

ニールセン、2012年の世界の広告費動向を発表

- 2012年の広告費は全世界で3.2%の増加
- テレビ広告費が増加
- 産業別広告支出では、日用消費財とテレコムの広告費が増加

メディア視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼COO：武智清訓）は、ニールセンが全世界の広告費を調査する Global AdView Pulse の2012年第4四半期（10-12月）版の結果を発表しました。

それによると、2012年の年間での世界全体の広告費は健全な伸びを見せており、前年と比較して3.2%増加し、5,570億ドルとなったことが分かりました。好調だった第3四半期（7-9月期）に対前年同期比で4.3%伸長したことが年間での広告費の増加に貢献しましたが、第4四半期（10-12月期）は伸長が鈍化し、対前年同期比で2.5%と小幅な増加にとどまりました。

■地域別広告費

2012年はヨーロッパ以外のすべての地域で広告費は前年に比べて増加しました。中東/アフリカ市場は、地域経済が安定したことにより、年間広告費が対前年比14.6%もの伸びを見せました。なかでも劇的に経済状況が好転したエジプトは、対前年比20.4%も増加しました。

一方で、ヨーロッパでは広告予算の大幅削減が続き、第4四半期は対前年比5.3%減、年間では4.2%の減少となりました。経済が堅調なドイツでさえ第4四半期は1.0%減となり、2四半期連続での対前年割れとなりました。

また、アジア太平洋地域も伸び悩み、年間での広告費は2011年が対前年比11.5%増であったの対し、2012年は2.8%増にとどまりました。これは、中国の年間広告費の伸びがわずか1.9%であったことが影響しています。

北米の広告費は第3四半期以降も引き続き増加基調にあり、第4四半期は対前年比3.1%の増加、年間では対前年比4.6%の増加となりました。

（図表1参照）

■媒体別広告費

テレビ広告費：

2012年、広告主はテレビ広告への出稿を増加させ、全世界のテレビ広告費は、対前年比4.3%増の3,500億ドルで、全広告費に占める割合は62.8%となりました。下半期の北米におけるテレビ広告費の3.2%の増加が、これに貢献しました。

印刷媒体広告費：

2012年の新聞広告(対前年比-1.6%)と雑誌広告(対前年比-0.2%)はそれぞれに対前年比で減少していますが、全広告費におけるシェアでは、新聞広告は19.5%(2位)、雑誌広告は8.0%(3位)を占めており、今なお広告主と消費者をつなぐ主要な媒体であることを示しています。

インターネット広告費：

全ての国を対象に行われた調査ではありませんが、ディスプレイアド広告費は2012年に対前年比で9.9%の成長を見せました。特にラテンアメリカではインターネット広告費が対前年比で21.2%と急増しました。また、ヨーロッパにおける対前年比7.4%の増加は、現在のこの地域の経済状況を鑑みると、注目すべきことと言えるでしょう。

映画広告費：

映画広告費は2012年の全ての四半期を通して増加し、通年では対前年比で5.8%増加しました。映画広告費の全広告費に占める割合はわずか0.3%と比較的小さい規模のままですが、ヨーロッパ(対前年比7.4%増)およびアジア太平洋(対前年比10.3%増)では映画広告費は大きく伸長しており、広告主の映画広告媒体への関心が増大しています。

(図表 2-1 及び 2-2 参照)

■産業別広告費

2012年、全世界における広告費は全般的に成長しましたが、すべての産業がそれに貢献した訳ではありません。テレコム、日用消費財、およびメディア産業は、対前年比で各7.0%増、6.8%増、5.8%増と、大きく広告費支出を増加させました。これに対して、ヘルスケアや耐久消費財など、かつては広告費シェアの上位を占めていた産業の2012年の広告費支出は減少しました。

テレコム：

2012年、テレコム産業は最も大きな成長(対前年比7.0%増)を遂げましたが、全産業における広告費のシェアのランキングでは11カテゴリー中の7位で、まだ比較的低い位置にとどまっています。しかし、ラテンアメリカ(対前年比35.6%増)、中東/アフリカ(対前年比13.2%増)では二桁成長を遂げているので、2013年においてテレコム産業がランキングを上げる可能性は高いでしょう。

日用消費財：

日用消費財の広告費支出は、9.5%の急成長を達成した10-12月期の影響により、対前年比でも6.8%増の力強い成長を遂げ、増加率ではテレコムに次いでいます。この増加率と全産業中トップシェア(25.1%)の広告費は、日用消費財産業が長期にわたり広告業界のリーダーの立場にいて、全世界における広告費成長の推進に重要な役割を果たしていることを示しています。

自動車:

自動車産業の広告費支出は10-12月期に減少（対前年同期比2.8%減）し、その結果、2012年の広告費の伸びはわずか3.4%となりました。これは広告費全体におけるシェアでは7.8%で、5位にあたります。

エンターテインメント:

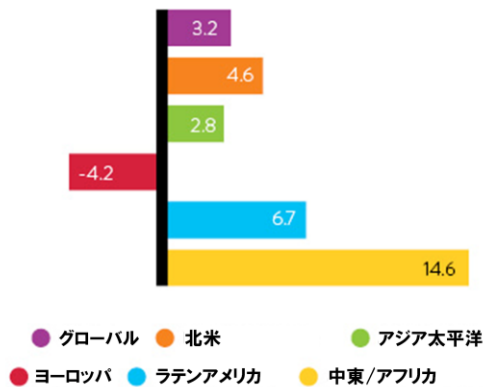
エンターテインメント産業は、広告費支出の増加率では対前年比でわずか3.1%増にとどまりましたが、全広告費におけるシェアは2位（11.8%）でした。

（図表 3-1、3-2 参照）

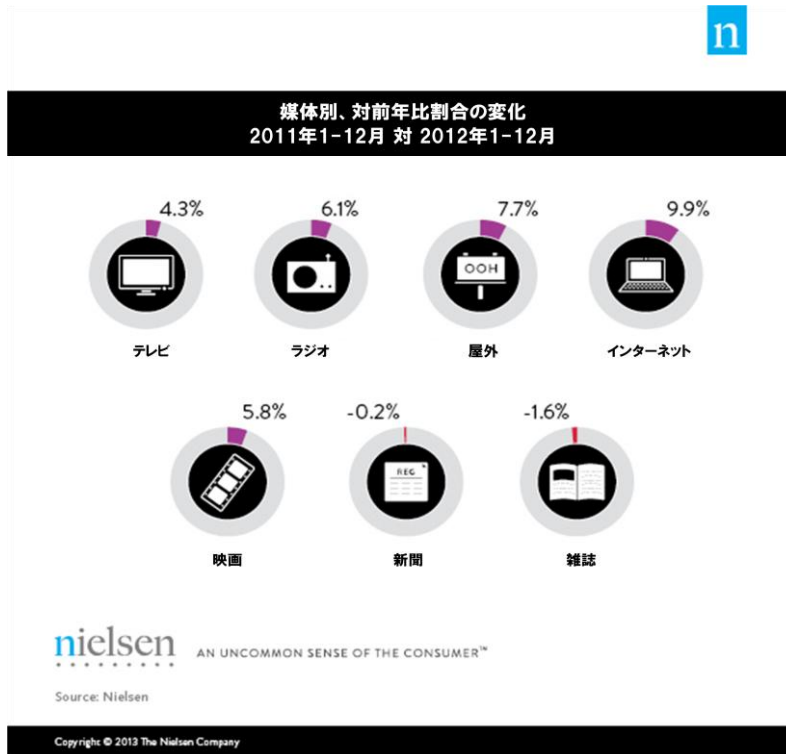
図表 1 地域別年間広告費増減率（2011年対する2012年の増減率）



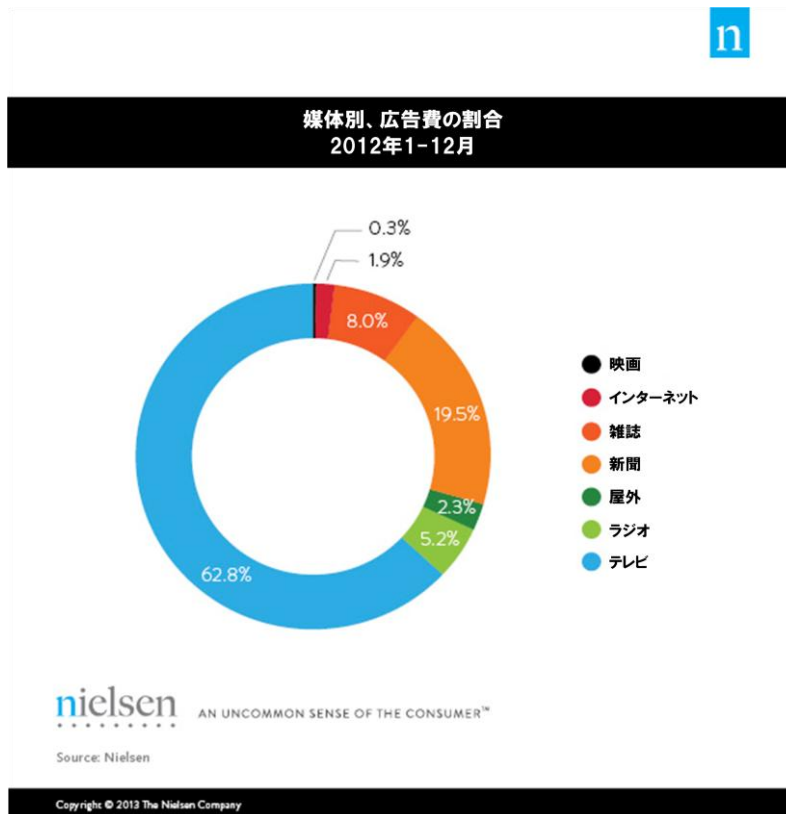
**地域別対前年比
2011年1-12月 vs 2012年1-12月**



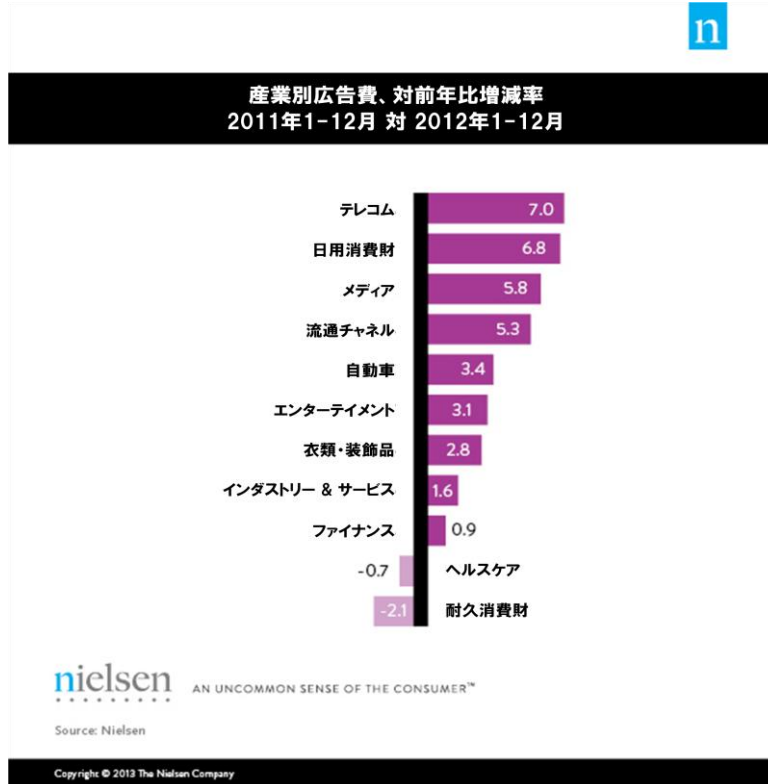
図表 2-1 媒体別広告費増減率（2011 年対する 2012 年の増減率）



図表 2-2 媒体別広告費のシェア（2012 年）



図表 3-1 産業別広告費の増減率（2011 年対する 2012 年の増減率）



図表 3-2 産業別広告費シェア（2012 年）



Global AdView Pulse について

Nielsen Global AdView Pulse はテレビ、新聞、雑誌、ラジオ、屋外、映画およびインターネット広告の広告費を調査します。データの有効性により、各市場に含まれるメディアの種類は異なります。

本レポートに含まれる各国の外部データは以下の通りです。

アルゼンチン: IBOPE

ブラジル: IBOPE

クロアチア: Nielsen in association with Ipsos

エジプト: PARC (Pan Arab Research Centre)

フランス: Yacast

ギリシャ: Media Services

香港: admanGo

日本: 日本デイリー通信社

クウェート: PARC (Pan Arab Research Centre)

レバノン: PARC (Pan Arab Research Centre)

メキシコ: IBOPE

汎アラブメディア: PARC (Pan Arab Research Centre)

ポルトガル: Mediamonitor

サウジアラビア: PARC (Pan Arab Research Centre)

スペイン: Arce Media

スイス: Nielsen in association with Media Focus

アラブ首長国連邦: PARC (Pan Arab Research Centre)

###

【ニールセン株式会社会社概要】

会社名: ニールセン株式会社 英文社名: Nielsen Co., Ltd.

本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント

資本金: 1 億円

設立: 1999 年 5 月

代表者: 代表取締役会長兼 CEO 福徳 俊弘

代表取締役社長兼 COO 武智 清訓

主要株主: ニールセン、 トランスコスモス株式会社 など

ニールセン株式会社はニールセン、 トランスコスモス株式会社などの出資による合併会社です。ニールセンの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析、広告分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、及び



分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、E コマース企業、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。ニールセン株式会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、**ニールセン・カンパニー合同会社**です。

消費者調査、ショッパー調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。ニールセン・カンパニー合同会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://jp.nielsen.com/site/index.shtml> でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE:NLSN) は世界的な情報・調査会社で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報、トレードショーやそれに関連した分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーメンに本社を持ち、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ (www.nielsen.com) をご覧ください。

ニールセン株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス

視聴者分析ソリューション

インターネット視聴率データ Nielsen NetView
スマートフォン・メディア利用実態調査レポート
デジタル・コンシューマ・データベース など

広告分析ソリューション

オンライン広告統計データ Nielsen AdRelevance、Nielsen AdRelevance Expenditure
広告効果測定サービス Reach & Frequency
広告効果分析サービス Ad Effectiveness など

###

本件に関するお問い合わせ先：

ニールセン株式会社 広報担当 西村 総一郎

電話：(03)4363-4200

e-mail: jpw_press@nielsen.com