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

2019 年 2 月 28 日

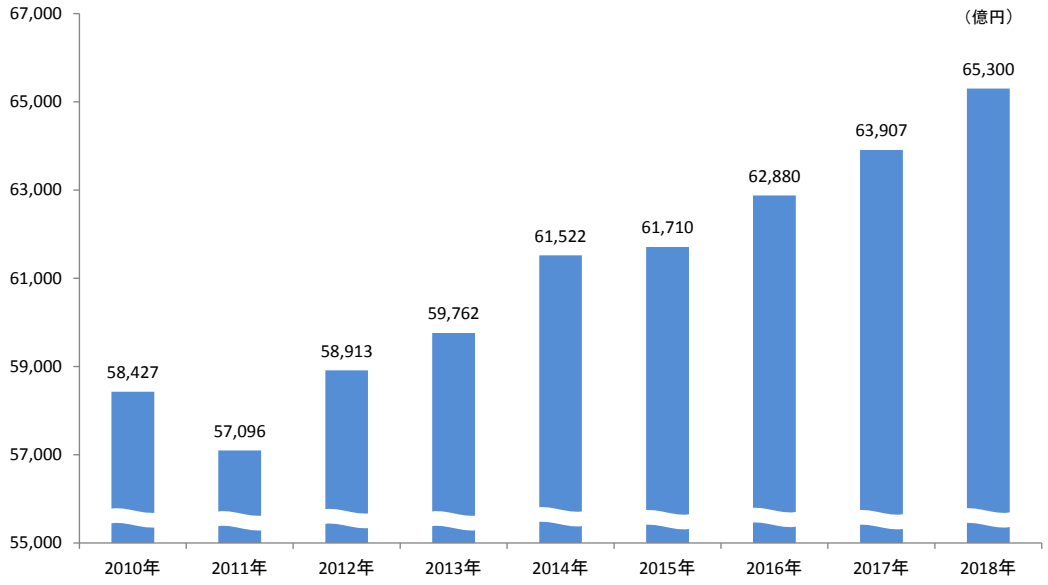
「2018 年 日本の広告費」

●日本の総広告費は、6 兆 5,300 億円（前年比 102.2%）となり、7 年連続のプラス成長
●インターネット広告費は、1 兆 7,589 億円（前年比 116.5%）、
5 年連続の二桁成長となり、地上波テレビ広告費 1 兆 7,848 億円に迫る
●マスコミ四媒体由来のデジタル広告費※は、582 億円（新設項目）

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）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「2018 年（平成 30 年）日本の広告費」を発表した。

2018 年（1～12 月）の日本の総広告費は、戦後最長といわれる景気拡大に伴い、6 兆 5,300 億円、前年比 102.2%となり、7 年連続でプラス成長となった。なお、2018 年の名目国内総生産（GDP）に対する総広告費の比率は 1.19%である。

総広告費の推移



＜2018 年 日本の広告費の概況＞

2018 年の総広告費は、持続する緩やかな景気拡大に伴い、通年で前年比 102.2%となった。

先行き不透明な世界経済や度重なる自然災害、弱含みの個人消費や高まらない所得実感など不安材料は多かったものの、好調な企業収益などが日本経済の成長を後押しし、また媒体別では引き続き好調なインターネット広告費が総広告費全体をけん引する結果となった。市場全体としては、まさに構造変化の真っただ中にあると言える。

一方、インターネット広告のみで解決できないマーケティング課題を、従来からある媒体と組み合わせるなどして解決する統合ソリューションがより深化した。データやテクノロジーを活用し、各媒体の強みをさらに高めていく動きがより顕著となった。

dentsu

1．媒体別にみると、「新聞広告費」（前年比 92.9%）、「雑誌広告費」（同 91.0%）、「ラジオ広告費」（同 99.1%）、「テレビメディア広告費」（同 98.2%、地上波テレビと衛星メディア関連）を合計した「マスコミ四媒体広告費」は、前年比 96.7%となった。「インターネット広告費」（同 116.5%）は、運用型広告を中心に堅調な伸びを示し、加えて、今回初推定したマスコミ四媒体由来のデジタル広告費※の増加による効果もあり（前年は仮推定・非開示）、広告費全体を大きく押し上げる結果となった。「プロモーションメディア広告費」（同 99.1%）は、「交通広告」「POP」「展示・映像ほか」が増加。

2．業種別（マスコミ四媒体、衛星メディア関連は除く）では、21 業種中 5 業種で増加した。

・主な増加業種は、「精密機器・事務用品」（前年比 123.2%、メガネ型拡大鏡）、「外食・各種サービス」（同 104.0%、飲食業、人材派遣）など。

・主な減少業種は、「出版」（同 87.2%、出版案内、婦人・家庭誌）など。

＜2018 年　媒体別広告費＞

	広告費(億円)	前年比(%)	構成比(%)
総広告費	**65,300**	**102.2**	**100.0**
マスコミ四媒体広告費	27,026	96.7	41.4
新聞	4,784	92.9	7.3
雑誌	1,841	91.0	2.8
ラジオ	1,278	99.1	2.0
テレビメディア	19,123	98.2	29.3
地上波テレビ	17,848	98.2	27.3
衛星メディア関連	1,275	98.1	2.0
インターネット広告費	17,589	116.5	26.9
うちマスコミ四媒体由来のデジタル広告費	582		0.9
新聞デジタル	132		0.2
雑誌デジタル	337		0.5
ラジオデジタル	8		0.0
テレビメディアデジタル	105		0.2
テレビメディア関連動画広告	101		0.2
プロモーションメディア広告費	20,685	99.1	31.7
屋外	3,199	99.7	4.9
交通	2,025	101.1	3.1
折込	3,911	93.8	6.0
DM(ダイレクト・メール)	3,678	99.4	5.6
フリーペーパー・フリーマガジン	2,021	94.6	3.1
POP	2,000	101.3	3.1
電話帳	266	90.5	0.4
展示・映像ほか	3,585	105.8	5.5

※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のこと。新聞デジタル、雑誌デジタル、ラジオデジタル、テレビメディアデジタルのことで、これらのデジタル広告費はマスコミ四媒体広告費には含まれない。なお、テレビメディアデジタルの内訳である「テレビメディア関連動画広告」は、キャッチアップなど動画配信タイプへのインターネット広告費のことを指す。

dentsu

１．総広告費の推移（表１：P9）

2018 年の総広告費は、6 兆 5,300 億円、前年比 102.2%と、7 年連続でプラス成長となった。

２．媒体別広告費の概要（表 2：P10、表 3：P11）

媒体別にみると、前年に引き続き運用型広告、動画広告（SNS 上での活用も増加）の成長がさらに加速した「インターネット広告費」は、1 兆 7,589 億円（前年比 116.5%）と 5 年連続で二桁成長となった。構成比も総広告費全体の 26.9%となり、前年より 3.3 ポイント増加。2018 年から推定を開始した「マスコミ四媒体由来のデジタル広告費」は 582 億円だった。

なお、「インターネット広告媒体費」は、1 兆 4,480 億円（同 118.6%）と、前年より 2,274 億円増加した。

一方、「マスコミ四媒体広告費*（衛星メディア関連も含む）」は、2 兆 7,026 億円（同 96.7%）と 4 年連続して減少。また、「プロモーションメディア広告費」も、2 兆 685 億円（同 99.1%）と、4 年連続での減少となった。うち「展示・映像ほか」については、7 年連続のプラス成長。
*マスコミ四媒体広告費には広告制作費も含まれている。

■新聞広告費：4,784 億円（前年比 92.9%）

・新聞広告費は、販売部数とページ数がともに減少したこともあり、前年に引き続き減少傾向だった。
・通年では、「第 23 回オリンピック冬季競技大会（2018/平昌）」、自然災害お見舞広告、「2018 FIFA ワールドカップ ロシア大会」、相次ぐ謹告、業績好調を反映した企業広告などが増加したものの、全体としてはマイナスで推移した。
・業種別では、シニア向け通販系医薬品などを含む「薬品・医療用品」「飲料・嗜好品」が増加。一方、前年の衆議院選挙などの反動減で、「官公庁・団体」がマイナスとなった。
・新聞紙面とデジタルの連動が顕著に表れてきており、無購読層との新たな接触を図る施策が活性化している。また、紙媒体としての新聞に限定しない、さまざまな社会的機能と資産を活用した統合的な課題解決への取り組みや、地方創生関連の施策がさらに進んだ。

■雑誌広告費：1,841 億円（前年比 91.0%）

・紙の出版物推定販売金額は、前年比 94.3%と 14 年連続でマイナスとなった。一方、電子出版市場は同 111.9%と、前年に続き二桁成長となった。紙と電子出版全体では同 96.8%。
※数字出典：『出版月報』2019 年 1 月号
・雑誌広告費も年間を通じて前年を下回った。一方、前年に続き、出版社由来のデジタル広告費（本雑誌広告費には含まないが、インターネット広告費には含まれる）が二桁成長。出版社系デジタルメディアの成長（コンテンツの質の高さ、メディアパワーの成長など）や、出版社のデジタルトランスフォーメーション（SNS 拡散企画や出版社制作の動画プロモーションの活用等）、また多様なコンテンツホルダーとしての大規模な事業開発（コミックなどの各種コンテンツを活用したイベント等）により、新領域ビジネスの伸長が期待される。
・業種別では、「エネルギー・素材・機械」「家庭用品」などが増加。一方、前年に続き、トップ業種である「ファッション・アクセサリー」などは減少。「化粧品・トイレタリー」も全体では減少したものの、美容誌などでは増加傾向にある。

■ラジオ広告費：1,278 億円（前年比 99.1%）

・ラジオ広告費は、3 年ぶりにマイナス。トップ業種の「外食・各種サービス」が前年比 97.1%と前年に続き減少したことが要因の一つ。
・業種別では、通販などが伸長した「流通・小売業」（前年比 114.9%）や、「精密機器・事務用品」（同 120.3%）、「自動車・関連品」（同 104.0%）など 13 業種が増加した。一方、減少は 8 業種。
・「radiko.jp（ラジコ）」は、月間ユニークユーザー数とプレミアム会員数が堅調に増加し、年後半にはオーディオアドを本格的に開始。
・コミュニティ放送も前年に続いて堅調で、ラジオ広告費全体の押し上げに寄与した。

■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 9,123 億円（前年比 98.2%）

◇地上波テレビ：1 兆 7,848 億円（同 98.2%）

・地上波テレビは、緩やかな景気拡大で増加が期待されたものの、出稿の勢いが活性化するまでには至らなかった。
・番組（タイム）広告（前年比 101.2%）は、「第 23 回オリンピック冬季競技大会（2018/平昌）」「2018 FIFA ワールドカップ ロシア大会」「第 18 回アジア競技大会（2018/ジャカルタ）」などのスポーツ番組が貢献し増加した。地域別では、通年で基幹 8 地区中、東京、名古屋（2 年連続）、大阪（2 年連続）、北海道、静岡、広島の 6 地区が前年超え。
・スポット広告（同 96.3%）は、一部業種で増加が見られたものの、2 年連続でのマイナスになるなど年間を通して低調に推移。地域別では、通年で全 32 地区中、沖縄を除く 31 地区で前年実績を下回った。
・業種別では、「精密機器・事務用品」「外食・各種サービス」「教育・医療サービス・宗教」「金融・保険」などが増加。一方、構成比の高い「食品」「化粧品・トイレタリー」「飲料・嗜好品」などが減少した。

◇衛星メディア関連：1,275億円（同98.1%）

・BS 放送 922.9億円（前年比99.7%）、CS放送 187.0億円（同93.1%）、CATV放送 164.8億円（同94.7%）と、前年まで成長が続いていた衛星メディア関連がマイナスに転じた。
・特に、CS放送のペイテレビチャネルにおける通販広告の減少が顕著。背景にはレスポンスの低下に伴う投下量の見直しやデジタルシフトの進展などがあると考えられる。

■インターネット広告費：1 兆 7,589 億円（前年比 116.5%）

◇インターネット広告媒体費：1 兆 4,480 億円（同 118.6%）

・インターネット広告媒体費のうち運用型広告費は 1 兆 1,518 億円（前年比 122.5%）を占め、大規模プラットフォーマーを中心に高い成長率となった。自社プラットフォームを保有する媒体社も運用型の機能拡充とその広告販売に注力し始めており、各種コンテンツメディアについては、収益基盤となる運用型広告プラットフォームの活用を進めている。
・2018 年の特徴は、自社プラットフォームの開発・拡大路線をとる媒体社と、他社プラットフォームの活用を軸とする媒体社に傾向が分かれてきたことにある。加えて、動画広告の表示フォーマット開発が進むなど、媒体 UI（ユーザーインターフェース）の洗練化が進展した。
・また、大手プラットフォーマーによる事業は、広告領域だけではなく、AI スピーカーや決済領域、自動運転車への進出など多方向に拡大中。
・クライアントのブランドセーフティーへの関心の高まりとともに、運用型広告についてはよ

り精緻な運用が求められている。予約型広告については評価が見直される傾向があるが、第三者配信への対応など運用型広告と同等の配信技術の導入が求められている。
・アドフラウド問題への対処などを含め、業界全体に高いコンプライアンス意識が求められている。
・また、本広告費には含まれないが、2018 年には E コマースメディアにおける広告市場も急速に成長しており、今後もその動向が注目される。

マスコミ四媒体由来のデジタル広告費：582 億円（インターネット広告媒体費の一部）
・マスコミ四媒体由来のデジタル広告費は、急速に成長しており（前年比二桁成長と見られる）、運用型以外の領域での上昇が確認された。
・**新聞デジタル：132 億円。**各社ともに運用型広告の売上改善、アドベリフィケーションへの対応、特にブランドセーフティーへの貢献に注力した一年であった。専門分野に特化したメディアの PV 数が増加した結果、同メディアの成長が加速。さらに 2019 年を見越し、ヘッダービディングやアドフラウド対策など技術面での強化が進んだ。ブランドイメージの毀損を避けるトレンドが強まり、新聞デジタルの必要性が高まってきている。業種別では「ファッション・アクセサリー」などのラグジュアリー系が好調を維持。一方、「金融」「自動車関連」が減少。
・**雑誌デジタル：337 億円。**出版社のデジタル事業拡大に伴い、アドベリフィケーションやブランドリフトを基点とした出版コンテンツの価値がクライアントに認められ、前年比 200%超を達成したメディアも多くあった。紙媒体を基点としないデジタルネイティブメディアが相次いでローンチし、ユニークユーザー数・広告ともに好調に推移した。主要出版社では、デジタル広告の売上が広告売上全体の 40～50%になるなど、デジタルメディアシフトが大きく進んだ。
・**ラジオデジタル：8 億円。**「radiko.jp」をはじめるオーディオアドが急速に市場を拡大させている。ラジオデジタルの数字は前年比で増加したと見られ、その大きな要因には放送局独自のインターネットオリジナルコンテンツの堅調な伸びがあると考えられる。
・**テレビメディアデジタル：105 億円。**2015 年以降、テレビメディア関連動画広告が急速に成長しており、2018 年には 100 億円を突破。地上波テレビ番組のキャッチアップ配信を行う TVer（ティーバー）などは、コンテンツカを背景にさらなる展開が期待される。

◇インターネット広告制作費：3,109 億円（同 107.7%）
・インターネット広告制作費は、2018 年も堅調に推移。
・企業のデジタルトランスフォーメーションの進展により、マーケティング活動とデジタル制作の相関性が一層強まってきた。「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」に向け、この傾向はさらに加速していくと予想。
・特に伸長している制作領域は、コンテンツマーケティング（情報記事など）、ユーザーとのコミュニケーションサイト（会員サイトなど）、ウェブ動画（動画サイト、自社サイト掲載用など）、SNS との連携企画、モバイルサイトなど。
・ 自社サイトをマーケティング活動の重要なメディアとして捉える傾向が、ますます顕著にってきた。その背景には、昨今取り沙汰されることの多いブランドセーフティーが担保できるという視点が見逃せない。情報の品質や信頼性という観点からも、自社サイトを含むオウンドメディアの制作が改めて注目されている。
・ 他の施策と併せた「コミュニケーション設計」や「効果の可視化」など、デジタル制作の領

域でもマーケティングの実効性がますます求められるようになってきている。

■プロモーションメディア広告費：2 兆 685 億円（前年比 99.1%）

◇屋外：3,199 億円（同 99.7%）

・大きな流れとして、旧来の看板からデジタルサイネージ（LED を活用した看板も含む）への移行が見られる。一方、引き続きネオン看板など一定の需要もある。
・長期看板では、自然災害による修理やデザイン変更による製作需要が増加した。
・屋外ビジョンでは、特に渋谷において、IT プラットフォーム、IT サービスアプリ、ゲームアプリなどの広告が増加した。
・スタジアム看板は、プロ野球の観客動員数が増加したことに伴い、媒体費も増加した。

◇交通：2,025 億円（同 101.1%）

・鉄道では、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した。特に首都圏では、新型車両の増加に伴い、車内デジタルサイネージが好調。「ダイナミック・デジタル OOH」を利用したサイネージ展開や、車両・駅構内のデジタルサイネージを組み合わせる広告展開が進んだ。
・空港では、訪日観光客の増加に伴い、広告需要が伸びている。
・タクシー広告は、空港同様に観光客の増加に伴って増加傾向にある。
・業種別では、「出版」や「飲料」の広告が減少する一方で、エステ系、人材系、外資系の広告が増加。

◇折込：3,911 億円（同 93.8%）

・新聞購読率、新聞発行部数の減少などに伴う折込枚数やサイズダウンの影響により、広告費は減少傾向が続いた。
・地域別では、自然災害のあった「中国」「近畿」「北海道」において特に落ち込みが顕著。
・近年の新聞購読世帯の減少に伴い、新聞折込広告の到達率（リーチ）が低下。そのため、新聞無読層への折込広告到達を補完するポスティングやフリーペーパー折込の更なる活用、位置情報を利用したジオフェンシング広告などとのオンオフ統合も進行している。

◇DM（ダイレクト・メール）：3,678 億円（同 99.4%）

・インターネット広告だけでは取り込めない顧客を、紙の DM で取り込もうとするケースが顕著であった。特に通販では、EC サイト上で「かご落ち」（買いたい商品を購入予定フォルダに入れたままにすること）した人に対して、紙の DM をタイミングよく送付し購買につなげるといった紙とウェブの連携企画が進んだ。
・データの活用や印刷の高速化に伴い、パーソナライズドカタログなどハイクオリティな DM 手法も現実化してきている。
・DM 無宛名便市場は、公共性の高い事業においては案内・告知メディアの一つとして重要視されて拡大傾向にあり、特に中部地方で活発化している。地域によっては、見守り事業を担っているケースもある。

【参考】

デジタル印刷機の高度化に伴って最適なメッセージを個々人にカスタマイズすることが可能になったことを受け、より効果的でリッチなコンテンツが普及し、制作費などが増

加傾向にあると考えられるため、今回その制作費関連部分の推定を行った。
DM 広告制作関連市場（2018 年推定）：1,214 億円

◇フリーペーパー・フリーマガジン：2,021 億円（同 94.6%）

・全体に広告費は減少傾向にあるものの、売上や来店者数など効果が分かりやすいイベントやサンプリングなどのプロモーション活動は増加。また、地域密着やエリア限定、ターゲットを限定（より深く、明確なセグメント）したキャンペーンへの単発広告が増加した。
・一年を通して、紙面と折込（チラシ）双方の同時販売が伸長。とりわけイベントプロモーションと掛け合わせた複合企画が多く見られた。また、雑誌出版社等との連携による紙と紙のメディアミックスも好調に推移した。
・デジタル広告費についても、「タイアップ」「アドネットワーク収入」「メール配信」など近年好調であった分野は引き続き堅調に推移し、さらに媒体社由来の「インフルエンサー施策」も伸長した。

◇POP：2,000 億円（同 101.3%）

・前年から大型スーパー、百貨店、ホームセンターでの POP 領域の減少は続いたが、スーパー、家電量販店、ドラッグストアなど POP を多く取り扱う業態が好調であったため、全体としては増加した。小売業が独自にテクノロジーやコンテンツを活用してデジタル POP を設置するケースが増えていることもあり、メーカーによる POP の役割に変化が出始めている。
・全国的にインバウンド需要が高まっているが、POP については地方の主要都市に限られている。
・業種別では、化粧品・トイレタリーはインバウンド需要の継続からドラッグストアが売場を拡大し、POP も増加。スーパーマーケットでは菓子、食品が好調であった一方、ビールなど飲料の POP は減少した。百貨店・大型スーパーにおけるファッションやアクセサリーは不調で、消費者の EC サイトへの移行も相まって店頭 POP は減少した。
・製作費については、前年に続き二極化現象（高価訴求と徹底した廉価版）が進行した。

◇電話帳広告：266 億円（同 90.5%）

・避難所マップや防災の心得などを収録した「防災用別冊版」を同梱し、全住戸・全事業所を対象に届ける体制が拡大してきた。全国すべての地域において、全住戸・全事業所にアクセスできる「デリバリープラットフォーム」を活用した全戸型ポスティングサービスが広がってきている。「電話帳」は「地域と暮らしのメディア」へのパラダイムシフトを遂げており、地元の特色を生かした表紙や特集記事などによる広告価値の向上が進んだ。

◇展示・映像ほか：3,585 億円（同 105.8%）

・訪日観光客の増加や「2020 東京オリンピック・パラリンピック競技大会」に伴う再開発などにより、市場環境は良好であった。特に東京では、「国家戦略特区」による都市再生プロジェクトが進行しており、デジタルテクノロジーを駆使したアートイベントや e スポーツなどの開催が盛んであった。
・地域別では、東京の日比谷・渋谷・日本橋などで、人、モノ、コトが交流し、新たな体験価値が創出される空間が誕生。また中部では、名古屋城や名古屋港周辺のテーマパーク、空港隣接地の複合商業施設などの開設が相次いだ。西日本エリアでも観光施策が活況を呈したが、

とりわけ「山口ゆめ花博」は 52 日間で 136 万人強の来場者を集めるなど、多様な体験型交流プログラムが人気を博した。
・また前年に続き、ターゲットを明確にし、SNS との連動を狙った期間限定の「ポップアップストア」が高い話題を呼んだ。

【参考】

近年のイベント需要の拡大に伴い、その広告市場規模推定に対する要望が強い。「展示・映像ほか」にはイベント以外の広告費も含まれており、必ずしもイベント関連広告市場とは言えないため、今回その市場規模の推定を試みた。
広告業からみたイベント関連広告市場（2018 年推定）：3,148 億円

その他、プロモーションメディアに関連する市場動向

【参考】

エリアマーケティングや全戸配付需要の高まりにより伸長していると考えられる「ポスティング市場」についても今回推定を行った。
ポスティング市場（2018 年推定）：1,129 億円

３．業種別広告費（21 業種、マスコミ四媒体〈衛星メディア関連は除く〉のみ）について
（表 4：P12、表 5・表 6：P13）

2018 年は 21 業種中 5 業種の広告費が増加、16 業種が減少となった（2017 年は 6 業種が増加、15 業種が減少）。

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「2018 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/6500

以　上

dentsu

表１　日本経済の成長と「日本の広告費」　(1997 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（%）	
	1997年(平成9年)	59,961	103.9	5,341,425	101.6	1.12
	98年(10年)	57,711	96.2	5,278,769	98.8	1.09
	99年(11年)	56,996	98.8	5,196,518	98.4	1.10
	2000年(12年)	61,102	107.2	5,267,060	101.4	1.16
	01年(13年)	60,580	99.1	5,230,050	99.3	1.16
	02年(14年)	57,032	94.1	5,159,862	98.7	1.11
	03年(15年)	56,841	99.7	5,154,007	99.9	1.10
	04年(16年)	58,571	103.0	5,209,654	101.1	1.12
	05年(17年)	59,625	101.8	5,241,328	100.6	1.14
	06年(18年)	59,954	100.6	5,268,797	100.5	1.14
	05年(17年)	68,235	102.9	5,241,328	100.6	1.30
	06年(18年)	69,399	101.7	5,268,797	100.5	1.32
	07年(19年)	70,191	101.1	5,316,882	100.9	1.32
	08年(20年)	66,926	95.3	5,207,157	97.9	1.29
改	09年(21年)	59,222	88.5	4,895,010	94.0	1.21
	10年(22年)	58,427	98.7	5,003,539	102.2	1.17
	11年(23年)	57,096	97.7	4,914,085	98.2	1.16
	12年(24年)	58,913	103.2	4,949,572	100.7	1.19
定	13年(25年)	59,762	101.4	5,031,756	101.7	1.19
	14年(26年)	61,522	102.9	5,138,760	102.1	1.20
	15年(27年)	61,710	100.3	5,313,198	103.4	1.16
	16年(28年)	62,880	101.9	5,359,864	100.9	1.17
	17年(29年)	63,907	101.6	5,451,219	101.7	1.17
	18年(30年)	65,300	102.2	5,484,961	100.6	1.19

（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。

dentsu

表２　媒体別広告費

媒体＼広告費	広告費(億円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2016年（平成28年）	2017年（29年）	2018年（30年）	2017年（29年）	2018年（30年）	2016年（28年）	2017年（29年）	2018年（30年）
総広告費	62,880	63,907	65,300	101.6	102.2	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費	28,596	27,938	27,026	97.7	96.7	45.5	43.7	41.4
新聞	5,431	5,147	4,784	94.8	92.9	8.6	8.1	7.3
雑誌	2,223	2,023	1,841	91.0	91.0	3.5	3.2	2.8
ラジオ	1,285	1,290	1,278	100.4	99.1	2.1	2.0	2.0
テレビメディア	19,657	19,478	19,123	99.1	98.2	31.3	30.4	29.3
地上波テレビ	18,374	18,178	17,848	98.9	98.2	29.2	28.4	27.3
衛星メディア関連	1,283	1,300	1,275	101.3	98.1	2.1	2.0	2.0
インターネット広告費	13,100	15,094	17,589	115.2	116.5	20.8	23.6	26.9
うちマスコミ四媒体由来のデジタル広告費			582					0.9
新聞デジタル			132					0.2
雑誌デジタル			337					0.5
ラジオデジタル			8					0.0
テレビメディアデジタル			105					0.2
テレビメディア関連動画広告			101					0.2
プロモーションメディア広告費	21,184	20,875	20,685	98.5	99.1	33.7	32.7	31.7
屋外	3,194	3,208	3,199	100.4	99.7	5.1	5.0	4.9
交通	2,003	2,002	2,025	100.0	101.1	3.2	3.1	3.1
折込	4,450	4,170	3,911	93.7	93.8	7.1	6.5	6.0
DM（ダイレクト・メール）	3,804	3,701	3,678	97.3	99.4	6.0	5.8	5.6
フリーペーパー・フリーマガジン	2,267	2,136	2,021	94.2	94.6	3.6	3.4	3.1
POP	1,951	1,975	2,000	101.2	101.3	3.1	3.1	3.1
電話帳	320	294	266	91.9	90.5	0.5	0.5	0.4
展示・映像ほか	3,195	3,389	3,585	106.1	105.8	5.1	5.3	5.5

（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」とし、2012年に遡及して集計した。
（注）2018年より、マスコミ四媒体由来のデジタル広告費を推定した。

＜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上の広告掲載費および広告制作費 （バナー広告などの制作費および企業ホームページの内、商品/サービス・キャンペーン関連の制作費）
うちマスコミ四媒体由来のデジタル広告費	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 ※ラジオ広告費には含まれない
テレビメディアデジタル	テレビ放送事業社など（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
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	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・フリーマガジン	フリーペーパー・フリーマガジンの広告料
POP	POP(店頭販促物)の制作費
電話帳	電話帳広告の掲出料
展示・映像ほか	展示会、博覧会、PR館などの制作費、シネアド・ビデオなどの制作費と上映費など

dentsu

表３　媒体別広告費（2005 年～2018 年）

媒体＼広告費	広告費（億円）								
	05年（平成17年）	06年（18年）	07年（19年）	08年（20年）	09年（21年）	10年（22年）	11年（23年）	12年（24年）	13年（25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
ﾌﾘｰﾍﾟｰﾊﾟｰ・ﾌﾘｰﾏｶﾞｼﾞﾝ	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（平成24年）	13年（25年）	14年（26年）	15年（27年）	16年（28年）	17年（29年）	18年（30年）
総広告費	58,913	59,762	61,522	61,710	62,880	63,907	65,300
マスコミ四媒体広告費	28,809	28,935	29,393	28,699	28,596	27,938	27,026
新聞	6,242	6,170	6,057	5,679	5,431	5,147	4,784
雑誌	2,551	2,499	2,500	2,443	2,223	2,023	1,841
ラジオ	1,246	1,243	1,272	1,254	1,285	1,290	1,278
テレビメディア	18,770	19,023	19,564	19,323	19,657	19,478	19,123
地上波テレビ	17,757	17,913	18,347	18,088	18,374	18,178	17,848
衛星メディア関連	1,013	1,110	1,217	1,235	1,283	1,300	1,275
インターネット広告費	8,680	9,381	10,519	11,594	13,100	15,094	17,589
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
屋外	2,995	3,071	3,171	3,188	3,194	3,208	3,199
交通	1,975	2,004	2,054	2,044	2,003	2,002	2,025
折込	5,165	5,103	4,920	4,687	4,450	4,170	3,911
DM	3,960	3,893	3,923	3,829	3,804	3,701	3,678
ﾌﾘｰﾍﾟｰﾊﾟｰ・ﾌﾘｰﾏｶﾞｼﾞﾝ	2,367	2,289	2,316	2,303	2,267	2,136	2,021
POP	1,842	1,953	1,965	1,970	1,951	1,975	2,000
電話帳	514	453	417	334	320	294	266
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。

dentsu

表４　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）

＊衛星メディア関連は除く

業種＼広告費	広告費(千万円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2016年（平成28年）	2017年（29年）	2018年（30年）	2017年（29年）	2018年（30年）	2016年（28年）	2017年（29年）	2018年（30年）
1. エネルギー・素材・機械	3,755	4,054	3,911	108.0	96.5	1.4	1.5	1.5
2. 食品	28,012	27,744	25,449	99.0	91.7	10.2	10.4	9.9
3. 飲料・嗜好品	18,354	18,497	17,453	100.8	94.4	6.7	6.9	6.8
4. 薬品・医療用品	15,265	14,738	14,832	96.5	100.6	5.6	5.5	5.8
5. 化粧品・トイレタリー	28,845	27,291	26,279	94.6	96.3	10.6	10.2	10.2
6. ファッション・アクセサリー	9,961	9,163	8,354	92.0	91.2	3.6	3.4	3.2
7. 精密機器・事務用品	2,884	2,561	3,154	88.8	123.2	1.0	1.0	1.2
8. 家電・ＡＶ機器	5,970	5,288	4,782	88.6	90.4	2.2	2.0	1.9
9. 自動車・関連品	14,459	14,683	14,025	101.5	95.5	5.3	5.5	5.4
10. 家庭用品	6,456	6,560	6,399	101.6	97.5	2.4	2.5	2.5
11. 趣味・スポーツ用品	7,966	7,875	7,352	98.9	93.4	2.9	3.0	2.8
12. 不動産・住宅設備	11,964	13,032	12,171	108.9	93.4	4.4	4.9	4.7
13. 出版	8,080	7,798	6,803	96.5	87.2	3.0	2.9	2.6
14. 情報・通信	28,401	28,891	28,491	101.7	98.6	10.4	10.9	11.1
15. 流通・小売業	18,121	16,361	16,157	90.3	98.8	6.6	6.1	6.3
16. 金融・保険	15,759	15,050	15,207	95.5	101.0	5.8	5.6	5.9
17. 交通・レジャー	20,784	20,116	19,469	96.8	96.8	7.6	7.6	7.6
18. 外食・各種サービス	14,395	13,482	14,023	93.7	104.0	5.3	5.1	5.4
19. 官公庁・団体	3,326	3,057	3,006	91.9	98.3	1.2	1.2	1.2
20. 教育・医療サービス・宗教	6,941	6,822	6,928	98.3	101.6	2.5	2.6	2.7
21. 案内・その他	3,432	3,317	3,265	96.6	98.4	1.3	1.2	1.3
合計	273,130	266,380	257,510	97.5	96.7	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・トイレタリー	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 生理用品、紙おむつなど
6. ファッション・アクセサリー	衣料品、生地、身回繊維品、靴、バッグ、傘、貴金属・アクセサリーなど
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(ﾃﾞｼﾞﾀﾙﾋﾞﾃﾞｵｶﾒﾗ含む)、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

表５　業種別 マスコミ四媒体別広告費（2018 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＼媒体	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	514	1.1	90.7	120	0.6	112.1	284	2.2	95.3	2,993	1.7	97.1	3,911	1.5	96.5
2. 食品	5,313	11.1	88.7	1,037	5.6	89.1	1,200	9.4	108.2	17,899	10.0	91.9	25,449	9.9	91.7
3. 飲料・嗜好品	1,788	3.7	101.1	641	3.5	68.7	651	5.1	103.0	14,373	8.1	94.8	17,453	6.8	94.4
4. 薬品・医療用品	1,729	3.6	101.8	435	2.4	91.8	997	7.8	97.6	11,671	6.5	101.1	14,832	5.8	100.6
5. 化粧品・トイレタリー	2,653	5.5	90.2	2,507	13.6	94.5	323	2.5	95.0	20,796	11.7	97.4	26,279	10.2	96.3
6. ファッション・アクセサリー	1,030	2.2	89.0	4,542	24.7	89.8	55	0.4	100.0	2,727	1.5	94.2	8,354	3.2	91.2
7. 精密機器・事務用品	383	0.8	89.7	845	4.6	95.3	89	0.7	120.3	1,837	1.0	156.6	3,154	1.2	123.2
8. 家電・ＡＶ機器	229	0.5	79.5	461	2.5	80.9	112	0.9	84.8	3,980	2.2	92.6	4,782	1.9	90.4
9. 自動車・関連品	792	1.6	84.5	579	3.1	85.9	1,182	9.3	104.0	11,472	6.4	96.1	14,025	5.4	95.5
10. 家庭用品	851	1.8	90.7	487	2.6	108.7	213	1.7	100.0	4,848	2.7	97.7	6,399	2.5	97.5
11. 趣味・スポーツ用品	829	1.7	98.1	1,049	5.7	89.4	273	2.1	105.8	5,201	2.9	92.9	7,352	2.8	93.4
12. 不動産・住宅設備	2,155	4.5	88.7	648	3.5	91.0	692	5.4	104.7	8,676	4.9	94.0	12,171	4.7	93.4
13. 出版	4,348	9.1	92.0	160	0.9	81.6	556	4.4	63.3	1,739	1.0	87.0	6,803	2.6	87.2
14. 情報・通信	2,613	5.5	92.8	703	3.8	94.9	921	7.2	99.7	24,254	13.6	99.4	28,491	11.1	98.6
15. 流通・小売業	6,557	13.7	98.3	823	4.5	94.4	849	6.6	114.9	7,928	4.4	98.1	16,157	6.3	98.8
16. 金融・保険	1,632	3.4	95.2	385	2.1	98.5	659	5.2	92.4	12,531	7.0	102.4	15,207	5.9	101.0
17. 交通・レジャー	7,634	16.0	94.1	1,610	8.7	93.8	957	7.5	103.8	9,268	5.2	99.0	19,469	7.6	96.8
18. 外食・各種サービス	1,516	3.2	89.3	419	2.3	90.5	1,654	12.9	97.1	10,434	5.9	108.5	14,023	5.4	104.0
19. 官公庁・団体	1,101	2.3	83.8	272	1.5	89.2	658	5.2	101.2	975	0.6	123.7	3,006	1.2	98.3
20. 教育・医療サービス・宗教	1,908	4.0	95.5	618	3.4	96.4	412	3.2	100.2	3,990	2.2	105.8	6,928	2.7	101.6
21. 案内・その他	2,265	4.7	92.8	69	0.4	127.8	43	0.3	153.6	888	0.5	112.0	3,265	1.3	98.4
合計	47,840	100.0	92.9	18,410	100.0	91.0	12,780	100.0	99.1	178,480	100.0	98.2	257,510	100.0	96.7

表６　業種別広告費（2009 年～2018 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）									
	2009年（平成21年）	10年（22年）	11年（23年）	12年（24年）	13年（25年）	14年（26年）	15年（27年）	16年（28年）	17年（29年）	18年（30年）
1. エネルギー・素材・機械	3,272	3,429	2,724	2,624	2,490	2,560	2,664	3,755	4,054	3,911
2. 食品	28,850	28,804	26,619	28,329	27,209	26,350	27,069	28,012	27,744	25,449
3. 飲料・嗜好品	22,701	21,786	19,621	20,987	20,688	21,096	19,373	18,354	18,497	17,453
4. 薬品・医療用品	16,333	14,597	14,354	14,847	14,745	14,992	14,647	15,265	14,738	14,832
5. 化粧品・トイレタリー	27,591	28,792	27,687	28,783	27,985	29,551	28,426	28,845	27,291	26,279
6. ファッション・アクセサリー	9,312	10,129	10,818	11,645	11,732	11,382	11,067	9,961	9,163	8,354
7. 精密機器・事務用品	3,073	2,942	2,630	2,886	2,834	3,050	3,347	2,884	2,561	3,154
8. 家電・ＡＶ機器	7,056	7,337	5,449	5,412	5,533	5,926	5,444	5,970	5,288	4,782
9. 自動車・関連品	13,456	13,163	12,981	16,473	16,710	17,277	15,380	14,459	14,683	14,025
10. 家庭用品	5,899	6,506	6,421	6,496	6,856	7,242	6,714	6,456	6,560	6,399
11. 趣味・スポーツ用品	14,200	12,314	11,061	10,853	10,227	9,414	7,951	7,966	7,875	7,352
12. 不動産・住宅設備	11,268	10,294	10,445	10,869	11,503	11,804	11,209	11,964	13,032	12,171
13. 出版	9,451	9,267	8,949	9,216	8,988	8,769	8,486	8,080	7,798	6,803
14. 情報・通信	20,338	22,091	22,200	24,525	24,332	26,091	27,433	28,401	28,891	28,491
15. 流通・小売業	19,139	18,226	18,694	20,297	19,273	19,374	18,984	18,121	16,361	16,157
16. 金融・保険	15,144	15,383	14,121	14,499	16,762	16,437	15,973	15,759	15,050	15,207
17. 交通・レジャー	23,352	21,118	19,527	21,123	20,976	21,172	21,635	20,784	20,116	19,469
18. 外食・各種サービス	13,487	13,867	12,356	12,896	14,229	14,504	14,638	14,395	13,482	14,023
19. 官公庁・団体	4,766	4,082	10,873	3,327	3,149	3,380	3,296	3,326	3,057	3,006
20. 教育・医療サービス・宗教	8,546	8,177	7,579	7,823	8,069	7,717	7,342	6,941	6,822	6,928
21. 案内・その他	5,586	5,186	5,051	4,050	3,960	3,672	3,562	3,432	3,317	3,265
合計	282,820	277,490	270,160	277,960	278,250	281,760	274,640	273,130	266,380	257,510