

2020年3月11日

### 「2019年 日本の広告費」

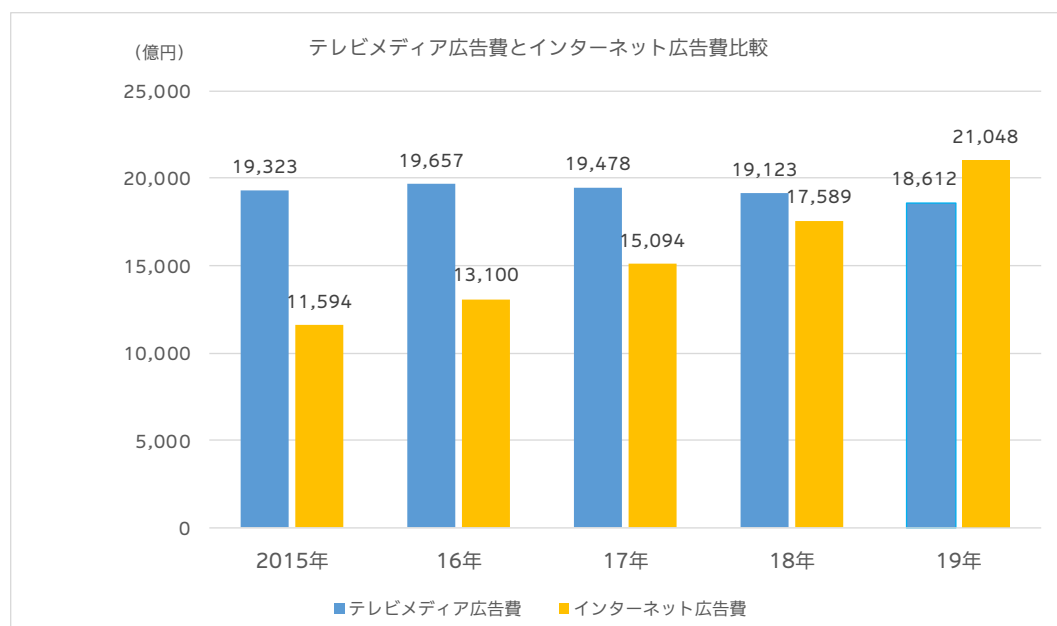
- 拡張するデジタル領域やイベント領域を追加推定し、日本の総広告費は、6兆9,381億円となった  
前年同様の推定方法では、6兆6,514億円（前年比101.9%）
- 8年連続のプラス成長
- インターネット広告費が、6年連続2桁成長でテレビメディア広告費を超え、初めて2兆円超え

- \* 新設項目：「日本の広告費」における「物販系 EC プラットフォーム広告費」は、1,064億円<sup>※1</sup>
- \* 改定項目：「日本の広告費」における「イベント」を追加推定した「イベント・展示・映像ほか」は、5,677億円<sup>※2</sup>

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：五十嵐 博）は本日、わが国の総広告費と、媒体別・業種別広告費を推定した「2019年 日本の広告費」を発表した。

「日本の広告費」は急速に成長する広告市場を正確に把握するために、推定領域を随時拡張している。2019年（1～12月）の日本の総広告費は、新たに「日本の広告費」における「物販系 EC プラットフォーム広告費」と「イベント」領域を追加推定し、通年で6兆9,381億円。なお、前年同様の推定方法では6兆6,514億円（前年比101.9%）となり、8年連続のプラス成長だった。

図表1 「テレビメディア広告費」と「インターネット広告費」



（注）2019年インターネット広告費には今回追加推定の「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」1,064億円も含む。

※1「日本の広告費」における「物販系 EC プラットフォーム広告費」とは、生活家電・雑貨、書籍、衣類、事務用品などの物品販売を行う EC（電子商取引）プラットフォーム（これを、本広告費では「物販系 EC プラットフォーム」と呼ぶ）上において、当該プラットフォームへ“出店”を行っている事業者（これを、本広告費では「店舗あり事業者」と呼ぶ）が当該プラットフォーム内に投下した広告費と定義した。より広い意味での「EC 領域での販売促進を図るインターネット広告費」全体を指すわけではない。また、2019年7月29日にD2C・CCI・電通3社共同で「物販系 EC プラットフォーム広告費」を発表したが、今回「2019年 日本の広告費」調査によって、新たに「日本の広告費」との重複部分を排除、再定義し追加推定した。2018年822億円（参考値、「2018年 日本の広告費」には含まれない） 2019年1,064億円（参考前年比129.4%）

参考）2019年7月29日 D2C・CCI・電通3社共同リリース：

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2019/0729-009857.html>

2018年実績1,123億円（前年比120.6%）

2019年予測1,441億円（同128.3%見通し）

※2「イベント・展示・映像ほか」とは、販促キャンペーンも含む広告業が手掛ける各種イベント、展示会、博覧会、PR館などの製作費、シネアド、ビデオなどの制作費と上映費などを合計したもの。従来より推定していた「展示・映像ほか」の項目に、次の定義によるイベント部分を追加した。「日本の広告費」における「イベント」広告費（2019年1,803億円、2018年は推定できなかったため非開示）の定義：広告業が取り扱うイベント領域のうちディスプレイ、PR館やプロモーション映像制作などを除外した販促キャンペーン、ポップアップストア、スポーツイベント、PRイベントなどの製作費。

## <2019年 日本の広告費の概況>

- ◆2019年の総広告費は、通年で6兆9,381億円となった。不透明な世界経済や相次ぐ自然災害、消費税率変更に伴う個人消費の減退や弱含みのインバウンド消費など厳しい風向きの中、成長を続けるインターネット広告領域やイベント関連が総広告費全体を押し上げる結果となった。
- ◆また、インターネット広告費は、テレビメディア広告費を超え、初めて2兆円超えとなった。デジタルトランスフォーメーションがさらに進み、デジタルを起点にした既存メディアとの統合ソリューションも進化、広告業界の転換点となった。
- ◆新設項目として、「日本の広告費」における「物販系 EC プラットフォーム広告費」、改定項目として、従来の「展示・映像ほか」に「日本の広告費」における「イベント」を加えた「イベント・展示・映像ほか」を追加推定し、8年連続でプラス成長となった。

## <媒体別広告費の概況>

媒体別にみると、「日本の広告費」は、(1) マスコミ四媒体広告費、(2) インターネット広告費、(3) プロモーションメディア広告費、の大きく3つに分類される。2019年は、6年連続で2桁成長のインターネット広告費などが、市場をけん引したといえる。

### **(1) マスコミ四媒体広告費 2兆6,094億円**

5年連続の減少となった。「新聞広告費」「雑誌広告費」「ラジオ広告費」「テレビメディア広告費」はすべて前年割れ。

**(2) インターネット広告費 2兆1,048億円**

大型プラットフォームを中心に堅調な伸びが続き、マスコミ四媒体事業者が提供するインターネットサービスにおける広告費「マスコミ四媒体由来のデジタル広告費」(前年比122.9%)や今回追加推定の「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」(新設項目)が全体をさらに押し上げた。なお、新設項目を除外した前年同様の推定方法の場合、1兆9,984億円(同113.6%)。

**(3) プロモーションメディア広告費 2兆2,239億円**

デジタルサイネージ化が進む「屋外広告」「交通広告」と、広告業が取り扱うイベント領域を拡張推定した「イベント・展示・映像ほか」(改定項目)が増加した。なお、前年同様の推定方法の場合、2兆436億円(前年比98.8%)。

図表2 媒体別広告費&lt;2017年~2019年&gt;

媒体	広告費	広告費(億円)			前年比(%)		構成比(%)		
		2017年	2018年	2019年	2018年	2019年	2017年	2018年	2019年
総広告費		63,907	65,300	69,381	102.2	106.2	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		27,938	27,026	26,094	96.7	96.6	43.7	41.4	37.6
	新聞	5,147	4,784	4,547	92.9	95.0	8.1	7.3	6.6
	雑誌	2,023	1,841	1,675	91.0	91.0	3.2	2.8	2.4
	ラジオ	1,290	1,278	1,260	99.1	98.6	2.0	2.0	1.8
	テレビメディア	19,478	19,123	18,612	98.2	97.3	30.4	29.3	26.8
	地上波テレビ	18,178	17,848	17,345	98.2	97.2	28.4	27.3	25.0
	衛星メディア関連	1,300	1,275	1,267	98.1	99.4	2.0	2.0	1.8
インターネット広告費		15,094	17,589	21,048	116.5	119.7	23.6	26.9	30.3
	マス四媒体由来のデジタル広告費		582	715		122.9		0.9	1.0
	新聞デジタル		132	146		110.6		0.2	0.2
	雑誌デジタル		337	405		120.2		0.5	0.6
	ラジオデジタル		8	10		125.0		0.0	0.0
	テレビメディアデジタル		105	154		146.7		0.2	0.2
	テレビメディア関連動画広告		101	150		148.5		0.2	0.2
	物販系ECプラットフォーム広告費			1,064					1.5
プロモーションメディア広告費		20,875	20,685	22,239	99.1	107.5	32.7	31.7	32.1
	屋外	3,208	3,199	3,219	99.7	100.6	5.0	4.9	4.6
	交通	2,002	2,025	2,062	101.1	101.8	3.1	3.1	3.0
	折込	4,170	3,911	3,559	93.8	91.0	6.5	6.0	5.1
	DM(ダイレクト・メール)	3,701	3,678	3,642	99.4	99.0	5.8	5.6	5.3
	フリーペーパー・電話帳	2,430	2,287	2,110	94.1	92.3	3.9	3.5	3.1
	POP	1,975	2,000	1,970	101.3	98.5	3.1	3.1	2.8
	イベント・展示・映像ほか	3,389	3,585	5,677	105.8	158.4	5.3	5.5	8.2

(注) 2019年の総広告費は、「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」(1,064億円)と「イベント」(1,803億円)を追加推定した。前年同様の推定方法では、6兆6,514億円(前年比101.9%)となる。

(注) インターネット広告費の詳細はP.5を参照ください。

## <媒体別広告費詳細>

### (1) マスコミ四媒体広告費（媒体別業種別広告費は図表7を参照）

#### ① 新聞広告費 4,547 億円（前年比 95.0%）

- ・改元、消費税率変更、世界的なスポーツイベントなどにより、好調な四半期があったものの、通期では長期的な低下傾向が継続した。
- ・業種別では、参議院選挙、消費税率変更関連（軽減税率対応、キャッシュレス推進など）で、「官公庁・団体」が増加。また、「趣味・スポーツ用品」「薬品・医療用品」で、シニア向け通販が増加した。
- ・「ラグビーワールドカップ2019」では、開催地エリアで増加。臨時出稿も増加に寄与。
- ・号外や新聞社合同企画など、活発な動きが見られた。

#### ② 雑誌広告費 1,675 億円（前年比 91.0%）

- ・紙の出版物推定販売金額は、同 95.7%と 15 年連続のマイナス。一方、紙と電子出版市場合計は同 100.2%となり、電子出版統計を開始して以来、初の前年超え。（出典：出版月報 2020 年 1 月号）
- ・雑誌広告費は、デジタルやプロモーションへの広告費シフト、雑誌発行部数の減少などで、通年で前年を下回る厳しい状況が続いた。なお、全体に雑誌デジタル（インターネット広告費に含まれる）での売上が増加傾向。
- ・業種別では、広告費構成比の大きい「ファッション・アクセサリ」「化粧品・トイレタリー」が前年に続き減少。一方、「官公庁・団体」は増加した。

#### ③ ラジオ広告費 1,260 億円（前年比 98.6%）

- ・前年に続き減少したものの、横ばい傾向と言える。デジタルと組み合わせた新しい広告手法が進化している。
- ・「情報・通信」ではシニアのスマートフォン乗り換え促進広告などが増加した。一方、「金融・保険」では、損害保険関連において前年出稿の多かった被災地お見舞い広告の減少で、反動減。

#### ④ テレビメディア広告費（地上波テレビ+衛星メディア関連） 1兆8,612 億円（前年比 97.3%）

##### ◇地上波テレビ 1兆7,345 億円（同 97.2%）

- ・地上波テレビは、長梅雨・冷夏・台風といった天候不順や自然災害、また米中貿易摩擦による厳しい経済状況の影響を受け、通期で前年割れとなった。
- ・番組（タイム）広告は、前年に続きスポーツが貢献。「世界水泳韓国・光州 2019」「ラグビーワールドカップ 2019」「第 17 回世界陸上競技選手権大会」「第 2 回世界野球プレミア 12」「2019 世界柔道選手権東京大会」などのスポーツ番組が牽引し、ほぼ前年並み。地域別では、通年で基幹 8 地区中、大阪、名古屋（3 年連続）、静岡（2 年連続）の 3 地区が前年超えとなった。
- ・スポット広告は、軽減税率関連やキャッシュレス関連出稿が増加。一方、スポット全体としては、天候不順、自然災害、消費税率変更に伴う出稿控えや米中貿易摩擦の経済的影響などにより、3 年連続の減少となった。地域別では、通年で全 32 地区が前年を下回った。

- ・業種別では、「官公庁・団体」「金融・保険」などが増加。一方、「情報・通信」「化粧品・トイレットリー」などが減少した。

#### ◇衛星メディア関連 1,267 億円 (同 99.4%)

- ・BS (無料民放 8 局、933 億円、同 101.1 %) は増加、通販関連の減少が顕著だったCS/CATV はマイナス傾向となった。

## (2) インターネット広告費

### ① インターネット広告媒体費 1 兆 6,630 億円 (前年比 114.8%)

- ・インターネット広告費のうち運用型広告費は、1 兆 3,267 億円 (同 115.2%)。前年に続き、大規模プラットフォームを中心に高成長となった。大規模プラットフォームではない独立した専門型プラットフォーム (ニュースキュレーションメディアなど) も、前年同様、運用型広告の機能拡充を継続し大規模プラットフォームとの連携を深めた結果、広告費が増加。

#### マスコミ四媒体由来のデジタル広告費 715 億円

(インターネット広告媒体費の一部、同 122.9%)

- ・前年新設したマスコミ四媒体由来のデジタル広告費とは、マスコミ四媒体事業社などが主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費。
- ・マスコミ媒体社のデジタルトランスフォーメーションがさらに進み、インターネット広告費より高い成長率となった。長年蓄積してきた非デジタル領域でのコンテンツ制作やユーザーへのリーチ (到達率) に関する知見が、デジタル領域においても広く活用されている。
- ・**新聞デジタル 146 億円 (同 110.6%)** 新聞本紙を基盤とするコンテンツの信頼性により、前年に続きブランドセーフティを意識する広告主からのニーズが高かった。また、コンテンツ配信などソーシャルメディア事業社との協業もみられ、新しい試みが始まっている。新聞コンテンツのサブスクリプションモデル拡充など、デジタル事業の変革も進行中。
- ・**雑誌デジタル 405 億円 (同 120.2%)** デジタル領域での事業拡大に伴い伸長。特に良質なコンテンツを背景に、タイアップ広告、動画広告などが大きく拡大。また出版社は、デジタル起点の新事業 (インフルエンサーの育成、コンテンツスタジオ設立、スタートアップ企業との協業など) も積極的に進めている。
- ・**ラジオデジタル 10 億円 (同 125.0%)** radiko「ラジコオーディオアド」(リスナーの年代や性別といった属性でターゲットをセグメントすることが可能な広告モデル) などが増加した。位置情報など各種データ連携を背景に、地上波ラジオとの組み合わせ、ソーシャルメディアとの連携企画など、より複合的な広告活用が進行している。
- ・**テレビメディアデジタル 154 億円 (同 146.7%)** 前年 100 億円を突破の「テレビメディア関連動画広告」が 150 億円 (同 148.5%) と、依然として活発な成長を見せている。テレビ受像機向けアプリ (インターネットに接続されたテレビ画面上で使われるアプリ) での配信も始まった民放公式テレビポータル「TVer (ティーバー)」など、地上波テレビ由来のコンテンツ力を背景に伸長、スポーツコンテンツのライブやハイライト配信なども増加している。

② **「日本の広告費」における「物販系 EC プラットフォーム広告費」 1,064 億円**

- ・「日本の広告費」における「物販系 EC プラットフォーム広告費」は市場が拡大しており、2019 年よりインターネット広告費として推定。
- ・今回の推定で 1,064 億円という市場規模は、インターネット広告市場の短中期的な拡張の中心軸となりうる結果となった。なお、2019 年 7 月 29 日に D2C・CCI・電通 3 社共同で「物販系 EC プラットフォーム広告費」を発表したが、今回の「2019 年 日本の広告費」調査においては、すでにインターネット広告費に含まれていた部分を排除し、再定義して追加推定した。

③ **インターネット広告制作費 3,354 億円（前年比 107.9%）**

- ・アド Fraud（広告詐欺）や個人情報保護の観点から企業の広告活動を自社サイト（オウンドメディア）を基点に行う動きが進み、自社サイトと連携させてのソーシャルメディア活用も増加した。
- ・大規模プラットフォームごとの特性に合わせた企画やキャンペーン訴求も増加。
- ・コミュニケーション全体の設計、効果の可視化や PDCA など関連作業も増加した。

**(3) プロモーションメディア広告費**

① **屋外広告 3,219 億円（前年比 100.6%）**

- ・アナログ看板からデジタルサイネージ・屋外ビジョンへのシフトが顕著。
- ・LED を活用した看板は、前年に続き増加した。
- ・青山、原宿エリアには、新設の短期看板が登場し、特に短期看板が集中する渋谷エリアは外資系企業の広告需要が高かった。
- ・屋外ビジョンは、渋谷エリアで複数の新たなビジョンがスタートするなど、増加傾向。
- ・また商業施設メディアも、首都圏を中心に施設数の増加に伴ったプロモーション展開などを含め、堅調に増加した。

② **交通広告 2,062 億円（前年比 101.8%）**

- ・鉄道は、紙媒体（中づり、まど上、ドア横、駅ばり）が落ち込み、それを車内・駅構内のデジタルサイネージでカバーする傾向が継続。特に首都圏では、車内デジタルサイネージが好調。さらに、大型スクリーンの駅サイネージが話題となった。また、前年に続き「ダイナミック・デジタル OOH」（天気、気温、時間、位置情報などの外部データと連携した広告が展開される OOH）を利用したサイネージの展開やデジタルサイネージの車両・駅媒体との組み合わせが進化している。
- ・空港は、外国人観光客の増加に伴い、広告需要が伸長。
- ・業種別では、前年に続き、飲料系は減少。一方、エステ系、人材系は増加。外資系企業も増加した。
- ・タクシー広告は、大幅に増加。新規参入もあり、前年より飛躍的に市場が拡大している。首都圏を中心に、地方にも普及。BtoB 広告が多いものの、BtoC 広告も増加傾向にある。

③ **折込 3,559 億円（前年比 91.0%）**

- ・販促手法の見直し、インターネット広告へのシフト、消費税率変更の影響、印刷用紙

の高騰、折込自体のサイズダウン、折込配付回数の減少などにより、折込広告費は前年に続き減少となった。

- ・10月は、台風19号などの自然災害と消費税率変更もあり、大幅な減少となった。
- ・業種別では、スーパーマーケット、家電量販店（リフォームや日用品の扱いも増加傾向）、塾・予備校などが増加した。

#### ④ DM（ダイレクト・メール） 3,642億円（前年比99.0%）

- ・よりターゲティングされた人へオンタイムにピンポイントで送付するDMがさらに進化している。
- ・前年に続き、インターネット広告で取り込めない顧客を、紙のDMで取り込もうとする方法が伸長。特にECサイトの拡大とともに、紙のDMをタイミングよく的確な顧客へ送付、購買などへつなげるオンオフ統合企画は顕著な増加だった。
- ・DMを利用したサンプリング手法が活発化した。試供品を同梱することで大きさや重さが通常の紙DMとは異なるケースも増加した。
- ・DM無宛名便市場も、前年に続き伸長。主に、小売業界での新店オープン時の活用がみられた。また、通販業界では、インターネット広告との使い分けでトライアル利用も多く、エリア特性に応じたメディアの使い分けで費用対効果を図るケースも出てきている。デジタル（マーケティング）とアナログ（配達）の融合が進んでいる市場であり、業種業態を超えた協業、オープンイノベーション、また送客と認知の両目的をかなえられるメディアとして注目されている。

【参考】

「日本の広告費」には含まれない「DM制作関連市場」（2019年1,202億円）

#### ⑤ フリーペーパー・電話帳 2,110億円（前年比92.3%）

- ・フリーペーパーは、2019年よりフリーペーパー・フリーマガジンを総称する。また、電話帳は、発行頻度の変更に伴い、従来の広告費推定が困難であるため、本年よりフリーペーパーとの合算値として発表することとした。
- ・デジタルシフトに伴い出稿の減少が続く。一方、フリーペーパー発行企業自身がデジタル事業にも積極的なアプローチを行うことで「紙とデジタル」のそれぞれの特性と効果検証を活用した企画が実施されつつある。さらに、販促イベントなどを複合的に絡め、紙メディアの拡散力、フリーペーパーが持つブランド価値を配布エリアにしっかりと根付かせる努力が続けられている。
- ・地域メディアとしてのコンテンツ力の再強化を実施、ナショナルスポンサーをはじめ、ローカルスポンサー復調の動きもあり、減少幅も小さくなってきている。
- ・デジタルプラットフォームへのコンテンツ提供、公式チャンネルへのデジタル連携など、メディアの枠を超えた取り組みが進む。さらに、新聞や雑誌など他メディアとのコラボレーション（特に動画関連）も増加。

#### ⑥ POP 1,970億円（前年比98.5%）

- ・AIロボットや次世代サイネージなどリテールテクノロジーを強調するような、新しいタイプの店舗が増えた1年。顧客体験・省人省力化を軸に、店舗の新しい価値を求める動きがみられた。店頭演出として、最新デジタルツールも数多く登場した。

- ・オンオフ統合施策に意欲的な実験店舗が、ポップアップストアを中心に展開。店頭における顧客体験を中心とした演出は、小売業自らが店舗空間スペース領域で行うため、メーカーサイドのPOPは変化しつつある。商品の特徴や機能に触れたり、試することができる「体験型POP」が増加。さらに、費用対効果を考慮したPOPの施策も進んだ。

#### ⑦ イベント・展示・映像ほか 5,677 億円

- ・今回追加推定した2019年「日本の広告費」における「イベント」は、1,803億円となった。
- ・新元号制定に伴う祝賀イベントやG20、ローマ法王の来日など、国家的イベントが続いた事もあり市場は拡大。
- ・スポーツイベントも活況。「ラグビーワールドカップ2019」によるファンの増加で、関連イベントも増加。「東京2020オリンピック・パラリンピック」機運醸成イベントも活発だった。
- ・また、複数会場を各種モビリティでつなぐ初のエリア開催となった「東京モーターショー2019」も、eモータースポーツ、ドローンレースなど自動車業界の大変革を象徴するイベントとなった。
- ・100年に1度といわれる渋谷再開発をはじめ、「東京2020オリンピック・パラリンピック」に合わせた再開発が各所で進んだ。首都圏をはじめとする大都市圏においては、都市開発や駅ビルなどの複合型商業施設の開業が相次いだ。
- ・映像は、ITによるエンタテインメントの多様化が進み、VR活用の体験型アトラクションなどが増加。
- ・シネアドは、歴代1位の映画興行収入や入場人員数を背景に増加した。

#### 【その他、注目すべき広告関連市場】

- ・商業印刷市場 1兆9,900億円（前年比99.5%）  
うち、ポスター・チラシ・パンフレットの市場は1兆2,300億円（同99.4%）で、減少傾向だった。
- ・ポスティング市場 1,207億円（前年比106.9%）  
前年に続き、全戸配布需要が増加。さらにその重要性が認知され、期待も高まっている。配布要員の確保や天候対策など、様々な課題に対して、業界内での連携や他媒体との協働を通し、解決を図っている。

#### <業種別広告費（衛星メディア関連を除くマスコミ四媒体のみ）について>（図表6を参照）

消費税率変更に伴う各種関連広告などが増加した「官公庁・団体」（前年比129.9%）、電力・ガス自由化関連広告などが増加した「エネルギー・素材・機械」（同108.1%）や通販系サプリメント広告などが増加した「食品」（同100.2%）の3業種が増加となった。



電通メディアイノベーションラボ 研究主幹 北原利行による「2019 年 日本の広告費」の「ウェブ電通報」解説記事はこちら：<https://dentsu-ho.com/articles/7161>

以 上

図表3 「日本の広告費」推定範囲

総広告費	日本国内に投下された年間(1~12月)の広告費
マスコミ四媒体広告費	新聞、雑誌、ラジオ、テレビメディアのマスコミ四媒体に投下された広告費
新聞	全国日刊紙、業界紙の広告料および新聞広告制作費
雑誌	全国月刊誌、週刊誌、専門誌の広告料および雑誌広告制作費
ラジオ	全国民間放送の電波料および番組制作費とラジオCM制作費 ※事業費は含まない
テレビメディア	次のテレビメディアの広告費
地上波テレビ	全国民間放送地上波テレビの電波料および番組制作費とテレビCM制作費 ※事業費は含まない
衛星メディア関連	衛星放送、CATVなどに投下された広告費(媒体費および番組制作費)
インターネット広告費	インターネットサイトやアプリ(物販系ECプラットフォームも含む)上の広告掲載費(媒体費)およびその制作費(バナー広告、動画広告、SNSなどでの記事体広告などの制作費およびオウンドメディア上での商品/サービス・キャンペーンなどプロモーションに関連する制作費)
マス四媒体由来のデジタル広告費	マスコミ四媒体事業者などが主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※マスコミ四媒体広告費には含まれない
新聞デジタル	新聞社が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※新聞広告費には含まれない
雑誌デジタル	出版社が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※雑誌広告費には含まれない
ラジオデジタル	ラジオ放送事業者が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※ラジオ広告費には含まれない
テレビメディアデジタル	テレビ放送事業者など(衛星メディア関連も含む)が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※テレビメディア広告費には含まれない
テレビメディア関連動画広告	テレビメディアデジタルのうち、キャッチアップサービスなどインターネット動画配信における広告費
物販系ECプラットフォーム広告費	物販系ECプラットフォーム上に店舗を持つ事業者によって、当該プラットフォーム上に投下された広告費(EC領域の販売促進を図るインターネット広告費全体を示す広告費ではない)
プロモーションメディア広告費	次のプロモーションメディアの広告費
屋外	短期・長期看板、ネオン・LED看板、屋外ビジョンなど屋外広告の製作費と掲出料
交通	電車・バス・タクシー・空港などの交通広告の掲出料
折込	全国の新聞に折り込まれたチラシの折込料
DM(ダイレクト・メール)	ダイレクト・メールに費やされた郵便料・配達料
フリーペーパー・電話帳	フリーペーパー・フリーマガジンの広告料、電話帳の掲出料
POP	POP(店頭販促物)の制作費
イベント・展示・映像ほか	広告業が取り扱う販促キャンペーン、ポップアップストア、スポーツイベント、PRイベント、展示会、博覧会、PR館などの製作費、シネアド、プロモーションビデオなどの制作費や上映費など

図表 4 日本経済の成長と「日本の広告費」 (1998年～2018年)

暦年	日本の広告費		名目国内総生産(GDP)		名目国内総生産に対する総広告費の比率(%)	
	総広告費(億円)	前年比(%)	国内総生産(億円)	前年比(%)		
1998年	1998年	57,711	96.2	5,278,769	98.8	1.09
	99年	56,996	98.8	5,196,518	98.4	1.10
	2000年	61,102	107.2	5,267,060	101.4	1.16
	01年	60,580	99.1	5,230,050	99.3	1.16
	02年	57,032	94.1	5,159,862	98.7	1.11
	03年	56,841	99.7	5,154,007	99.9	1.10
	04年	58,571	103.0	5,209,654	101.1	1.12
	05年	59,625	101.8	5,241,328	100.6	1.14
	06年	59,954	100.6	5,268,797	100.5	1.14
改定	05年	68,235	102.9	5,241,328	100.6	1.30
	06年	69,399	101.7	5,268,797	100.5	1.32
	07年	70,191	101.1	5,316,882	100.9	1.32
	08年	66,926	95.3	5,207,157	97.9	1.29
	09年	59,222	88.5	4,895,010	94.0	1.21
	10年	58,427	98.7	5,003,539	102.2	1.17
	11年	57,096	97.7	4,914,085	98.2	1.16
	12年	58,913	103.2	4,949,572	100.7	1.19
	13年	59,762	101.4	5,031,756	101.7	1.19
	14年	61,522	102.9	5,138,760	102.1	1.20
	15年	61,710	100.3	5,313,198	103.4	1.16
16年	62,880	101.9	5,355,372	100.8	1.17	
17年	63,907	101.6	5,458,974	101.9	1.17	
18年	65,300	102.2	5,471,255	100.2	1.19	
19年	69,381	106.2	5,544,629	101.3	1.25	

(注) 国内総生産は内閣府「国民経済計算確報」および「四半期別GDP速報」による。

(注) 2007年に「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改定した。

図表 5 媒体別広告費（2005年～2019年）

媒体	広告費	広告費(億円)								
		2005年	06年	07年	08年	09年	10年	11年	12年	13年
総広告費		68,235	69,399	70,191	66,926	59,222	58,427	57,096	58,913	59,762
マスコミ四媒体広告費		37,408	36,668	35,699	32,995	28,282	27,749	27,016	27,796	27,825
	新聞	10,377	9,986	9,462	8,276	6,739	6,396	5,990	6,242	6,170
	雑誌	4,842	4,777	4,585	4,078	3,034	2,733	2,542	2,551	2,499
	ラジオ	1,778	1,744	1,671	1,549	1,370	1,299	1,247	1,246	1,243
	地上波テレビ	20,411	20,161	19,981	19,092	17,139	17,321	17,237	17,757	17,913
衛星メディア関連広告費		487	544	603	676	709	784	891	1,013	1,110
インターネット広告費		3,777	4,826	6,003	6,983	7,069	7,747	8,062	8,680	9,381
プロモーションメディア広告費		26,563	27,361	27,886	26,272	23,162	22,147	21,127	21,424	21,446
	屋外	3,806	3,946	4,041	3,709	3,218	3,095	2,885	2,995	3,071
	交通	2,463	2,539	2,591	2,495	2,045	1,922	1,900	1,975	2,004
	折込	6,649	6,662	6,549	6,156	5,444	5,279	5,061	5,165	5,103
	DM	4,314	4,402	4,537	4,427	4,198	4,075	3,910	3,960	3,893
	フリーペーパー・フリーマガジン	2,835	3,357	3,684	3,545	2,881	2,640	2,550	2,367	2,289
	POP	1,782	1,845	1,886	1,852	1,837	1,840	1,832	1,842	1,953
	電話帳	1,192	1,154	1,014	892	764	662	583	514	453
	展示・映像ほか	3,522	3,456	3,584	3,196	2,775	2,634	2,406	2,606	2,680

(注) 2007年に「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改定した。

媒体	広告費	広告費(億円)							
		2012年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年
総広告費		58,913	59,762	61,522	61,710	62,880	63,907	65,300	69,381
マスコミ四媒体広告費		28,809	28,935	29,393	28,699	28,596	27,938	27,026	26,094
	新聞	6,242	6,170	6,057	5,679	5,431	5,147	4,784	4,547
	雑誌	2,551	2,499	2,500	2,443	2,223	2,023	1,841	1,675
	ラジオ	1,246	1,243	1,272	1,254	1,285	1,290	1,278	1,260
	テレビメディア	18,770	19,023	19,564	19,323	19,657	19,478	19,123	18,612
	地上波テレビ	17,757	17,913	18,347	18,088	18,374	18,178	17,848	17,345
	衛星メディア関連	1,013	1,110	1,217	1,235	1,283	1,300	1,275	1,267
インターネット広告費		8,680	9,381	10,519	11,594	13,100	15,094	17,589	21,048
プロモーションメディア広告費		21,424	21,446	21,610	21,417	21,184	20,875	20,685	22,239
	屋外	2,995	3,071	3,171	3,188	3,194	3,208	3,199	3,219
	交通	1,975	2,004	2,054	2,044	2,003	2,002	2,025	2,062
	折込	5,165	5,103	4,920	4,687	4,450	4,170	3,911	3,559
	DM	3,960	3,893	3,923	3,829	3,804	3,701	3,678	3,642
	フリーペーパー・電話帳								2,110
	フリーペーパー・フリーマガジン	2,367	2,289	2,316	2,303	2,267	2,136	2,021	
	電話帳	514	453	417	334	320	294	266	
	POP	1,842	1,953	1,965	1,970	1,951	1,975	2,000	1,970
	イベント・展示・映像ほか								5,677
	展示・映像ほか	2,606	2,680	2,844	3,062	3,195	3,389	3,585	

(注) 2014年より、テレビメディア広告費は「地上波テレビ＋衛星メディア関連」と区分し、2012年に遡及して集計した。

(注) 2019年より、フリーペーパー・電話帳とし、イベント・展示・映像ほかとした。

図表 6 業種別広告費（マスコミ四媒体広告費、衛星メディア関連は除く）

業種	広告費	広告費(千円)			前年比(%)		構成比(%)		
		2017年	2018年	2019年	2018年	2019年	2017年	2018年	2019年
		*衛星メディア関連は除く							
1. エネルギー・素材・機械	4,054	3,911	4,228	96.5	108.1	1.5	1.5	1.7	
2. 食 品	27,744	25,449	25,505	91.7	100.2	10.4	9.9	10.3	
3. 飲料・嗜好品	18,497	17,453	16,771	94.4	96.1	6.9	6.8	6.7	
4. 薬品・医療用品	14,738	14,832	14,411	100.6	97.2	5.5	5.8	5.8	
5. 化粧品・トイレットリー	27,291	26,279	24,029	96.3	91.4	10.2	10.2	9.7	
6. ファッション・アクセサリ	9,163	8,354	7,536	91.2	90.2	3.4	3.2	3.0	
7. 精密機器・事務用品	2,561	3,154	2,691	123.2	85.3	1.0	1.2	1.1	
8. 家電・AV機器	5,288	4,782	4,500	90.4	94.1	2.0	1.9	1.8	
9. 自動車・関連品	14,683	14,025	13,918	95.5	99.2	5.5	5.4	5.6	
10. 家庭用品	6,560	6,399	6,158	97.5	96.2	2.5	2.5	2.5	
11. 趣味・スポーツ用品	7,875	7,352	6,680	93.4	90.9	3.0	2.8	2.7	
12. 不動産・住宅設備	13,032	12,171	11,316	93.4	93.0	4.9	4.7	4.6	
13. 出版	7,798	6,803	6,526	87.2	95.9	2.9	2.6	2.6	
14. 情報・通信	28,891	28,491	26,563	98.6	93.2	10.9	11.1	10.7	
15. 流通・小売業	16,361	16,157	15,969	98.8	98.8	6.1	6.3	6.4	
16. 金融・保険	15,050	15,207	15,083	101.0	99.2	5.6	5.9	6.1	
17. 交通・レジャー	20,116	19,469	19,214	96.8	98.7	7.6	7.6	7.7	
18. 外食・各種サービス	13,482	14,023	13,816	104.0	98.5	5.1	5.4	5.6	
19. 官公庁・団体	3,057	3,006	3,905	98.3	129.9	1.2	1.2	1.6	
20. 教育・医療サービス・宗教	6,822	6,928	6,501	101.6	93.8	2.6	2.7	2.6	
21. 案内・その他	3,317	3,265	2,950	98.4	90.4	1.2	1.3	1.2	
合 計	266,380	257,510	248,270	96.7	96.4	100.0	100.0	100.0	

### ＜マスコミ四媒体広告費の業種別分類基準＞

1. エネルギー・素材・機械	電力、ガス、ガソリン、紙、鉄鋼、化学材料、農業機器、建設・土木機器、工作機器、店舗用機材など
2. 食 品	乳製品、肉製品、調味料、パン、菓子、健康・美容食品、サプリメント、加工食品など
3. 飲料・嗜好品	アルコール飲料、非アルコール飲料、タバコなど
4. 薬品・医療用品	医薬品、医療用品、ドリンク剤、メガネなど
5. 化粧品・トイレットリー	皮膚・毛髪用など化粧品全般、化粧用具、シャンプー&リンス、かみそり・替刃、電動歯ブラシ、歯磨、石けん、洗剤、洗濯用剤、生理用品、紙おむつなど
6. ファッション・アクセサリ	衣料品、生地、身回繊維品、靴、バッグ、傘、貴金属・アクセサリなど
7. 精密機器・事務用品	時計、カメラ・デジタルカメラなど光学機器、事務用品、文房具など
8. 家電・AV機器	厨房用・家事用・冷暖房用電気機器、音声・映像機器(デジタルビデオ含む)、照明器具、電気理容・美容器具など
9. 自動車・関連品	自動車、オートバイ・スクーター、自転車、モーターボート、タイヤ、カーナビゲーションなど
10. 家庭用品	石油・ガス機器、寝具、インテリア、家具、仏具、台所用品、殺虫・防虫剤、芳香・消臭剤など
11. 趣味・スポーツ用品	趣味用品、ゲーム機・ソフト、音声・映像ソフト、園芸用品、ペットフード、パチンコ・パチスロ機、スポーツ用品など
12. 不動産・住宅設備	宅地・住宅など土地・建物、建材、トイレ・浴槽・厨房ユニット・太陽光発電・給湯システムなど住宅付属設備
13. 出版	新聞、雑誌、書籍、語学教材、他の刊行物
14. 情報・通信	コンピュータ・関連品、コンピュータソフト、携帯電話機、携帯情報端末、電話サービス、通信サービス・インターネット、WEBコンテンツ、オンラインショップ、オンラインゲーム、放送など
15. 流通・小売業	百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、通信販売、量販店、ショッピングセンター、他の小売店など
16. 金融・保険	銀行、証券、保険、消費者金融、クレジットカード、電子マネー、宝くじ、インターネットバンキングなど
17. 交通・レジャー	交通、旅行・宿泊、スポーツ・レジャー施設、公営レース、映画・コンサート・各種イベントなど
18. 外食・各種サービス	飲食業、宅配・引越便、美容、レンタル、人材派遣、結婚情報、セキュリティサービス、法律相談、かつらなど
19. 官公庁・団体	官公庁、自治体、政党、外国官公庁、広告団体、諸団体など(単一業界の団体は各業種に分類)
20. 教育・医療サービス・宗教	学校、予備校・学習塾、各種学校、通信教育、医療機関、医療・介護サービス、シルバー施設、宗教など
21. 案内・その他	案内広告(新聞、雑誌)、臨時もの、連合広告、企業グループなど

図表7 業種別 マスコミ四媒体別広告費 (2019年、衛星メディア関連は除く)

\*衛星メディア関連は除く  
(単位:千万円, %)

業種	新聞			雑誌			ラジオ			地上波テレビ			4媒体合計		
	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比
1.エネルギー・素材・機械	481	1.1	93.6	117	0.7	97.5	261	2.1	91.9	3,369	1.9	112.6	4,228	1.7	108.1
2.食品	5,312	11.7	100.0	970	5.8	93.5	1,220	9.7	101.7	18,003	10.4	100.6	25,505	10.3	100.2
3.飲料・嗜好品	1,385	3.0	77.5	617	3.7	96.3	447	3.5	68.7	14,322	8.3	99.6	16,771	6.7	96.1
4.薬品・医療用品	1,787	3.9	103.4	363	2.2	83.4	992	7.9	99.5	11,269	6.5	96.6	14,411	5.8	97.2
5.化粧品・トイレットリー	2,235	4.9	84.2	2,238	13.4	89.3	338	2.7	104.6	19,218	11.1	92.4	24,029	9.7	91.4
6.ファッション・アクセサリ	724	1.6	70.3	4,063	24.3	89.5	57	0.4	103.6	2,692	1.5	98.7	7,536	3.0	90.2
7.精密機器・事務用品	348	0.8	90.9	811	4.8	96.0	69	0.5	77.5	1,463	0.8	79.6	2,691	1.1	85.3
8.家電・AV機器	192	0.4	83.8	391	2.3	84.8	79	0.6	70.5	3,838	2.2	96.4	4,500	1.8	94.1
9.自動車・関連品	753	1.7	95.1	518	3.1	89.5	1,100	8.7	93.1	11,547	6.7	100.7	13,918	5.6	99.2
10.家庭用品	816	1.8	95.9	465	2.8	95.5	201	1.6	94.4	4,676	2.7	96.5	6,158	2.5	96.2
11.趣味・スポーツ用品	856	1.9	103.3	956	5.7	91.1	252	2.0	92.3	4,616	2.7	88.8	6,680	2.7	90.9
12.不動産・住宅設備	2,006	4.4	93.1	604	3.6	93.2	638	5.1	92.2	8,068	4.6	93.0	11,316	4.6	93.0
13.出版	4,154	9.1	95.5	139	0.8	86.9	540	4.3	97.1	1,693	1.0	97.4	6,526	2.6	95.9
14.情報・通信	2,509	5.5	96.0	655	3.9	93.2	1,020	8.1	110.7	22,379	12.9	92.3	26,563	10.7	93.2
15.流通・小売業	6,297	13.9	96.0	740	4.4	89.9	721	5.7	84.9	8,211	4.7	103.6	15,969	6.4	98.8
16.金融・保険	1,413	3.1	86.6	371	2.2	96.4	639	5.1	97.0	12,660	7.3	101.0	15,083	6.1	99.2
17.交通・レジャー	7,588	16.7	99.4	1,402	8.4	87.1	1,106	8.8	115.6	9,118	5.3	98.4	19,214	7.7	98.7
18.外食・各種サービス	1,463	3.2	96.5	392	2.3	93.6	1,699	13.5	102.7	10,262	5.9	98.4	13,816	5.6	98.5
19.官公庁・団体	1,310	2.9	119.0	280	1.7	102.9	740	5.9	112.5	1,575	0.9	161.5	3,905	1.6	129.9
20.教育・医療サービス・宗教	1,734	3.8	90.9	601	3.6	97.2	406	3.2	98.5	3,760	2.2	94.2	6,501	2.6	93.8
21.案内・その他	2,107	4.6	93.0	57	0.3	82.6	75	0.6	174.4	711	0.4	80.1	2,950	1.2	90.4
合計	45,470	100.0	95.0	16,750	100.0	91.0	12,600	100.0	98.6	173,450	100.0	97.2	248,270	100.0	96.4

図表8 マスコミ四媒体業種別広告費 (2010年~2019年、衛星メディア関連は除く)

\*衛星メディア関連は除く  
(単位:千万円)

業種	広告費	広告費(千万円)									
		2010年	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年
1.エネルギー・素材・機械	3,429	2,724	2,624	2,490	2,560	2,664	3,755	4,054	3,911	4,228	
2.食品	28,804	26,619	28,329	27,209	26,350	27,069	28,012	27,744	25,449	25,505	
3.飲料・嗜好品	21,786	19,621	20,987	20,688	21,096	19,373	18,354	18,497	17,453	16,771	
4.薬品・医療用品	14,597	14,354	14,847	14,745	14,992	14,647	15,265	14,738	14,832	14,411	
5.化粧品・トイレットリー	28,792	27,687	28,783	27,985	29,551	28,426	28,845	27,291	26,279	24,029	
6.ファッション・アクセサリ	10,129	10,818	11,645	11,732	11,382	11,067	9,961	9,163	8,354	7,536	
7.精密機器・事務用品	2,942	2,630	2,886	2,834	3,050	3,347	2,884	2,561	3,154	2,691	
8.家電・AV機器	7,337	5,449	5,412	5,533	5,926	5,444	5,970	5,288	4,782	4,500	
9.自動車・関連品	13,163	12,981	16,473	16,710	17,277	15,380	14,459	14,683	14,025	13,918	
10.家庭用品	6,506	6,421	6,496	6,856	7,242	6,714	6,456	6,560	6,399	6,158	
11.趣味・スポーツ用品	12,314	11,061	10,853	10,227	9,414	7,951	7,966	7,875	7,352	6,680	
12.不動産・住宅設備	10,294	10,445	10,869	11,503	11,804	11,209	11,964	13,032	12,171	11,316	
13.出版	9,267	8,949	9,216	8,988	8,769	8,486	8,080	7,798	6,803	6,526	
14.情報・通信	22,091	22,200	24,525	24,332	26,091	27,433	28,401	28,891	28,491	26,563	
15.流通・小売業	18,226	18,694	20,297	19,273	19,374	18,984	18,121	16,361	16,157	15,969	
16.金融・保険	15,383	14,121	14,499	16,762	16,437	15,973	15,759	15,050	15,207	15,083	
17.交通・レジャー	21,118	19,527	21,123	20,976	21,172	21,635	20,784	20,116	19,469	19,214	
18.外食・各種サービス	13,867	12,356	12,896	14,229	14,504	14,638	14,395	13,482	14,023	13,816	
19.官公庁・団体	4,082	10,873	3,327	3,149	3,380	3,296	3,326	3,057	3,006	3,905	
20.教育・医療サービス・宗教	8,177	7,579	7,823	8,069	7,717	7,342	6,941	6,822	6,928	6,501	
21.案内・その他	5,186	5,051	4,050	3,960	3,672	3,562	3,432	3,317	3,265	2,950	
合計	277,490	270,160	277,960	278,250	281,760	274,640	273,130	266,380	257,510	248,270	