

アメリカの広告市場は、2010年に入ってようやく上向きに転じた。しかし、新聞広告は回復できないままだ。

「Morningstar」によると、アメリカの総広告売上高は2008年から09年までの8四半期続けて前年同期比がマイナスだったが、2010年にプラス成長に転じた。ところが「ニューヨーク・タイムズ」(The New York Times Company) や「ガネット」Gannettのような大手新聞社の広告売上高は、2010年第4四半期になってもマイナスのままだ。

