

2019年1月11日

「世界の広告費成長率予測（2018～2020）」を発表

- ◆ 2018年の世界の広告費成長率は4.1%と予測
 - 中国、英国、ブラジルなどのけん引により、前回予測（2018年6月）の3.9%を、今回予測（2019年1月）では4.1%へと上方修正。
- ◆ 2019年の成長率は3.8%、2020年は4.3%と予測。2019年で10年連続の成長となり、総広告費は過去最高を更新し6,250億米ドルへ
 - 2019年は、主にアジア太平洋と北米地域がけん引し、3.8%成長となる見通し。
 - 2020年は、世界的な経済成長を背景に5地域（北米、西ヨーロッパ、中央および東ヨーロッパ、アジア太平洋、中南米）のすべてで2019年の成長率を上回る見通し。
- ◆ 媒体別では、2018年にデジタルがテレビを初めて追い抜き、2019年にはシェア40%超へ

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・地域から収集したデータに基づき、「世界の広告費成長率予測」^{*1}を取りまとめました。本予測は年に2回のペースで改定と新規予測を行っていますが、今回は2018年と2019年予測の改定と、2020年の新規予測を行いました。

その結果、2018年の世界の広告費成長率は4.1%（2018年6月の前回予測は3.9%）を見込んでいます。また世界的な経済成長を背景に、2019年も3.8%（前回予測も3.8%）、2020年にも4.3%（新規予測）と、引き続き主にデジタル広告がけん引し堅調な成長が続くと予測しています。（図表1参照）

■ 世界の広告市場をけん引するデジタル広告

世界のデジタル広告費の成長率は、2018年に13.8%（前回予測は12.6%）、2019年に12.0%（同11.3%）、2020年に10.8%と、二桁成長が続く見通しです。（図表2参照）

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38.5%^{*2}となり、初めてテレビ広告費の35.4%^{*2}を上回ることであり、その割合は2019年には41.4%、2020年には43.8%とさらに伸長していく見通しです。（図表3参照）

なお、予測対象の59カ国・地域のうち、2019年には世界最大の広告市場「米国」をはじめとする26カ国・地域で、デジタルが媒体別広告費の構成比でトップになると予測しています。

■ 2019年予測の概要

世界の広告費成長率は3.8%と予測しています。（前回予測も3.8%）

また総広告費は、初めて6,000億ドルを突破する2018年をさらに上回る、6,250億米ドルとなる見通しです。

媒体別では、引き続き世界各地でデジタルが市場成長のけん引役となります。紙媒体は新聞が成長率で△7.2%、雑誌が△7.0%と厳しい状況が続くものの、デジタル対応設備の普及が進む屋外／交通広告は4.0%、スマートスピーカーの普及効果が見られるラジオでも1.1%の成長が見込まれ、こうした傾向は2020年も続く見通しです。

■ 日本市場の状況

日本の広告市場は2018年に続き、2019年も1%未満の低成長が続く見通しです。2018年は大型スポーツイベントによる広告市場へのプラス効果もありましたが、度重なる自然災害などで広告活動を控える動きが広がったことや、将来不安の高まりから消費活動が停滞するなどしました。2019年は消費増税もあることから、広告費予測のベースとなるマクロ経済指標にも減退の傾向が見られます。2020年には東京オリンピック・パラリンピックの開催もあり、広告市場の成長率は2.4%へと回復する見通しです。

<図表1：国・地域別の成長率予測>

	成長率：%				
	2018年		2019年		2020年
	前回予測	予測改定	前回予測	予測改定	新規予測
全世界（59カ国・地域）	3.9	4.1	3.8	3.8	4.3
北米	3.4	3.4	3.2	3.1	3.6
米国	3.4	3.4	3.1	3.0	3.6
カナダ	2.3	3.7	5.1	5.2	5.1
西ヨーロッパ	2.9	3.4	2.9	3.2	3.3
英国	4.2	6.5	4.7	6.1	7.1
ドイツ	2.6	1.0	2.9	0.5	0.5
フランス	2.5	3.6	2.8	3.1	2.5
イタリア	1.4	1.6	1.1	0.8	1.6
スペイン	1.5	1.8	1.2	1.2	0.8
中央および東ヨーロッパ	7.8	8.6	6.6	5.8	6.2
ロシア	11.7	12.0	8.5	6.9	6.7
アジア太平洋	4.5	4.6	4.4	4.5	4.9
オーストラリア	2.8	3.7	2.4	2.4	2.6
中国	6.5	7.8	6.0	7.0	6.4
インド	10.5	9.6	11.1	10.6	11.6
日本	1.5	0.2	1.2	0.6	2.4
中南米	6.9	9.9	7.3	7.9	8.6
ブラジル	2.3	7.1	2.6	3.6	6.2

前回予測は2018年6月発表

<図表2：媒体別成長率予測（全世界）>

媒体別	成長率：%				
	2018年		2019年		2020年
	前回予測	予測改定	前回予測	予測改定	新規予測
テレビ	1.2	0.8	1.1	0.5	1.6
新聞	-7.5	-9.1	-7.4	-7.2	-6.8
雑誌	-6.5	-6.8	-6.4	-7.0	-5.4
ラジオ	2.0	2.7	1.2	1.1	1.2
映画館（シネアド）	5.9	3.2	5.2	4.5	4.5
屋外/交通	2.2	4.7	2.1	4.0	3.9
デジタル	12.6	13.8	11.3	12.0	10.8

前回予測は2018年6月発表

<図表 3 : 媒体別のシェア予測 (全世界) >

世界の広告費に対する媒体別シェア：%

媒体別	2018年		2019年		2020年
	前回予測	予測改定	前回予測	予測改定	新規予測
テレビ	35.5	35.4	34.5	34.1	33.1
新聞	8.1	8.0	7.2	7.1	6.3
雑誌	5.0	5.1	4.5	4.5	4.1
ラジオ	6.1	6.2	6.0	6.0	5.8
映画館(シネアド)	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
屋外/交通	6.2	6.3	6.0	6.3	6.2
デジタル	38.4	38.5	41.1	41.4	43.8

前回予測は2018年6月発表

- ※1 電通イーゼス・ネットワーク (DAN) は、世界ネットワークを通じて収集した情報に基づき、59 カ国・地域の広告費の成長率を独自に分析・推計して年に 2 回公表しています。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。
- ※2 日本の広告市場のみ、上記※1 記載以外の媒体の広告費 (折込、DM、フリーペーパー/フリーマガジン、POP 等) が含まれるため、媒体別のシェア予測においては、その部分を取り除いた数値を「世界の総広告費」とした上で、各媒体のシェアを割り出しています。

以 上