターオブザイヤーメダリスト」の松尾昇氏（九州博報堂コピーライター）の2名をお招きし講演いただいた。参加者数：106名 会員59名 特別賛助会員32名 賛助会員15名

◆本年開催される「第27回東北ブロック会議いわて大会」の主催協会として、大会の具体的な内容等について協議を重ね、開催日を本年10月31日（金曜日）に決定。岩手から世界に大きく羽ばたく「人・モノ・食」を盛り込んだ有意義な大会にすべく準備を進めている。

◆1月16日、「新年交賀会」を開催。県内メディア各社社長をはじめ140名の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。オープニングアトラクションとして、岩手大学民族芸能サークルによる全国の古典的な民俗芸能を披露し会に華を添えた。

◆4月24日に開催された令和7年度通常総会において、新たな理事長として東広社林徹社長が選任された。その後、理事長より理事・役員が任命され新体制がスタートした。

◆会員社数は19社、特別賛助会員社は8社、賛助会員社は1社退会し22社。

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

現在、当協会会員社の共通した最大の課題は若手の人材不足です。地方の広告会社が若く優秀な人材を確保するにはどうしたら良いのか？私たち地方の広告会社は、上場大手企業のように、新入社員の初任給を30万円を優に超える賃金を支払うことが可能な会社は残念ながら皆無です。少し恥ずかしい話として、入社3年目の息子に年収を超えられたという嘘のような話も現実としてあります。県内にある11大学の卒業生の就職先は8割以上が県外。残りの2割の学生は公務員・金融機関・老舗の地元企業に殺到します。かつて引く手あまたのテレビ局でさえ応募ゼロということも今では珍しくありません。当協会会員19社すべてが、全従業員合わせても20人に満たない小さな会社ばかりです。コロナ禍以降県内市場は冷え込んだ状況が続き、行政も民間企業も年間広告予算をどんどん削減しており、その小さな器の何で激しい戦いをしているのが現状です。こんな状況の中、私たち地方の広告会社が今必要としている若く優秀な人材を獲得する方法はあるのでしょうか？他団体の人材確保の成功事例並びにヒントを是非ご紹介いただきたいと思います。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：仙台広告業協会 記入者：森垣 英樹

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

＜宮城県の広告市場＞

宮城県の広告市場は前年比では微減で推移している。物価や人件費、原材料、エネルギー価格等の高騰が企業の収益にマイナスの影響を与えており、広告費の縮小傾向が続いている

＜媒体状況＞（令和6年4月～令和7年3月・前年比）

	媒体社	全社	本社
新聞	河北新報社	94.4%	96.0%
テレビ	東北放送	103.3%	97.5%
	仙台放送	103.0%	97.1%
	宮城テレビ放送	103.2%	107.6%
	東日本放送	101.7%	92.4%
ラジオ	東北放送	98.0%	94.2%
	エフエム仙台	100.2%	101.6%

＜今後のイベント開催について＞

①「仙台国際ハーフマラソン 2025」

開催日： 5月11日（日）

参加者： 約1万人

②「仙台青葉まつり」

期間： 5月17日（土）～5月18日（日）

人出： 約100万人

③「仙台七夕まつり」

期間： 8月6日（水）～8月8日（金）

人出： 約200万人

④「定禅寺ストリートジャズフェスティバル」

期間： 9月6日（土）～9月7日（日）

人出： 約80万人

■協会の活動報告、現況報告

- ・会員社数は正会員 20 社（変わらず）、賛助会員 60 社（1 社減）。

・「クリエイティブ研修会」

日 時／ 令和 6 年 10 月 15 日（火）

会 場／ せんだいメディアテーク 7F「スタジオシアター」

テーマ／ 「広告のこれから。その可能性」

講 師／ 2023 年クリエイター・オブ・ザ・イヤー受賞者

高崎 卓馬氏

dentsu Japan／電通コーポレートワン

グロースオフィサー／エグゼクティブ・クリエーティブ・ディ
レクター

参加者／ 103 名

※コロナ以来、5 年ぶりに対面での研修会を実施。

・「令和 7 年賀詞交歓会」

日 時／ 令和 7 年 1 月 7 日（火） 12：00～13：00

会 場／ ホテルメトロポリタン仙台 21 階 「銀河」

形 態／ 立食形式

参加者／ 98 名

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：秋田県広告業協会 記入者：中津 聡

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

●日銀秋田支店が3月24日発表した「県内金融経済概況」によると、県内景気は「一部に弱めの動きがみられるものの、緩やかに回復している」との表現となっている。

○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、緩やかに回復しており、特に、コンビニエンスストア・自動車を持ち直し、ドラッグストアも増加している。サービス消費は観光や企業・団体需要が好調に推移するなど着実に回復している。公共投資は公共工事が前年を下回っているものの持ち直し傾向にある。住宅投資は1月の住宅着工件数が前年を若干上回ったものの、弱めの動きとなっている。設備投資は非製造業を中心に、高水準で推移している。

○生産は、主力の電子部品・デバイス・食料品など横這い圏内の動きとなっている。

○雇用・所得環境は有効求人倍率が横這いながらも、緩やかに改善している。

○物価は、2月の消費者物価指数が前年比3.1%増となるなど前年を上回っている。

●広告主・広告会社（地域トピックス）

○冬の大型観光キャンペーン展開

秋田県とJR東日本は県内事業者と連携し、伝統的小正月行事や食・酒を楽しめる500以上のプランを用意。首都圏からの観光客の呼び込みを強化する。(6/12～7/2)

(令和6年10月)

○「ライドシェア」、秋田市で許可

国交省秋田運輸支局は、タクシー事業者の管理下で個人が有償で客を送迎する「日本版ライドシェア」について、県内初の許可を秋田市内3社に与えたと発表した。

(令和6年11月)

○「こまち」、再エネ電力導入

JR東日本は、秋田新幹線と山形新幹線の運転に再生可能エネルギーによる電力を利用すると発表。再エネ電力の購入契約を東北電力と結び、太陽光で発電した電力を調達する。この方式で電力を賄うのはJR東日本で初となる。

(令和7年1月)

○ふるさと納税、過去最高

秋田県は2024年度の県内自治体へのふるさと納税の寄付額を発表、103億5千

万円と過去最高額となった。

(令和 7 年 2 月)

●媒体社

○媒体各社売上前期比

	媒体社	令和6年度下期 (%)			令和6年度通期 (%)		
		県内	県外	全体	県内	県外	全体
新聞	秋田魁新報社	105.3	104.7	102.3	104.3	97.4	101.3
テレビ	秋田放送	95.0	105.0	102.0	96.0	105.0	102.0
	秋田テレビ	100.8	101.7	101.3	99.6	102.8	101.6
	秋田朝日放送	102.0	106.4	108.7	99.2	107.9	105.9
ラジオ	秋田放送ラジオ	81.0	97.0	88.0	87.5	95.0	91.0
	FM秋田	109.4	111.1	108.0	108.7	105.8	107.0

○下期概況

・新聞は、県内において、選挙、新聞大会、周年企画などにより前年を上回った。県外では東京が不振だったものの、大阪・仙台において通販・旅行・エネルギーが好調であり前年を上回り、全体でも前年実績をクリアした。

・テレビは、県内で金融・住宅・小売が振るわなかったものの、県外においては、特に東京において、自動車・情報通信・電力が好調であり、全体では前年実績をクリアした。

・ラジオは、県内2局が明暗を分けた実績となっている。FM局は、緊急告知ラジオ、金融機関などからの大口出稿もあり、前年を上回っている。

■各団体活動報告、現況報告

●東北ブロック会議参加

令和 6 年 11 月 全国広告業団体連絡会議東北ブロック会議 (郡山市) 参加:3 名

●賀詞交歓会開催

令和7年1月「賀詞交歓会」開催 会場:ホテルメトロポリタン秋田 出席者:127名

●協会会員数

令和7年3月末現在 会員社 13社（前年比△2社～廃業、会社統合）

賛助会員社5社（前年比変わらず）

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

- ・広告業従事社（者）数の維持・増加に向けた各協会様の取り組みについて

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 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

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

◆日銀山形事務所 4 月月例

□基調判断・・・「一部に弱めの動きがみられるものの持ち直している」を5ヶ月連続で維持。

蔵王・山寺・銀山温泉など一部のインバウンド需要などで個人消費は好調、昨年7月の豪雨災害の復旧工事の本格化で公共投資は大幅増、自動車関連の製造下請け企業がダメージを被った認証不正問題での出荷停止の影響は徐々に和らいでいる。

◆県内媒体社 令和6年度通期状況

□新聞・・・山形新聞社広告売上げは全社通期で前期比100.5%。内訳は本社が101.9%、県内支社106.0%、県外支社93.0%。県外のうち東京支社は97.9%と前期に引き続きマイナス。県外でのマイナスを本社・県内でカバーしてようやく前期数字を超えた。本社は衆院選関連（政党・候補者）の出稿が大きかった。県外支社は不振が続く。

□テレビ・・・民放4局のローカル数字（ネットタイム除き）は4局計で103.2%だった。前期は前々期比で100.1%だったので、2期連続で前期数字を超えた。各局とも東京支社の伸びが大きく、地区投下で東京支社は前期比107.0%と前期落ち込んだ分を取り戻した。新聞と逆で本社・県内のマイナスを県外支社でカバーした。各局のシェアはYBC（日テレ系）32.9%、YTS（テレ朝系）25.5%、TUY（TBS系）21.3%、SAY（フジ系）20.3%と、引き続きYBCが圧倒的シェアを維持している。TUYだけがシェアをアップして他3局はシェアダウン。

□ラジオ・・・AM局のローカル数字（ネットタイム除き）は資料未確認だが、前期並みの数字を維持している模様。

◆広告会社の状況

□会員社間での数字交換等はしていないので各社の状況は不明だが、採用等に関しては各社から厳しい声上がる。（募集しても来ない、やっと採用してもすぐ辞める等々・・・）各社まだまだ旧4媒体のシェアが高いものの、クライアントの要望に應えるため、ネット広告に重心を移す傾向。

◆広告主の動き

□テレビスポットの出稿は業種によってまだら。カーディーラーは納期遅れで下がった広告予算を復活出来ていないところが多い。金融機関は、地銀3行のうちのひとつが業績不振のため出稿減。スーパー等小売りはまずまず。観光施設・旅館等は、一

部地域がインバウンド需要で客足好調も出稿増までには至らず。自治体予算は昭和の大合併から70周年を迎えた市町村からの記念式典や催事のプロポーザルが多かった。クライアントのネット広告予算は確実に増えているが、既存媒体からの予算振替で、プラスオンにはなっていないケースが多い。

◆イベント等の状況 2024年度やまがた十大ニュース

□イベントや祭りは、従来のものはほぼ復活してきている。主なものは下記の通り。

◇花笠まつり⇒ 参加団体数と踊り手の人数制限なく、公道でのパレード実施。自粛していた掛け声もOK。

◇日本一美酒県やまがたフェア⇒ 3回目を6月実施。

◇日本一の芋煮会⇒ 9月に通常開催。大雨のなかでの開催だったが予定数を消化。

◇山形まるごとマラソン⇒ 10月に通常開催。(ハーフ・3^{キロ}・5^{キロ})

五輪3回連続出場の大迫傑選手をゲストランナーに迎えた。

◇県内各所のお祭り・催事もほぼ通常開催となった。

□2024年度やまがた十大ニュース抜粋 (山形新聞による)

1. 7月豪雨で甚大な被害、3人が犠牲

7月25日からの記録的な大雨で、庄内・最上の両地域を中心に甚大な被害。被害額は1111億円と県内の自然災害では過去最悪。警察官2人が救助要請を受けて現場に向かう途中、パトカーごと濁流にのみ込まれて殉死した。

2. レスリング・鏡選手、パリ五輪「金」

パリ五輪レスリング女子76キロ級で鏡優翔選手(山形市出身)が県出身者として68年ぶりの金メダル。最重量級で日本女子の優勝は初めて。

3. 衆院選・3小選挙区、自民が独占

裏金事件を受けて自民党に逆風が吹く中、県内3小選挙区すべて自民の前職が勝利した。

4. 東北公益文科大、公立化へ

県と庄内2市3町、東北公益文科大(酒田市)を運営する学校法人は、同大の公立化と機能強化で基本合意。2026年4月の公立化を目指す。

5. 南陽市で大規模林野火災

5月、南陽市の秋葉山で大規模林野火災発生、焼失面積122ヘクタール。鎮火までは9日間を要した。避難指示があったが住宅への被害なし。

6. 高温でさくらんぼ不作

2024年の県産さくらんぼの収穫量は高温による双子果の多発などで前年比33%減の8700トン程度の見込み。主産地の自治体などではふるさと納税の返礼品に対応できない事態となった。

7. 荘内銀行(鶴岡市)と北都銀行(秋田市)が合併へ

フィデアホールディングス(仙台市)が、傘下の荘内銀行と北都銀行を合併する方針を表明。新行名をフィデア銀行とし、本店を山形市に置いて2027年1月に誕生させると発表。東北初の県境をまたぐ広域地銀に。

8. きらやか銀行（山形市）が2024年3月期に過去最大の244億円の赤字を計上し、親会社のじもとホールディングス（仙台市）は6月、実質的に国の管理下に入った。

⇒2025年3月期の通期連結業績予想を上方修正し、期末配当を復活させる方針で事実上の国有化が解消される見込みだが、これまでの480億円の公的資金の返済はこれから。

■各団体活動報告、現況報告

□9月末に会員社1社休会（体制立て直しのため）、3月末に会員社1社休会（社長病氣療養のため）、賛助会員社1社退会。現在、会員社16社、賛助会員社15社。

□協会活動トピックス 〈令和6年度〉

- ①5月総会。賛助会員社を交えての懇親会開催。
- ②7月、親善ゴルフ会開催。
- ③7月、親善ボウリング大会&ビアパーティ開催。
- ④10月、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「第11回山形まるごとマラソン」開催。協賛メニューも増えて協会の収入は増えた。
- ⑤11月、福島県広告業協会主管の全広団連東北ブロック会議に参加。（参加者10名）
- ⑥1月、賛助会員社を招いての賀詞交歓会開催。
- ⑦1月、賀詞交歓会当日に広告セミナー開催。JAAAさんから講師2名派遣。賀詞交歓会にも出席いただく。
- ⑧会報誌の発行（年2回）。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：福島県広告業協会 記入者：加藤 昌幸

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

●各地景気動向（日本銀行福島支店金融経済概況／2025年3月公表分）

県内景気は、足踏みしている。

最終需要の動向をみると、個人消費は、横ばい圏内の動きとなっている。住宅投資は、減少している。設備投資は、能力増強投資などがみられており、緩やかに持ち直している。公共投資は、基調としては減少している。

鉱工業生産は、横ばい圏内の動きとなっている。雇用・所得環境は、求人に弱めの動きがみられているものの、所得面を中心に緩やかに改善している。消費者物価は、前年を上回って推移している。

先行きについては、物価上昇の個人消費への影響、海外経済の動向が生産に与える影響、雇用・所得の動向に注意していく必要がある。

実質預金は、前年並みとなっている。貸出は、前年を上回って推移している。貸出約定平均金利は、緩やかに上昇している。企業倒産は、増加している。

【前回からの変化】

総括	個人消費	住宅投資	設備投資	公共投資	生産	雇用・所得
➡	➡	➡	➡	➡	➡	➡

（注）

- ↑：前回から改善度合いが強まっている、もしくは悪化度合いが弱まっている。
→：前回から変化なし。
↓：前回から改善度合いが弱まっている、もしくは悪化度合いが強まっている。

●県内トピックス／7月の大阪万博にて福島県単独ブース出展

大阪・関西万博にて5～7月、福島県関係の企画が行われ、東日本大震災と東京電力福島第1原発事故からの復興が進む本県の現状や観光の魅力を国内外に発信する。

企画の日程や概要は下記の通りで、5月は復興庁と経済産業省が復興に関する展示を繰り広げる。復興庁は「震災伝承・災害対応」「食・水産」「最新技術」「福島国際研究教育機構（エフレイ）」の4つがテーマ。経産省は浜通りで地域の文化や魅力を受け継いできた人々、ロボットやロケットなどを開発する事業者らの挑戦する姿を発信する。

6月14、15の両日は、福島わらじまつりなど東北6県の代表的な夏祭りが集結する「東北絆まつり」が開催される。

7月19日には福島県が単独ブースを出展し、パネルや動画を使って復興の歩みを紹介する。旬を迎えるモモを提供するなどして県産農林水産物を発信するほか、来年春に本県で開催される大型観光企画「デスティネーションキャンペーン（DC）」の誘客を図る。

県はこのほか、期間中に万博を訪れた外国人観光客を、福島空港大阪線を使って本県に呼び込む旅行商品の販売を計画している。

本件関係の出展予定	
5/19-24	復興庁と経済産業省が復興テーマの展示
6/14-15	東北絆まつり
7/19	福島県単独ブースの出展 ・ホープツーリズム/復興の歩み ・モモをはじめ県産品の紹介 ・県内学生が制作した軽量飛行機の展示 ・県 PR 動画の放映 など



復興庁の展示イメージ

●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（毎日系）

売上前年比 100%

＜好調業種＞官公庁団体

＜不調業種＞住宅関連

◇新聞／福島民友（読売系）

売上前年比 94% 県内が減少、県外が横ばい。

＜好調業種＞交通・レジャー、通信・ソフトウェア、不動産

＜不調業種＞エネルギー・素材・機械、通販、各種サービス

◇テレビ／福島テレビ（FNN 系）

売上前年比 94.9% フジ問題の影響もあり、県内、県外ともに前年を割り込んだ。

＜好調業種＞出版（人材派遣業）、医療（製薬会社）、通信（Google、Amazon、Apple）

＜不調業種＞アルコール・非アルコール、加工食品、飲食、化粧品、トイレタリー（全て原材料の高騰）

◇テレビ／福島中央テレビ（NNN 系）

売上前年比 99% 東京は好調だが、県内は減少。

＜好調業種＞飲料、流通

＜不調業種＞情報通信関係

◇テレビ／福島放送（ANN 系）

売上前年比 101.5% 県内はほぼ前年割れだが東京がけん引した。

＜好調業種＞交通レジャー、外食各種サービス

＜不調業種＞飲料嗜好品（新商品が少なかった）

◇テレビ／テレビユー福島（JNN 系）

売上前年比 103.8% 県内はほぼ横ばい。

大阪・仙台は不調だったが、東京が 108% 超まで数字を伸ばし、前年 103.8% で着地。

＜好調業種＞自動車関連（半導体の供給改善、ダイハツの出稿復活）

＜不調業種＞飲料・嗜好品（酒税法改正の反動による出稿減）

◇ラジオ／ふくしま FM

売上前年比 100% 県内・東京も横ばい。

＜好調業種＞サービス・レジャー（インバウンド需要増加・観光地から出稿増）

＜不調業種＞エネルギー関連（補償告知の終了・電気代の高騰）

◇新聞折込／ケンオリ

売上前年比 96% 県内県外ともおおむね横ばい。

＜好調業種＞スーパー、旅行、買取業者が好調（流通業を中心に生活支援の訴求）

＜不調業種＞百貨店、学習塾は減少（経費高騰に伴う販促費の抑制による）

◇新聞折込／朝日オリコミ

売上前年比 87% 主に県内の売上が減少。

＜好調業種＞特になし

＜不調業種＞家電・大型スーパー

◇新聞折込／読売 IS

売上前年比 92% 県内売上が厳しい状況。

＜好調業種＞買取店（リサイクルマインドの定着と手元に置きたい現金化欲求）

＜不調業種＞自動車関連（広告宣伝の減少）

■各団体活動報告、現況報告

令和7年4月1日現在：会員社18社（△1社）・賛助会員社21社

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 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

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

●各地景気動向

関東財務局 宇都宮財務事務所 3月12日発表の令和7年1～3月期「法人企業景気予測調査」（栃木県分）によると、1～3月期の「企業の景況判断（BSI）」は全規模・全産業でマイナス9.4%ポイントとなり9期連続の「下降」超となった。業種別では、製造業は「下降」超幅が拡大し、非製造業は「上昇」超幅が縮小している。先行きについては、大企業は4～6月期に「上昇」超に転じるものの、7～9月期に再び均衡となる見通し。中堅企業は「下降」超で推移する見通し、中小企業は7～9月期に「上昇」超に転じる見通し。

1月判断の栃木県内「経済情勢報告」では、県内経済は「持ち直している」とし、個人消費も緩やかに回復しつつあるも、生産活動は「横ばい」。雇用情勢は「緩やかに持ち直している」となっており、ほぼ「据え置き」または「下方修正」（住宅建設・公共事業）となっている。

2023年8月26日、栃木県宇都宮市と芳賀町を結ぶ約14.6kmの次世代型路面電車（ライト・レール・トランジット：LRT）が新たに開業して2025年4月で累計利用者数が800万人を突破したと発表した。開業前の想定より約5カ月早いペースという。

開業2年目は昨年9月以降、前年同月比で毎月1割前後の伸びを示し、想定を超える利用が続いた。新年度がスタートした今月は1日平均で平日が約1万7千～1万9千人、土日祝日が約1万人で推移。通勤・通学目的の定期券利用者がさらに増えたほか、沿線の公園に向かう花見客の利用が目立つという。

一部報道では、テレビCMなどの影響やLRTの報道等もあり、ここ3年で宇都宮市への移住世帯数が10倍に増えていると報じられていますが、宇都宮市全体としては減少傾向は止まっていない。しかし、LRT沿線では右肩上がりで上昇している。栃木県全体としては19年連続で減少。特に県北の減少率（日本人）が高く、外国人（ベトナム・中国等）が増えている。



（出典）宇都宮市「住民基本台帳人口」各年9月末現在
※ライトライン沿線：ライトライン沿線半径500mに含まれる町目で集計



●広告業界の動向

・下野新聞：

令和6年度下期売上は全社（栃木本社・東京支社）で予算比94.2%、前年比88.2%。

令和6年度通期売上は全社（栃木本社・東京支社）で予算比90.0%、前年比93.8%。

プラスの業種は金融・保険・自治体（県など）で、マイナス業種は医療・医薬品・小売り・ファッション。

<下期の主な企画>

- ・10月⇒宇都宮ジャパンカップサイクルロードレース
- ・11月⇒石橋高校100周年特集紙面
- ・12月⇒栃木シティJFL優勝特集紙面
日光アイスバックス全日本選手権優勝特集紙面
- ・1月⇒県知事、宇都宮市長再任特集紙面
- ・2月⇒とちぎのいちごフェス2025（渋谷）
J3開幕特集紙面（栃木SC・栃木シティ）
- ・3月⇒ストロベリーワールドin真岡
神山雄一郎引退特集紙面

・とちぎテレビ：独立U局

令和6年度下期全社売上：予算比102%・前年比96%。

良かった業種はなし、悪かった業種は、地域の小口スポンサー（原材料費高騰などで引き続き厳しい状況）。東京支社のテレショップは「小林製薬」の影響や「フジテレビ」の関係で下落傾向が止まらない。

- ・開局25周年特別記念公演として絵本作家／いわむらかずおさん原作のミュージカル、「ひとりぼっちのさいしゅうれっしゃ」を3月22日（土）に開催。
- ・宇都宮餃子祭り（11/2～3）のステージイベントをLIVE配信。
- ・12月～3月にかけて、日光の社寺世界遺産登録25周年を記念した「まちあるきデジタルスタンプラリー」を実施。
- ・Bリーグ「宇都宮ブレックス」のホーム戦の中継制作を担当。2024-25シーズンは、宇都宮ブレックスのホーム戦を23試合中継。
- ・J3リーグ「栃木SC」のホーム戦の中継制作を担当。今季は、「栃木SC」のほかに、「栃木シティ」の試合も中継。
- ・Vリーグ「レーヴイス栃木」の地元開幕戦を録画中継。

・栃木放送：NRN系列

令和6年度下期売上：予算比101.5%・前年比94.5%の予測。

良かった業種は、上期に引き続き東京支社扱い「法律事務所」のスポット（利益率は悪い）。

悪かった業種は相変わらず県・外郭団体出稿落ち。一般企業も広告費のネット移行で予算取ら

3/20（木祝）につぶやきシローさんを使った改編特番を実施。朝9時～夜7時までの生ワイド番組。他に10/27（日）に東京支社窓口の『女性向け 貯める！増やす！変わる！初心者のためのマネーセミナー』もリアルイベントで開催。

2024 年度は 30 周年の年だったこともあり、「GACHI コンサート」、「清塚信也コンサート」、「中学生のためのお仕事ブック」（33 社協賛）などの SP 事業や 4 月から始まった「U 字工事の SorrySorry/毎週金曜日 15:00～18:25」のタイム売上が放送事業売上をけん引した。

暑気払い、親睦ゴルフコンペ、忘年会、研修会を実施予定。



新聞 3 d 原稿

併せて、昨今の物価上昇等もあり、年会費を上げたのかもわかと助かります。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：とやま広告業協会 記入者：柴田雅人（事務局長）

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

- ・ 広告会社は明暗が出ている。広告業務の多様化・多彩化（マスコミ広告に限らず、WEBやSNS、プロモーション等）により、媒体広告を主体的に取り扱う社は苦戦している一方、地元のブティック系のディレクションを主体とした広告会社や制作会社が、まだまだ僅かではあるが、総合型の広告会社との競合が見られるようになってきた。
- ・ 地元の媒体各社は概ね前年度の数字を確保したように思われる。地元新聞社もようやく前年並みの数字を維持した模様。ここ数年顕著だが、広告会社やイベント会社等が参加する行政のプロポーザル案件にも単独（動画制作系）、あるいは広告会社とJVを組んでプロモーション系に参加してきている。広告収入以外の収益ソースを開拓、確保する流れになってきている。

■各団体活動報告、現況報告

- ・ 昨年4月に1社が休会により、会員社数は17社となった。
- ・ 活動については賛助会員（県内媒体各社、石川県のTV局ブランチ）にも参加案内を行い、親睦を兼ねた交流会（ゴルフ会、ボウリング大会、懇親会等）やセミナー（年2回）の開催のほか、年始には広報誌（A4サイズ4P×500部）を発行している。

【参考】2024年度開催の研修セミナー

- 1) 「買物欲で捉える今の潮流と未来の兆し～買物の”主導権”を再び取り戻し始めた生活者を紐解く～」講師：(株)博報堂 買物研究所/瀧本晃裕氏、河野美咲氏※8月8日実施
- 2) 「AIが広告業界にもたらす変化」講師：(株)電通デジタル/鈴木初美氏※3月3日実施

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

- ・ 弊会の場合、年度の繰越金が大きいため、収入・支出面においても各々40%超を占めている。各団体での予算や決算上における繰越金の状況はどうなっているのでしょうか？積極的な事業実施で繰越金を残さないようにしているのか、あるいは弊会同様、例年、同じような事業の継続で繰越金が増えているのか・・・

■その他

・上記に記した繰越金の有効活用として、「大阪・関西万博研修会」を計画中。参加会員社には、補助を行う予定。現在、参加者募集中。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：長野県広告業協会 記入者：伊藤 博英

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

- フジテレビ問題では車ディーラーの扱いのある広告会社などは少なからず影響を受けた模様。
- 今年に入り、長野市、松本市の大型百貨店などが相次いで閉店、一方で長野市に隣接する須坂市においてイオンモールがこの秋に開業するなど、旧来の駅前の商店街 VS 郊外大型店という競争が一層激しくなると思われる。
- インバウンドは相変わらず好調で、白馬地区のスキー客のうちインバウンドは70万人を超え、過去最高となった。

■各団体活動報告、現況報告

- この5月をもってほとんど機能していなかった協会のホームページを閉鎖。
- 今年初の試みとして、7月に長野県広告協会との共催で講演会と交流会を開催予定。講演会は一般参加も受け付けるが、交流会の方は両協会の会員社のみの参加とし、主に媒体社と広告会社の交流の場としてもらう想定。
もともとはコロナにより開催を数年見合わせていた当協会主催の新春パーティーに代わるものとして出てきた案。
現在、長野県広告協会と役割分担など調整を開始している。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：岐阜広告業協会 記入者：藤田 悟

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

岐阜県下においてはまだまだ TV 広告のシェアが高く、デジタル広告への出稿意向は高くない。とはいえ、YouTube や Tver 広告は徐々に増えてきている。

TV 局各社は一時の満枠状況からは少し脱しているが、フジテレビ問題に端を発する系列の東海テレビは影響を受け、他社にスポット・タイムとも移行することにより枠が逼迫した。

■各団体活動報告、現況報告

2025 年度から事務局担当会社は株式会社電通名鉄コミュニケーションズが担当。

会員企業も昨年同様 16 社。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：静岡県広告業協会 記入者：浅場 雅樹

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

●各地景気動向

県内DI 2期連続悪化

海外経済の減速により製造業で受注が減少したほか、コスト高による収益圧迫も景況感を押し下げた。加えて、現実となった「トランプ関税」に県内の企業も無縁ではいられず、自動車産業のみならず幅広い分野に影響が出ると予測されている。特に本県企業は北米の輸出依存度が高く、輸送量の減少による海運業への影響も想定されており、清水港における四輪部品・二輪車・同部品の北米向け輸出割合は4割を占め、関税の動向に不安が広がっている。非製造業も、人件費やエネルギーなどのコスト上昇等の要因により2期連続で悪化、特に「関税」「人手不足」「物価高」が三重苦の様相を呈しており、賃金と物価の好循環に水を差す動きとならないか懸念が広がっている。

●広告業界の動向（広告社、媒体社、広告主の動き）

令和6年10月～令和7年度3月までの売上状況（前年比）

◆新聞	静岡新聞社	91.3%		
◆テレビ	静岡放送	【タイム】 103.0%	【スポット】 105.4%	
	テレビ静岡	【タイム】 113.2%	【スポット】 101.8%	
	静岡朝日テレビ	【タイム】 107.5%	【スポット】 105.6%	
	静岡第一テレビ	【タイム】 91.0%	【スポット】 102.0%	
◆ラジオ	静岡放送	【タイム】 108.5%	【スポット】 96.5%	
	静岡エフエム放送	【タイム】 98.6%	【スポット】 117.0%	

在静各局とも、新型コロナの影響も薄れ、イベントを積極的に実施。動員数も10,000人を超える大型の大会（マラソン・絵画展・TGC・etc.）が増大。

■各団体活動報告、現況報告

令和6年10月 「50周年記念事業・媒体展開」（テレビ・ラジオ・新聞他）

第20回 saaa クリエイティブ研究会（一社日本広告業協会 共催）

「新聞広告の日」静岡新聞・中日新聞に全5段広告掲載

11月 広告講座開催（静岡県広告協会と共催）

演題／「コネクテッド時代のメディア選択 平・要・快・熱」

講師／博報堂DYメディアパートナーズ・メディア研究所

所長 田代 奈美氏

12月 第3回理事会

令和7年1月 新年例会・記念講演会

演題／「スポーツ中継とあのスーパースター」

講師／（株）静岡第一テレビ

	代表取締役社長 黒岩直樹氏
2月	第4回理事会
3月	東部地区 理事懇親会

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：名古屋広告業協会 記入者：村上 大

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

●2024年10月～2025年3月メディア各社の動向

◆新聞

・広告局売上前年比

【中日新聞社】全社 97.1%名古屋 99.3%東京 95.1%

- ・名古屋本社は好調の運輸・観光（※コロナ前との比較ではまだ約66%）が数字を牽引したが、百貨店・輸送機器・通信などが減少し前年クリアならず。

◆テレビ

・売上前年比&各社トピック

【中京テレビ】スポット 100%タイム 110%

- ・2024年10月期より、平日朝の自社制作帯番組「あさドレ♪」を開始。
- ・2024年4月1日付で、中京テレビの代表取締役会長であった丸山氏が、読売中京FSホールディングスの代表取締役会長に就任。

【CBCテレビ】スポット 98%タイム 113%

- ・3/19(水)～23(日)18年ぶりとなるリアルイベント「5チャン春祭り」を開催。

【東海テレビ】スポット 109%タイム 94%

- ・3/9(日)名古屋ウィメンズマラソン開催。併催する男性も参加可能な名古屋シティマラソンも含めて28,000人が参加。

【名古屋テレビ】スポット 109%タイム 100%超

- ・10/19(土)～20(日)「ドデ祭2024」
- ・3/29(土)～30(日)「サクラベツイン2025」

【テレビ愛知】スポット 104%タイム 121%

- ・韓国の釜山MBCとテレビ愛知が初めて共同制作した連続ドラマ「どーする？ごはん」を25年1～3月で放送。（韓国MBC＝10話制作、TVA＝5話制作）

【名古屋5局】スポット 104%※タイムは5局の情報レベルが揃っておらず記載なし

- ・3/20(木)に東海エリア最大級のライブハウス型ホール「COMTECPORTBASE」がオープン。PORTBASE開業のために設立された合同会社ポートベースは、アミューズ、在名テレビ5局、チケットぴあ、Zeppホールネットワークを有するソニー・

ミュージックエンタテインメント、サンデーフォークプロモーションの9社。
愛知県に本社を構える株式会社コムテックがネーミングライツ協賛を行っている。
3/15(土)に竣工式・オープニングセレモニーが行われ、3/15(土)～16(日)に
在名5局共同イベント「テレビ万博」を開催。

・ 2025 年度上期に向けた見通し

テレビスポットは引き続き堅調に推移していく事が予想されているが、特に名古屋

地区においては PUT 低下による収容力の課題もあり、昨年から大幅に拡大していく事は難しいと思われる。ローカルタイムを含めたセールスでどこまで積み上げられるかがカギとなる。

◆ラジオ

・ 売上前年比

【東海ラジオ】111%

【CBCラジオ】101%

【ZIP-FM】101%

【FM愛知】107%

・ 2025 年度上期に向けた見通し

いずれの局も「タイム堅調・スポット軟調」で、大きな傾向としては2025年上期も継続する見通し。

■各団体活動報告、現況報告

●会員社40社・会員数76名（2025年4月現在）

●2024年10月以降の協会の動向について

・ 広告価値向上キャンペーン（eightawards）

10社163作品（昨年の過去最高を更新）の応募があった。

昨年同様「新しいSDGs広告」というテーマのもと、アイデアあふれる応募作品の中から、ゴール5/ジェンダー平等を実現しよう」をテーマにした作品「母親の旧姓」がグランプリに選出され、市内の公共施設や公立の小・中・高校など約500か所にB2ポスターの掲出、10月の新聞週間に合わせて名古屋地区の新聞各社に全5段広告、11月には名鉄電車の中吊り広告へ掲出した。

◆グランプリ 株式会社大広 花田充希氏・岩永大希氏

「どうして旧姓を聞かれるのは決まって母親なんだろう？」



↑ B2 ポスター



↑ B3 ポスター（交通広告）



↑ 新聞 5 段

・ 月例会

10 月 30 日 講師：金子嘉宏氏（東京学芸大学教育イノベーションセンター長教授）

テーマ：「好きに、挑む。」成果主導型から「好き」駆動型へ

参加者：17 人@新東通信 8 階ホール

2 月 26 日 講師：佐藤泰氏（名古屋市立大学芸術工学研究科建築都市領域講師）

テーマ：人間科学の視点からみた働く場・働き方のあり方

参加者：14 人@新東通信 8 階ホール

・ 第 63 回ゴルフ会

10 月 4 日 参加者：22 名 @緑ヶ丘カンツリークラブ

・ 令和 6 年度忘年会

12 月 4 日 参加者：81 名 @THEGATEHOUSE(JR ゲートタワーホテル内)

・ 第 74 回クリエイティブ研究会

2 月 25 日 参加者：63 人 @JP タワー名古屋ホール&カンファレンス

ご自身が人気 TikToker でもあるショート動画クリエイターのハングリーボーイズのお二人を講師としてお招きし、「ショート動画の戦い方」といったテーマで講演会を行った。



おふざけか、おしごとか、どっちもか、
ショート動画の戦い方
 第74回名古屋広告業協会クリエイティブ研究会

2025/2/25火
 18:15OPEN
 18:45START 20:45END
 JPタワー名古屋
 ホール&カンファレンス
 名古屋市中区栄1-1-1 KITE名古屋5階

講師 Hungry Boys
 ショート動画クリエイター 株式会社naco 代表
 ショート動画の制作・編集・配信・運用・マーケティングなど、
 最新のトレンドや最新の知見を伝えます。
<https://www.naco.co.jp/hungryboys>

尾崎敬久
 株式会社 尾崎敬久

おふざけか、おしごとか、どっちもか、
 ショート動画の戦い方
 第74回名古屋広告業協会クリエイティブ研究会

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

当団体は今年 70 周年を迎えましたが、他団体での周年事業に関する事例などお聞きして当団体での実施可否についての参考にしたい。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：京都広告業協会 記入者：事務局長 興梠 修司

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

京都は相変わらずインバウンドで賑い、観光名所ばかりでなく、路地裏にひっそりと佇む食堂にまで観光客が入り込んでいる。ちりめん山椒を売っていた店がいつの間にか店先でやきとりを焼き、お酒を提供する業態に変わった。客の入りも土産物をメインで売っていた頃より断然良い。京の台所と呼ばれていた錦市場も昔日の面影はなく押し寄せる観光客に迎合（よく言えば適応）しながら商売を続けている店も多い。

かつてマスメディアと持て囃されたものが昨今オールドメディアと呼ばれるようになるほど、SNSマーケティングの領域は拡大し、広告業界へ及ぼす影響は計り知れないものとなった現実を鑑みる時、広告代理店、媒体社、広告主が何らかの形で活用していくのは必然的事項であると思われる。

地元、広告代理店に於けるSNSマーケティングへのビジネス領域の拡大による売上アップは、それに影響され既存のマスメディアやイベント・SP領域も売上の向上をもたらしたと聞いている。また地域の特性を活用した取組として、独自の（おでかけレジャー系）インスタグラムアカウントを運用して京都を中心とした広域情報を発信したり、観光客分散政策を提唱する行政などの影響も追い風となり京都府内地域の観光誘致広告、広報案件の仕事も増加傾向にある。一方今後の取組として株主総会の運營業務や入社式の企画運營業務、SNSマーケティング事業の更なる拡大、それに伴う人材補充や社員の世代交代に対応するための組織改編（属人化からチーム共有体制への移行）などを予定している会社もみうけられる。

地元媒体社では、京都新聞社が対前年比で95%の売上を計上、主なトピックとして企画：衆院選、大阪・関西万博、阪神淡路大震災30年、ふるさとの集い連合会40年、京都マラソン、資産運用フェア、マネーセミナー、プレゼント企画などがあつた。

KBSラジオは対前年比103%で通販ネット収入の伸長とラジオ番組（コンテンツ）のマネタイズ展開（イベント他）が寄与、地域特性を活用した“坊僧ラジオ”や京都府26市町村を特集する年間キャンペーン“京都ふるさと元気大賞”などを展開、今後の取組、課題として番組コンテンツや年間キャンペーンを主とした地域情報発信の強化とマネタイズの拡充、展開をめざしている。

KBSテレビは対前年比下期で95%、通期で97%となった。スポットが下期76%と急減速、また1月～2月通販タイムが前年からかなり落込み減収の大きな要因となっ

た。地元の特性を活用した取組として京都府下の市町村の情報発信力を高めるために“京都ローカルCMコンテスト”を実施し4月末よりKBSテレビで順次放送予定。

12月には人事・総務向けのDX推進セミナーの開催も行った。またインバウンドを対象とした海外向けのコンテンツの販売も継続して取組、エアライン数社からは定期的に番組購入いただいている。今後の取組としてYouTube、SNSなどデジタルメディアと組合せたセールス方法の拡充、地域情報の発信主体としてのブランディング、京都コンテンツの発信を通じたマネタイズなど考えている。

エフエム京都に於いては対前年比90%でスポットの減収が大きく響いた。京都に関連した新しい取組としてゲーム運営会社のSCRAPとコラボした“京都謎解き街歩き”という興行イベントを実施、また放送収入の維持を図っていくことが今後の課題となっている。

※京都府の企画統計課の資料による、企業の実績に影響した要因として考えられるものを事業主にアンケートをとったところ下記の結果が報告されている。

プラス要因

1. 営業努力 68,8%
2. 新商品・新技術の開発 21,8%
3. 国内景気 14,8%
4. 新事業の展開 13,1%
5. 地元景気 11,5%

マイナス要因

1. 原材料の高騰 30%
2. 国内景気 27,2%
3. 雇用情勢 21,7%
4. 物価動向 20,8%
5. 他社との競争 20,6%

1の営業努力、2の新商品・新技術の開発、4の新事業の展開と、変化に対応できたことによる好結果が読み取れて興味深く感じました。

■各団体活動報告、現況報告

当協会は7/1～6/30を年度期間とし連絡会議の前・後期の区分と3ヶ月のズレがある

が、通年に渡って取組んでいる2ヶ月に1回の運営委員会、3ヶ月に1回の定例会議（講演会）を活動主軸に媒体勉強会（中堅、若手の育成と業種間交流を主目的とする取組）、ボーリング大会や飲み会などの親睦、懇親会を絡ませながら年間活動が続けています。10月には、次世代を中心に協議、準備を重ね実現した“eスポーツ的マリオカート大会”を会場貸し切りで開催、ゲームに参加する人も観戦する人も飲食共にしながら今までにない盛り上がりを見せ“カリオストロの城“ならぬ”マリオストの館“と化し組織内、世代間の垣根を超えた交流が見られました。また定例会議（講演会）では11月に落語家の林家染二 師匠による”プロの落語家に学ぶ 雑談力の鍛え方“というテーマで講演いただき、今年2月には会計学者でのこぎり演奏家の稲山 訓生さんによる

“異文化との出会いから道を切り拓く～のこぎり演奏家奮闘記～“というテーマで講演、そして実際にのこぎりによる演奏を披露していただきました。3月には媒体勉強会を開催し

“アイドルグループをプロデュースする“という課題のもと媒体社、代理店の中堅、若手社員がグループに分かれてワークショップ形式で企画・プレゼンに挑戦、メインの審査員には媒体社幹部にお願いしキャスティング事務所の方にもご参加いただき、より実現性の強い勉強会を実施することができました。勿論、年度事業の根幹となる新年交歓会、定期総会の開催などありますが、同業他社間の横断的な交流の場の提供と業界全体の活性化特に次世代の育成、サポートなどは今後も継続して行くべき取組だと思われます。

（会員社・会員数）2025・4・1 現

●正会員（17社・34名）●特別賛助会員（3社・6名）●賛助会員（3社・3名）

合計 23 社・43 名

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：大阪アドバタイジング・エージェンシーズ協会 記入者：土橋 寿夫

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

2024年度下期においては、関西万博関連扱い、インバウンド需要の継続、企業自体の景況感としても良好な水準を維持していることから広告会社全般として緩やかな伸びの予想であったが、1月以降のフジテレビ問題において各社の混乱が生じた。

ただ、大阪・関西万博4月13日からいよいよ大阪・関西万博が開幕し、150超の国と地域が参加している会場内や各パビリオンでは、世界各国からの多くの人と熱気であふれ、市内のホテルも満室に近い状況。ホテルの宿泊費もビジネスホテルで2万など高騰。今まで無関心だった層も、ニュースや来場した知人の感想などから、来場意欲が徐々に高まってきている感がある。10月の閉幕までの184日間にわたり関西の経済を盛り上げる起爆剤になるであろうと期待がかかる。

■各団体活動報告、現況報告

2024年度下期は、例年通りの活動を遂行。

指定の課題に対してプレゼンテーション動画を投稿してもらう「OSAKA 未来プレゼン大賞」の最終審査（1/24、65作品）、「高校生以下部門」では高校の授業の一環として取り込んでくれている高校も定着化してきている（内、40作品）。

JAAAさんのご協力の元「OAAA クリエイティブ研究会」（10/23、松尾さん・有元さん・高崎さん）、「人権セミナー」（11/21、部落問題／関西大学の内田教授）、「交通・屋外広告セミナー」（2/28、サントリーが語る、OOHを選ぶ理由。OOHの価値や役割について／サントリー宣伝部の佐藤課長）を実施。

なお、今年度は当協会が60周年を迎えるにあたり準備委員会を新設し、記念講演や記念パーティをメインとして、会社の垣根を超え、若手や中堅のアドパーソン同士の交流と縦横の繋がりを生み出せる機会とすべく企画検討中。若手・中堅にOAAAを認識してもらう、OAAAと接点を持ってもらう機会にもしたい。

9月/若手のワークショップ形式の研修会（各社から1～2名・計50人程度）、11月/記念講演（佐久間宜行氏）・交流パーティを3月に街びらきをした「うめきた」にて実施予定。

交流パーティについては、“フォーマル”な周年パーティではなく、“カジュアル”な交流会イメージで「うめきた」周辺のレストランで開催する可能性が高い（現在検討中）

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

- ・新規入会社の条件について

（当協会は既存の会員社2社の推薦が必要）

- ・新規入会社へのアピールポイントについて

(JICDAQ 所定広告団体会員社になることのアピールを積極的にされているか?)

- ・ デジタル系会社への入会アプローチについて

- ・ 年会費の値上げについて

(OAAA は設立から値上げ無し。ただ今後、会員数が減少して会費収入が不足する事態に陥った際には検討の必要あり。現会員社からの反発は必至。

入会金 1 万円、代表会員 1.2 万円/月、プラスの個人会員 1,500 円/月

Ex. 1 名で新規入会の場合：年間で 154,000 円)

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：山口県広告業協会 記入者：事務局 藤尾 敦

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

山口県の動き

広告全体は求人对策としての需要はあるが、特にテレビにおいて、放送枠の確保が厳しくなっている。イベントについても特段大きな動きはみられない。各社とも県内、県外の売上にばらつきがあり一定の傾向はみられないが、テレビ離れによる視聴率低下の影響等もあり、全体では苦戦を強いられている。

媒体社 令和6年度売上前年比

	媒体社	R6 年度 上期		R6 年度 下期		R6 年度 通期	
		県内	全体	県内	全体	県内	全体
テレビ	山口放送	99.9%	97.0%	100.1%	98.5%	100.4%	98.2%
	テレビ山口	100.5%	105.3%	102.7%	106.5%	101.7%	108.1%
	山口朝日放送	97.4%	103.5%	108.9%	101.2%	103.2%	102.3%
ラジオ	山口放送	112.8%	106.2%	96.6%	107.4%	105.0%	107.6%
	エフエム山口	114.4%	101.3%	100.2%	97.7%	105.0%	98.6%

山口県内の景気について（「やまぐち経済月報」3月号より抜粋）

消費者物価指数が高止まる状況下で実質賃金は前年比マイナスが継続。生産は輸送機械等が低下するも、全体では横ばいの動き。観光は総じて堅調であるほか、個人消費は全体では持ち直しの動き。県内景気は総じて緩やかな回復基調にある。

■各団体活動報告、現況報告

山口県広告業協会会員社数会員社：15社 特別会員：4社（媒体社）

【事業】山口県広告大賞

第19回山口県広告大賞審査会を、4月オンラインにて実施。

表彰式・懇親会を5月下旬に実施予定。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：九州広告業協会 記入者：宮崎 真一

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

●天神ビッグバン、この春続々開業

天神ビッグバン、前半の目玉ともいえる天神中心部の2つのビルがいよいよ開業する。ひとつは地上19階、地下3階、地下鉄天神駅と地下街で直結の好立地「ヒューリックスクエア福岡天神」。1月には飲食店、大型ドラッグストアなど8店舗が開業。東京、札幌につづく全国で3つ目のヒューリックスクエアとなる。4月24日にはメインのザ・ゲイトホテル福岡が開業する。

もうひとつは、4月24日開業。天神のど真ん中に位置する大型複合ビル「ONE FUKUOKA BLDG（ワン・フクオカ・ビルディング）」。

開発コンセプトは「創造交差点」126店舗中60店舗が九州初進出、飲食の総席数は1800席になる。これにより商業エリアだけで1400名の就業が想定される。また別にジム、サウナ、大浴場、レストラン、カフェなどを併設した直営ホテルも開業する。

●ワンビル開業に伴い0DMに動き

天神中心部のワンビルなどの開業によって、西鉄福岡駅（天神）地下鉄天神駅、天神南駅などからの人流が変わり、それに伴い駅ビルであるソラリアステージのビジョン、ホームのビジョン、地下鉄のビジョン、車内のデジタルサイネージなどが大型化、または新設されている。さらに天神を起点とする九州各県への起点となるバスターミナルの時刻表サイネージなど、リニューアルが進んでいる。

●加速するインバウンド

データによるとコロナ前との比較：伸び率ランキング162%で福岡は第4位。（石川、愛媛、東京に次ぐ）。外国人延宿泊数単体で見ても、692万人泊は、第5位。（東京、大阪北海道、沖縄に次ぐ）コロナ前は、ホテルが足りないとして民泊の推進などなされていたが、コロナ禍を経て、天神ビッグバンによってホテルも増加。インバウンドもさらに増加傾向がみられる。好況となるのはいいことであるが、マナーの問題が取り沙汰され、注意喚起の街頭アナウンスを中国語、韓国語で流すなど、対応が求められている。

●新聞持ち直し、デジタル単体下降

九州福岡で最も一般的な総合広告会社のデータを参考にすると、メディア全体の構成比でテレビタイムとスポットで全体の71%を占め新聞が脳活の影響で7%から10%にデジタル単体が15%から13%へ下降している。ただし、テレデジ（タイム、スポット、デジタルの組み合わせによる）昨年比104.6%と上昇傾向である。やはり、広告会社の役割としては、メディアの組み合わせと効果の検証によって、付加価値を高めることかと。

●フジテレビ問題の地方への影響

業界全体、あるいは広告会社への影響は非常に大きいと思うが、数字的にどの程度の減収になっているのか、局にヒアリングしてみると「東京 9 割減、福岡 1 割減」意外と少ないとの感想を持った。フジテレビ制作番組のみの AC 差し替えは受け付けていない、

また、フジテレビが AC 差し替え分は返金対応が決定したのに対して、ローカル局は基本的に返金対応はナシ。ということが影響しているのかもしれない。

ただし、根本的に TVCM 差し替えがクライアントにとってなんの影響もあたえない場合の広告への関心の低下が懸念される。

■各団体活動報告、現況報告

●第 51 回懇親ゴルフ会開催

5 月 23 日（木）曇天という絶好のゴルフ日和の中、第 51 回懇親ゴルフ会を開催いたしました。参加者は会員社 17 名、媒体社 28 名、総勢 45 名。多くの媒体社の方にご参加いただき、日頃お世話になっている媒体社の皆様と懇親を深めるよい機会となりました。優勝は、当協会会長の鈴木亨氏。媒体社の 1 位は琉球放送の仲程祐樹様でした。

今年も 5 月 22 日（木）開催予定。

●第 43 回親善ソフトボール大会開催

10 月 14 日（スポーツの日）広告業界 15 社 15 チーム（約 350 名の参加）が一堂に集い、熱戦を繰り広げました。優勝は入会 3 年目の「ウイルクリーチャーズ」チーム、圧倒的な強さで、頂点まで駆け上がりました。準優勝は九州博報堂チーム、連覇とはなりませんでしたが。3 位は JR 九州エージェンシーチーム、こちらも 2 年連続出場で久々の決勝トーナメント進出。4 位は西部毎日広告社。2 年連続出場で久々の決勝トーナメント進出でした。コロナが明けて、グラウンドが抽選の為、年々いい日、いい場所がとれにくくなっています。今年も、開催予定（時期未定）。

●第 40 回クリエイティブ研究会・福岡 開催

11 月 13 日（水）コロナが明けてから 3 回目のリアル開催となりましたが、470 名と多くのお客様にご来場いただき、熱気溢れる研究会となりました。クリエイターオブザイヤーの高崎卓馬さんを始め 2 人の講師の講演も「とても為になった」「面白かった」など好評を博しました。例年のことながら、一般の大学生、専門学校の参加者も多く、媒体社の事前の CM 協賛によって、認知が広がった結果だと思います。今年もよろしくお願いします。今年は 11 月 13 日（木）開催予定。

●令和 7 年 1 月 14 日新年宴会開催

令和 7 年 1 月 14 日（火）会員同士の懇親と新年を祝う新年宴会が開催されました。

鈴木会長の「激動の年、我々の仕事は賑わいを創る仕事。自分自身の内なる声に耳を傾け、心

躍る提案をすることで、この荒波を乗り越えていきましょう」とのご挨拶のあと、庄山副会長の乾杯の音頭、初参加の皆様の紹介、年男のご紹介、ビンゴ大会、お年玉交換会など賑やかに会が進み、最後に向井副会長の博多手一本でお開きとなりました。

●令和7年度通常総会を開催

令和7年4月23日（水）、会員社23社中22社24名の会員が集い、通常総会を開催。

1号議案、令和6年度の活動報告並びに収支決算報告（監査報告）承認の件。

2号議案、令和7年度の活動計画（案）、収支予算（案）承認の件

3号議案、役員・委員会委員承認の件

などが話し合われました。

会長の鈴木亨氏（電通九州代表取締役社長）が退任。

代わって、瞿曇啓亮氏（大広九州代表取締役社長）が会長に就任されました。

運営担当副会長の江崎信友氏（九州博報堂代表取締役社長）も退任され

副会長に加来勝利氏（BBDO J WEST 取締役社長）が就任されました。

代わって会員になられた谷口順一氏（電通九州代表取締役社長）は、事業委員長に

高濱浩二氏（九州博報堂代表取締役社長）は研修委員長に就任されました。

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

会員社が現状23社ですが、一時期に比べると、半減していると言わざるを得ません。勧誘することによって会員増を図りたいのですが、広告業協会に入ることでのメリットをどうお考えでしょうか。「広告の研究と会員社、媒体社との懇親、情報共有…」では、弱い気がしています。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：熊本広告業協会 記入者：眞藤 隆次

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

- ・全国的な回復基調の中で TSMC インパクト渦中の熊本。熊本市東部地域で地価の高騰、人件費の高騰（アルバイト・初任給）、旺盛な建築需要等、インバウンド需要拡大（九州の中で台湾人が最も入国滞在するのは熊本県）などもあり、社会的には浮き足だって推移中。
- ・熊本市東部地域から阿蘇の麓までの主要道路ではロードサイドサインが乱立中。関連業種は好況。ただし行政面からは未申請屋外広告物の問題が発生。
- ・熊本市では 2021 年の屋外広告看板落下事故を受け、2023 年度より「屋外広告物申請適正化事業」を開始。これまで多くの地域で取り組まれてきたが成功事例が殆どない状況。熊本市では開始年度より申請数の大幅拡大の成果を出しつつ進行中。屋外広告専門代理店ほか総合広告会社まで屋外広告を扱う会社には規律が求められる状況へ。事業は 2025 年度まで。
- ・日銀の分析では「地域経済は回復基調」だが、個々の企業では人件費の高騰、思うように上がらない売上、その他経費の拡大で多くの企業で広告費を削減する方向へ。
- ・広告会社も含め地方では多くの企業が家業に近くコンプライアンス面で非常に弱い。地元学生が都会の「きちんとした」企業へ就職したいとする意向に負ける。地場広告会社の人材登用も大きな課題。
- ・広告市場でいえば、行政が関与（補助金等）し媒体社が仕切る週末イベントが乱立。
- ・そのイベントの告知広告を含め、コマーシャルメッセージは全体的に増えているが、制作費などは低減しており、いわゆる質の高い広告メッセージは激減。あるいは質の悪いメッセージに埋没する傾向。
- ・広告主の大切なメッセージが伝わりにくい状況が地方でも現出。
- ・媒体社関係について。各テレビ局（RKK、KKT 等）では自社制作ワイド番組を刷新。
- ・ラジオ局（RKK、FMK、熊本シティ FM）では、さらなる経費節減で番組スタッフ削減などの流れ
- ・新聞社（熊日）は業務局を中心にビジネスサポートなど様々なサービス提供を模索中。
- ・広告会社では、熊本広告業協会の加盟社のうち 1 社が脱退。業務不振で社員 1 名（社長兼務）となり、加盟メリットなしと判断したため。
- ・一方、協会では代替わりした若手社長を中心に、熊本における広告業のポジション再

確立のための検討を始めている。

■各団体活動報告、現況報告

・年3回のセミナー事業について

●「実務者セミナー」 6月開催 地方における広告会社の生きる道を探るをテーマに、長崎国際テレビ取締役営業編成局長の筑紫浩一郎氏を迎えセミナーを行う。

参加者は協会加盟の在熊広告会社および新聞社（日刊紙とリビング）、放送局（ラテ）。

（6月開催予定）

●「スキルアップセミナー」 7～8月開催予定 テーマ検討中 広告会社のみ参加

●「広告セミナー」 9月実施予定 テーマ検討中 熊本広告協会との共催。参加者は広告主、広告制作業、広告会社、放送局、新聞社等。

・その他イベント

●「広告供養」 全国で熊本だけの「広告供養」を2024年12月に開催。

商売の神様である加藤清正の廟所で護摩焚きと法要を実施した。毎年開催。

●広告会社とメディア各社との懇親

4月懇親会、サマーパーティー（7月）、総会懇親会（10月）を毎年実施

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

・団体入会資格について各地域の団体さんではどう規定しているのかを伺いたい

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：鹿児島広告業協会 記入者：事務局長 小川 公典

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

1. 広告主の動きや景況

鹿児島県内の企業では、人手不足が深刻な課題。2024年7月の調査では、正社員が不足していると感じている企業の割合は54.7%に達し、3年連続で50%を超えた。特に運輸・倉庫業では75.0%の企業が非正社員の不足を感じており、これらの業界では人材確保のための広告活動が増加。各社の認知度向上や企業PR（取組みや業務内容紹介）をTVの特番や新聞紙面等を活用して訴求。

2. 媒体社の動向

★媒体各社 対前年比（2024年10月～2025年3月）※小数点以下切り捨て

項目	媒体名	全体	タイム	スポット	本社	東京	大阪	福岡
テレビ	MBC南日本放送	96%	85%	101%	89%	110%	84%	90%
	KTS鹿児島テレビ	88%	76%	97%	84%	91%	83%	96%
	KKB鹿児島放送	99%	97%	101%	95%	105%	100%	87%
	KYT読売テレビ	104%	115%	101%	105%	105%	101%	103%
ラジオ	MBCラジオ	98%	101%	93%	97%	111%	154%	83%
	FMかごしま	96%	94%	103%	95%	113%	-	71%
紙面	南日本新聞	100%	-	-	101%	107%	85%	73%
	リビング新聞	101%	-	-	-	-	-	-

（1）. TV 媒体

【MBC 南日本放送】

①伸びている業種

- ・自動車関連 119%（ディーラーからのスポット出稿が大幅増）
※アプリを組み合わせたスポット企画を実施中
- ・交通レジャー104%（コロナが終わり出稿増）
※テレショップ的な旅行番組を実施

②イベント等

- ・こども向けお仕事体験イベント（売上 800 万円）
- ・リクルート対策の一環としての特番制作
※「社会科見学」医療系や建築など、普段の出稿が無い業種から協賛

③今後の見通し

- ・今年度は大型イベント、高校生・大学生ターゲットを研究・実施予定。
- ・リクルート系企画を強化していきたい。

【KTS 鹿児島テレビ】

①伸びている業種

- ・ 外食各種サービス、食品、出版が前年超え。テレショップ増加傾向、官公庁番組が好調

②イベント等

- ・ プロ野球公式戦（ヤクルト VS 巨人）は、イベント収支は厳しかったが、スポンサー協賛で最終的にプラス着地。
- ・ 子育てイベント、局イベント（KTS の日）は協賛社収入

③今後の見通し

- ・ 2025 年度上期で 3 つの大きな展覧会を実施予定。
- ・ 上期は、全社的に厳しいスタート予想。

【KKB 鹿児島放送】

①伸びている業種

- ・ 独自イベント企画が好調。

②イベント等

- ・ 「まるごと鹿児島フェス」（初開催）
- ・ 「リトルママフェスタ」（来場 3,038 名）
- ・ 「ラグビーリーグワン公式戦」（鹿児島初開催 来場 6,000 人）

③今後の見通し

- ・ スポットについては、今年度同様厳しい見込み
- ・ 5 月ソフトバンク戦（去年は雨天中止）
- ・ 「がん」イベント、仮面ライダー・プリキュアショーなどを実施予定。

【KYT 鹿児島読売テレビ】

①伸びている業種

- ・ エネルギー系、住宅・マンション系

②イベント等

- ・ MLB 開幕戦企画 3 月 8 日～30 日「コナンプラザ」初開催

③今後の見通し

- ・ 天テレ博 3500 万円

（2）ラジオ

【MBC 南日本放送】

①伸びている業種

- ・ 採用マーケティング企画で新規企業取り込みが好調。
- ・ 東京、大阪支社は新規のラジオショッピングの編成でタイムが大幅増。
- ・ 「ちえすといけ！おんじょ！！」DeNA の配信アプリ「Pococha」を活用し、配信数・セールス共に好調。

②イベント等

- ・ 「青だよ！たくちゃん！春の大感謝祭」（公開生放送）を有料にて実施。協賛社 10 社＋有料観覧＋グッズ販売等で約 200 万円の売上
- ・ 「MBC ラジオ＆リビングかごしま」のコラボ企画で協賛 8 社 200 万の売上
- ・ 「MBC RADIO SPECIAL WEEK2024」を実施し、1300 万円の売上。

③今後の見通し

- ・ スポットは全体的に厳しいが、通期で全社 100.6% を目標
- ・ SDGs 企画、採用ブランディング企画等で市場の掘り起こしに取組む
- ・ ポッドキャスト連動の番組セールスに重点を置く
- ・ 放送外収入にも努める

【エフエム鹿児島】

①伸びている業種

- ・ 伸びている業種は特にないが、特番を絡めた商業施設等のイベント運営で売上を図れた。また少額でもレギュラーを積上げる企画をセールス中。

② イベント等

- ・ 婚活イベント「Vivid」は、男女 200 名ずつ計 400 名の参加。参加料は 6,000 円で販売し完売。チケット売上 240 万、協賛 280 万の売上。
- ・ 毎年 10 月に実施している開局特番。今年は 32 周年。ゲストに「サン

- シャイン池崎氏」を迎え、約 5 時間の番組。協賛売上 520 万
- ③今後の見通し
- ・既存の番組への提供社を増やし、レギュラーベースを上げる努力。

(3). 紙面媒体

【南日本新聞】

- ①伸びている業種
- ・薬品、医療用品、教育、医療、臨時広告
 - ・2024 年 10 月の衆院選広告、病院関係の落成、医療機関向けインタビュー企画等が売上に貢献
 - ・森山裕自民党幹事長就任祝賀企画、荒茶生産量日本一企画など適時を捉えた企画を実施。
- ②イベント等
- ・7 年ぶりに主催した「木下大サーカス」は約 16 万 5 千人を動員。編集特集と連動した広告企画なども実施
- ③ 今後の見通し
- ・紙面とデジタル商品のラインナップを拡充したうえで広告営業部とデジタル営業部の兼任を増やし、広告主への複合的な提案機会を増やす

【南日本リビング新聞】

- ①伸びている業種
- ・医療、カーディラー、保険、買取
(特に保険会社に関しては、セミナー参加者募集告知が乱立している)
 - ・1 月からメール便事業を開始し、ポスティングを含めた折込など自社の配布組織を活かした「かごポスト事業部」を新設。新規売上施策に取り組んでいる。
- ②イベント等
- ・2 月「うつわマーケット」3 月「かごしまどん井フェス」は共に集客・出展社売上も好調
 - ・「住まいづくりフェア」は県内 50 社が一堂に集う事業が実施できたが、集客は非常に苦戦した。事業内容のブラッシュアップが必須。
- 3 今後の見通し
- ・昨年 4 月から立ち上げたデジタルメディアのマネタイズキャンペーンを実施して「紙+デジタル」クロスメディアの商品造成に注力したい。
 - ・新規売上商材である「メール便事業」を早い段階で軌道に乗せ、またポスティングエリアの拡大により新規受注件数をアップしていきたい。

■各団体活動報告、現況報告

1. 会員数 26 社（特別賛助会員 7 社含む）

※昨年度正会員社：22 社。昨年度から会員社 3 社減（廃業 2 社・脱会 1 社）になり正会員 19 社。2024 年 10 月に媒体各社に特別賛助会員入会を打診し、媒体 7 社が加盟。既存会員 19 社含め、26 社構成となった。

2. 事業報告（2024 年 10 月～2025 年 3 月）

- 11 月 7 日（木） 第 37 回懇親ゴルフ会
(鹿児島・宮崎含む 24 名参加)
- ・宮崎県の媒体社も参加いただき、晴天の中、楽しく懇親ゴルフ会を開催しました。



- 1月14日（火） **新年会**（会員 25 名参加）
 - ・ 特別賛助会員（媒体社）に初めてご参加いただいた新年会
- 2月6日（木） **第2回役員会**（8名）
 - ・ 4月例会＆セミナーの打合せ他

【今後の事業予定】

- 4月10日（木） **例会＆セミナー**
 - ・ 例会：「当協会ホームページ制作業務」主旨・仕様書説明
 - ・ セミナー
 - （場所）サンプラザ天文館（14：00～15：30）
 - （演題）これからのマーケティング
 - （講師）株式会社九州博報堂 九州しあわせ共創ラボ
所長 副田 治氏
- 6月上旬 **第3回役員会**
 - ・ ホームページ制作業務プレゼン
 - ・ 8月セミナー＆暑気払い打合せ
- 8月上旬 **セミナー＆暑気払い**
 - ・ 会員各社の社員、宮崎地区媒体社に案内
- 9月上旬 **総会**

3. トピックス

●当協会「ホームページ制作業務」企画コンペを実施

当協会は、ホームページを制作していなかったため、協会の目的や活動報告等の情報発信ができていなかった。今回、会員社と会員社に取引のあるWEB制作会社に限定し、制作業務の企画コンペを案内した。（現在募集期間）完成したらご報告いたします。

■情報交換したいテーマや課題の提案、各団体への質問事項等

- ・ 鹿児島広告業協会は、令和6年9月から媒体各社が特別賛助会員として加盟しました。各団体が媒体各社と一緒にどのような活動をしているか、お聞かせ願いたい。

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：広告業協同組合 記入者：富樫 光正

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

◆管内（広域関東圏 1都10県）の経済動向（関東経済産業局 3月24日発表1月データ）

生産活動は、情報通信機械工業をはじめ11業種が低下し、3か月連続の低下となった。百貨店・スーパー販売額は41か月連続で前年同月を上回った。乗用車新規登録台数は3か月ぶりに前年同月を上回った。雇用情勢は有効求人倍率及び新規求人率が上昇した。総じてみると管内経済は一部に弱い動きがみられるものの、緩やかに改善している。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、情報通信機械工業、生産用機械工業、電気機械工業等の11業種が低下し、3か月連続の低下となった。総じてみれば、鉱工業生産活動は一進一退ながら弱含み。

◇個人消費◇ 百貨店・スーパー販売額は、41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」が好調だった。コンビニエンスストア販売額は、38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、11か月連続で前年同月を上回った。ドラッグストア販売額は、45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か月連続で前年同月を上回った。

乗用車新規登録・届出台数は、全車種で前年同月を上回り、3車種合計では3か月ぶりに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◇ 有効求人倍率及び新規求人倍率が上昇するなど、雇用情勢は緩やかに改善している。新規求人数（原数値）を産業別にみると、「サービス業（他に分類されないもの）」、「宿泊業、飲食サービス業」、「卸売業、小売業」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 3月26日発表）

2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▲28（前月▲25）とわずかに下向いた。今後3か月間（3～5月）の業況見通しDI（当月（2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▲14（前月▲18）と2か月連続で改善した。

中小企業業況はコロナ禍の時期よりは改善しているが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。また、広告・ディスプレイの業況見通しは前期に比べると悪化しており、先行きへの不安が読み取れる。

■各団体活動報告、現況報告

令和6年度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12社（入会4社）と会員社減となり、前期記載の業況の見通しどおり、今後更に先行き不安が感じられる。また媒体社の特別会員社では2社が退会し、1社の入会があった。

◇会員の動向－令和6年度下期は、4社入会し期末（3月）に12社退会したため83社となった。特別会員社は18社。

◇活動状況（令和6年10月～令和7年3月）

- ・12月18日 「冬の例会」（コートヤードマリオット銀座東武ホテル）講演会と会員社懇親会
講演会「日本の広告業の未来展望」 元フジテレビアナウンサー、長谷川 豊氏
- ・1月22日 「新年祝賀会」（如水会館）
- ・3月15日 「経営情報研究部会セミナー」（ビジョン日本橋会議室）
 - 第1部「厚利少売のすすめ 企業が薄利多売を抜け出すには」
講師：株式会社 Moonshot 代表取締役 菅原 健一氏
 - 第2部「AI 経営実践講座：生成AI だけでないAI 活用－現場で使えるAI ツールとその特性」
講師：株式会社 Indigo 代表取締役 寺西 藍子氏

●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ACA会員に「役立つ情報」を、ACA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7年4月～令和7年9月）

- ◆「第66回通常総会」5月20日（株）一広グループホールディングス会議室
- ◆ 海外広告ビジネス研修 6月上旬 今回は大阪・関西万博
- ◆「経営情報研究部会セミナー」7月頃 予定（ビジョンセンター日本橋）
- ◆「ACA夏の例会」7月16日（銀座東武ホテル）

令和6年度 全国広告業団体連絡会議 後期情報連絡会 報告要旨

団体名：一般社団法人 日本広告業協会 記入者：小田 崇介

■各地広告業界の動向（広告会社、媒体社、広告主の動きや景況等）

（１）総務省「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会」

デジタル広告ワーキンググループについて

<第４回> 2024年12月10日（火）

<第５回> 2025年1月22日（水）

<第６回> 2025年2月17日（月）

<第７回> 2025年3月3日（月）

<第８回> 2025年3月24日（月）

<第９回> 2025年5月9日（金）

形 式 オンライン

総務省の依頼を受け、継続して標記の会合に参加し、デジタル広告市場における広告の質確保に向けた取り組みとして、「デジタル広告の適正かつ効果的な配信に向けた広告主等向けガイダンス」の資料作成に際して意見交換を行った。

標記の会合に第４回から参加した。第４回では「広告関係団体ヒアリング」として、当協会の概要と、デジタル広告市場における「広告の質の確保に向けた取り組み」「（広告主向け）ガイドライン策定における留意ポイント」について、高品専務理事とインターネット広告委員会の清水康隆委員（博報堂ＤＹメディアパートナーズ）よりプレゼンテーションを行った。

■各団体活動報告、現況報告

（１）会員社数 １４２社 （2025年5月1日現在）

（２）テレビCMオンライン運用最新状況

- ・ 搬入素材数 3,089,886 本
- ・ 広告主数 6,725 社
- ・ 広告会社数 780 社
- ・ 搬入可能局数 186 局（系列局 114 局、独立 13 局、BS 12 局、CS 47 局）

* 2025年3月31日現在累計 広告 EDI センター調べ

・各地説明会実施報告

【高知・テレビCMオンライン運用説明会】

日 時 2025 年 2 月 6 日（木）14 時～15 時

会 場 高知放送てらすホール（高知市）

参加者 広告会社テレビ担当者 23 名 13 社

放送局営業担当者 8 名 3 局

【中四国地区CM責任社会】

日 時 2025 年 2 月 7 日（金）14 時～17 時

会 場 高知県立高知城歴史博物館

参加者 中四国テレビ・ラジオ局 47 名 31 社

（３）J I C D A Q（デジタル広告品質認証機構）登録・認証について

* 2025 年 4 月現在

・登録アドバイザー	157 社
・申請者	191 社
・品質認証事業者	177 社
・賛助登録事業者	5 社
・サポート官公庁	2 自治体

（４）2023 年クリエイター・オブ・ザ・イヤー賞受賞者講演

①【東京】第 87 回 JAAA クリエイティブ研究会

日 時 2024 年 9 月 25 日（水）13 時 30 分～16 時

会 場 時事通信ホール（中央区）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）永井 貴浩（博報堂
ケトル／博報堂）、村田 俊平（電通）

参加費 無料

参加者 148 名（前回：201 名※会場は前回と異なる）

②【名古屋】第 73 回名広協クリエイティブ研究会

日 時 2024 年 7 月 17 日（水）14 時～16 時 30 分

会 場 JP タワー名古屋ホール&カンファレンス（名古屋市）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）原口 亮太
（TBWA\HAKUHODO）、小島 翔太（博報堂）

参加者 95 名（前回：110 名）

③【浜松】第 20 回 SAAA クリエイティブ研究会

日 時 2024 年 10 月 7 日（月）13 時 30 分～16 時

会 場 アクトシティ浜松（浜松市）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）永井 貴浩（博報堂
ケトル／博報堂）、森井 聖浩（東急エージェンシー）

参加者 200 名（前回：200 名※会場は静岡市・しずぎんホール）

④【大阪】第 43 回 OAAA クリエイティブ研究会

日 時 2024 年 10 月 23 日（水）13 時 30 分～16 時

会 場 大阪大学中之島センター

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）、有元沙矢香（電
通）、松尾 昇（九州博報堂）

参加者 92 名（前回：74 名）

⑤【札幌】第 42 回 HAAA クリエイティブ研究会

日 時 2024 年 11 月 5 日（火曜）13 時 30 分～16 時

会 場 札幌グランドホテル（札幌市）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）、小布施典孝
（dentsu Japan／電通コーポレートワン）、片岡 涼子（ADK マーケティ
ング・ソリューションズ／CHERRY）

参加者 96 名（前回：95 名）

⑥【福岡】第 40 回 JAAA クリエイティブ研究会・福岡

日 時 2024 年 11 月 13 日（木）18 時～20 時 30 分

会 場 エルガーラホール（福岡市）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）、大石 将平（TBWA\
HAKUHODO）、高橋 尚睦（読売広告社）

参加者 430 名（前回：430 名）

⑦【青森】あおもリアドセミナー2024 ※個別派遣依頼に対応

日 時 2024 年 10 月 10 日（木）15 時 30 分～17 時

会 場 ねぶたの家ワ・ラッセ（青森市）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）

参加者 76 名

⑧【仙台】クリエイティブ研修会 ※個別派遣依頼に対応

日 時 2024 年 10 月 15 日（火）14 時～15 時 30 分

会 場 せんだいメディアテーク（仙台市）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）

参加者 103 名

⑨【盛岡】岩手県広告業協会社員研修セミナー ※個別派遣依頼に対応

日 時 2024 年 11 月 20 日（水）13 時 30 分～16 時

会 場 プラザおでって（盛岡市）

講演者 松尾 昇（九州博報堂）、他 1 名

参加者 106 名

⑩2024 年度会員代表者懇談会

日 時 2024 年 12 月 9 日（月）17 時～19 時 30 分

会 場 帝国ホテル（千代田区）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）、宮井 弘之（※懸賞論文金賞）

参加者 65 名

⑪【山形】山形県広告業協会主催「YAAA 広告セミナー」 ※個別派遣依頼に対応

日 時 2025 年 1 月 21 日（火）14 時～17 時 30 分

会 場 ホテルメトロポリタン山形（山形市）

講演者 永井 貴浩（博報堂ケトル／博報堂）、他 1 名

参加者 85 名

⑫【宇都宮】栃木県広告業協会主催研修会 ※個別派遣依頼に対応

日 時 2025 年 2 月 19 日（水）14 時 30 分～16 時

会 場 栃木県総合文化センター（宇都宮市）

講演者 高崎 卓馬（dentsu Japan／電通コーポレートワン）

参加者 60 名

（５）第 54 回懸賞論文入賞・入選者講演

①栃木県広告業協会研修会

日 時 2024 年 10 月 31 日（木）

会 場 栃木県総合文化センター（宇都宮市）

講演者 福永 琢磨（電通／銅賞）

参加者 70 名

②岩手県広告業協会社員研修セミナー

日 時 2024 年 11 月 20 日（水）

会 場 プラザおでって（盛岡市）

講演者 吉永 諒子（朝日広告社／一般部門入選）

参加者 106 名

③2024 年度会員代表者懇談会

日 時 2024 年 12 月 9 日（月）

会 場 帝国ホテル（千代田区）

講演者 宮井 弘之（博報堂／金賞）、高崎 卓馬（※2023 年クリエイター・オブ・ザ・イヤー）

参加者 65 名

（６）「脱炭素化研究会」の設置と活動について

2024 年 9 月 5 日に、脱炭素化に向けての臨時運営委員会を実施し、脱炭素化に取り組んでいる会員社からメンバーを募り「脱炭素化研究会」を組成した。本研究会はカーボンニュートラルについての算定ルールやツールの策定等を目的に活動を行う。

・研究会の実施

第 1 回 2024 年 11 月 15 日（金）

第 2 回 2024 年 12 月 17 日（火）

第 3 回 2025 年 1 月 23 日（木）

第 4 回 2025 年 2 月 20 日（木）

第 5 回 2025 年 3 月 18 日（火）

第 6 回 2025 年 4 月 24 日（木）

研究会の他に、随時リーダーレベルのミーティングと、日本イベント産業振興協会（JACE）、日本アド・コンテンツ制作協会（JAC）との情報共有会議を実施した。
メンバー社：朝日広告社、ADKホールディングス、オリコム、セプテーニ、大広、TBWA HAKUHODO、電通グループ、博報堂、博報堂DYホールディングス、マッキンゼーエリクソン、読売広告社）

（６）第 52 回 J A A A 新入社員教育セミナー

日 時 2025 年 4 月 8 日（火）～4 月 11 日（金）

形 式 4 月 8 日～10 日がオンライン講義、11 日が機械振興会館（港区芝公園）にてグループディスカッション

参 加 24 社 113 名