

広 告 ・ 放 送

【要約】

- 長引く国内景気の低迷は、広告市場へも深刻な影響を及ぼし、2001年以降続いている市場の縮小は2003年も継続し、初の3年連続の市場縮小となることが予測される。
- 広告市場の縮小に伴い、最大の広告メディアであるテレビ放送も影響を免れず、民放営業収入は3期連続の縮小を避けられないと予測される。
- 民放各局は、こうした市場縮小の中、地上波デジタル化や多メディア展開への対応など、難しい経営の舵取りを迫られている。

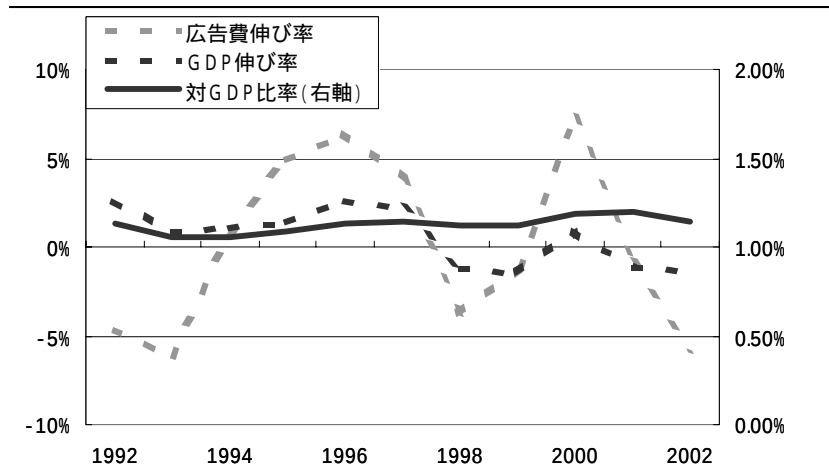
・産業の動き

1. 当面は国内景気動向に大きく依存

国内景気低迷から総広告費は前年比▲2.5%に

広告市場は国内経済の動向に大きく左右される。過去10年間の総広告費と名目GDPの推移を比較すると、広告費はGDPの動きにリンクしつつも、よりボラタイルに推移しつつ、結果的に広告費の名目GDPに占めるシェアは概ね1.1%前後で安定的に推移していることが確認される(【図表12-1】)。

【図表12-1】名目GDP・総広告費の前年比伸び率 / 総広告費のGDPに占める比率



(出所) 電通「日本の広告費」、内閣府資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

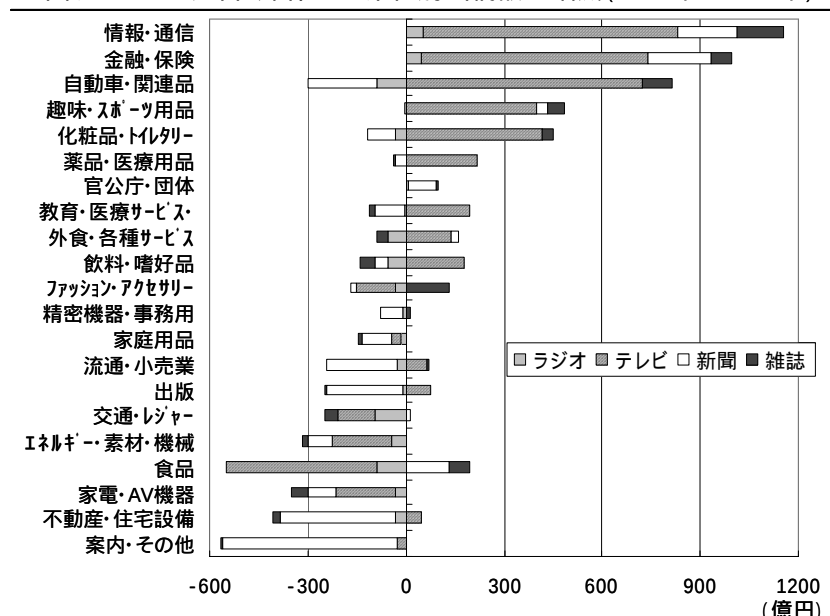
このように広告費全体では経済規模(GDP)に対し概ね一定の水準で推移しているが、業種別・媒体別といった広告出稿の中味については、大きな変化が生じている。

広告主側では、企業の業績動向に加え、規制緩和や新しいテクノロジーの登場に伴う新たな広告出稿ニーズがそうした変化の要因となっている。例えば顕著なものとして、金融ビッグバンに象徴されるような金融セクターでの規制緩和による積極出稿や携帯電話やインターネットの登場に伴う情報通信セクターからの出稿拡大などが挙げられる(【図表 12-2】)。

しかし、足許は金融セクターの再編一巡、情報通信セクターの IT バブル崩壊に伴う成長鈍化によって、同セクターからの出稿拡大は一巡していること、これらに替わる新たなセクターからの飛躍的な出稿拡大は現状見えていないことから、2003 年は特定業種に牽引される形での市場拡大を見込むことは難しいと言えよう。

更に、サッカー W 杯関連出稿の剥落や、これまで積極的な出稿を行ってきた消費者金融広告のプライムタイムでの放送自粛というマイナス要因も存在する。従って、2003 年は低迷する国内景気というマイナス要因の影響を強く受ける状況が予測され、総広告費は名目 GDP の前年度比伸び率 ▲1.3%の予測を前提に、前年比伸び率 ▲2.5%程度と予測される。

【図表 12 - 2】広告 4 媒体への業種別出稿額の増減 (2002 年 - 1992 年)



(出所) 電通「日本の広告費」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

2. テレビ広告市場も縮小に

広告市場縮小の影響を受け、民放営業収入は ▲2.3%に

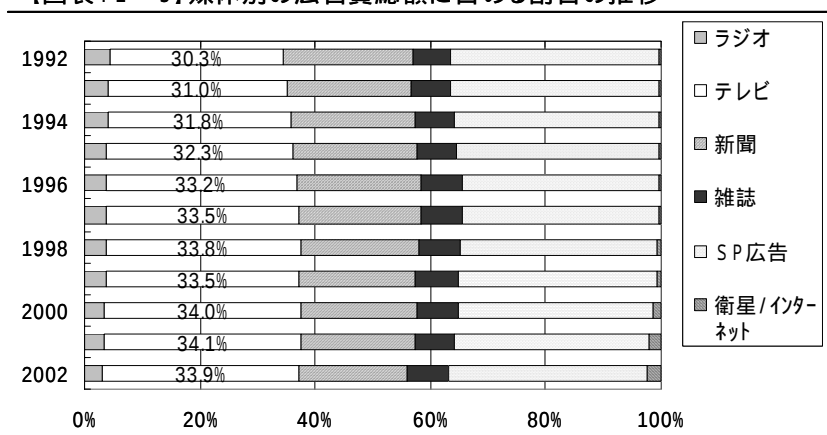
広告媒体側では、大きな変化として、インターネット等ニューメディアや最大の広告媒体であるテレビのシェア拡大と、新聞・ラジオといったオールドメディアのシェア縮小が確認される。これに加えて景気後退局面に見られる循環的な動きとして、マス広告から販促費 (SP 広告) へといった変化も確認される(【図表 12-3】)。

2003 年は、このようなテレビ広告にとってプラス面、マイナス面の要因が存在することから、テレビの広告媒体間シェアは略横這い程度 (33.9% → 34.0%) と予測され、テレビ広告費は、広告費全体の縮小 (▲2.5%) を前提に、18,900 億円程度 (前年比伸び率 ▲2.3%) となる。

その他の広告媒体では、新聞・ラジオでは、それぞれのメディアの特徴を活かし、販売型の広告を強化するなど様々な取組みを行っているが、主力のマス広告の落ち込みを十分カバーするには至っておらず、シェアの低下と共に市場の縮小は継続するだろう(前年比各 ▲5.0%、▲3.1%)。一方、インターネット等ニューメディアはブロードバンドの普及、受像機の普及・有料契約世帯の拡大等、メディアとしてのリーチの拡大が進み、一定の市場成長が見込まれよう(前年比+13.8%)。

なお、今後の見方としては、多メディア化やデジタル化の進展を背景とする生活者の情報媒体への接触形態の変化が徐々に進行し、その結果、広告主のメディアの使い方が大きく変化していくことが予想される。

【図表12-3】媒体別の広告費総額に占める割合の推移



(出所)電通「日本の広告費」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成
(注)SP広告:セールスプロモーション関連媒体の広告費

企業業績

1. 上場キー局連結決算は3期連続減収減益に

2003年度の連結売上高は会社予想を下回り減収幅が拡大する可能性も

上場キー局4社の2002年度の業績は、W杯のプラス要因があったにもかかわらず、国内景気低迷の影響を受け、タイム(前年比▲2.7%)・スポット(前年比▲4.3%)共に前年度を大きく下回り、連結売上高合計は12,692億円(前年比▲2.9%)、連結営業利益は1,164億円(前年比▲24.5%)と2期連続となる減収減益となった。なお、個社では、横浜ベイスターズの売上が加わったTBSの増収を除き、上場キー局3社が減収、4社全社が減益決算となった(【図表12-4】)。

2003年度の連結売上高合計は微減(前年比▲0.4%)を予想(会社予想)。内訳はタイム▲2.5%、スポット+0.9%となっている。連結営業利益では、2003年12月から始まる地上波デジタル関連の設備投資に係る減価償却費の増加及び日本テレビ、テレビ朝日の新社屋関連費用の増加から、大幅な減益予測(前年比▲35.0%)となっている(【図表12-4】)。

なお、会社予想ではスポットが前年比微増となっているものの、4～5月のスポット低迷に加え、年度後半からのマクロ経済の失速の可能性が加わるなら、4社合計の連結売上高の減収幅は会社予想を超えて拡大する可能性には留

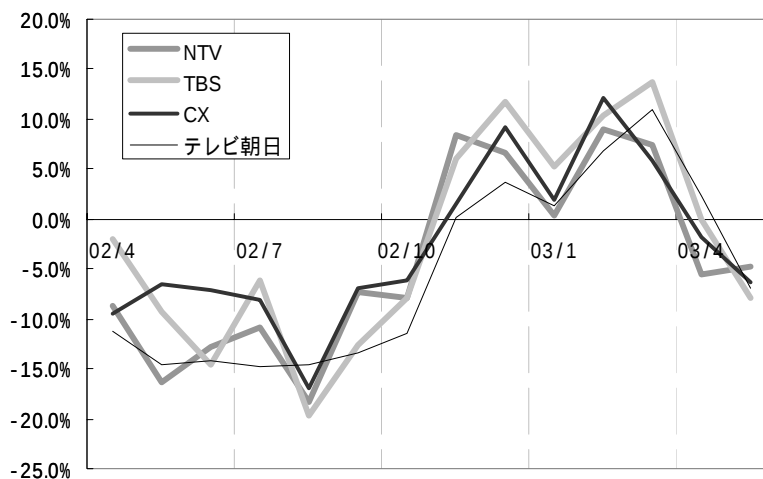
意が必要である(【図表 12-5】)。

【図表 12 - 4】上場キー局 4 社の業績推移

<日本テレビ>		01/3期		02/3期		03/3期		04/3期ce	
タイム	(前年比伸び率)	1,559	8.6%	1,594	2.2%	1,543	-3.2%	1,466	-5.0%
スポット	(前年比伸び率)	1,356	11.3%	1,280	-5.6%	1,220	-4.7%	1,159	-5.0%
連結売上高	(前年比伸び率)	3,524	7.4%	3,587	1.8%	3,363	-6.2%	3,290	-2.2%
連結営業利益	(前年比伸び率)	673	23.8%	636	-5.5%	474	-25.4%	148	-68.8%
<フジテレビ>		01/3期		02/3期		03/3期		04/3期ce	
タイム	(前年比伸び率)	1,569	5.9%	1,568	-0.1%	1,538	-2.0%	1,495	-2.7%
スポット	(前年比伸び率)	1,321	12.7%	1,256	-4.9%	1,212	-3.5%	1,236	2.0%
連結売上高	(前年比伸び率)	4,398	6.7%	4,369	-0.7%	4,290	-1.8%	4,305	0.3%
連結営業利益	(前年比伸び率)	540	45.9%	459	-14.9%	373	-18.9%	337	-9.6%
<TBS>		01/3期		02/3期		03/3期		04/3期ce	
タイム	(前年比伸び率)	1,149	6.9%	1,188	3.3%	1,185	-0.2%	1,169	-1.3%
スポット	(前年比伸び率)	1,093	13.8%	1,042	-4.7%	1,013	-2.8%	1,062	4.8%
連結売上高	(前年比伸び率)	2,896	11.1%	2,913	0.6%	2,948	1.2%	2,920	-1.0%
連結営業利益	(前年比伸び率)	358	46.4%	312	-12.8%	243	-22.1%	227	-6.7%
<テレビ朝日>		01/3期		02/3期		03/3期		04/3期ce	
タイム	(前年比伸び率)	951	6.2%	951	0.0%	894	-5.9%	900	0.6%
スポット	(前年比伸び率)	963	13.8%	894	-7.1%	835	-6.7%	863	3.4%
連結売上高	(前年比伸び率)	2,252	9.5%	2,199	-2.3%	2,090	-5.0%	2,120	1.4%
連結営業利益	(前年比伸び率)	198	59.1%	135	-31.9%	74	-44.9%	45	-39.4%
<キー局 4 社合計>		01/3期		02/3期		03/3期		04/3期ce	
タイム	(前年比伸び率)	5,228	7.0%	5,300	1.4%	5,160	-2.7%	5,030	-2.5%
スポット	(前年比伸び率)	4,732	12.8%	4,473	-5.5%	4,280	-4.3%	4,321	0.9%
連結売上高	(前年比伸び率)	13,070	8.3%	13,068	0.0%	12,692	-2.9%	12,635	-0.4%
連結営業利益	(前年比伸び率)	1,769	37.9%	1,542	-12.8%	1,164	-24.5%	757	-35.0%

(出所) 各社決算資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表 12 - 5】上場キー局 4 社のスポット前年同月比推移



(出所) 「企業と広告」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

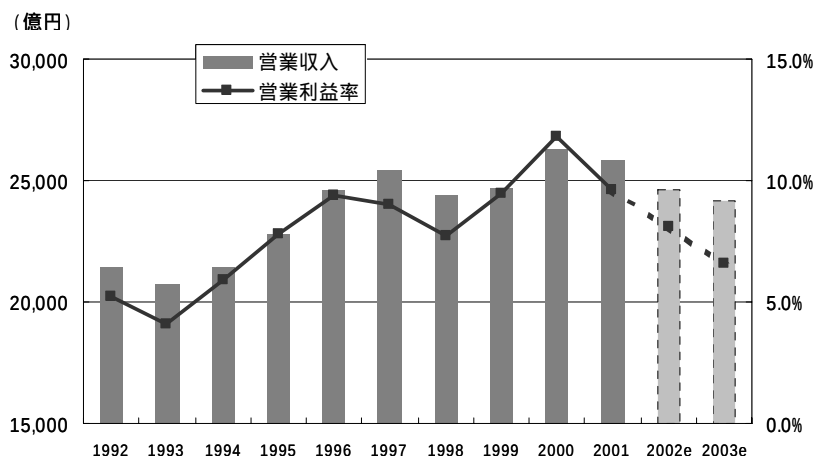
2. 民放全体でも 3 期連続減収減益に

営業収入は前年度比 ▲2%。営業利益は前年度比 ▲20%を予測

民放全体では、ローカル地区において広告の東京一極集中の影響によって減少幅が大きいと考えられること、ラジオ事業がテレビ事業を上回る減収幅になることが予測されることから、2003 年度の民放営業収入は前年比 ▲2.0%の 24,155 億円、営業利益は前年比 ▲20.4%の 1,592 億円となり、営業利益率も大幅に低下(2001 年度:9.6%→2003 年度:6.6%)することが予測される(【図

表12-6])。このような業界全体の収益力低下は、2006年に地上波デジタル放送開始を控えたローカル局にとっては極めて深刻な問題であり、業界全体の財務体質の改善が求められる。

【図表12-6】民放営業収入合計及び営業利益率の推移



(出所) 民放連資料等よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

(注) 2002eは民放連集計を基に弊行予測、2003eは弊行予測

トピックス ～ 市場の縮小が続くラジオ業界

1. 10年に亘り市場縮小が継続

引き続き厳しい局面が継続

4大広告媒体の1つに数えられるラジオ広告の縮小が続いている。ラジオの広告市場に占める割合は、FM局の開局(FM東京1970年、FMジャパン1988年)などによって過去何度かシェアを高めた期間が存在したものの、1991～92年のピーク以後は10年超の長期間に亘り、媒体間シェアの低下が続き、現在のシェアは3%強の水準まで縮小している。これに伴い実額ベースでも、民放ラジオ営業収入は2,217億円(2002年度見込み)と、ピークとなった1991年度の2,866億円の8割弱にまで縮小すると見込まれる(【図表12-7】)。

各事業者は、番組編成の見直しや、ラジオの媒体価値再認識を狙いとしたキャンペーン等、様々な取り組みを行っているが、ラジオ広告市場全体を再び拡大させる程の効果は得られていない。従って、2003年度は広告市場全体の縮小の影響を受け、民放ラジオ営業収入は更なる縮小を避けられないと予測される(2,148億円(前年度比▲3.1%))。

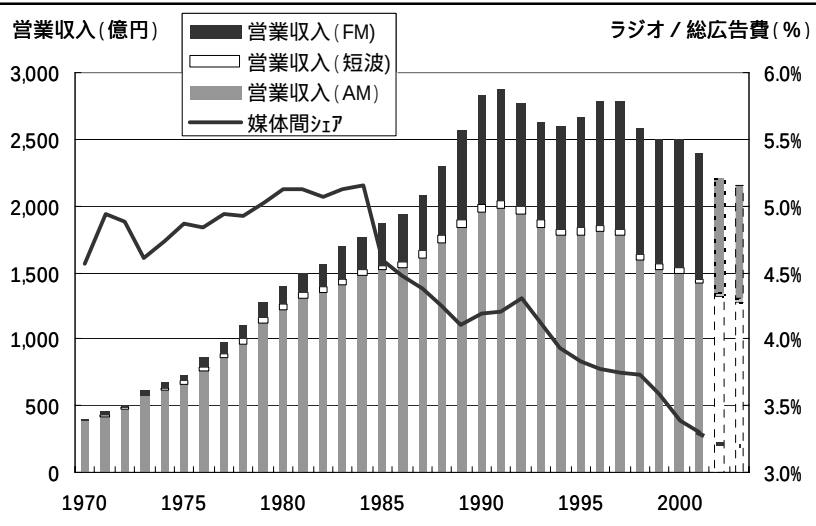
2. 成長の鍵は多チャンネル化と規制緩和に

デジタルラジオによる成長は可能か

上述した市場の縮小が続く中、10月には地上デジタルラジオ放送の試験放送が開始される。ラジオ産業の拡大のため、デジタルラジオに期待が集まるが、デジタルラジオの成長性に関しては、現段階では不透明な要素を多く抱えており、必ずしも各事業者が全面的に経営資源を投下していくという状況にはなっていない。この背景として、ラジオのデジタル化はモアチャンネルであって既存のアナログ放送は停波されないこと、本格的なサービスが開始可能

となるのはアナログテレビ放送が停波される2011年以降と8年も先のサービスであること、2011年に簡易動画を流すことに果してどれだけのメディア価値があるのか等事業性が不透明であることなどが挙げられる。

【図表12-7】ラジオ営業収入合計及びラジオの媒体間シェアの推移



(出所) 日本民間放送連盟資料よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成
(注) 2002年度は見込み、2003年度は弊行予測

政策転換も視野に入れた抜本的な施策が求められる

このようにデジタルラジオは縮小するラジオ事業を再び成長させるための即効性のあるソリューションになると考えることは難しいと思われ、ラジオ事業者は既存サービスの中で事業性を回復させる努力を行っていく必要がある。勿論、各ラジオ事業者はそれぞれ従業員の削減や番組制作の効率化などコストカットに努めているが、市場の縮小はそれを上回るペースであり、赤字が恒常化しつつある事業者が徐々に増加しているのが現状だ。この様に個別事業者毎のコストカットによる事業性の確保には自ずと限界が存在することから、やはり、産業全体に何らかの抜本的な対策を施すことが求められよう。

こうした我が国の状況に対し、米国においてラジオ事業は堅調な推移を続けている。この成功の背景には、フォーマット化された多チャンネルと1事業者による複数局所有である。しかしながら、このヒントは、我が国の規制(マスメディア集中排除原則)下では活用できないのが現状である。我が国のラジオ事業の復活に求められるのは、8年先のデジタル簡易動画放送ではなく、現在のアナログ音声放送メディアとしての強みを活かして、聴取者と広告主を惹きつけ続けることであり、その為には、メディア規制の緩和も含めた大胆なラジオ政策の転換も必要となるのではないかと。

(情報通信チーム 佐藤 勇一)
yuichi.sato@mizuho-cb.co.jp