

NEWS RELEASE

平成 22 年 2 月 22 日

2009 年の日本の広告費は 5 兆 9,222 億円、前年比 11.5%減**—2 年連続で減少、インターネット、衛星メディア関連以外の各媒体が減少—**

株式会社電通（高嶋達佳社長）は 2 月 22 日、わが国の総広告費と、媒体別・業種別広告費を推定した「2009 年（平成 21 年）日本の広告費」を発表した。

これによると、昨年 2009 年（1～12 月）の日本の総広告費は 5 兆 9,222 億円、前年比 88.5%であった。総広告費は、2004 年に日本経済の景気回復基調とデジタル家電やインターネットの普及を背景に 4 年ぶりに増加し、2005 年（前年比 102.9%）、2006 年（前年比 101.7%）、2007 年（前年比 101.1%）と増加を続けてきたが、2008 年にアメリカの金融危機に端を発した世界同時不況を背景に減少に転じ、2009 年は、2008 年（前年比 95.3%）に続き前年実績を下回った。

2009 年（平成 21 年）の広告費の特徴

1. 2009 年の総広告費は、日本経済の景気低迷を背景に 2 年連続で前年実績を下回った。衆議院選挙、エコカー減税、エコポイントなどプラス材料があったものの、世界的不況による景気低迷が大きく影響した。この結果、2009 年の総広告費は 5 兆 9,222 億円、前年比 88.5%と 2 年連続で減少した。年前半の減少幅が大きく、年後半はやや持ち直した。
2. 媒体別にみると、「新聞広告費」（前年比 81.4%）が大きく減少し、「テレビ広告費」（同 89.8%）も減少して、「マスコミ四媒体広告費」（同 85.7%）は 5 年連続して前年を下回った。マスコミ広告以外では、「屋外」や「交通」をはじめ内訳のすべてが減少した「プロモーションメディア広告費」（同 88.2%）が 2 年連続で減少した。BS デジタル放送などの増加で「衛星メディア関連広告費」（同 104.9%）が引き続き伸びたが、伸び率は 1 ケタにとどまった。「インターネット広告費」（同 101.2%）は検索連動広告やモバイル広告では伸びたが、ディスプレイ広告が前年を下回り、全体では微増となった。
3. 業種別（マスコミ四媒体）では、「金融・保険」（通販系生命保険、消費者金融などの広告が大幅に減少）、「自動車・関連品」（国産乗用車、軽自動車などが減少）、「情報・通信」（携帯電話、パソコンなどが減少）、「不動産・住宅設備」（住宅メーカーの企業広告、分譲マンションが減少）など、21 業種中 20 業種が前年を下回った。増加は「官公庁・団体」（衆院選関連の出稿が寄与）1 業種のみであった。

1. 総広告費の推移（表1）

2009年の総広告費は5兆9,222億円、前年比88.5%と2年連続で減少となった。

2. 媒体別広告費の概要（表2、表3）

「マスコミ四媒体広告費」は前年比85.7%、新聞、テレビが5年連続して前年実績を下回った。マスコミ四媒体以外では「プロモーションメディア広告費」が同88.2%で、2年連続で減少した。内訳の「フリーペーパー・フリーマガジン」「交通」「屋外」「展示・映像他」「折込」などすべてが減少した。「衛星メディア関連広告費」はBSデジタル放送などの伸長で同104.9%となった。「インターネット広告費」は同101.2%と微増だった。

2009年（1～12月）のマスコミ四媒体広告費を四半期別にみると、いずれの四半期も前年を下回ったが、年後半はマイナス幅が縮小した。

＜2009年のマスコミ四媒体広告費の四半期別伸び率＞

（前年比、前年同期比、%）

	2009年1-12月	1-6月	7-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
マスコミ四媒体広告費	85.7	83.6	88.0	83.3	83.9	85.6	90.3

＜新聞広告費＞

- ・ 新聞広告費は、6,739億円、前年比81.4%。
- ・ 2009年は前年後半からの世界的景気減速が止まらず、厳しいスタートとなった。衆議院選挙での選挙広告、エコポイント、エコカー減税などの政策が年後半にはプラス要因をもたらしたものの、総体的な出稿減少に歯止めがかからず、2008年（前年比87.5%）に引き続き、2年連続での2ケタ減少となった。
- ・ 業種別では、「化粧品・トイレタリー」「ファッション・アクセサリ」などが前年を上回ったものの、「金融・保険」「交通・レジャー」「案内・その他」「情報・通信」「出版」「流通・小売業」「不動産・住宅設備」など出稿構成比の高い業種での減少が大きく、全体として前年より大幅減となった。
- ・ 広告収入の落ち込みは新聞社の経営にも大きな影響を与えており、相次ぐ夕刊廃止や新聞社間の編集・印刷・輸送面での相互提携、ウェブや電子版の有料化、購読料値上げなど、既存の枠組みを超えた合従連衡やコンテンツの有料化戦略など、業界全体としての課題に積極的に取り組む動きが目立った。

＜雑誌広告費＞

- ・ 雑誌広告費は3,034億円、前年比74.4%。
- ・ 業種別動向を見ると、前年比70%前後の業種が多い。その中で「食品」「家庭用品」「家電・AV機器」「趣味・スポーツ用品」「交通・レジャー」「化粧品・トイレタリー」「飲料・嗜好品」などは雑誌全体の前年比平均を上回っている。
- ・ ジャンル別では、「パソコン誌」「自動車誌」などの減少幅が大きい。減少幅が小さいのは「生活実用誌」や「ティーン女性誌」などで、「生活実用誌」は「食品」「家庭用品」の広告が多

く、「ティーン女性誌」は『POPTEEN』『ラブベリー』などが好調だった。雑誌全体では、宝島社をはじめとする付録付きの女性誌、付録付きブランドムックなどが好調で部数を伸ばしており、この傾向は今後も継続すると考えられる。

- ・ 主な創刊誌は、『美 STORY』（光文社）や『GINGER』（幻冬舎）などで、『美 STORY』は美容誌として後発ながら、好調に推移している。『GINGER』は積極的に新しい広告スタイルへの取り組みを行っている。『ジュニアエラ』（朝日新聞出版）、『アイラブママ』（インフォレスト）、『ファミリーウォーカー』（角川マーケティング）など、子どもと親、家族などを読者ターゲットとしたジャンルの雑誌創刊も目立った。また、インターネットでのコンテンツ公開をする『G2』（講談社）、『現代ビジネス』（講談社）なども創刊され、出版社の新しい動きとして注目されている。
- ・ 一方、大手出版社などの老舗雑誌の休刊が相次いだ。主な休刊誌は『BRIO』（光文社）、『エスクァイア日本版』（エスクァイアマガジンジャパン）、『マリ・クレール』（アシェット婦人画報社）、『諸君！』（文藝春秋）、『小学5年生』『小学6年生』（小学館）、『スタジオボイス』（INFAS パブリケーションズ）、『PINKY』（集英社）など。
- ・ 創復刊点数は135点で前年より42点減少。休刊点数は189点で前年より3点増加となった。

<ラジオ広告費>

- ・ ラジオ広告費は1,370億円、前年比88.4%。
- ・ ラジオの主要業種である「自動車・関連品」、「金融・保険」の落ち込みを2008年後半から引きずった形で、低調な推移となった。
- ・ ダイレクトレスポンス系への定着がみられる「化粧品・トイレットリー」や、選挙戦や公示でまとまった出稿があった「官公庁・団体」など、伸長した業種もあったものの、全体では10%以上の落ち込みとなった。
- ・ 4月以降では、各広告主の固定費節減の姿勢が顕著となり、スポットに比べタイムの減少が顕著になった。一方、媒体社側もこの傾向に呼応してリスナーを招待するコンサートやイベントの開催など催事業を展開することで、売上げ減少に歯止めをかける動きもみられた。
- ・ エリア別では、全売上げの半分近くを占める関東地区の低迷が大きく影響した。北海道・関西・九州・沖縄では地元広告主の出稿もあり、前年を下回ったものの関東ほどの落ち込みはみられなかった。
- ・ コミュニティ放送は、2009年に10局が開局して全国で235局となったものの広告費は前年比で横ばい状況となり、新局効果はあったものの既存局の売上げ減少と相殺される形となった。

<テレビ広告費>

- ・ テレビ広告費は1兆7,139億円、前年比89.8%。
- ・ 内訳は、番組広告費が7,596億円（前年比87.8%）、スポット広告費が9,543億円（前年比91.4%）である。
- ・ 2008年アメリカ発の金融危機の影響は決して軽くはなく、国内企業の経営圧迫、雇用不安、需要低迷等をもたらした。広告主が経費抑制の観点からテレビ広告費を削減した結果、下落幅の大きい厳しい1年となった。1～3月は予算削減の矛先として期中での調整が比較的容

易なスポット広告が影響を受けた。4月に入ると改編を機に固定費削減が進み番組広告が減少。7～9月は前年の北京五輪の反動もあり番組広告費の落ち込みがさらに拡大した。その一方で、リーマン・ショックから1年が経過した9月頃からスポット広告に明るい兆しが見え始めた。出稿の傾向として、軽自動車・エコカー減税対象車、生活用品、食品、飲料など、生活者の低価格志向に合致したものやお得感のあるサービス・商品において広告の増加が見受けられた。10～12月には、収益面で安定してきた広告主が営業支援の広告活動を徐々に戻し、スポット広告は前年並み近くまで回復した。しかし番組広告は10月以降も厳しく、テレビ広告全体の回復というところまでには至らなかった。

- ・ 業種別にみると、「官公庁・団体」が伸び、「食品」などの生活用品や「流通・小売業」が堅調であった。一方、「自動車・関連品」「趣味・スポーツ用品」「金融・保険」の出稿量は減少した。

<マスコミ四媒体広告制作費>

- ・ マスコミ四媒体広告制作費は2,793億円、前年比85.8%と推定される。うち、テレビCM制作費は1,788億円、前年比91.3%(注：広告制作費は媒体別広告費に含まれている)。
- ・ 2008年後半からの世界不況の影響は年初の予測を上回る規模で、日本の広告制作業界に大きな打撃を与えた。広告予算の見直しと、マス広告中心の従来型キャンペーンの再構築が急速に進展している。また、キャンペーン展開エリアの見直しが、特にローカルエリアにおける広告活動の鈍化に影響を与えている模様である。
- ・ 業種別にみると、シェアの大きな「情報・通信」「自動車・関連品」「家電・AV機器」の不調が響いた。押しなべて低調な中、「食品」「不動産・住宅設備」「官公庁・団体」「教育・医療サービス・宗教」が健闘し、全体の下支えをしていた。

<衛星メディア関連広告費>

- ・ 衛星メディア関連広告費は709億円、前年比104.9%。
- ・ CATVは、前年比107.0%。地上波デジタル化対応を契機としたCATV側の積極的な顧客営業に支えられて引き続き加入世帯数は伸びたが、その効果は限定的であった。一方で、今期はMSO(統括運営会社)による統合効果が徐々に顕在化した年であったと考えられる。地域広告主の出稿はやや停滞感があるものの通販事業者の出稿が順調に推移した。
- ・ CS放送は、前年比94.0%。この数年比較的堅調に推移しており、景気悪化の影響もそれほどないと思われていたが、今期は一部消費財広告主の出稿控えが急激に顕在化し、一昨年に続く前年割れとなった。通販(健康食品関連)などの引き合いは恒常的に増加しているものの、一般広告主の減少を相殺する状況には至らなかった。
- ・ BS放送は、デジタルテレビの好調な出荷による視聴可能世帯の増加を背景に、巨人戦ナイターなど優良コンテンツの増加や、地上波テレビと異なるM2・F2(30代後半以上)視聴者向けの編成強化により、これらのターゲットを対象にした大手広告主(消費財ハイエンド商品、耐久財、サービス)の新規出稿や、相変わらず好調な通販出稿の増加などから、前年比110.2%となった。
- ・ 文字放送は、デジタル・デバイスの普及とそれに伴うデータ放送への転換により、新規需要の引き合いに乏しく、前年比55.6%。

<インターネット広告費>

- ・ インターネット広告費（媒体費＋広告制作費）は 7,069 億円、前年比 101.2%と推定される。媒体費は 5,448 億円（うちモバイル広告費 1,031 億円、検索連動広告費＜PC 領域のみ＞1,710 億円）、前年比 101.4%。
- ・ 2009 年の概況としては、景気後退の影響を受けて一時期冷え込んだものの、年後半に次第に回復が見られ、一年を総計するとほぼ横ばいとなった。全般的な傾向として、ウェブ（PC）広告よりもモバイル広告の伸長率が高く、またバナーなどのディスプレイ広告に比べて検索連動広告の伸長率が高い。また各領域とも、マス広告と連動した手法が広く定着してきている。
- ・ PC インターネットにおける広告であるウェブ（PC）広告の領域では、景気減速により人材・不動産・金融などの有力広告主が予算減となったことと、各広告媒体のページビュー（PV）の伸びが頭打ち傾向にあることから、バナー広告などは前年よりも減少し、検索連動広告を含むウェブ（PC）広告は 4,417 億円（前年比 99.0%）となった。しかし、広告主のインターネット広告への評価は着実に定着・浸透し、表現の豊かなリッチ広告を活用した認知効果・ブランディング効果への注目が高まり、また行動ターゲティング広告などの新しい領域も成長領域となるなど、広告手法の進化・多様化が進んだ。さらに、独自のアプリの活用や媒体力の成長で注目された SNS などのソーシャルメディア、Twitter に代表される「ミニブログ」も話題となり、今後の広告活用の進展が期待される。
- ・ PC インターネットにおける検索連動広告は、景気後退によって主力広告主が広告予算を削減した影響で成長率は鈍化したものの、費用対効果を重視する広告主による活用は引き続き堅調で、1,710 億円（前年比 108.6%）と成長を続けている。
- ・ モバイルインターネットにおける広告であるモバイル広告は、計 1,031 億円（前年比 112.9%）。3G 端末や通信定額制などがさらに普及・定着してユーザーの利用が拡大・進化したことが伸びを後押しし、成長を続けている。2009 年のトピックスとしては、SNS などのソーシャルメディアの利用が普及拡大したことによって、それを活用した企画性の高い広告展開が進んだこと、また端末の高度化によるコンテンツの進化によって販促領域での活用が増えたこと、などが挙げられる。iPhone などのスマートフォンも注目され、今後は広告活用のさらなる進展が期待される。また、モバイルにおける検索行動の浸透により、モバイル検索連動広告も引き続き成長した（224 億円、前年比 131.8%）。
- ・ インターネット広告制作費は、1,621 億円、前年比 100.7%。不動産、耐久消費財、金融を中心に大型案件の減少は続いているものの、携帯キャリア、食品、飲料などのキャンペーンや中小規模のサイトリニューアルなどが増加し、結果として横ばいとなった。また、ソーシャルメディアとのタイアップや公開されている API（アプリケーション・プログラミング・インターフェイス）を使ったコンテンツなど制作内容の多様化が進んでいる。モバイルインターネット広告制作を含め、全体として案件数は増加、単価は低下傾向にある。

<プロモーションメディア広告費>

- ・ プロモーションメディア広告費は 2 兆 3,162 億円、前年比 88.2%と推定される。
- ・ 2 年続けて前年を下回り、2009 年もすべての内訳で減少した。

- ・ 「屋外広告」「交通広告」「DM」「フリーペーパー・フリーマガジン」「POP」「展示・映像他」はいずれも2年連続の減少となった。「折込広告」は3年連続、「電話帳」は11年連続の減少。プロモーションメディア合計では、2年続けてマスコミ四媒体広告費よりも減少幅が小さかったが、2009年は広告主による広告費削減の影響を受け、2ケタの大幅なマイナスとなった。その中で「POP」「DM」などは減少幅が小さかった。

3. 業種別広告費（21業種、マスコミ四媒体のみ）の概要（表4、表5、表6）

2009年は21業種中20業種で広告費が減少し、うち14業種が2ケタの減少となった（2008年は18業種が減少、2ケタ減少は8業種）。

増加業種は、「官公庁・団体」（同104.6%、衆院選関連の投稿が寄与）の1業種のみであった。

一方、広告費が減った業種では、「エネルギー・素材・機械」（前年比67.1%、企業広告、ガソリンなどが減少）、「自動車・関連品」（同70.0%、国産乗用車、軽自動車などが減少）、「金融・保険」（同71.1%、通販系生命保険、消費者金融、通販系医療保険などが減少）、「案内・その他」（同71.8%、臨時もの求人、案内などが減少）、「精密機器・事務用品」（同75.3%、企業広告、腕時計などが減少）、「不動産・住宅設備」（同76.4%、住宅メーカーの企業広告、分譲マンションなどが減少）、「ファッション・アクセサリ」（同80.4%、婦人服、貴金属・アクセサリなどが減少）、「出版」（同82.8%、企業広告、一般紙、婦人・家庭誌などが減少）、「趣味・スポーツ用品」（前年比83.9%、ゲームソフト、パチンコ・パチスロ機などが減少）、「情報・通信」（同84.2%、企業広告、携帯電話、パソコンなどが減少）など14業種が2ケタの減少となった。

「食品」（前年比95.7%、企業広告、カレー、合わせ調味料などが減少したが、健康食品、即席麺などが増加）、「化粧品・トイレットリー」（同93.9%、企業広告、シャンプー&リンスなどが減少したが洗顔料などが増加）、「外食・各種サービス」（同93.5%、男性用かつら、エステティックサロンなどが減少したが飲食業などが増加）、「飲料・嗜好品」（同92.0%、発泡酒、日本茶などが減少したが、第三のビールや炭酸飲料などが増加）など生活に密着した業種では、1ケタの減少にとどまった。

以上

表1 日本経済の成長と「日本の広告費」 (1985年～2009年)

	年	日本の広告費		国内総生産(GDP)		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 (%)	
改訂前	1985年(昭和60年)	35,049	-	3,254,019	107.4	1.08
	86年(61年)	36,478	104.1	3,405,595	104.7	1.07
	87年(62年)	39,448	108.1	3,541,702	104.0	1.11
	88年(63年)	44,175	112.0	3,807,429	107.5	1.16
	89年(平成元年)	50,715	114.8	4,101,222	107.7	1.24
	90年(2年)	55,648	109.7	4,427,810	108.0	1.26
	91年(3年)	57,261	102.9	4,694,218	106.0	1.22
	92年(4年)	54,611	95.4	4,807,828	102.4	1.14
	93年(5年)	51,273	93.9	4,837,118	100.6	1.06
	94年(6年)	51,682	100.8	4,884,503	101.0	1.06
	95年(7年)	54,263	105.0	4,951,655	101.4	1.10
	96年(8年)	57,715	106.4	5,050,118	102.0	1.14
	97年(9年)	59,961	103.9	5,156,441	102.1	1.16
	98年(10年)	57,711	96.2	5,049,054	97.9	1.14
	99年(11年)	56,996	98.8	4,976,286	98.6	1.15
	2000年(12年)	61,102	107.2	5,029,899	101.1	1.21
	01年(13年)	60,580	99.1	4,977,197	99.0	1.22
	02年(14年)	57,032	94.1	4,913,122	98.7	1.16
	03年(15年)	56,841	99.7	4,902,940	99.8	1.16
	04年(16年)	58,571	103.0	4,983,284	101.6	1.18
改訂後	05年(17年)	59,625	101.8	5,017,344	100.7	1.19
	06年(18年)	59,954	100.6	5,073,648	101.1	1.18
	05年(17年)	68,235	102.9	5,017,344	100.7	1.36
	06年(18年)	69,399	101.7	5,073,648	101.1	1.37
	07年(19年)	70,191	101.1	5,155,204	101.6	1.36
	08年(20年)	66,926	95.3	5,051,139	98.0	1.32
	09年(21年)	59,222	88.5	4,749,240	94.0	1.25

・国内総生産は内閣府「国民経済計算年報」および「国民所得統計速報」による。

・いずれも暦年の資料である。

・2007年に「日本の広告費」の雑誌推定範囲を2005年に遡及して改訂した。

表2 媒体別広告費

媒体 広告費	広告費(億円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2007年 (平成19年)	2008年 (20年)	2009年 (21年)	2008年 (平成20年)	2009年 (21年)	2007年 (平成19年)	2008年 (20年)	2009年 (21年)
総 告 費	70,191	66,926	59,222	95.3	88.5	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費	35,699	32,995	28,282	92.4	85.7	50.9	49.3	47.8
新 聞	9,462	8,276	6,739	87.5	81.4	13.5	12.4	11.4
* 雑 誌	4,585	4,078	3,034	88.9	74.4	6.5	6.1	5.1
ラ ジ オ	1,671	1,549	1,370	92.7	88.4	2.4	2.3	2.3
テ レ ビ	19,981	19,092	17,139	95.6	89.8	28.5	28.5	29.0
衛星メディア関連広告費	603	676	709	112.1	104.9	0.8	1.0	1.2
インターネット広告費	6,003	6,983	7,069	116.3	101.2	8.6	10.4	11.9
媒 体 費	4,591	5,373	5,448	117.0	101.4	6.5	8.0	9.2
* 広 告 制 作 費	1,412	1,610	1,621	114.0	100.7	2.0	2.4	2.7
プロモーションメディア広告費	27,886	26,272	23,162	94.2	88.2	39.7	39.3	39.1
* 屋 外	4,041	3,709	3,218	91.8	86.8	5.8	5.6	5.4
* 交 通	2,591	2,495	2,045	96.3	82.0	3.7	3.7	3.4
* 折 込	6,549	6,156	5,444	94.0	88.4	9.3	9.2	9.2
* D M	4,537	4,427	4,198	97.6	94.8	6.5	6.6	7.1
* フリーペーパー・フリーマガジン	3,684	3,545	2,881	96.2	81.3	5.2	5.3	4.9
P O P	1,886	1,852	1,837	98.2	99.2	2.7	2.8	3.1
電 話 帳	1,014	892	764	88.0	85.7	1.4	1.3	1.3
展 示・映 像 他	3,584	3,196	2,775	89.2	86.8	5.1	4.8	4.7

(注) 2007年に「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改訂した。(*印が改訂したもの)

<日本の広告費推定範囲>

日本の広告費	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	全国民間放送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 広 告 費	衛星放送、CATV、文字放送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上の広告掲載費(モバイル広告を含む)および広告制作費(バナー広告等の制作費および商品サービス・キャンペーン関連ホームページの制作費)
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、屋外ビジョン等屋外広告の制作費と掲出料
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
D M	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
P O P	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 他	展示会、博覧会、PR館等の制作費、広告用映画・ビデオ等の制作費と上映費など

表3 媒体別広告費(2001年～2009年)

広告費 媒体	広告費(億円) <改訂前>						<改訂後>				
	2001年 (平成13年)	02年 (14年)	03年 (15年)	04年 (16年)	05年 (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)
総 廣 告 費	60,580	57,032	56,841	58,571	59,625	59,954	68,235	69,399	70,191	66,926	59,222
マスコミ四媒体広告費	38,886	35,946	35,822	36,760	36,511	35,778	37,408	36,668	35,699	32,995	28,282
新 聞	12,027	10,707	10,500	10,559	10,377	9,986	10,377	9,986	9,462	8,276	6,739
* 雑 誌	4,180	4,051	4,035	3,970	3,945	3,887	4,842	4,777	4,585	4,078	3,034
ラ ジ オ	1,998	1,837	1,807	1,795	1,778	1,744	1,778	1,744	1,671	1,549	1,370
テ レ ビ	20,681	19,351	19,480	20,436	20,411	20,161	20,411	20,161	19,981	19,092	17,139
衛星メディア関連広告費	471	425	419	436	487	544	487	544	603	676	709
インターネット広告費	735	845	1,183	1,814	2,808	3,630	3,777	4,826	6,003	6,983	7,069
媒 体 費	735	845	1,183	1,814	2,808	3,630	2,808	3,630	4,591	5,373	5,448
* 廣 告 制 作 費							969	1,196	1,412	1,610	1,621
プロモーションメディア広告費	20,488	19,816	19,417	19,561	19,819	20,002	26,563	27,361	27,886	26,272	23,162
* 屋 外	2,992	2,887	2,616	2,667	2,646	2,738	3,806	3,946	4,041	3,709	3,218
* 交 通	2,480	2,348	2,371	2,384	2,432	2,505	2,463	2,539	2,591	2,495	2,045
* 折 込	4,560	4,546	4,591	4,765	4,798	4,809	6,649	6,662	6,549	6,156	5,444
* D M	3,643	3,478	3,374	3,343	3,447	3,495	4,314	4,402	4,537	4,427	4,198
* フリーペーパー・フリーマガジン							2,835	3,357	3,684	3,545	2,881
P O P	1,698	1,720	1,725	1,745	1,782	1,845	1,782	1,845	1,886	1,852	1,837
電 話 帳	1,652	1,559	1,524	1,342	1,192	1,154	1,192	1,154	1,014	892	764
展 示 ・ 映 像 他	3,463	3,278	3,216	3,315	3,522	3,456	3,522	3,456	3,584	3,196	2,775

(注) 2007年に「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改訂した。(*印が改訂したもの)

<「日本の広告費」改訂について>

2007年「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改訂した。

——改訂のポイント——

- ① マスコミ四媒体広告費は、「雑誌」の推定対象誌を増加(専門誌・地方誌等を拡張)した。
- ② 「インターネット広告費」は広告制作費を推定した。
- ③ プロモーションメディア広告費は以前のSP広告費の呼称を変更し、内訳を見直した。
- ④ 「屋外」は以前の広告版・ネオンに屋外ビジョン・ポスターボード等を追加した。
- ⑤ 「交通」は以前の鉄道・バスに空港・タクシーを追加した。
- ⑥ 「折込」は全国の折込料金を見直して推定した。
- ⑦ 「DM」は以前の郵便料に民間メール便配達料を追加した。
- ⑧ 「フリーペーパー・フリーマガジン」の広告料を推定した。

表4 業種別広告費(マスコミ四媒体広告費)

業種	広告費(千円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2007年 (平成19年)	2008年 (20年)	2009年 (21年)	2008年 (平成20年)	2009年 (21年)	2007年 (平成19年)	2008年 (20年)	2009年 (21年)
1. エネルギー・素材・機械	6,409	4,874	3,272	76.0	67.1	1.8	1.5	1.2
2. 食 品	29,933	30,145	28,850	100.7	95.7	8.4	9.1	10.2
3. 飲 料 ・ 嗜 好 品	26,374	24,685	22,701	93.6	92.0	7.4	7.5	8.0
4. 薬 品 ・ 医 療 用 品	18,288	18,367	16,333	100.4	88.9	5.1	5.6	5.8
5. 化 粧 品 ・ トイレタリー	31,145	29,380	27,591	94.3	93.9	8.7	8.9	9.7
6. ファッション・アクセサリ	12,787	11,582	9,312	90.6	80.4	3.6	3.5	3.3
7. 精密機器・事務用品	4,465	4,080	3,073	91.4	75.3	1.2	1.2	1.1
8. 家 電 ・ A V 機 器	8,503	8,188	7,056	96.3	86.2	2.4	2.5	2.5
9. 自 動 車 ・ 関 連 品	21,691	19,228	13,456	88.6	70.0	6.1	5.8	4.8
10. 家 庭 用 品	6,384	6,105	5,899	95.6	96.6	1.8	1.8	2.1
11. 趣 味 ・ ス ポ ー ツ 用 品	15,695	16,925	14,200	107.8	83.9	4.4	5.1	5.0
12. 不 動 産 ・ 住 宅 設 備	17,304	14,753	11,268	85.3	76.4	4.8	4.5	4.0
13. 出 版	13,712	11,414	9,451	83.2	82.8	3.8	3.5	3.3
14. 情 報 ・ 通 信	26,675	24,145	20,338	90.5	84.2	7.5	7.3	7.2
15. 流 通 ・ 小 売 業	22,348	21,064	19,139	94.3	90.9	6.3	6.4	6.8
16. 金 融 ・ 保 険	24,620	21,296	15,144	86.5	71.1	6.9	6.4	5.3
17. 交 通 ・ レ ジ ャ ー	28,976	26,944	23,352	93.0	86.7	8.1	8.2	8.2
18. 外 食 ・ 各 種 サ ー ビ ス	15,188	14,425	13,487	95.0	93.5	4.3	4.4	4.8
19. 官 公 庁 ・ 団 体	5,413	4,558	4,766	84.2	104.6	1.5	1.4	1.7
20. 教育・医療サービス・宗教	11,926	10,016	8,546	84.0	85.3	3.3	3.0	3.0
21. 案 内 ・ そ の 他	9,154	7,776	5,586	84.9	71.8	2.6	2.4	2.0
合 計	356,990	329,950	282,820	92.4	85.7	100.0	100.0	100.0

(注) 2007年にマスコミ四媒体の「雑誌広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改訂した。

＜業種別採録基準＞

1. エネルギー・素材・機械	電力、ガス、石油製品、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、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、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、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・フィルムなど光学機器、複写機、事務用品、文房具など
8. 家 電 ・ A V 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、カーエアコン、カーオーディオ、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、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、ペット用品、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・厨房ユニットなど住宅付属設備
13. 出 版	新聞、雑誌、書籍、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、電話サービス、通信サービス・インターネット、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、宝くじなど
17. 交 通 ・ レ ジ ャ ー	交通、旅行あつせん、宿泊、スポーツ・レジャー施設、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など
19. 官 公 庁 ・ 団 体	官公庁、自治体、政党、外国官公庁、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 業種別広告費〔マスコミ四媒体広告費〕(2009年)

(単位:千万円, %)

業種	媒体	新 聞			雑 誌			ラジオ			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		632	0.9	66.0	267	0.9	77.8	435	3.2	85.8	1,938	1.1	63.2	3,272	1.2	67.1
2. 食 品		4,867	7.2	83.1	1,653	5.4	80.4	1,177	8.6	87.5	21,153	12.3	101.3	28,850	10.2	95.7
3. 飲 料 ・ 嗜 好 品		2,206	3.3	91.8	1,548	5.1	75.7	716	5.2	94.1	18,231	10.6	93.6	22,701	8.0	92.0
4. 薬 品 ・ 医 療 用 品		1,982	2.9	85.9	841	2.8	73.1	1,100	8.0	98.6	12,410	7.2	90.0	16,333	5.8	88.9
5. 化 粧 品 ・ トイレタリー		2,751	4.1	115.7	4,220	13.9	75.8	437	3.2	103.8	20,183	11.8	96.0	27,591	9.7	93.9
6. ファッション・アクセサリ		1,185	1.8	104.7	5,999	19.8	74.8	72	0.5	68.6	2,056	1.2	88.6	9,312	3.3	80.4
7. 精密機器・事務用品		521	0.8	64.9	824	2.7	69.1	81	0.6	88.0	1,647	1.0	82.7	3,073	1.1	75.3
8. 家 電 ・ A V 機 器		775	1.1	66.9	871	2.9	78.9	148	1.1	93.1	5,262	3.1	91.3	7,056	2.5	86.2
9. 自 動 車 ・ 関 連 品		1,784	2.6	61.1	1,366	4.5	67.1	1,038	7.6	67.7	9,268	5.4	72.8	13,456	4.8	70.0
10. 家 庭 用 品		864	1.3	100.8	443	1.5	79.4	180	1.3	95.2	4,412	2.6	98.0	5,899	2.1	96.6
11. 趣 味 ・ ス ポ ー ツ 用 品		1,520	2.3	101.5	2,208	7.3	77.9	452	3.3	83.1	10,020	5.9	83.2	14,200	5.0	83.9
12. 不 動 産 ・ 住 宅 設 備		3,210	4.8	72.1	813	2.7	76.3	597	4.4	71.3	6,648	3.9	79.1	11,268	4.0	76.4
13. 出 版		6,611	9.8	82.7	360	1.2	75.9	598	4.4	81.6	1,882	1.1	84.9	9,451	3.3	82.8
14. 情 報 ・ 通 信		4,023	6.0	73.7	1,904	6.3	73.4	837	6.1	93.5	13,574	7.9	89.3	20,338	7.2	84.2
15. 流 通 ・ 小 売 業		7,284	10.8	84.7	1,301	4.3	68.4	903	6.6	93.1	9,651	5.6	100.6	19,139	6.8	90.9
16. 金 融 ・ 保 険		2,889	4.3	60.1	956	3.1	65.6	1,037	7.6	68.5	10,262	6.0	75.9	15,144	5.3	71.1
17. 交 通 ・ レ ジ ャ ー		11,840	17.6	86.5	1,943	6.4	76.9	1,361	9.9	95.2	8,208	4.8	88.2	23,352	8.2	86.7
18. 外 食 ・ 各 種 サ ー ビ ス		2,373	3.5	82.2	981	3.2	73.2	964	7.0	107.7	9,169	5.4	98.6	13,487	4.8	93.5
19. 官 公 庁 ・ 団 体		1,975	2.9	100.2	346	1.1	68.2	1,017	7.4	118.3	1,428	0.8	117.0	4,766	1.7	104.6
20. 教育・医療サービス・宗教		3,498	5.2	82.8	1,430	4.7	75.9	497	3.6	98.4	3,121	1.8	91.7	8,546	3.0	85.3
21. 案 内 ・ そ の 他		4,600	6.8	71.7	66	0.2	58.4	53	0.4	67.1	867	0.5	74.3	5,586	2.0	71.8
合 計		67,390	100.0	81.4	30,340	100.0	74.4	13,700	100.0	88.4	171,390	100.0	89.8	282,820	100.0	85.7

表6 業種別広告費〔マスコミ四媒体広告費〕(1999年～2009年)

(単位:千万円, %)

業種	広告費	広 告 費(千万円)						<改 訂>				
		1999年 (平成11年)	2000年 (12年)	01年 (13年)	02年 (14年)	03年 (15年)	04年 (16年)	05年 (17年)	06年 (18年)	07年 (19年)	08年 (20年)	09年 (21年)
1. エネルギー・素材・機械		4,604	4,830	5,160	4,332	4,610	4,726	5,012	5,621	6,409	4,874	3,272
2. 食 品		36,969	36,221	36,311	33,430	31,872	30,177	30,237	29,893	29,933	30,145	28,850
3. 飲 料 ・ 嗜 好 品		31,415	32,629	32,228	27,770	26,562	28,769	28,224	27,651	26,374	24,685	22,701
4. 薬 品 ・ 医 療 用 品		19,297	20,092	20,691	19,111	18,128	17,692	18,451	17,791	18,288	18,367	16,333
5. 化粧品・トイレタリー		34,648	37,413	34,284	34,700	35,755	37,913	32,601	31,932	31,145	29,380	27,591
6. ファッション・アクセサリ		9,537	10,091	9,719	9,330	9,601	9,655	11,074	12,320	12,787	11,582	9,312
7. 精密機器・事務用品		4,168	4,123	3,883	4,043	4,740	4,746	4,085	4,236	4,465	4,080	3,073
8. 家 電 ・ A V 機 器		8,129	8,832	8,201	7,396	7,591	8,245	9,076	9,192	8,503	8,188	7,056
9. 自 動 車 ・ 関 連 品		25,375	25,250	26,921	25,600	24,887	25,490	24,822	23,503	21,691	19,228	13,456
10. 家 庭 用 品		8,090	8,245	7,404	7,044	6,307	6,697	6,761	6,257	6,384	6,105	5,899
11. 趣味・スポーツ用品		16,553	15,767	15,730	15,701	15,071	14,230	16,274	16,523	15,695	16,925	14,200
12. 不 動 産 ・ 住 宅 設 備		14,506	16,003	16,127	14,705	14,823	15,596	16,605	16,680	17,304	14,753	11,268
13. 出 版		16,751	17,907	17,221	15,628	15,087	15,135	14,824	14,313	13,712	11,414	9,451
14. 情 報 ・ 通 信		24,794	33,127	29,369	23,743	27,466	26,646	26,774	26,853	26,675	24,145	20,338
15. 流 通 ・ 小 売 業		25,958	27,260	27,373	25,741	24,738	25,489	25,393	23,486	22,348	21,064	19,139
16. 金 融 ・ 保 険		20,764	26,621	27,518	25,443	25,573	29,120	32,728	30,478	24,620	21,296	15,144
17. 交 通 ・ レ ジ ャ ー		27,783	28,613	28,750	27,564	26,847	28,457	28,818	28,804	28,976	26,944	23,352
18. 外 食 ・ 各 種 サ ー ビ ス		12,626	13,794	13,093	12,249	12,213	12,409	14,738	14,847	15,188	14,425	13,487
19. 官 公 庁 ・ 団 体		5,026	5,786	6,055	4,920	5,233	4,681	5,239	4,367	5,413	4,558	4,766
20. 教育・医療サービス・宗教		12,039	13,426	12,258	11,962	12,775	13,090	13,673	12,880	11,926	10,016	8,546
21. 案 内 ・ そ の 他		9,788	11,040	10,564	9,048	8,341	8,637	8,671	9,053	9,154	7,776	5,586
合 計		368,820	397,070	388,860	359,460	358,220	367,600	374,080	366,680	356,990	329,950	282,820

(注) 2007年に「日本の広告費」の雑誌推定範囲を2005年に遡及して改訂した。