

2021年7月13日

## 電通グループ、「世界の広告費成長率予測（2020～2022）」改定版を発表

ー 2021年の総広告費は10.4%増加し、新型コロナパンデミック前の2019年水準を超える見通し ー

株式会社電通グループ（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：山本 敏博）は、世界59市場から収集したデータに基づき取りまとめた「世界の広告費成長率予測」の改定版を発表しました。

本予測は毎年2回更新しており、今回は2021年1月の前回予測を更新しました。2020年は成長率実績を確定し、2021年・2022年は成長率予測を改定しています。なお、広告媒体は、テレビ、新聞、雑誌、ラジオ、映画館（シネアド）、OOH（屋外／交通）、デジタルメディアを対象としています。

主な結果は次のとおりです。

### ● 2021年の世界の広告費成長率は、10.4%

世界の広告費成長率は、2020年はコロナ禍の影響を受け、実績ベースでマイナス7.2%となったが、2021年は10.4%となり、世界の総広告費は2020年実績よりも約600億米ドル増加し、約6,340億米ドルになると予測。とりわけデジタルが引き続き回復を牽引し、2021年に総広告費の50.0%を占めると予想。

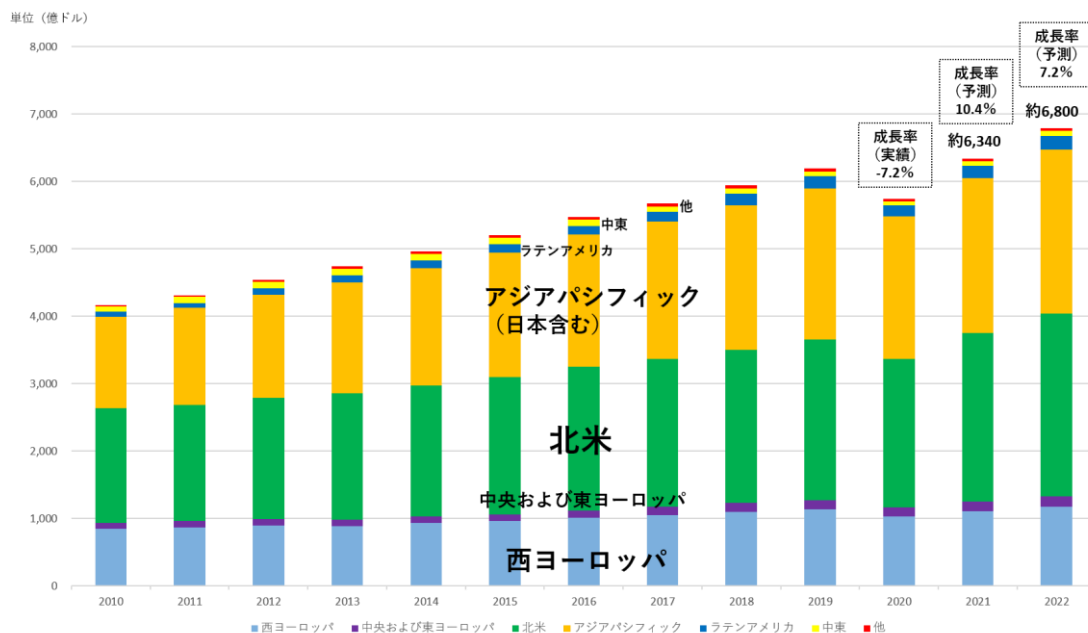
### ● 世界の総広告費は、2021年には新型コロナパンデミック前の2019年水準を超える見通し

世界の総広告費は、前回予測の2022年よりも1年早く回復し、2021年には新型コロナパンデミック前の2019年水準を超える見通し。また、2022年も成長は継続し、総広告費は2021年比7.2%増の約6,800億米ドルに達する見通し。

### ● 2021年はすべての地域で成長率がプラス成長

2021年は、北米、西ヨーロッパ、中央および東ヨーロッパ、アジアパシフィック（日本含む）、ラテンアメリカ、中東などのすべての地域で成長率がプラス成長となる見通し。国別で見ると、特にカナダ、米国、オーストラリア、英国、インドでは高い成長率になると予測。

## <世界の総広告費の推移>



## ■世界の広告市場動向について

媒体別では、2020年に2019年比4.0%増であったデジタル広告費は、2021年には2020年比15.6%増の3,110億米ドルに達し、世界の総広告費に占める割合は50.0%に達する見通しです。その内訳は、ソーシャルメディア広告（23.0%増）、動画広告（17.0%増）、検索連動型広告（16.3%増）となります。

テレビ広告費は、UEFA欧州サッカー選手権や東京オリンピック・パラリンピック競技大会などのライブイベントにより、7.1%増加する見通しです。また、ラジオは、デジタルオーディオ&テレビがけん引し、10.4%増となる見通しです。映画館（シネアド）やOOH（屋外/交通）については、社会的活動への規制が緩和されてきたことに伴い、それぞれ35.1%増、14.6%増を見込んでいます。一方、印刷媒体（新聞・雑誌の合計）は、デジタル配信への移行・進化に伴い、やや減少（マイナス4.4%）する見通しです。

業種別では、ワクチン提供など新型コロナウイルス対策に関係する広告支出を除けば、観光&運輸は不確実性の中でも需要は増加しており、広告費は8.7%増となる見通しです。また、メディア&エンタテインメントは8.9%増、自動車は9.5%増になると予測しています。

## ■日本の広告市場動向について

日本の広告市場は、2020年の成長率が実績ベースでマイナス11.2%となりましたが、2021年は4.4%増を予測しています。規制の緩和やワクチン接種の普及などで人流やモノの移動が増加傾向にあり、経済活動が徐々に正常化に向けて動き出したことや、東京オリンピック・パラリンピック競技大会なども市場の成長に寄与する見通しです。

また、2022年も回復傾向は継続し、さらに4.2%増になると予測しています。

### <市場別成長率予測>

成長率：%

	2020年		2021年		2022年	
	実績	前回予測	予測改定	前回予測	予測改定	前回予測
全世界（59市場）	-7.2	-8.8	10.4	5.8	7.2	6.9
北米	-7.6	-7.6	13.7	4.0	8.1	8.0
米国	-7.5	-7.5	13.7	3.8	8.0	8.0
カナダ	-9.6	-9.6	14.0	7.2	9.2	9.3
西ヨーロッパ	-9.6	-10.9	7.5	7.5	6.2	6.6
英国	-7.7	-7.6	12.0	10.4	8.5	10.5
ドイツ	-7.3	-8.4	3.3	4.3	4.0	2.5
フランス	-9.2	-13.9	7.0	8.9	6.0	6.0
イタリア	-12.2	-14.4	5.4	5.9	3.1	3.2
スペイン	-18.1	-20.6	3.4	4.5	6.7	7.0
中央および東ヨーロッパ	-2.3	-1.9	8.9	7.2	8.4	6.2
ロシア	-4.2	-5.9	8.6	3.0	8.2	3.3
アジアパシフィック	-5.2	-8.0	8.0	5.9	6.3	5.8
オーストラリア	-11.2	-11.2	12.7	5.9	2.9	6.2
中国	1.6	-1.6	8.5	5.3	6.9	5.0
インド	-12.9	-17.5	10.8	10.8	12.4	12.4
日本	-11.2	-16.6	4.4	5.3	4.2	6.8
ラテンアメリカ	-12.2	-18.4	13.6	10.2	12.1	8.1
ブラジル	-22.6	-22.3	8.8	5.2	5.5	2.6

前回予測は2021年1月発表

## < 媒体別成長率予測（全世界） >

成長率：%

媒体別	2020年		2021年		2022年	
	実績	前回予測	予測改定	前回予測	予測改定	前回予測
テレビ	-11.9	-13.6	7.1	1.7	4.7	5.9
新聞	-21.7	-23.3	-0.5	-3.1	-1.9	-3.4
雑誌	-19.7	-20.1	-10.3	-14.3	-4.2	-6.4
ラジオ	-9.4	-10.1	10.4	4.7	1.8	1.6
映画館(シネアド)	-59.6	-58.3	35.1	41.7	28.1	23.0
OOH（屋外/交通）	-19.6	-23.3	14.6	14.9	9.2	9.6
デジタル	4.0	3.2	15.6	10.1	10.6	9.3

前回予測は2021年1月発表

## < 媒体別シェア予測（全世界） >

世界の広告費に対する媒体別シェア：%

媒体別	2020年		2021年		2022年	
	実績	前回予測	予測改定	前回予測	予測改定	前回予測
テレビ	31.3	31.1	30.3	29.9	29.5	29.6
新聞	5.7	5.7	5.1	5.3	4.7	4.7
雑誌	3.8	3.9	3.1	3.2	2.8	2.8
ラジオ	5.7	5.8	5.7	5.8	5.4	5.5
映画館（シネアド）	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4
OOH（屋外/交通）	5.3	5.1	5.5	5.6	5.6	5.7
デジタル	47.8	48.0	50.0	50.0	51.5	51.2

前回予測は2021年1月発表

(注) 広告費の算定は、59の市場から収集したデータを、2021年5月の平均為替レートで米ドルに一括換算し、その上で、2020年の実績値と2021年・2022年の予測値を恒常為替レートで再調整しています。

以上

### 【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ グループコーポレートコミュニケーションオフィス

TEL：03-6217-6601 Email：[group-cc@dentsu-group.com](mailto:group-cc@dentsu-group.com)

株式会社電通グループでは、新型コロナウイルス対策の一環として、現在リモートワークを実施しておりますので、同期間のお問い合わせは、Eメールにてお願いいたします。