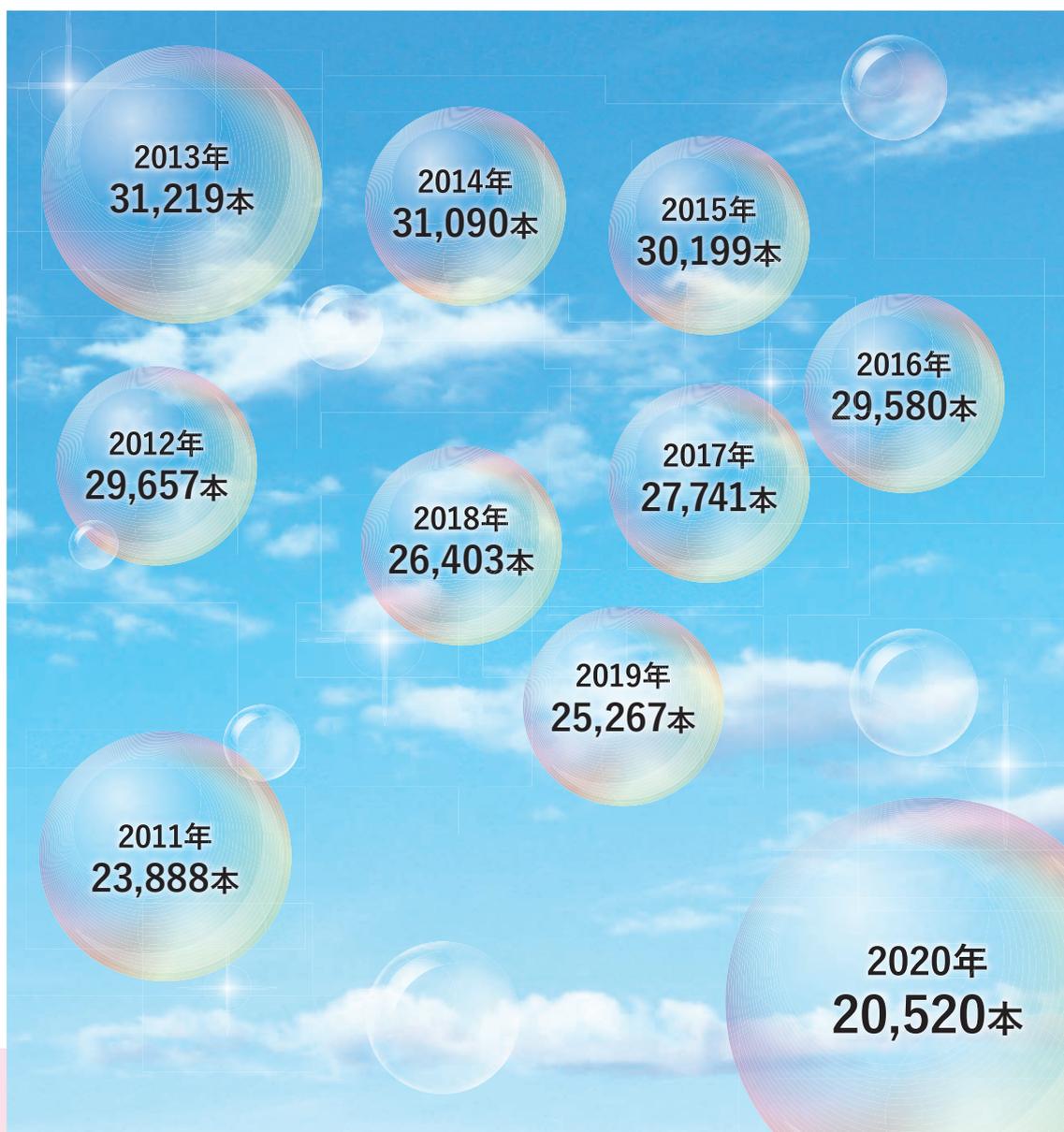


a la carte.

# あらかると

2021.2

409



2020年1月～12月  
福島県 新聞折込広告調査

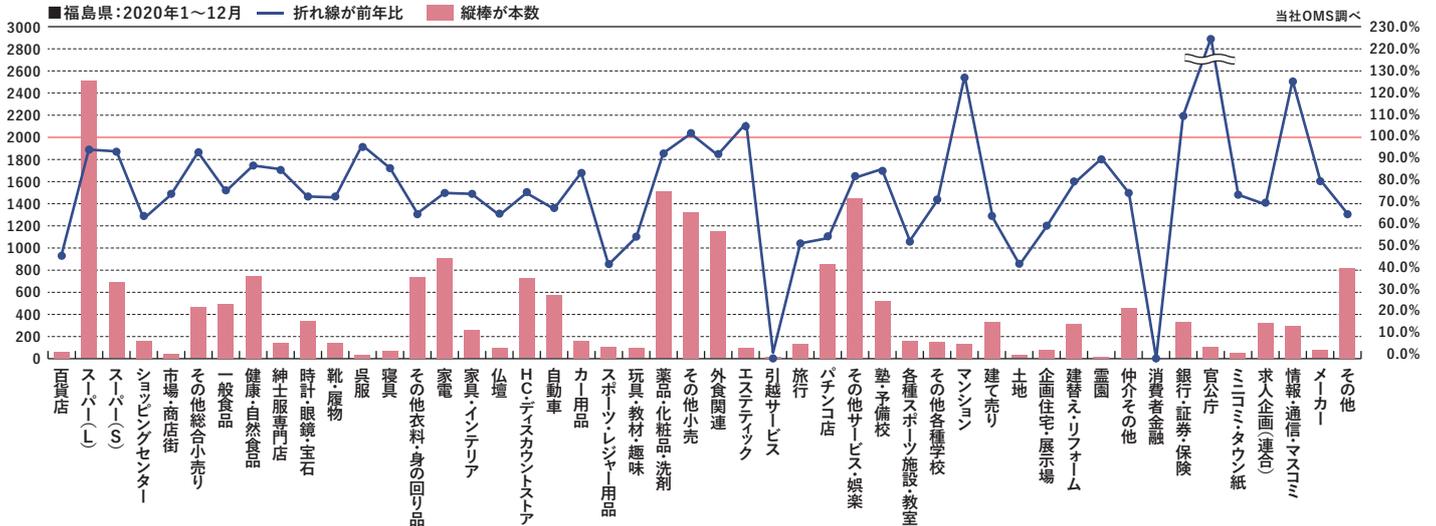


# 2020年1月～12月 福島県 新聞折込広告調査

## 【折込本数】

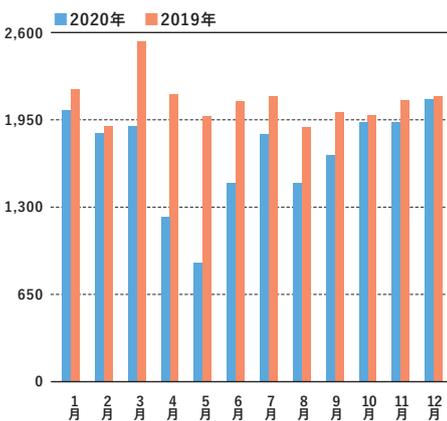
2020年の福島県全体の年間折込出稿量は20,520本と過去10年でもっとも少ない出稿量となりました。前年比で81.2%、震災の影響で出稿量が少なかった2011年と比べても約86%と大幅な減少でした。

そのなかで前年を上回ったのが官公庁(223.4%)、マンション(129.2%)、情報・通信・マスコミ(127.4%)、銀行・証券・保険(110.5%)、エステティック(108.5%)、その他小売(101.5%)でした。



## 【月別出稿量】

減少幅が一番大きかったのが5月でした。44.2%と前年比で50%をきるのは東日本大震災があった2011年3月～4月以来です。日本国内において初となる緊急事態宣言の与える影響は大きく、広告を自粛する動きが目立ちました。2020年は前年を上回る月はありませんでした。緊急事態宣言の解除後は少しずつ出稿が回復し、12月は98.1%とほぼ前年並みになりました。



この1年で生活様式は大きく変化し、それに伴い広告内容や掲載商品なども変化してきました。現在も出されている緊急事態宣言ですが、期間と対象地域、宣言の内容が消費者の行動や広告にも影響を与えます。精神的・経済的不安からフェイクニュースや風評被害が増えるなかで、正しく情報を発信するためのブランド戦略が求められそうです。

## 【地区別本数・構成比】

### 【福島】 前年比80.1%

順位	業種(小分類)	本数	構成比(%)
1	スーパー(L)	615	14.5
2	その他サービス・娯楽	314	7.4
3	薬品・化粧品・洗剤	293	6.9
4	その他小売	284	6.7
5	外食・ケータリング・テイクアウト	207	4.9

### 【南相馬】 前年比83.4%

順位	業種(小分類)	本数	構成比(%)
1	スーパー(L)	524	16.3
2	スーパー(S)	269	8.4
3	その他小売	231	7.2
4	薬品・化粧品・洗剤	209	6.5
5	その他サービス・娯楽	196	6.1

### 【会津若松】 前年比80.4%

順位	業種(小分類)	本数	構成比(%)
1	スーパー(L)	510	13.3
2	薬品・化粧品・洗剤	354	9.2
3	その他サービス・娯楽	281	7.3
4	外食・ケータリング・テイクアウト	262	6.8
5	その他小売	249	6.5

### 【郡山】 前年比83.5%

順位	業種(小分類)	本数	構成比(%)
1	スーパー(L)	365	7.4
2	薬品・化粧品・洗剤	342	6.9
3	外食・ケータリング・テイクアウト	338	6.8
4	その他サービス・娯楽	325	6.6
5	パチンコ店	304	6.2

### 【いわき】 前年比78.4%

順位	業種(小分類)	本数	構成比(%)
1	スーパー(L)	496	11.5
2	薬品・化粧品・洗剤	318	7.4
3	その他サービス・娯楽	305	7.1
4	パチンコ店	267	6.2
5	その他小売	256	5.9

構成比で見ると上位5業種で全体の約4割を占めています。スーパーや薬品・化粧品・洗剤など生活必需品を取り扱うチラシの割合が全地区で増えていて、外食・ケータリング・テイクアウトは福島市を除く地区で構成比が高まっています。

その他の小売も全地区で構成比が高くなっており、特にリサイクルショップなどの買取チラシが増加傾向にあります。

福島市ではその他サービス・娯楽の営繕修理・リフォームが増えました。

当社OMS調べ