



日経広告研究所が日本経済研究センターと共同でまとめたレポートによると、2011年度の広告費（4月～12年3月）は前年度比5.1%減とマイナスに転じる。

同研究所では、2月に前年比0.6%増と発表していたが、震災・原発事故から見直し、同5.1%減と予測修正した。ただ、リーマン・ショックで09年度の減少率が2ケタ台になったのに対し、今回は落ち込み幅は小さくなる見通しだ。

媒体別では、「新聞」9.8%減、「ラジオ」7.3%減、「雑誌」6.7%減、「テレビ」2.9%減。「インターネット」は同12.1%増で2桁成長の見込み。