

2018年1月16日

電通イージス・ネットワークが「世界の広告費成長率予測」を発表
— 2018年の成長率は3.6%、総広告費は5,895億ドルに —

株式会社電通の海外本社「電通イージス・ネットワーク」（本拠地：英国ロンドン市）は、世界59カ国・市場から収集したデータに基づき、世界の広告費成長率予測※を取りまとめました。

世界の広告費成長率は、中央および東ヨーロッパを除く世界各地で成長がやや鈍化したことに伴い、2017年は2016年対比で低下する見込みですが、2018年は世界の広告市場の3分の1を占める北米をはじめ、アジアパシフィックやラテンアメリカでの成長が上向くことから、2017年を上回る3.6%の成長となり、総広告費は5,895億ドルになると予測しています。

この成長率には、主にデジタル広告の更なる拡大と、「2018年平昌冬季オリンピック・パラリンピック競技大会」「2018 FIFA ワールドカップ・ロシア大会」「米国の中間選挙」など大型イベントによる貢献が反映されています。

<世界の広告費成長率予測>

国別で見ると、2018年の成長率の傾向は一様ではありません。例えば米国、ドイツ、インドでは大きく伸びる一方、英国、ロシア、中国では減速を予測しています。日本は、緩やかで安定的な経済成長に伴い、2018年には1.6%になると見えています。

成長率（前年比、%）

	2016年 (実績)	2017年 (予測)	2018年 (予測)
全世界（59地域）	4.7	3.1	3.6
北米	4.8	2.5	3.1
米国	5.0	2.6	3.2
カナダ	0.1	0.0	1.1
西ヨーロッパ	4.1	3.3	2.6
英国	6.1	3.2	2.9
ドイツ	2.8	2.2	2.6
フランス	0.9	1.7	2.0
イタリア	3.5	0.9	1.9
スペイン	6.8	1.9	1.4
中央および東ヨーロッパ	7.6	8.3	7.4
ロシア	11.4	12.9	10.4
アジアパシフィック	4.6	3.5	4.2
オーストラリア	4.5	2.7	2.9
中国	7.4	6.0	5.4
インド	11.9	9.6	12.5
日本	1.9	1.0	1.6
ラテンアメリカ	9.1	8.1	8.8
ブラジル	5.4	2.1	5.0

＜世界の広告費の媒体別シェア予測＞

広告費のデジタルシフトは今後も継続すると見ており、世界のデジタル広告費の成長率は2017年の15.0%に引き続き、2018年も12.6%と、二桁成長が続くと予測しています。そのけん引役は、オンライン動画広告やソーシャルメディア広告で、2018年の成長率はそれぞれ24.5%、23.5%となる見通しです。なお、モバイルデバイス向けのデジタル広告は、2017年にデスクトップPC向けを追い抜き、2018年には1,211億ドルに達する見込みです。

その結果、2018年には世界の総広告費に占めるデジタル広告費の割合は38.3%となり、初めてテレビ広告費（35.5%）を上回ることとなります。

世界の広告費に対する媒体別シェア（%）

	2016年 (実績)	2017年 (予測)	2018年 (予測)
テレビ	38.3	36.7	35.5
新聞	10.4	9.1	8.1
雑誌	6.3	5.7	5.1
ラジオ	6.5	6.3	6.1
映画館（シネアド）	0.6	0.6	0.6
屋外/交通	6.3	6.3	6.2
デジタル	31.8	35.4	38.3

電通イージス・ネットワークでは、市場は変化の最中にあると認識しており、今後も多くの市場で既存のプレーヤーと新興のプレーヤーとの競争によって、さまざまな広告技術のイノベーションが生まれ、それが広告費の新しい成長源となっていくと予想しています。

以 上

※世界の広告費成長率予測：

電通イージス・ネットワーク（DAN）は、世界ネットワークを通して収集した情報に基づき、59カ国・市場の広告費の成長率を独自に分析・推計しています。対象媒体には、テレビ、新聞、雑誌、ラジオ、映画館（シネアド）、屋外/交通、デジタルが含まれます。

なお、電通イージス・ネットワーク（DAN）では、世界の広告費成長率予測に関する英文レポート「DENTSU AEGIS NETWORK AD SPEND REPORT (January 2018)」を発行しています。

詳細は、<http://build.falcon.io/~KuKl1hcdlh8O4tMhaRJ/> をご覧ください。