



ウメモト インフォメーション



2020 年 9 月 14 日

担当者: 丸山

印刷インキ需給実績表

令和2年 6月分

(単位:トン, %, 百万円)

項目 品目	生産量				出荷量				出荷額				在庫量		
	令和元年 6月	6月	前月 比	前年 比	令和元年 6月	6月	前月 比	前年 比	令和元年 6月	6月	前月 比	前年 比	6月	前月 比	前年 比
印刷インキ合計	25,858	21,149	113.5	81.8	28,852	24,271	115.7	84.1	22,445	19,109	115.6	85.1	15,011	97.3	97.8
平版インキ	7,001	3,895	111.3	55.6	7,543	5,070	131.3	67.2	4,785	3,303	131.0	69.0	5,058	87.5	86.8
樹脂凸版インキ	1,722	1,466	103.6	85.1	1,828	1,623	114.4	88.8	1,356	1,233	115.1	90.9	1,246	95.2	102.0
金属印刷インキ	895	854	109.1	95.4	1,066	962	113.4	90.2	954	907	117.1	95.1	520	99.6	107.0
グラビアインキ	10,338	10,660	120.0	103.1	12,455	12,095	111.5	97.1	6,695	6,463	111.7	96.5	4,444	117.6	102.0
その他のインキ	3,494	2,475	100.9	70.8	3,557	2,616	112.9	73.5	7,425	6,234	112.8	84.0	2,583	95.1	112.6
新聞インキ	2,408	1,799	112.2	74.7	2,403	1,905	113.1	79.3	1,230	969	113.6	78.8	1,160	87.9	99.6
印刷インキ用ワニス	6,934	4,267	94.2	61.5	2,252	1,533	103.2	68.1	770	549	105.5	71.3	2,197	91.0	84.4

(化学工業統計月報より)

○ 日本印刷新聞

引用記事 : 日本経済新聞 ・ 燃料油脂新聞 ・ 化学工業日報



ウメモト インフォメーション



2020 年 9 月 14 日

担当者: 椎野

《地区別・業種別折込広告枚数、割合、前年比》(2020年5月)

		全体	流通業	サービス	教育教養	金融保険	不動産	メーカー	その他	訴求内容	
										通信販売	人事募集
首都圏	枚数(枚)	132.2	34.4	35.7	6.0	0.9	13.2	18.2	23.8	27.6	9.4
	割合(%)	100.0	26.0	27.0	4.5	0.6	10.0	13.8	18.0	20.9	7.1
	前年比(%)	▲63.6	▲80.7	▲57.2	▲64.6	▲66.0	▲57.3	▲12.2	▲19.9	1.2	▲38.5
都内	枚数(枚)	124.6	28.6	37.5	5.2	1.6	14.0	20.4	17.3	28.6	5.5
	割合(%)	100.0	23.0	30.1	4.2	1.3	11.2	16.3	13.9	23.0	4.4
	前年比(%)	▲64.7	▲83.0	▲52.1	▲69.4	▲47.1	▲13.1	▲62.6	▲7.8	▲33.8	3.3
都下	枚数(枚)	142.6	35.9	37.0	4.3	1.3	13.1	22.6	28.4	34.0	9.3
	割合(%)	100.0	25.2	26.0	3.0	0.9	9.2	15.8	19.9	23.8	6.5
	前年比(%)	▲62.6	▲80.5	▲61.1	▲74.4	▲47.1	▲57.6	9.0	▲8.3	20.8	▲18.8
神奈川	枚数(枚)	115.2	25.4	33.6	7.7	0.2	12.7	15.6	20.0	23.4	7.8
	割合(%)	100.0	22.0	29.2	6.7	0.2	11.0	13.5	17.4	20.3	6.8
	前年比(%)	▲63.4	▲82.9	▲52.7	▲51.6	▲93.3	▲56.9	▲19.6	▲26.5	▲11.0	▲49.7
埼玉	枚数(枚)	152.6	46.7	39.3	6.0	0.1	13.7	16.6	30.1	26.1	15.3
	割合(%)	100.0	30.6	25.7	3.9	0.1	9.0	10.9	19.8	17.1	10.0
	前年比(%)	▲64.4	▲78.0	▲63.7	▲67.2	▲87.5	▲57.1	▲20.5	▲13.2	▲1.6	▲24.6
千葉	枚数(枚)	137.4	42.7	30.7	6.4	0.9	12.3	15.9	28.6	27.0	11.9
	割合(%)	100.0	31.1	22.3	4.7	0.6	8.9	11.5	20.8	19.6	8.6
	前年比(%)	▲62.3	▲78.4	▲57.6	▲62.5	▲64.7	▲43.4	▲22.4	▲12.7	▲2.6	▲30.8

※J-NOA(日本新聞折込広告業協会)調べ(▲は減少)

全曜日で平均枚数が減少
5月度折込広告数
J-NOA
一般社団法人日本新聞折込広告業協会(J-NOA)がまとめた5月度首都圏全体の1世帯1カ月あたりの折込広告平均枚数は132.2枚で、前年同月比63.6%と大幅に減少した。1日平均枚数は4.4枚となった。曜日別(1日あたり)の動向は、全曜日で減少しており、1月4.0枚(前年比57.1%減)▽「火」3.8枚(同63.0%減)▽「水」3.0枚(同80.5%減)▽「木」3.2枚(同54.5%減)▽「金」5.1枚(同61.6%減)▽「土」6.0枚(同67.5%減)▽「日」4.7枚(同54.0%減)

2020年5月 広告業の業務種別売上高

	売上高(百万円)		
	2019年5月	2020年5月	前年同月比(%)
売上高合計	412,633	284,980	69.1
4媒体広告	141,982	102,467	72.2
新聞	18,715	13,289	71.0
雑誌	4,462	2,609	58.5
テレビ	115,078	83,659	72.7
ラジオ	3,727	2,911	78.1
屋外広告	3,735	3,396	90.9
交通広告	14,432	9,767	67.7
折込み・ダイレクトメール	46,716	17,192	36.8
海外広告	1,103	397	36.0
S P ・ P R ・ 催事企画	45,599	27,510	60.3
インターネット広告	59,705	48,643	81.5
その他	99,361	75,607	76.1

注:2016年1月分、2017年1月分、2018年1月分、2019年1月分より一部数値に変更が生じたため、以前の数値と不連続が生じています。なお、伸び率はこれを調整したものです。

○ 新聞展望

引用記事 : 日本経済新聞 ・ 燃料油脂新聞 ・ 化学工業日報

2020 年 9 月 14 日

担当者: 榎野

4媒体広告量の前年上半期比

新聞 (118紙)	前年比 (%)	
	合計	91.3
全国紙	89.3	
ブロック紙	88.3	
地方紙	93.2	
スポーツ紙	94.1	
合計	82.4	
ティーン女性誌	108.2	
ヤング女性誌	75.8	
女性誌	80.4	
生活実用情報誌	93.2	
ミセス誌	89.2	
育児誌	93.9	
ヤングアダルト男性誌	76.9	
ヤングアダルト男性誌	81.5	
デジタル男性誌	74.3	
男性コミック誌	82.2	
一般週刊誌	92.2	
番組・都市型情報誌	77.6	
自動車誌	84.9	
スポーツ誌	78.8	
ビジネス・マネー誌	83.7	
パソコン誌	90.0	
その他誌	81.7	
ラジオ (東版10局)	91.3	
テレビ (東版名15局)	96.9	
番組CM	96.9	
スポット	94.2	

電通(五十嵐博社長)は2020年上半期(1~6月)のマスメディア媒体広告量を発表。8月以降における新型コロナウイルス禍の拡大、東京五輪・パリンピック延期の影響などで、すべての媒体で前年の減少傾向が顕著。全媒体で前年同期を上回った雑誌はなかった。

新聞は前年同様に7%減(2019年上半期は前年同様に0.2%減)、雑誌は17.6%減(9.8%減)、ラジオは0.7%減(0.3%減)、地上波テレビ番組CMは0.1%減(0.3%減)、地上波テレビCMは0.8%減(1.1%減)と、各媒体とも減少傾向が顕著。地上波テレビCMは、東京・大阪・名古屋地区のCM秒数が減少した。地上波テレビCMは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

雑誌は、全国紙が18.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。雑誌は、全国紙が18.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

ラジオは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

テレビは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

電通 コロナ禍、五輪延期で全媒体が減少 2020年上半期マスメディア4媒体広告量

電通(五十嵐博社長)は2020年上半期(1~6月)のマスメディア媒体広告量を発表。8月以降における新型コロナウイルス禍の拡大、東京五輪・パリンピック延期の影響などで、すべての媒体で前年の減少傾向が顕著。全媒体で前年同期を上回った雑誌はなかった。

新聞は前年同様に7%減(2019年上半期は前年同様に0.2%減)、雑誌は17.6%減(9.8%減)、ラジオは0.7%減(0.3%減)、地上波テレビ番組CMは0.1%減(0.3%減)、地上波テレビCMは0.8%減(1.1%減)と、各媒体とも減少傾向が顕著。地上波テレビCMは、東京・大阪・名古屋地区のCM秒数が減少した。地上波テレビCMは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

雑誌は、全国紙が18.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。雑誌は、全国紙が18.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

ラジオは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

テレビは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

業種別広告量の前年上半期比

	新聞 (118紙)		雑誌 (345誌)		ラジオ (東・版10局)		テレビ (東・版15局)	
	前年比 (%)	91.3	前年比 (%)	82.4	前年比 (%)	91.3	前年比 (%)	96.9
合計	91.3	82.4	91.3	96.9	94.2			
木材・素材・機械	101.9	82.3	100.9	101.0	92.9			
食品	91.3	94.0	98.3	92.9	95.4			
飲料・嗜好品	88.8	93.1	70.6	124.7	96.2			
薬品・医療用品	114.7	90.3	86.0	104.6	119.1			
化粧品・トイラー	96.0	85.6	114.0	98.5	92.4			
ファッション・アパレル	103.0	82.1	76.1	72.4	87.6			
精密機器・事務用品	73.3	68.9	94.1	33.0	60.0			
家電・AV機器	94.2	96.5	119.8	83.9	72.2			
自動車・関連品	82.3	82.4	82.3	92.1	68.8			
家庭用品	101.2	104.5	88.8	97.7	107.5			
趣味・スポーツ用品	109.2	78.2	97.8	88.4	93.0			
不動産・住宅設備	90.9	79.7	90.9	99.4	99.8			
出版	109.5	96.3	59.2	100.5	71.7			
情報・通信	124.7	87.7	106.6	90.7	99.8			
流通・小売業	96.4	81.5	80.2	104.9	105.2			
金融・保険	78.8	92.5	117.9	107.1	81.4			
交通・インフラ	57.7	66.5	84.0	73.9	61.9			
外食・各種サービス	103.4	83.4	85.0	105.6	101.6			
官公庁・団体	108.0	83.6	110.7	110.4	199.7			
教育・医療サービス・宗教	86.6	81.6	99.7	91.8	94.8			
案内・その他	83.6	78.5	129.7	108.6	233.5			
案内広告	88.4							

業種別では、旅行代理店やイベント・セミナー、コンサートなどの「交通」が17.6%減、ジャンパーが42.8%の大幅減少となったほか、「精密機器・事務用品」「金融・保険」「自動車・関連品」「案内・その他」「教育・医療サービス・宗教」「飲料・嗜好品」が大幅減少となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「出版」は英語教材・テキスト、出版案内、趣味・旅行ガイドなどの「交通」が17.6%減、ジャンパーが42.8%の大幅減少となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「趣味・スポーツ用品」は109.2%増となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「情報・通信」は124.7%増となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「金融・保険」は78.8%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「交通・インフラ」は57.7%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「外食・各種サービス」は103.4%増となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「官公庁・団体」は108.0%増となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「教育・医療サービス・宗教」は86.6%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「案内・その他」は83.6%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「案内広告」は88.4%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。



株式会社 新聞展覧社
編集発行人 船津敏秋
〒180-0005
新宿区住吉町18-1-7
電話 03(3855)2420
FAX 03(3855)2850
E-mail pen@hinbuntenbo.co.jp
振替口座 00130-1-92424
購読料 1ヵ月2750円(税込み)



「ジャンパー」が42.8%の大幅減少となったほか、「精密機器・事務用品」「金融・保険」「自動車・関連品」「案内・その他」「教育・医療サービス・宗教」「飲料・嗜好品」が大幅減少となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「出版」は英語教材・テキスト、出版案内、趣味・旅行ガイドなどの「交通」が17.6%減、ジャンパーが42.8%の大幅減少となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「趣味・スポーツ用品」は109.2%増となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「情報・通信」は124.7%増となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「金融・保険」は78.8%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「交通・インフラ」は57.7%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「外食・各種サービス」は103.4%増となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「官公庁・団体」は108.0%増となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「教育・医療サービス・宗教」は86.6%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「案内・その他」は83.6%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「案内広告」は88.4%減となった。一方、「情報・通信」は24.7%増となった。出版・趣味・スポーツ用品なども増え、計9業種が増加となった。

「地上波テレビ番組CM」は0.1%減(0.3%減)となった。地上波テレビCMは、東京・大阪・名古屋地区のCM秒数が減少した。地上波テレビCMは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

「地上波テレビCM」は0.8%減(1.1%減)となった。地上波テレビCMは、東京・大阪・名古屋地区のCM秒数が減少した。地上波テレビCMは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

「地上波テレビCM」は0.8%減(1.1%減)となった。地上波テレビCMは、東京・大阪・名古屋地区のCM秒数が減少した。地上波テレビCMは、全国紙が13.1%減、ブロック紙が20.2%減、地方紙が9.9%減、スポーツ紙が26.0%減となった。

2020 年 9 月 14 日

担当者: 山崎 石

大豆高騰、中国需要支え

米国産対立激化でも輸出増

大豆相場が高騰している。主産地の米国中西部が高温乾燥に見舞われ、生産量が下方修正されるとの見方が強い。米中対立激化の中でも中国が堅調に米国産大豆を買い付けていることも相場を押し上げる。南米産が出回る年明けまでは米国産の買いが続きとみられ、当面高値で推移しそうだ。

高温乾燥で生産減観測



大豆は食用油の原料や家畜の飼料になる。国際相場であるシカゴ市場の大豆先物（期近）は10日終値が1.97・95と直近安値の8月上旬から1割強上昇。2年3カ月ぶりの高値をつけた。

米農務省によると8月下旬以降、作柄の悪化が続いており、9月6日時点では「優」と「良」の割合が65%と前週から1.5ポイント下がり、9月後半からは収穫前に半減したとみられる。米農務省によると8月下旬以降、作柄の悪化が続いており、9月6日時点では「優」と「良」の割合が65%と前週から1.5ポイント下がり、9月後半からは収穫前に半減したとみられる。

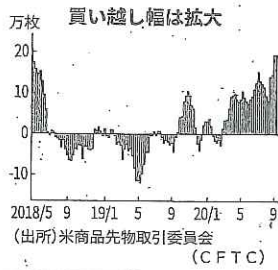
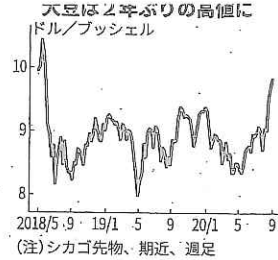
米農務省の8月の報告によると、2019年9月の米国産の単収予想は1.19トン/ヘクタール、平均単収は1.1247トン/ヘクタールと、貿易摩擦が激しかった前年同期より3%少なかった。だが、19年9月～20年8月の累計では前年同期比2割増と一気に増えた。

20年9月～20年3月の米国産の対中輸出の累計は1247万トンと、貿易摩擦が激しかった前年同期より3%少なかった。だが、19年9月～20年8月の累計では前年同期比2割増と一気に増えた。

大豆は食用油の原料や家畜の飼料になる。国際相場であるシカゴ市場の大豆先物（期近）は10日終値が1.97・95と直近安値の8月上旬から1割強上昇。2年3カ月ぶりの高値をつけた。

米農務省によると8月下旬以降、作柄の悪化が続いており、9月6日時点では「優」と「良」の割合が65%と前週から1.5ポイント下がり、9月後半からは収穫前に半減したとみられる。

米農務省の8月の報告によると、2019年9月の米国産の単収予想は1.19トン/ヘクタール、平均単収は1.1247トン/ヘクタールと、貿易摩擦が激しかった前年同期より3%少なかった。



2018/5 9 19/1 5 9 20/1 5 9
(注)シカゴ先物、期近、週足
2018/5 9 19/1 5 9 20/1 5 9
(出所)米商品先物取引委員会 (CFTC)

