



アメリカ雑誌の2011年広告売上が、PIB(Publishers Information Bureau)から公表された。それによると昨年の年間広告売上高は201億ドルと、2010年と同レベルに収まった。また、広告ページ数は、前年比3.1%減とマイナス成長だった。

リーマンショック後大きく落ち込んだ広告売上は、景気回復に伴い2010年後半あたりから回復、2011年前半は、売上高が前年上半期に比べ3%増、広告ページ数でも1.3%増と回復が本格化していた。しかし、後半になると、EU危機などから、再び失速した。2011年第4四半期には、広告売上高が前年同期比で5%減となり、広告ページ数では同8%減と完全に失速してしまい、通年では前年並みとなった。このまま行くと、今年は相当厳しく、リーマンショック後の落ち込みの再来になる可能性がある。

Publication	2011*		2010*		NCHC
	Dollars	%CHG	Dollars	%CHG	
PEOPLE	996,770,246	-1.7	1,014,344,650	-1.7	3,354,937
BUSINESS WEEK	223,182,219	29.4	172,842,221	29.4	1,530,791
FOCUS	159,864,487	-2.9	164,817,950	-2.9	1,886,449
FORBES	285,887,817	3.8	275,132,233	3.8	1,772,137
POSTURE	203,895,664	-2.1	209,288,891	-2.1	1,529,221
ENTREPRENEUR	140,779,888	3.1	136,424,741	3.1	744,241
TIME	419,400,212	1.3	413,389,138	1.3	1,370,306
DE WEEKLY	354,227,361	6.4	332,854,019	6.4	1,726,055
FOOD & WINE	111,642,227	-1.1	112,865,188	-1.1	1,378,067
BETTER HOMES & GARDENS	792,845,080	-17.2	943,211,076	-17.2	1,428,767
REAL SIMPLE	278,552,321	-5.2	293,827,573	-5.2	1,629,841
CONDOPOLITAN	189,211,347	-6.5	203,626,691	-6.5	1,442,361
ELLE	315,229,784	7.8	292,543,069	7.8	2,311,811
SEAMASTER	211,742,894	-7.5	228,176,109	-7.5	1,625,241
IN STYLE	389,783,177	6.0	367,176,716	6.0	2,544,362
VANITY FAIR	281,233,344	2.2	275,205,188	2.2	1,428,065
VOGUE	389,891,988	13.8	342,416,589	13.8	2,509,066
ESPN MAGAZINE	289,430,819	-2.2	295,184,553	-2.2	1,290,161
SPORTS ILLUSTRATED	576,453,050	0.8	571,975,823	0.8	1,492,176
UNIVERSAL GEOGRAPHIC	86,485,268	3.8	82,947,782	3.8	789,864
NEW YORKER	187,488,129	1.0	185,621,746	1.0	1,100,527
READERS' DIGEST	188,899,215	11.7	169,042,341	11.7	816,152
MAGAZINE'S TOTAL	20,086,499,862	0.0	19,876,096,190	0.0	144,224,727

アメリカの雑誌は、定期購読が主体とはいえ、広告売上に大きく依存している。以下の表が、2011年の広告売上高と広告ページ数。トップの『People』は10億ドルを割った。また、第2位の『Better Homes & Gardens』も前年比14.1%減。ただし、女性誌は大半が好調で、『Vogue』や『Vanity Fair』は2桁成長を成し遂げた。ビジネス誌はもまらずで、とくに『Business Week』誌は29.4%増。

参照：[2011 OVERALL MAGAZINE ADVERTISING REVENUE FLAT \(MPA\)](#)