

お詫びと訂正

以下のとおり誤りがありました。お詫びして訂正致します。

あわせて修正後の該当箇所を添付致します。

■108 ページ 「64 広告」

誤 「電通」から「CARTA HOLDINGS」に「**完全子会社**」の矢印

正 「電通」から「CARTA HOLDINGS」に「**子会社**」の矢印

ネット広告を軸に業界再編も

業界天気図



2020年度

64 広告

業界規模 ▼ 日本の総広告費…6兆5300億円(2018年、電通)

ポイント

※19年にネット広告が地上波テレビを逆転へ
※テレビや新聞などマス4媒体の減少続く

1位 電通 [4324]

国内最大手。海外の企業買収を積極化

● 1兆185億円
○ 1,116億円
◎ 62,608名
◎ 240,000円
◎ 41歳
◎ 18年12月期

販促、制作、その他 39.7
テレビ 42.6
新聞 4.4
雑誌 1.4
ラジオ 0.9
インターネット 7.6
交通、屋外 3.3

CARTA HOLDINGS [3688]

100% 出資

VOYAGE GROUPとサイバー・コミュニケーションズを経営統合して発足。中間持ち株会社

100% 出資

VOYAGE GROUP
デジタル広告の技術に強み

サイバー・コミュニケーションズ(CCI)
インターネット広告の企画・販売の大手

3位 ADKホールディングス (旧アサツー ディ・ケイ)

アニメ事業に強み

● 約3,500億円
◎ 約3,500名
◎ 18年12月期

博報堂DYホールディングス [2493]

米企業の買収で事業領域を拡大へ

● 1兆4,456億円
◎ 653億円
◎ 21,469名
◎ 43歳

販促、制作、その他 34.2
テレビ 36.5
新聞 4.0
雑誌 1.5
ラジオ 1.1
インターネット 1.1
交通、屋外 3.2
モバイル 19.4

5位 JR東日本企画

● 1,190億円

6位 東急エージェンシー

交通広告に強み

● 1,078億円

2位 博報堂

生活者関連の市場調査を数多く手掛ける

● 9,989億円 ◎ 391億円

4位 大広

アジアでの事業展開に注力

● 1,598億円 ◎ 31億円

7位 読売広告社

アニメ、生活者動向、不動産動向に強み

● 737億円 ◎ 20億円

D.A.コンソーシアムホールディングス

インターネット広告の企画、販売

● 1,473億円(主要子会社のデジタル・アドバタイジング・コンソーシアムの売上高) ◎ 688名

博報堂DYメディアパートナーズ

広告枠購入、コンテンツ開発

朝日広告社

kyu

マーケティング事業の独立組織

(注)円グラフは売上高構成比率(%)

広告大手はM&A(合併・買収)などをテコに、デジタル広告のノウハウを蓄積する。電通はネット広告大手のセブティニ・ホールディングスに2割出資したほか、ネット広告大手のVOYAGE GROUP(ボヤージュグループ)を電通子会社のサイバー・コミュニケーションズ(CCI)と経営統合させることでグループ内に取り込んだ。博報堂DYホールディングスは子会社のD.A.コンソーシアムホールディングス(DACHD)を1140億円で完全子会社化した。

最近の動向

2018年の日本の総広告費は2.2%増の6兆5300億円と、7年連続でプラスとなった。インターネット広告は前年比16.5%増の1兆7589億円。5年連続で2桁成長となり、地上波テレビ広告の1兆7848億円(1.8%減)に迫った。19年にはネット広告が地上波テレビを初めて逆転する見通しだ。

基礎知識

日本の広告費はテレビ、新聞、雑誌、ラジオの「マスコミ4媒体」に、インターネット、屋外広告や折り込みチラシのプロモーションメディアで構成される。