

2017年2月23日

「2016年 日本の広告費」

- 日本の広告費は、5年連続でプラス成長
- 総広告費は6兆2,880億円、前年比101.9%
- インターネット広告媒体費（制作費除く）が初の1兆円超え

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）は2月23日、わが国の総広告費と、媒体別・業種別広告費を推定した「2016年（平成28年）日本の広告費」を発表した。

2016年（1～12月）の日本の総広告費は、緩やかな景気拡大に伴って増加し、6兆2,880億円、前年比101.9%となり、5年連続で前年実績を上回った。

2016年の広告費の特徴

1. 2016年の総広告費は、天災や先行き不安などが要因と考えられる低調な国内消費、円高株安傾向に伴う企業業績の低下、テロや世界的な保護主義の台頭など下押し懸念があったものの、景気は緩やかに拡大し、リオデジャネイロ オリンピック・パラリンピック、伊勢志摩サミット、インターネット広告のさらなる拡大などマーケティング活動の活発化により、通年で前年比101.9%となった。
2. 媒体別にみると、「新聞広告費」（前年比95.6%）、「雑誌広告費」（同91.0%）、「ラジオ広告費」（同102.5%）、「テレビメディア広告費」（同101.7%、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、同99.6%となった。「インターネット広告費」（同113.0%）は、モバイル広告市場の成長や動画広告、新しいアドテクノロジーを活用した広告配信の浸透などにより伸長し、全体をけん引。「プロモーションメディア広告費」は同98.9%であったものの、屋外広告、展示・映像ほかが前年に引き続き増加した。
3. 業種別（マスコミ四媒体、ただし衛星メディア関連は除く）では、全21業種中9業種で増加した。
 - ・主な増加業種は、「エネルギー・素材・機械」（前年比141.0%、電力自由化関連）、「家電・AV機器」（同109.7%、電気理容・美容器具、電気冷蔵庫、4Kテレビ）、「不動産・住宅設備」（同106.7%、一般住宅、厨房ユニット）、「薬品・医療用品」（同104.2%、総合保健薬、コンタクトレンズ、総合胃腸薬）、「食品」（同103.5%、通販系サプリメント・健康食品、チョコレート）など。
 - ・主な減少業種は、「精密機器・事務用品」（同86.2%、腕時計、デジタルカメラ）、「ファッション・アクセサリー」（同90.0%、婦人服、カジュアルウェア）、「自動車・関連品」（同94.0%、軽自動車、輸入2BOX、ワゴン）、「教育・医療サービス・宗教」（同94.5%、通信教育、学校）、「飲料・嗜好品」（同94.7%、第3のビール、ビールテイスト飲料、発泡酒）など。

1. 総広告費の推移（表1：P11）

2016年の総広告費は、6兆2,880億円、前年比101.9%と、5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：P12、表3：P13）

「マスコミ四媒体広告費」（衛星メディア関連を含む）は、2兆8,596億円、前年比99.6%。うち「テレビメディア広告費」（地上波テレビ+衛星メディア関連）は、同101.7%となった。

「インターネット広告費」は、1兆3,100億円、同113.0%。うち「インターネット広告媒体費」は、1兆378億円、同112.9%と初めて1兆円を超えた。

「プロモーションメディア広告費」は、2兆1,184億円、同98.9%。

なお、「マスコミ四媒体広告費」（衛星メディア関連を含む）を四半期別にみると、1-3月期は同100.9%だったものの、4月以降の各四半期は前年を若干下回った。

マスコミ四媒体広告費 (衛星メディア関連を含む)	(前年比、前年同期比、%)						
	2015年1-12月	1-6月	7-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
	97.6	96.7	98.6	96.4	97.0	98.7	98.6
	2016年1-12月	1-6月	7-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
	99.6	100.2	99.1	100.9	99.4	98.9	99.3

新聞広告費：5,431億円（前年比95.6%）

- ・ 前年に引き続き、年間を通して減少傾向。
- ・ 企業収益の改善、参院選、リオデジャネイロオリンピック・パラリンピックなどで増加したものの、長期的な新聞購読部数の減少に加え、夏場の天候不順、消費税先送りに伴う需要の先延ばしなどが影響し、減少した。
- ・ 業種別では、「官公庁・団体」「流通・小売業」「食品」が増加。一方、「精密機器・事務用品」「情報・通信」「案内・その他」「自動車・関連品」「金融・保険」などが減少した。サプリメントや健康食品、化粧品などの通販商材が引き続き好調であった。
- ・ インターネットテレビやゲームメーカーなど、これまで新聞広告を活用してこなかった業種の広告需要があった。

雑誌広告費：2,223億円（前年比91.0%）

- ・ 推定販売金額が12年連続で減少（同96.6%※）となるなど、雑誌業界を取り巻く環境は引き続き厳しい。一方、定額制読み放題サービスなどの電子雑誌市場（同127.1%※）は拡大。「雑誌の読まれ方」に変化が起きている。

※ 出典：出版月報2017年1月号

- ・ ジャンル別の広告掲載では、「中高年齢男性をターゲットとしたライフスタイル誌」が伸長。

一方、販売シェアの高い「女性誌」や「ヤング向け女性誌」は縮小した。

- ・ 業種別では、「不動産・住宅設備」「流通・小売業」「官公庁・団体」などが伸長。一方、雑誌の主軸である「ファッション・アクセサリー」や「化粧品・トイレタリー」が、国産アパレルの売上不振やインバウンド需要の減速傾向などの影響により、大きく減少した。
- ・ 出版社によるデジタルメディアのローンチや、主力誌のデジタル版による復刊など、従来の「紙」の形式にとらわれない創刊が相次いだ。また、出版社のデジタルメディア広告売上が2桁成長するなど、出版コンテンツとデジタルメディアの融合が加速している。

ラジオ広告費：1,285 億円（前年比 102.5%）

- ・ 年間を通して好調に推移。
- ・ 業種別では、シェアの高い「外食・各種サービス」が同 110.5%と2桁成長し、11年連続で増加した。そのほか「不動産・住宅設備」「自動車・関連品」なども増加。
- ・ 「radiko.jp（ラジコ）」は、月間ユニークユーザー数およびプレミアム会員数が前年に引き続き堅調に推移。また、リアルタイム以外でもラジオ番組が聴けるタイムフリーサービスがスタート（2016年10月）し、利用が促進された。

テレビメディア広告費（地上波テレビ+衛星メディア関連）：1兆9,657 億円（前年比 101.7%）

◇地上波テレビ：1兆8,374 億円（同 101.6%）

- ・ 地上波テレビ全体は、年間を通してプラスで推移。
- ・ 番組（タイム）広告（同 99.8%）は、「サッカーAFC U-23 選手権 2016（カタール）」「世界卓球 2016 マレーシア」「リオデジャネイロ オリンピック バレーボール世界最終予選」「キリンカップサッカー2016」などのスポーツ番組があったものの、上半期（1-6月期）は前年をわずかに下回った。一方、下半期（7-12月期）は、「リオデジャネイロ オリンピック・パラリンピック」「2018FIFA ワールドカップロシア アジア最終予選」などが推進力となり、前年を上回った。地域別では、通年で基幹8地区中、福岡、北海道、仙台、広島で前年超え。
- ・ スポット広告（同 102.8%）は、上半期を中心に大きく伸長。特に1-3月期は、好調な企業業績に支えられて増加した。下半期は、7-9月期に格安スマホやゲームアプリ広告の増加があったものの、円高による抑制ムードやリオデジャネイロ オリンピックの番組（タイム）提供などの影響を受け、減少した。しかし10-12月期は、化粧品、スマホ端末関連の広告が増加し、好調に推移した。地域別では、通年で全32地区中25地区が前年実績を上回った。
- ・ 業種別では、「情報・通信」「化粧品・トイレタリー」「食品」「エネルギー・素材・機械」「家

電・AV 機器」「不動産・住宅設備」などが増加。一方、「精密機器・事務用品」「流通・小売業」「ファッション・アクセサリ」「自動車・関連品」などが減少。

◇衛星メディア関連：1,283 億円（同 103.9%）

- ・ 2年ぶりにBS、CS、CATVがそろって前年を上回った。
- ・ BS 899.3 億円（同 104.0%）、CS 205.0 億円（同 103.7%）、CATV 178.8 億円（同 103.4%）。
- ・ 健康食品、基礎化粧品などの通販系が1-3月はBSを中心に、4月以降はCS、CATVでも大きく伸長。
- ・ 4月以降、リオデジャネイロオリンピック・パラリンピックを目前に、スポーツ関連のドキュメンタリーや情報番組が増加。2020東京オリンピック・パラリンピックを意識したものと見受けられる。
- ・ 業種別では、BS、CS、CATVの全てで伸長した通販系広告以外に、BSでは金融、事務機器、音楽系が増加。CSでは特に、IT系や飲料、薬品の広告主が、若年層向けの音楽番組やスポーツ系コンテンツに広告出稿を拡大した。
- ・ CATVは、視聴世帯数増により通販系健康食品や化粧品の広告需要が拡大。
- ・ CS、CATVでは、2015年は改正された機能性表示食品ガイドラインに対して様子見で広告を控える傾向が見られたが、クリエイティブ表現の安定から2016年は反動増に転じた。

◇マスコミ四媒体広告制作費：3,061 億円（同 99.8%）*衛星メディア関連は除く

（注）広告制作費は、新聞・雑誌・ラジオ・地上波テレビの各広告費に含まれている。

- ・ このうち地上波テレビCM制作費は、2,188 億円（同 102.0%）。
- ・ 上半期は好調に推移したものの、下半期は減速、通年では若干の減少となった。
- ・ 業種別では、「趣味・スポーツ用品」「家電・AV機器」「情報・通信」「薬品・医療用品」「食品」「化粧品・トイレタリー」「官公庁・団体」などが増加。一方、「自動車・関連品」「教育・医療サービス・宗教」などは減少。

インターネット広告費（媒体費+広告制作費）：1兆3,100 億円（前年比 113.0%）

◇インターネット広告媒体費 1兆378 億円（同 112.9%）

- ・ 媒体費が1兆円を初めて超える^{※1}など、インターネットメディアへのシフトは続いた。
- ・ このうち運用型広告費は、7,383 億円（同 118.6%）。運用型広告^{※2}（以下、運用型）が好調な主な要因としては、データ/テクノロジーを重要視する広告主が増え、データ連携可能な運用型への注目が高まったことや、高機能化によってリーチやブランディングなどの役割もカバーし始めたことなどが挙げられる。

- ・ 市場全体で動画ニーズは継続的に拡大。動画領域の拡大トレンドをけん引するソーシャルネットワークサービス（以下、SNS）では、運用型がメインとなっており、従来からあるサーチ（検索連動型）に対して、ディスプレイ広告の比重が高まることで、動画、特にスマートフォンのインフィード広告^{※3}が新しい成長領域となり、運用型ディスプレイ広告での競争が激化した。
- ・ デバイス別に見るとスマートフォンが引き続き伸長し、モバイルシフトが進むことで、PCポータル系やアドネットワーク型が減少傾向に。市場成長のけん引役が、PC中心型のメディアからモバイル中心型のメディアに移りつつあることで、これまでPC中心型でマネタイズしてきたメディアが運用型へのシフトを本格化。各パブリッシャー（メディア運営者）による広告配信プラットフォームを用いた運用型の導入が活発化している。
- ・ プライベート・マーケットプレイス（以下、PMP^{※4}）は、国内市場への浸透が加速。広告会社、メディアレップなどで、新たなPMPサービスのリリースや広告メニューの拡充が相次いだ。また、プラットフォーマーからのシステム提供を受け、複数のパブリッシャーが横連携しながら、ファーストパーティーデータ^{※5}を活用して自らPMPセールスを行う動きも出始めている。
- ・ 新たな注目点は、「テレビスポット×運用型動画連動」のメディアプランニング需要の増加。また、デマンドサイドプラットフォーム（DSP^{※6}）ベンダー各社によるジオターゲティング（ユーザーの位置情報や地域情報を元にしたターゲティング）機能の強化や、広告会社、メディアレップによるロケーションベースマーケティングの更なる強化など、位置情報だけでなく、過去の滞在情報を元にしたプランニング案件が増加している。
- ・ 広告主によるデータ・マネジメント・プラットフォーム（DMP^{※7}）の活用ニーズの高まりとともに、運用型がそのニーズに応える手法として進化しながら、現在のネット広告市場全体をけん引している。

※1 制作費と合計での1兆円超えは2014年。

※2 純広告、タイアップ広告、アフィリエイト広告などは、運用型広告には含まれない。

※3 画面の上から下に向けてコンテンツを読み進めるデザインのウェブサイトやアプリで、コンテンツとコンテンツの間に表示される体裁の広告。

※4 運用型広告の領域において、従来のオープン・オークション（買い手・売り手が限定されないオープンな自動広告取引市場）ではなく、限定された売り手と買い手が自動広告取引に参加する取引形態を指す。ただし、PMPの定義については国内外や業界内でも流動的な部分がある。

※5 広告主やパブリッシャー自身が独自に保有している、自社サイトでのアクセスデータや購買履歴、会員属性情報といったデータを指す。

※6 広告主側からみた広告効果の最大化を支援する広告配信システム。

※7 広告主が自社サイトで保有するログデータや、パブリッシャーなどが保有する外部オーディエンスデータと連携して、広告配信の最適化を実現するデータ管理・配信システム。

◇インターネット広告制作費：2,722 億円（同 113.4%）

- ・ 前年に引き続き堅調に成長。企業のオウンドメディア単体で完結するのではなく、インターネット以外の施策と連動するサイトやコンテンツの制作、データ分析に基づくサイト運用にまつわる制作など、企業のマーケティングやプロモーション活動に紐づく制作が増加。
- ・ カテゴリー別では、動画広告の制作が大きく伸び、ひとつの柱として確立された。動画広告は数年前から増加傾向にあるが、ナショナルクライアントだけでなく、都市部以外の中小クライアントにまで裾野が広がり始めている。
- ・ 制作種別では、モバイル制作が縮小傾向。スマートフォンの普及から、モバイルサイトを PC サイトと並行しながら制作する企業が増えてきている。

プロモーションメディア広告費：2 兆 1,184 億円（前年比 98.9%）

◇屋外広告：3,194 億円（同 100.2%）

- ・ 広告板などが景気の堅調な推移に刺激されたものの、全体としては横ばい傾向。業種傾向は数年来固定化されており、情報通信、飲料、輸入車、音楽、番組宣伝、映画宣伝が多く見られた。また、通信機器も目立った。
- ・ ネオン・LED：ネオンから LED への切り替えが多く、LED は前年に引き続き増加。看板管理・保守の作業が増加した。
- ・ 屋外ビジョン：レギュラー広告主である音楽やアパレルブランドは堅調に推移。新規の広告主であるスマホアプリやエンターテインメント系スポンサーも同様に堅調。
- ・ スタジアム看板：年間契約広告主の継続が多く、前年に引き続き横ばい。
- ・ 商業施設メディア：各商業施設では、年間を通して催される各種イベントや催事で協賛やコラボレーションが増え、活況であった。

◇交通広告：2,003 億円（同 98.0%）

- ・ 車内・駅構内のデジタルサイネージは、関西・中部地区での新規設置もあり、前年に引き続き堅調に伸長。車内ビジョンも搭載車両数が増加し、活発化。一方、中づり、まど上、ドア横、駅ばりなどの紙媒体は減少した。
- ・ 空港関連は、ここ数年インバウンド客の増加に伴い急増していたが、掲出枠が限られていることもあり、微増にとどまった。
- ・ 業種別では、飲料・酒類は前年好調の反動で減少。一方、家電、人材系は増加した。

◇折込広告：4,450 億円（同 94.9%）

- ・ 前年に引き続き、新聞の部数減に加え、折込枚数と用紙サイズの縮小に伴って減少。
- ・ 4 月のみ前年比プラスであったが、年間を通じてマイナス基調。前年割れの幅が最も大きか

ったのは5月で、これは4月に発生した熊本地震の影響による中止や延期、伊勢志摩サミットによる遊技場への規制などの影響だと推察される。その後6月に若干の回復傾向が見られたものの、全体の漸減傾向に歯止めをかけるほどではなかった。

- ・ 地域別では、四国と沖縄を除き全国で前年割れ。
- ・ 業種別では、小型スーパーやドラッグストアなど日常利用の多い業種や通販は前年に引き続き堅調に推移。一方、総合スーパー、大型量販店、不動産関連、教育関連、遊技場、衣料品販売などは減少。

◇DM：3,804億円（同99.3%）

- ・ EC 通販市場の拡大を背景に、その顧客データ基盤を活用して購買行動に効果的な影響を与えるメディアとしての認識が高まっており、前年に引き続き媒体価値が見直される1年となった。
- ・ 業種別では、情報・通信、健康食品などの通販（サンプリングDMが人気）、金融・保険などが増加。
- ・ 無宛名便市場（宛名なしDM）は、前年に引き続き拡大。ポイントを絞るエリアマーケティング展開が活発化し、首都圏から全国各地へと活用が広がった。
- ・ くじやクーポンなどが付いたハガキ型DMが店舗誘引策として伸長。
- ・ 他社の持つ会員情報などを活用し、新規開拓を行うケースも見られた。

◇フリーペーパー・フリーマガジン：2,267億円（同98.4%）

- ・ 全体としては減少傾向で、設置型も配送型も厳しい1年となった。ただし、一部エリアでは増加が見られるなど、地域によって差が生じた。

○フリーペーパー：721億円（同98.8%）

- ・ 通信会社の新料金プランやサービス訴求、4月の電力自由化に伴う電力会社やガス会社の各種サービス告知、7月の参院選（一般紙ではリーチしにくい女性ターゲット向け）、3月、12月の好調な企業決算に伴う広告需要の増加があったものの、通年では減少傾向が継続。
- ・ 地方自治体による地方創生施策が増加したものの、全体として首都圏以外はやや低調。

○フリーマガジン：1,546億円（同98.3%）

- ・ 都市部では減少傾向が続くものの、全国的にみると発行部数が増加した地域もあった。特定層（富裕層など）や地域限定（一部エリア限定として、その土地ならではの情報誌など）、特定の趣味嗜好の方へ向けた読み物などは、前年に引き続き好調。ただし、クーポン系などはウェブへの移行が進み部数が減少。
- ・ 年間を通して休廃刊も多い中、出版社などが男性富裕層向けフリーマガジンを創刊し、独自のルートで配布する動きが見られた。

- ・ 業種別では、学習塾や通販などの広告が目立った。

◇POP : 1,951 億円 (同 99.0%)

- ・ GMS (総合スーパー)、家電量販店を中心とした小売業の減益が影響し、POP の売上も減少。販売促進費が集客型メディアに移行したことも要因のひとつ。
- ・ 一方、商品を魅力的に見せるためのデジタルサイネージを中心に、説明型 POP が増加。また、EC 市場との差別化を狙った「体験できる売場」の POP も増加した。
- ・ 本部一括方式からエリア別、店舗別販促への意向が高まった。
- ・ 健康食品、メイクアップ商品を中心に、通販でヒットした商品がドラッグストアでも見られるようになり、スタンド什器などの「定番外 POP」が増加した。スーパーや GMS では、既存催事を華やかに演出する POP が増加。
- ・ 前年に引き続き、デジタル機器を使用した制作費の高い POP と、紙などの素材を工夫して使用することで安価に制作した POP の二極化傾向が見られた。

◇電話帳広告 : 320 億円 (同 95.8%)

- ・ 地域の特色を生かした表紙デザインや本文の編集、全住戸・全事業所への配達、防災情報を掲載した別冊版の発行エリアが拡大したことなどにより、媒体価値の向上が図られ、前年超える発行地域が増加。全体の減少幅は改善した。
- ・ 現在地から検索できるウェブ版の進化や掲載情報の付加価値化などにより、総合力が向上。

◇展示・映像ほか : 3,195 億円 (同 104.3%)

- ・ 観光立国に向けた取り組み、地方創生、訪日観光客の増加、インフラ整備に伴った各種施設の改装案件などで好調に推移。また、「北海道新幹線」開業、「2020 東京オリンピック・パラリンピック」のエンブレム決定、「伊勢志摩サミット」などの開催、選挙権年齢が 18 歳以上となる初の国政選挙(参院選)、「リオデジャネイロ オリンピック・パラリンピック」などにより増加。
- ・ 駅直結のバスターミナルオープン、空港施設などのインフラ、輸入ブランドショップの環境演出や主要都市の駅ターミナル周辺の再開発に伴う大型複合商業施設の改装、ホテルやアミューズメント施設の改装、歴史系博物館、企業のプライベートショーやショールームへの販促投資需要など、ディスプレイ関連は好調に推移。映像関連では、地方のブランド戦略の観点から動画や映像を生かして地域の魅力を伝える観光プロモーションが増加。
- ・ 地域別では、名古屋エリアは自動車だけでなく IT 関連も順調。また、リニア中央新幹線開業に向け、JR 名古屋駅前周辺の再開発事業による新たな商業施設の整備や空間演出などが好調。広島ではオバマ大統領の訪問や広島カープの 25 年ぶりリーグ優勝によるパレードの実施、福岡ではインバウンド需要が高く、アジアを中心に観光や MICE (Meeting、Incentive tour、Convention/Conference、Exhibition) 産業が盛り上がっている。地震の

影響があった熊本でも、店舗ディスプレイが伸長した。

- ・ 業種別では、「官公庁・団体」において公共事業が増加傾向。地方のお城など、地域資産と連動したキャラクターイベント、マラソン大会やアートイベントなど、継続的な実施で横ばいを維持。
- ・ 年間を通して映画の期待作品が多く、観客動員数も42年ぶりに1億8,000万人を突破、年間興行収入では国内映画史上最高額を達成したことから、シネアドも伸長した。業種別では、飲料や自動車をはじめ、通信機器、通信事業も増加。シネコンでのファミリー向け広告が増加した。4DX、IMAXなど2次元以上の効果を持つスクリーンが増えていることから、今後はこれらを活用した広告需要が期待される。

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）の概要

（表4：P14、表5・表6：P15）

2016年は、21業種中9業種で広告費が増加、12業種で減少（2015年は6業種で増加、15業種で減少）。

■増加業種（9業種）

「エネルギー・素材・機械」（前年比141.0%、電力自由化関連）、「家電・AV機器」（同109.7%、電気理容・美容器具、電気冷蔵庫、4Kテレビ）、「不動産・住宅設備」（同106.7%、一般住宅、厨房ユニット）、「薬品・医療用品」（同104.2%、総合保健薬、コンタクトレンズ、総合胃腸薬）、「食品」（同103.5%、通販系サプリメント・健康食品、チョコレート）、「情報・通信」（同103.5%、ウェブコンテンツ、移動体通信サービス）、「化粧品・トイレットリー」（同101.5%、柔軟剤、美容液、洗濯用洗剤）、「官公庁・団体」（同100.9%、自治体、政党・政治団体）、「趣味・スポーツ用品」（同100.2%、キャットフード、フィットネス用品）の9業種。

■減少業種（12業種）

「精密機器・事務用品」（同86.2%、腕時計、デジタルカメラ）、「ファッション・アクセサリー」（同90.0%、婦人服、カジュアルウェア）、「自動車・関連品」（同94.0%、軽自動車、輸入2BOX、ワゴン）、「教育・医療サービス・宗教」（同94.5%、通信教育、学校）、「飲料・嗜好品」（同94.7%、第3のビール、ビールテイスト飲料、発泡酒）、「出版」（同95.2%、一般紙、趣味専門誌）、「流通・小売業」（同95.5%、総合スーパー、大型量販店）、「交通・レジャー」（同96.1%、会員制スポーツクラブ、鉄道、海外航空会社）、「家庭用品」（同96.2%、家庭用計量器、脱臭剤）、「案内・その他」（同96.4%、各種案内）、「外食・各種サービス」（同98.3%、エステティックサロン、男性用かつら、その他サービス）、「金融・保険」（同98.7%、通販系医療・ガン保険、宝くじ）の12業種。

電通総研 メディアイノベーション研究部 研究主幹 北原利行による「2016 年 日本の広告費」
のウェブ電通報解説記事はこちら：<http://dentsu-ho.com/articles/4923>

以 上

表1 日本経済の成長と「日本の広告費」(1995年～2016年)

	暦年	日本の広告費		名目国内総生産 (GDP)		実質経済 成長率 (%) (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 (%)		
改 定 前	1995年 (平成7年)	54,263	105.0	5,125,417	102.2	2.7	1.06
	96年 (8年)	57,715	106.4	5,258,069	102.6	3.1	1.10
	97年 (9年)	59,961	103.9	5,341,425	101.6	1.1	1.12
	98年 (10年)	57,711	96.2	5,278,769	98.8	-1.1	1.09
	99年 (11年)	56,996	98.8	5,196,518	98.4	-0.3	1.10
	2000年 (12年)	61,102	107.2	5,267,060	101.4	2.8	1.16
	01年 (13年)	60,580	99.1	5,230,050	99.3	0.4	1.16
	02年 (14年)	57,032	94.1	5,159,862	98.7	0.1	1.11
	03年 (15年)	56,841	99.7	5,154,007	99.9	1.5	1.10
	04年 (16年)	58,571	103.0	5,209,654	101.1	2.2	1.12
	05年 (17年)	59,625	101.8	5,241,328	100.6	1.7	1.14
06年 (18年)	59,954	100.6	5,268,797	100.5	1.4	1.14	
改 定	05年 (17年)	68,235	102.9	5,241,328	100.6	1.7	1.30
	06年 (18年)	69,399	101.7	5,268,797	100.5	1.4	1.32
	07年 (19年)	70,191	101.1	5,316,882	100.9	1.7	1.32
	08年 (20年)	66,926	95.3	5,207,157	97.9	-1.1	1.29
	09年 (21年)	59,222	88.5	4,895,010	94.0	-5.4	1.21
	10年 (22年)	58,427	98.7	5,003,539	102.2	4.2	1.17
	11年 (23年)	57,096	97.7	4,914,085	98.2	-0.1	1.16
	12年 (24年)	58,913	103.2	4,949,572	100.7	1.5	1.19
	13年 (25年)	59,762	101.4	5,031,756	101.7	2.0	1.19
	14年 (26年)	61,522	102.9	5,136,980	102.1	0.3	1.20
15年 (27年)	61,710	100.3	5,305,452	103.3	1.2	1.16	
16年 (28年)	62,880	101.9	5,373,112	101.3	1.0	1.17	

(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。

表2 媒体別広告費

媒体	広告費	広告費（億円）			前年比（％）		構成比（％）		
		2014年 （平成26年）	2015年 （27年）	2016年 （28年）	2015年 （平成27年）	2016年 （28年）	2014年 （平成26年）	2015年 （27年）	2016年 （28年）
総広告費		61,522	61,710	62,880	100.3	101.9	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		29,393	28,699	28,596	97.6	99.6	47.8	46.5	45.5
	新聞	6,057	5,679	5,431	93.8	95.6	9.8	9.2	8.6
	雑誌	2,500	2,443	2,223	97.7	91.0	4.1	4.0	3.5
	ラジオ	1,272	1,254	1,285	98.6	102.5	2.1	2.0	2.1
	テレビメディア	19,564	19,323	19,657	98.8	101.7	31.8	31.3	31.3
	地上波テレビ	18,347	18,088	18,374	98.6	101.6	29.8	29.3	29.2
	衛星メディア関連	1,217	1,235	1,283	101.5	103.9	2.0	2.0	2.1
インターネット広告費		10,519	11,594	13,100	110.2	113.0	17.1	18.8	20.8
	媒体費	8,245	9,194	10,378	111.5	112.9	13.4	14.9	16.5
	広告制作費	2,274	2,400	2,722	105.5	113.4	3.7	3.9	4.3
プロモーションメディア広告費		21,610	21,417	21,184	99.1	98.9	35.1	34.7	33.7
	屋外	3,171	3,188	3,194	100.5	100.2	5.1	5.2	5.1
	交通	2,054	2,044	2,003	99.5	98.0	3.3	3.3	3.2
	折込	4,920	4,687	4,450	95.3	94.9	8.0	7.6	7.1
	DM	3,923	3,829	3,804	97.6	99.3	6.4	6.2	6.0
	フリーペーパー・フリーマガジン	2,316	2,303	2,267	99.4	98.4	3.8	3.7	3.6
	POP	1,965	1,970	1,951	100.3	99.0	3.2	3.2	3.1
	電話帳	417	334	320	80.1	95.8	0.7	0.5	0.5
	展示・映像ほか	2,844	3,062	3,195	107.7	104.3	4.6	5.0	5.1

（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年に遡りて集計した。

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 [注、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 [注、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 （バナー広告等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）
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	広告板、ネオン・LED、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館等の制作費、シネアド・ビデオなどの制作費と上映費など

表3 媒体別広告費（2005年～2016年）

媒体	広告費	＜改定前＞		広告費（億円）＜改定＞								
		2005年 (平成17年)	06年 (18年)	05年 (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		59,625	59,954	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		36,511	35,778	37,408	36,668	35,699	32,995	28,282	27,749	27,016	27,796	27,825
新聞		10,377	9,986	10,377	9,986	9,462	8,276	6,739	6,396	5,990	6,242	6,170
雑誌		3,945	3,887	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	1,778	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	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	487	544	603	676	709	784	891	1,013	1,110
インターネット広告費		2,808	3,630	3,777	4,826	6,003	6,983	7,069	7,747	8,062	8,680	9,381
SP広告費/フ・ロモーションメイ広告費		19,819	20,002	26,563	27,361	27,886	26,272	23,162	22,147	21,127	21,424	21,446
屋外		2,646	2,738	3,806	3,946	4,041	3,709	3,218	3,095	2,885	2,995	3,071
交通		2,432	2,505	2,463	2,539	2,591	2,495	2,045	1,922	1,900	1,975	2,004
折込		4,798	4,809	6,649	6,662	6,549	6,156	5,444	5,279	5,061	5,165	5,103
DM		3,447	3,495	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	1,782	1,845	1,886	1,852	1,837	1,840	1,832	1,842	1,953
電話帳		1,192	1,154	1,192	1,154	1,014	892	764	662	583	514	453
展示・映像ほか		3,522	3,456	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)
総広告費		58,913	59,762	61,522	61,710	62,880
マスコミ四媒体広告費		28,809	28,935	29,393	28,699	28,596
新聞		6,242	6,170	6,057	5,679	5,431
雑誌		2,551	2,499	2,500	2,443	2,223
ラジオ		1,246	1,243	1,272	1,254	1,285
テレビメディア		18,770	19,023	19,564	19,323	19,657
地上波テレビ		17,757	17,913	18,347	18,088	18,374
衛星メディア関連		1,013	1,110	1,217	1,235	1,283
インターネット広告費		8,680	9,381	10,519	11,594	13,100
SP広告費/フ・ロモーションメイ広告費		21,424	21,446	21,610	21,417	21,184
屋外		2,995	3,071	3,171	3,188	3,194
交通		1,975	2,004	2,054	2,044	2,003
折込		5,165	5,103	4,920	4,687	4,450
DM		3,960	3,893	3,923	3,829	3,804
フリーペーパー・フリーマガジン		2,367	2,289	2,316	2,303	2,267
POP		1,842	1,953	1,965	1,970	1,951
電話帳		514	453	417	334	320
展示・映像ほか		2,606	2,680	2,844	3,062	3,195

（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。

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）

	広告費（千万円）			前年比（％）		構成比（％）		
	2014年 （平成26年）	2015年 （27年）	2016年 （28年）	2015年 （平成27年）	2016年 （28年）	2014年 （平成26年）	2015年 （27年）	2016年 （28年）
1. エネルギー・素材・機械	2,560	2,664	3,755	104.1	141.0	0.9	1.0	1.4
2. 食品	26,350	27,069	28,012	102.7	103.5	9.4	9.9	10.2
3. 飲料・嗜好品	21,096	19,373	18,354	91.8	94.7	7.5	7.1	6.7
4. 薬品・医療用品	14,992	14,647	15,265	97.7	104.2	5.3	5.3	5.6
5. 化粧品・トイレタリー	29,551	28,426	28,845	96.2	101.5	10.5	10.3	10.6
6. ファッション・アクセサリ	11,382	11,067	9,961	97.2	90.0	4.0	4.0	3.6
7. 精密機器・事務用品	3,050	3,347	2,884	109.7	86.2	1.1	1.2	1.0
8. 家電・AV機器	5,926	5,444	5,970	91.9	109.7	2.1	2.0	2.2
9. 自動車・関連品	17,277	15,380	14,459	89.0	94.0	6.1	5.6	5.3
10. 家庭用品	7,242	6,714	6,456	92.7	96.2	2.6	2.4	2.4
11. 趣味・スポーツ用品	9,414	7,951	7,966	84.5	100.2	3.3	2.9	2.9
12. 不動産・住宅設備	11,804	11,209	11,964	95.0	106.7	4.2	4.1	4.4
13. 出版	8,769	8,486	8,080	96.8	95.2	3.1	3.1	3.0
14. 情報・通信	26,091	27,433	28,401	105.1	103.5	9.3	10.0	10.4
15. 流通・小売業	19,374	18,984	18,121	98.0	95.5	6.9	6.9	6.6
16. 金融・保険	16,437	15,973	15,759	97.2	98.7	5.8	5.8	5.8
17. 交通・レジャー	21,172	21,635	20,784	102.2	96.1	7.5	7.9	7.6
18. 外食・各種サービス	14,504	14,638	14,395	100.9	98.3	5.2	5.3	5.3
19. 官公庁・団体	3,380	3,296	3,326	97.5	100.9	1.2	1.2	1.2
20. 教育・医療サービス・宗教	7,717	7,342	6,941	95.1	94.5	2.7	2.7	2.5
21. 案内・その他	3,672	3,562	3,432	97.0	96.4	1.3	1.3	1.3
合計	281,760	274,640	273,130	97.5	99.5	100.0	100.0	100.0

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、身回織維品、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（2016年、衛星メディア関連は除く）

	(千円、%)														
	新聞			雑誌			ラジオ			地上波テレビ			四媒体合計		
	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	556	1.0	98.4	129	0.6	101.6	269	2.1	104.7	2,801	1.5	163.3	3,755	1.4	141.0
2. 食品	6,355	11.7	100.8	1,260	5.7	94.5	987	7.7	104.6	19,410	10.6	105.0	28,012	10.2	103.5
3. 飲料・嗜好品	1,784	3.3	95.7	1,001	4.5	79.5	629	4.9	107.5	14,940	8.1	95.4	18,354	6.7	94.7
4. 薬品・医療用品	1,650	3.0	94.6	522	2.3	78.7	1,044	8.1	102.0	12,049	6.6	107.4	15,265	5.6	104.2
5. 化粧品・トイレットリー	2,969	5.5	99.6	2,914	13.1	96.3	336	2.6	89.1	22,626	12.3	102.6	28,845	10.6	101.5
6. ファッション・アクセサリ	1,210	2.2	96.5	5,648	25.4	86.7	74	0.6	86.0	3,029	1.7	94.4	9,961	3.6	90.0
7. 精密機器・事務用品	498	0.9	77.3	1,010	4.5	92.2	67	0.5	101.5	1,309	0.7	84.9	2,884	1.0	86.2
8. 家電・AV機器	389	0.7	86.1	638	2.9	100.3	137	1.1	105.4	4,806	2.6	113.7	5,970	2.2	109.7
9. 自動車・関連品	1,109	2.0	82.5	805	3.6	92.3	1,128	8.8	105.2	11,417	6.2	94.4	14,459	5.3	94.0
10. 家庭用品	960	1.8	88.6	462	2.1	86.4	215	1.7	102.4	4,819	2.6	98.6	6,456	2.4	96.2
11. 趣味・スポーツ用品	899	1.7	95.9	1,225	5.5	91.6	241	1.9	106.6	5,601	3.0	102.8	7,966	2.9	100.2
12. 不動産・住宅設備	2,491	4.6	96.2	766	3.4	103.0	664	5.2	106.8	8,043	4.4	110.9	11,964	4.4	106.7
13. 出版	5,019	9.2	96.5	216	1.0	84.7	814	6.3	112.9	2,031	1.1	88.0	8,080	3.0	95.2
14. 情報・通信	2,870	5.3	84.9	853	3.8	87.9	670	5.2	104.5	24,008	13.1	107.0	28,401	10.4	103.5
15. 流通・小売業	6,894	12.7	102.3	1,018	4.6	101.4	831	6.4	100.1	9,378	5.1	90.1	18,121	6.6	95.5
16. 金融・保険	1,968	3.6	91.5	478	2.2	83.4	844	6.5	97.0	12,469	6.8	100.7	15,759	5.8	98.7
17. 交通・レジャー	8,678	16.0	95.1	1,832	8.2	98.0	912	7.1	95.5	9,362	5.1	96.6	20,784	7.6	96.1
18. 外食・各種サービス	1,892	3.5	95.4	482	2.2	88.9	1,886	14.7	110.5	10,135	5.5	97.4	14,395	5.3	98.3
19. 官公庁・団体	1,310	2.4	102.5	267	1.2	102.7	683	5.3	89.2	1,066	0.6	107.5	3,326	1.2	100.9
20. 教育・医療サービス・宗教	2,151	4.0	94.6	642	2.9	84.0	395	3.1	92.7	3,753	2.0	96.8	6,941	2.5	94.5
21. 案内・その他	2,658	4.9	91.8	62	0.3	134.8	24	0.2	96.0	688	0.4	115.2	3,432	1.3	96.4
合計	54,310	100.0	95.6	22,230	100.0	91.0	12,850	100.0	102.5	183,740	100.0	101.6	273,130	100.0	99.5

表6 業種別広告費（2005年～2016年、衛星メディア関連は除く）

	広告費(千円)											
	2005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)	14年 (26年)	15年 (27年)	16年 (28年)
1. エネルギー・素材・機械	5,012	5,621	6,409	4,874	3,272	3,429	2,724	2,624	2,490	2,560	2,664	3,755
2. 食品	30,237	29,893	29,933	30,145	28,850	28,804	26,619	28,329	27,209	26,350	27,069	28,012
3. 飲料・嗜好品	28,224	27,651	26,374	24,685	22,701	21,786	19,621	20,987	20,688	21,096	19,373	18,354
4. 薬品・医療用品	18,451	17,791	18,288	18,367	16,333	14,597	14,354	14,847	14,745	14,992	14,647	15,265
5. 化粧品・トイレットリー	32,601	31,932	31,145	29,380	27,591	28,792	27,687	28,783	27,985	29,551	28,426	28,845
6. ファッション・アクセサリ	11,074	12,320	12,787	11,582	9,312	10,129	10,818	11,645	11,732	11,382	11,067	9,961
7. 精密機器・事務用品	4,085	4,236	4,465	4,080	3,073	2,942	2,630	2,886	2,834	3,050	3,347	2,884
8. 家電・AV機器	9,076	9,192	8,503	8,188	7,056	7,337	5,449	5,412	5,533	5,926	5,444	5,970
9. 自動車・関連品	24,822	23,503	21,691	19,228	13,456	13,163	12,981	16,473	16,710	17,277	15,380	14,459
10. 家庭用品	6,761	6,257	6,384	6,105	5,899	6,506	6,421	6,496	6,856	7,242	6,714	6,456
11. 趣味・スポーツ用品	16,274	16,523	15,695	16,925	14,200	12,314	11,061	10,853	10,227	9,414	7,951	7,966
12. 不動産・住宅設備	16,605	16,680	17,304	14,753	11,268	10,294	10,445	10,869	11,503	11,804	11,209	11,964
13. 出版	14,824	14,313	13,712	11,414	9,451	9,267	8,949	9,216	8,988	8,769	8,486	8,080
14. 情報・通信	26,774	26,853	26,675	24,145	20,338	22,091	22,200	24,525	24,332	26,091	27,433	28,401
15. 流通・小売業	25,393	23,486	22,348	21,064	19,139	18,226	18,694	20,297	19,273	19,374	18,984	18,121
16. 金融・保険	32,728	30,478	24,620	21,296	15,144	15,383	14,121	14,499	16,762	16,437	15,973	15,759
17. 交通・レジャー	28,818	28,804	28,976	26,944	23,352	21,118	19,527	21,123	20,976	21,172	21,635	20,784
18. 外食・各種サービス	14,738	14,847	15,188	14,425	13,487	13,867	12,356	12,896	14,229	14,504	14,638	14,395
19. 官公庁・団体	5,239	4,367	5,413	4,558	4,766	4,082	10,873	3,327	3,149	3,380	3,296	3,326
20. 教育・医療サービス・宗教	13,673	12,880	11,926	10,016	8,546	8,177	7,579	7,823	8,069	7,717	7,342	6,941
21. 案内・その他	8,671	9,053	9,154	7,776	5,586	5,186	5,051	4,050	3,960	3,672	3,562	3,432
合計	374,080	366,680	356,990	329,950	282,820	277,490	270,160	277,960	278,250	281,760	274,640	273,130