株式会社 電通
コーポレート・コミュニケーション局 広報部
105-7001 東京都港区東新橋1-8-1
Tel 03-6216-8041
http://www.dentsu.co.jp/

NEWS RELEASE

2014 年 9 月 10 日

電通の海外子会社カラが、世界の広告費成長率予測の定期改定を実施
― 世界の広告市場は 2014 年、2015 年ともに前年比 5.0%増
日本は 2014 年が 2.0%増、2015 年は 1.7%増 ―

当社グループのメディア・コミュニケーション・エージェンシーである Carat（カラ）は、年に 2 回（3 月と 9 月）、全世界 59 地域から収集したデータを基に、世界の広告費の成長率予測を行っています。3 月には前年実績の確定と当年予測の改定、および翌年の新規予測を行い、9 月には 3 月に予測した数値の改定を実施しています。

このたびカラは、本年 3 月に発表した 2014 年、15 年の世界の広告費の成長率予測について、改定を行いました。本リリースでは、全世界 59 地域トータル、および主要地域／国に関する推計値をお知らせします。

この予測は、世界各地の広告市場の方向性を見る上で重要な指標のひとつと言えます。

	2013年	2014年		2015年	
	成長率 (%)	成長率 (%)		成長率 (%)	
調査発表時期	2014年3月（実績）	2014年3月（予測）	**2014年9月（予測改定）**	2014年3月（予測）	**2014年9月（予測改定）**
全世界（59地域）	3.3	4.8	**5.0**	5.0	**5.0**
北米	3.5	4.3	**4.9**	4.5	**4.5**
米国	3.5	4.3	**4.9**	4.6	**4.6**
カナダ	3.5	3.8	**3.3**	4.1	**3.1**
西ヨーロッパ	-1.7	1.8	**2.7**	2.1	**2.5**
英国	3.8	5.0	**7.5**	4.5	**4.7**
ドイツ	-1.3	1.0	**1.0**	1.5	**1.5**
フランス	-3.0	0.8	**-0.9**	1.0	**0.2**
イタリア	-10.3	-1.3	**-1.3**	1.4	**0.9**
スペイン	-8.5	2.3	**2.6**	3.4	**3.3**
中央および東ヨーロッパ	4.8	5.0	**3.5**	5.2	**4.6**
ロシア	9.9	8.0	**3.9**	7.0	**5.0**
アジアパシフィック	5.0	5.6	**5.4**	5.9	**5.9**
オーストラリア	0.8	2.1	**0.1**	1.9	**0.9**
中国	7.4	8.0	**7.6**	8.3	**7.9**
インド	8.1	8.7	**8.7**	9.8	**9.0**
日本	1.4	1.7	**2.0**	1.7	**1.7**
ラテンアメリカ	9.9	12.8	**12.1**	12.9	**11.8**
ブラジル	7.1	10.0	**9.4**	8.1	8.1

dentsu

■主なポイント

2014 年の世界の広告費

・2014 年の世界の広告費は、ロシア・ソチでの冬季オリンピック・パラリンピック、ブラジルでの FIFA ワールドカップ、米国での中間選挙などの大イベントによる寄与が前回調査の想定を上回ることから、本年 3 月時の前年比 4.8%増から 5.0%増へと成長率予測を改定しています。特に成長率が顕著なのは、ラテンアメリカ 12.1%増（3 月時の予測 12.8%増）であり、アジアパシフィック地域も 5.4%増（同 5.6%増）と、成長率はわずかに下方修正したものの順調に成長すると予測しています。

北米

・北米は引き続き安定した成長が見込まれ、2014 年は 3 月時予測の前年比 4.3%増から 4.9%増へ、2015 年は 3 月時予測と同じ 4.5%増を見込んでいます。経済が堅調で 4.3%増から 4.9%増と上方修正した米国の 2014 年の広告費は、リーマンショック以前の最高値である 2007 年の広告費を初めて超える見通しです。

西ヨーロッパ

・2012 年、13 年とマイナス成長が続いた西ヨーロッパ（英国はプラス成長）でも、2014 年は前年比 2.7%増とプラス成長へと転じ（3 月時予測 1.8%増）、その傾向は 2015 年も 2.5%増と維持されると予測（3 月時 2.1%増）。特に英国はデジタル広告費の 2 桁の増加が見込まれ、2014 年は 7.5%増と 3 月時 5.0%増を上方修正しています。一方フランスは、経済の低迷が続いており、テレビを始め、構成比率の高いプリントメディア広告費の落ち込みから、2014 年は 0.9%減と 3 月時 0.8%増から下方修正しています。

中央および東ヨーロッパ

・ロシアを含む中央および東ヨーロッパは、地政学的な不安定さから、3 月に発表した 2014 年、15 年の広告費を下方修正しています。ロシアの 2014 年の広告費の成長率は、3 月時予測の前年比 8.0%増から 3.9%増へ、2015 年も同 7.0%増から 5.0%増としています。

アジアパシフィック

・アジアパシフィックでは、オーストラリアが 20 年ぶりの緊縮財政の影響で消費が低迷しており、2014 年は 0.1%増と 3 月時の 2.1%増から下方修正しています。中国に関しては、不動産、飲料、食品セクターの前年比割れが見込まれ、2014 年は 7.6%増と 3 月時 8.0%増からわずかに下方修正しています。

・アベノミクス効果や 2020 年のオリンピック・パラリンピックの開催決定により、日本の広告

費の成長率は、2014 年に前年比 2.0%増（3 月時予測 1.7%増）、2015 年には 3 月時予測と同様の 1.7%増と予測。日本は 4 年連続で前年を上回る見通しです。

ラテンアメリカ

・ブラジルは、最大セクターである小売や自動車の伸びが低く、2014 年は 9.4%増と 3 月時 10.0%増からわずかに下方修正しています。

2015 年の世界の広告費

・2015 年の世界の広告費は、経済情勢が世界的にポジティブな傾向にあることから、その成長率を 3 月時に予測した前年比 5.0%増と据え置いています。

（注）Carat（カラ）は同社の世界ネットワークを通して収集した情報に基づき、59 地域の広告費の成長率を独自に分析・推計しています。広告費には、テレビ、新聞、雑誌、ラジオ、映画館広告（シネアド）、屋外/交通広告、デジタルが含まれます。なお、カラは、ニュースリリースでは広告費の実績値や予測値の開示は行わず、個別企業に対するサービスとして活用しています。

以　上