

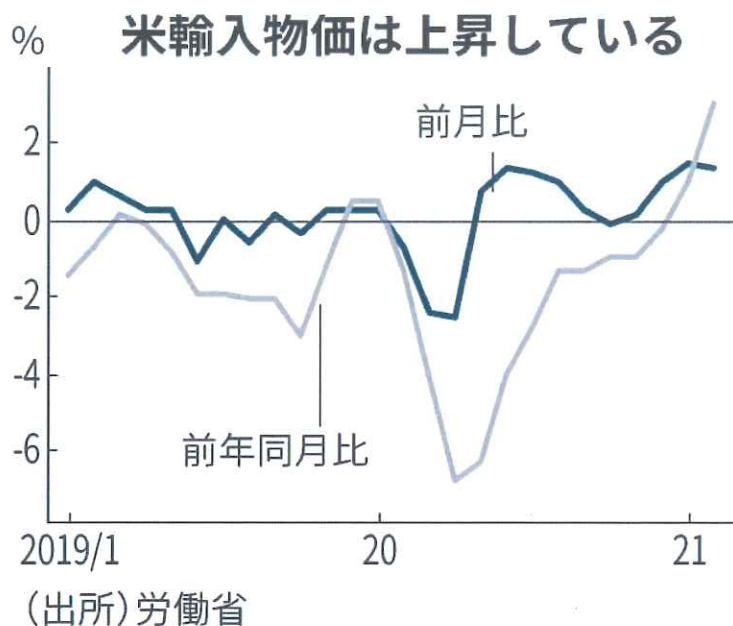
2月の米輸入物価、1.3%上昇 前月に次ぐ大幅な伸び

米労働省が16日発表した2月の輸入物価指数は前月から1.3%上昇した。4カ月連続のプラスで、8年10カ月ぶりの大幅な伸びを記録した前月（プラス1.4%）に次ぐ大きさだった。ダウ・ジョーンズまとめの市場予測（プラス1.0%程度）も上回った。前年同月比では3.0%上昇し、2018年10月以来2年4カ月ぶりの大きな伸びとなった。

燃料価格が前月比11.1%伸びた。石油、天然ガスともに11%台の上昇を示した。前年同月比では6.5%の上昇となり、20年1月以来、初めてプラスとなった。

非燃料価格は前月比0.4%の伸びだったが、前年同月比ベースでは2.8%の上昇で12年1月以来の大きさとなった。産業資材、食品・飼料・飲料品、資本財、消費財、自動車がいずれも値上がりした。

同時に発表された輸出物価指数は、前月比1.6%上昇した。前年同期比では5.2%上昇し、18年6月以来の大幅な伸びを記録した。



首都圏の折込出稿統計調査 11月

《地区別・業種別折込広告枚数、割合、前年比》(2020年11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)	329.0	158.8	68.9	23.4	4.1	22.6	22.8	28.3	33.1	12.5
	割合(%)	100.0	48.3	20.9	7.1	1.3	6.9	6.9	8.6	10.1	3.8
	前年比(%)	▲15.7	▲19.2	▲18.8	▲13.8	28.9	▲32.1	41.8	▲2.8	43.8	▲2.4
都内	枚数(枚)	323.1	142.6	75.0	24.3	3.7	30.9	23.2	23.4	32.7	8.7
	割合(%)	100.0	44.1	23.2	7.5	1.2	9.6	7.2	7.2	10.1	2.7
	前年比(%)	▲15.9	▲21.4	▲12.3	▲12.2	32.3	▲26.2	21.4	▲8.9	40.1	▲6.8
都下	枚数(枚)	349.6	168.1	70.4	25.3	3.6	22.0	23.1	37.0	34.4	12.1
	割合(%)	100.0	48.1	20.1	7.2	1.0	6.3	6.6	10.6	9.8	3.5
	前年比(%)	▲13.3	▲16.8	▲21.1	4.1	47.1	▲35.0	12.5	19.4	19.9	19.7
神奈川	枚数(枚)	284.7	134.0	58.3	22.8	4.1	19.8	21.8	24.4	32.2	11.2
	割合(%)	100.0	47.1	20.5	8.0	1.4	7.0	7.5	8.6	11.3	3.9
	前年比(%)	▲14.5	▲17.0	▲23.4	▲21.6	46.4	▲32.7	100.9	3.4	80.9	▲7.4
埼玉	枚数(枚)	371.6	188.6	76.6	22.4	3.7	22.3	24.0	34.0	33.9	19.0
	割合(%)	100.0	50.7	20.6	6.0	1.0	6.0	6.5	9.2	9.1	5.1
	前年比(%)	▲19.2	▲20.8	▲24.1	▲25.2	18.2	▲32.8	48.7	▲11.2	39.4	▲2.2
千葉	枚数(枚)	338.7	180.4	65.4	22.1	5.9	14.7	22.7	27.4	33.1	14.4
	割合(%)	100.0	53.3	19.3	6.5	1.7	4.3	6.7	8.1	9.8	4.3
	前年比(%)	▲15.2	▲19.0	▲14.2	▲6.6	10.8	▲41.8	55.9	▲13.1	43.2	▲7.3

※ J-NOA (日本新聞折込広告業協会) 調べ(▲は減少)

J-NOA

11月は15・7%減の329枚

首都圏の折込出稿統計調査

日本新聞折込広告業協会(J-NOA)がまとめた2020年11月の新規折込出稿統計調査によると、首都圏全体の11月は前月の10月に比べても、減少となった。前月の10月の折込出稿平均枚数は329・0枚、前年比で15・7%の減少となった。前月の10月の折込出稿平均枚数は329・0枚、前年比で15・7%の減少となった。前月の10月の折込出稿平均枚数は329・0枚、前年比で15・7%の減少となった。

少幅が拡大した。

地区別の11月帯1カ月当たりの折込広告平均枚数は、都内323・1枚(15・9%減)、都下349・6枚(13・3%減)、神奈川284・7枚(14・5%減)、埼玉371・6枚(19・2%減)、千葉338・7枚(15・2%減)と、全ての地区で減少した。

業種別動向では、流通業(19・2%減)、サービス業(18・8%減)、教育・教養(13・8%減)、不動産業(32・1%減)、その他(2・8%減)の5業種が減少。金融・保険(28・9%増)とメーカー(41・8%増)の2業種は前月に続いて増加した。

メーカーは健康食品が6・8枚で55・1%増、食品・飲料・嗜好品が4・6枚で58・2%増と好調だった。金融・保険は内訳が示されていない。大分類7業種で最も出稿の多い流通の内訳は、スーパー・コンビニ(60・3枚、19・5%減)、ホームセンター(6・4枚、14・6%減)、SC(3・8枚、23・7%減)などだった。

広告会社4社 11月度媒体別売上高

4社とも前年比7〜8割に

11月度媒体別売上高

広告会社4社が発表した2020年11月度媒体別売上高によると、ジェイアール東日本企画（jekie）が前年同期の7割程度、残りの3社も8割程度にとどまり、新型コロナウイルスの影響が依然として続いていることがうかがえる。

マス4媒体をみると、新聞は大広が8.6%増、読売広告社が25.9%増、雑誌はjekieが4.4%増と前年を上回った。構成比の大きいテレビは各社とも前年割れし、特にjekieは36.5%減と減少幅が最も大きかった。

インターネットについては29.0%減となった大広を除き、各社とも堅調に推移しており、特に博報堂は25.4%増と大きく売り上げを伸ばした。

一方でアウトドア／交通／OOHは各社とも低調が続く。全体の売上に對する構成比が大きいjekieでは35.5%減となり、3割以上も減少し

たほか、博報堂も42.6%減と大きな減少幅を示した。クリエイティブ制作については、大広が3割以上増加した。読売広告社も前年越えを果たしたが、博報堂、jekieは苦戦となった。

	売上高計	新聞	雑誌	テレビ	ラジオ	インターネット	アウトドア/交通/OOH	クリエイティブ	マーケティング/その他	その他
博報堂	55,556 (85.3)	2,136 (98.1)	535 (47.4)	25,021 (88.3)	510 (90.1)	8,454 (125.4)	1,177 (57.4)	8,488 (93.0)	8,196 (63.1)	1,034 (52.6)
大広	8,161 (85.8)	750 (108.6)	58 (60.9)	3,711 (77.1)	103 (81.2)	640 (71.0)	580 (88.5)	1,006 (133.2)	1,273 (92.4)	36 (40.3)
ジェイアール東日本企画	6,304 (70.4)	114 (79.2)	102 (104.4)	494 (63.5)	15 (52.6)	308 (107.0)	2,603 (64.5)	1,333 (79.4)	1,219 (67.2)	112 (119.6)
読売広告社	4,502 (86.1)	376 (125.9)	46 (40.9)	1,424 (92.7)	90 (85.5)	560 (111.1)	150 (74.0)	513 (106.2)	1,198 (67.7)	140 (66.0)

単位百万円、カッコ内は前年同月比で単位%
 ※電通は2018年1月、ADKIは3月、東急エージェンシーは4月、朝日広告社は5月から媒体別売上高を公表していません

DIC バイオマス原料含む軟包装材料用接着剤、25年に売上高10億円へ

DIC（東京都中央区）は3月10日、バイオマス原料を使用した軟包装材料用ラミネート接着剤「ディックドライ BMシリーズ」の市場展開を加速すると発表した。今後、国内だけでなく海外でも販売を拡大し、2025年に売上高10億円を目指す。

同シリーズは植物由来の原料を一定比率以上使用することでバイオマス度10～20%を実現した「環境調和型製品」として展開。すでに食品や日用品などの軟包装材料用途として販売している。

同社が開発したバイオマス接着剤は、有機溶剤で希釈してラミネート工程に使用する「ディックドライ LX-BMシリーズ」に加え、ラミネート工程でVOC（揮発性有機化合物）やCO₂排出量削減に寄与する無溶剤型接着剤「HA-BMシリーズ」がある。いずれのシリーズもバイオマス原料を含有しており、日本有機資源協会が認定するバイオマスマークを取得している。

同社グループは、中期経営計画「DIC111」で、地球環境のサステナビリティに貢献するパッケージソリューションを提供することを目指している。パッケージングマテリアル事業においては、プラスチックの3R（リデュース、リユース、リサイクル）を切り口に、今後もしリサイクルや環境面に配慮した代替素材の開発に注力し、循環型社会の実現に貢献する考え。



軟包装材料用接着剤に関わる二酸化炭素の循環（カーボンニュートラル）イメージ
(出所：DIC)

ユーグレナ、バイオジェット燃料完成 21年中に販売

ユーグレナは15日、同社が実証実験を進めてきたミドリムシ由来のバイオジェット燃料が完成したと発表した。これまで車や船舶などにバイオディーゼル燃料を供給してきたが、2021年内にもバイオジェット燃料を供給する。ユーグレナは25年にバイオ燃料の商用プラントを稼働する予定で、稼働前に原料調達から燃料供給までの供給網をつくりたい考えだ。

ユーグレナは、米シェブロンに関連会社などと共同でバイオ燃料を開発した。国際認証機関であるASTMインターナショナルの認証を受けた技術を使用してきたが、ジェット燃料として完成したのは今回が初めて。燃料自体の認証も取得している。21年中に航空運送事業者に販売する予定だ。

ユーグレナは新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）の実証事業を通じ、インドネシアで藻の大量培養を進める。足元では横浜市の実証プラントでバイオ燃料製造しているが、25年には2000倍の生産能力をもつ商用プラントを建設する予定だ。原料調達から燃料販売先までの供給網の構築を急ぐ。



ユーグレナは15日、同社が開発を進めてきたバイオジェット燃料が完成したと発表した



コスモ 子会社事業を再編

コスモ石販 環境・エネ 総エネに統合

7月新会社

新社名は「コスモエネルギーソリューションズ」

コスモ石油マーケティングは、グループ会社の事業再編を行う。7月1日付で100%子会社のコスモ石油販売（本社東京都中央区・峯明彦社長）環境・エネルギー本部の事業を、同じく100%子会社の総合エネルギー（本社東京都中央区・元田英俊社長）に統合し、社名をコスモエネルギーソリューションズに変更する。

新会社の資本金は1億円。本社所在地は、総合エネルギーが本社としている東京都中央区日本橋浜町3-3-1
2 トルナーレ日本橋
浜町9階。総合エネルギー商社として燃料、電力小売り、潤滑油販売
売、アスファルト、自動車リース、太陽光発電、環境系商材、建設資材などの販売を手がける。
コスモ石油販売は、系列販売店（274S）の3月末時点へのブランドサポートや太陽光発電所の設計・施工、アスファルトなどの建設資材・環境商材の販売を担ってきた環境・エネルギー本部を新会社に統合することで、今後は直営SS（270SS）を中心とするリテール販売事業に特化していく。事業統合により、新会社は「わが国のエネルギー政策の転換や社会変化に対応し、持続可能なエネルギー商社を目指す」としている。事業規模や収益力、成長性、内部統制・ガバナンスのバランスを取り、オールマイティなエネルギー商社として多様な顧客ニーズにこたえていく方針だ。

社、双目エネルギーでコスモ石油販売に移2013年にコスモが管しており、業界関係子会社化し、現社名に者の間では、コスモ石油販売の主要業務を直営SSは比較的早い段階でSS運営に、総合エネルギー

ルギーの主要業務を系列販売店のサポート業務や、産業用燃料油・資材の販売などに役割分担する構想があるのだからとささやかれていた。今回の統合は、二つの子会社がおのおの手がけていた、近似領域の担い手を整理することにつながる。事業分担の再編により、一層の業務効率化と顧客サポートの充実が期待されている。