

a la carte.

# あらかると

2025.2

457



2024年 (2023年12月～2024年11月)

新聞折込広告調査

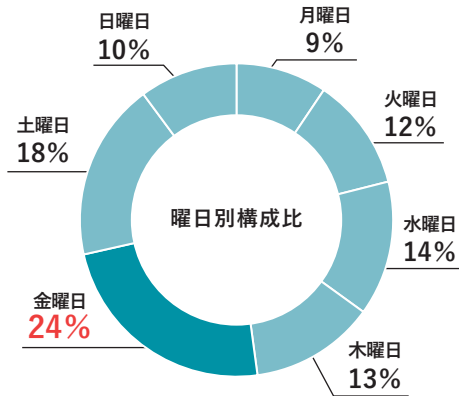


# 2024年(2023年12月~2024年11月) 新聞折込広告調査



## 【曜日別構成比】

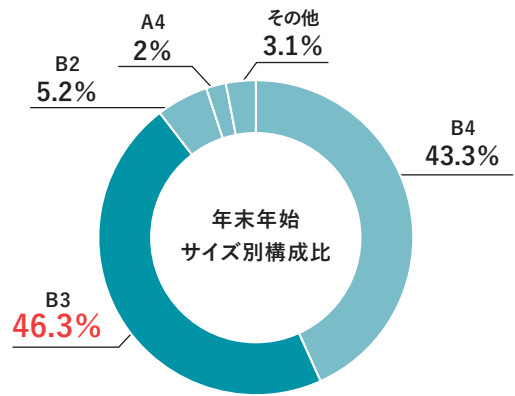
2024年も一番折込チラシが多く利用されていたのは金曜日でした。土曜日  
も金曜日と同様に利用頻度は高く、金・土で42%を占め、週末にチラシが  
多くなる傾向です。一番少ないのが月曜日ですが、2023年と比較すると  
2.3%増えており、二番目に少ない日曜日との差がほぼなくなりました。前年  
から日曜日が一番減少しており、火曜日、水曜日でも若干減少。その分月曜日  
と金曜日が増えています。



## 【年末年始出稿動向】

今年は最大9連休となる大型の年末年始休暇の影響もあり、前年比微増  
となりました。12月31日、元旦こそ前年割れだったものの、12月30日、1月4日  
は前年を大きく上回り、6日間で前年比101.3%でした。チラシサイズ構成比  
もB3が前年より増えており、前年のチラシサイズ縮小傾向からやや回復して  
います。

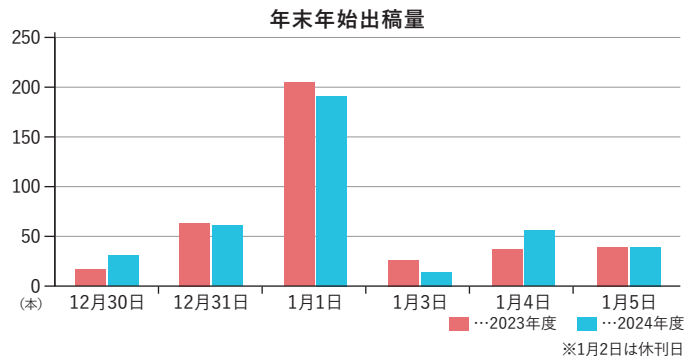
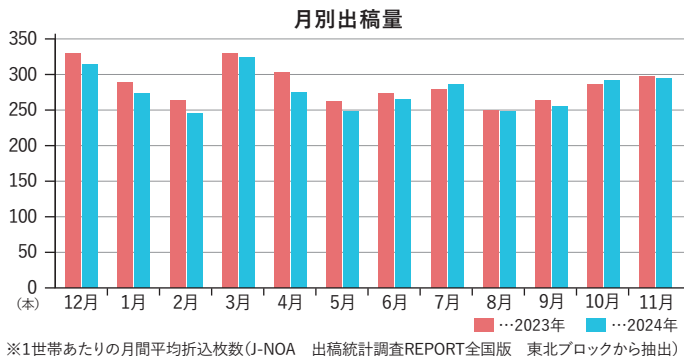
地区別では福島・会津で前年比を上回り、いわきはほぼ横ばい。郡山は  
前年比94%と減少しました。



※県内主要4都市から抽出(当社比)

## 【月別出稿量】

2023年より出稿量は減ったものの、前年を上回る月もあり、すべての月で  
前年割れした2023年からは回復傾向が見られました。出稿量が最も多  
かったのは3月、次いで12月とやはり年度末や年末にかけて出稿量が多い  
傾向です。前年を上回ったのが7月と10月。特に7月は猛暑とインバウンド消費  
で国内景気も回復した月でした。



## 【業種別出稿量】

業種別では「サービス業」、「教育・教養」、「金融・保健」が前年  
を上回りました。なかでも「サービス業」は6~11月にかけて6ヶ月  
連続で前年比プラスでした。「不動産」は年々減少していて、構成比  
で見ると約2%と10年前の2014年と比べると半減しており、2024年  
は「金融・保健」に次ぐ低い構成比です。

