

---

# 首都圏広告料(AD)の増減傾向に関する調査結果を発表

---

2019年2月1日



— Leasing Management Consulting —  
リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社

CONFIDENTIAL

Copyright ©2019 LMC Co.,Ltd All rights reserved.

---

## 首都圏広告料(AD)の増減傾向に関する調査結果を発表

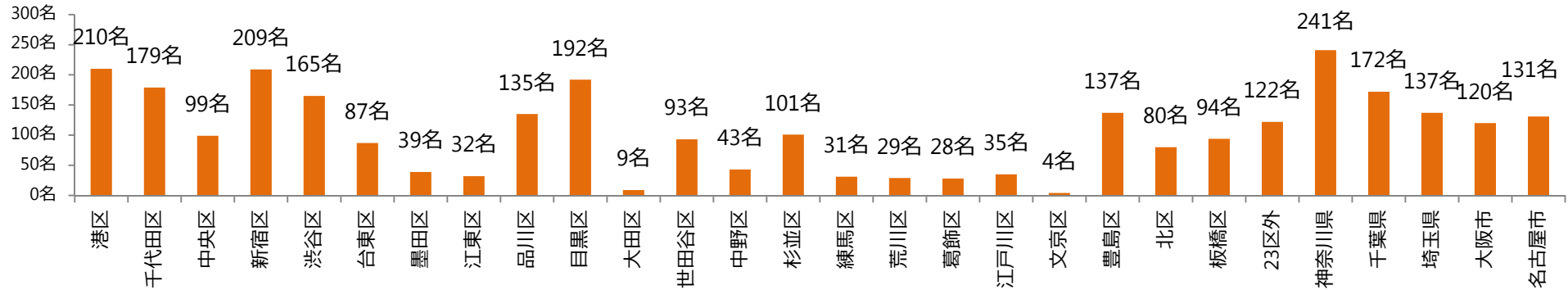
---

- ・ 調査期間：2018年9月4日～12月25日
- ・ 調査対象：1都3県ならび大阪市・名古屋市の仲介会社を対象
- ・ 調査手段：仲介会社訪問による対面でのヒアリング
- ・ 回答数：延べ2,954名

	title	首都圏広告料(AD)の増減傾向に関する調査結果を発表
	CONFIDENTIAL	Copyright ©2019 LMC.Co.,Ltd. All rights reserved.

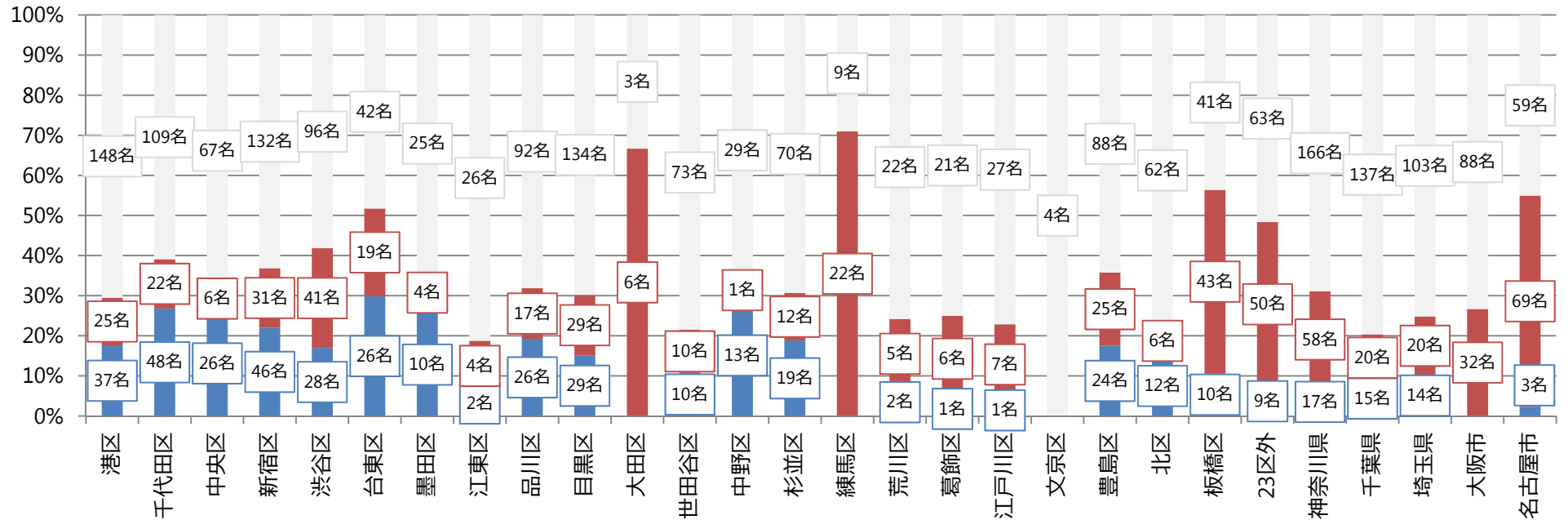


エリア別回答数



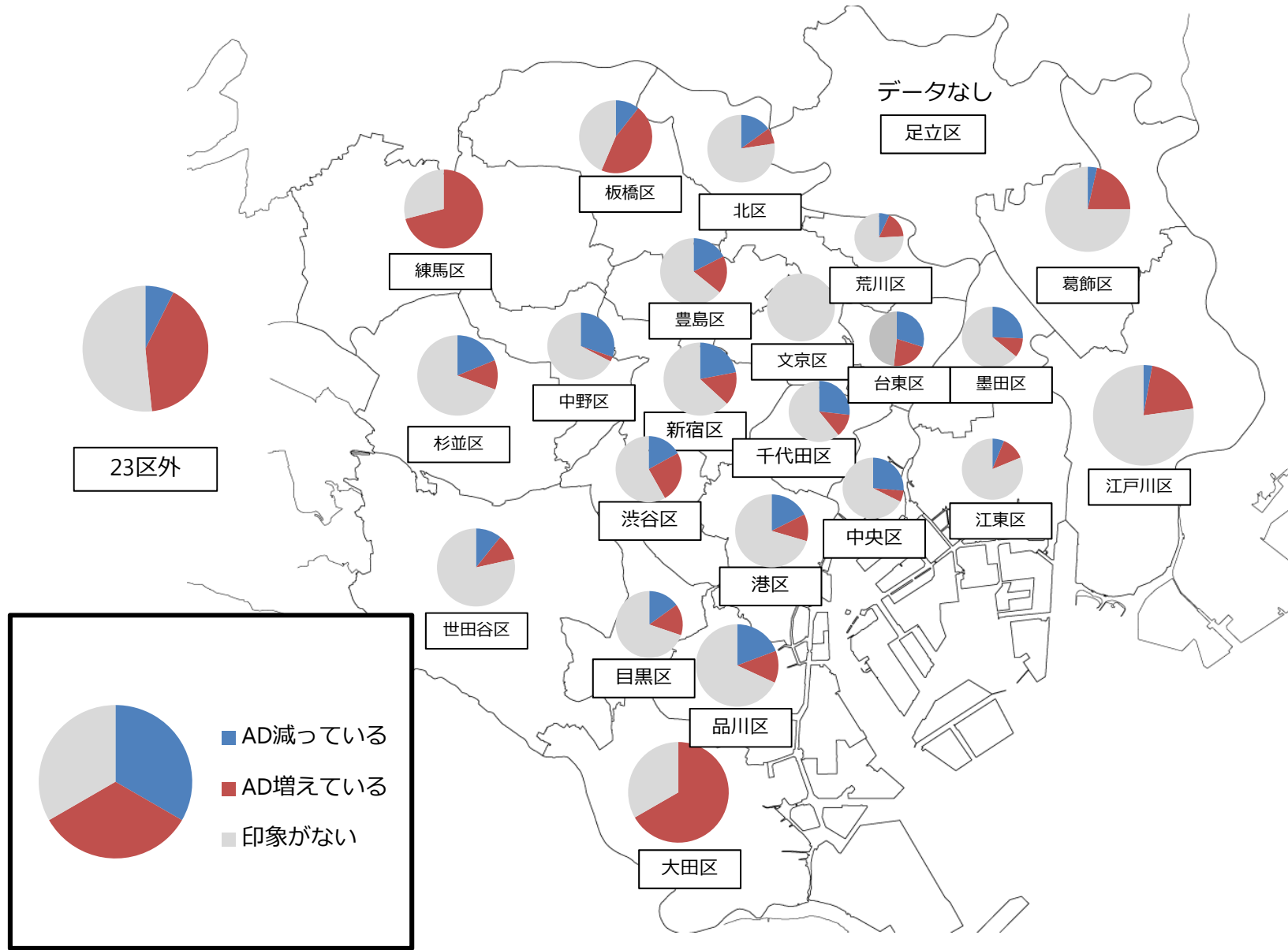
エリア別回答結果

■が「AD減っている」、■が「AD増えている」、■が「印象がない」との意見を示しています。



調査結果サマリー

**都心主要5区を中心に『広告料（AD）が減少傾向』  
23区外や神奈川県、大阪市、名古屋市では『広告料（AD）が増加傾向』との意見が目立つ結果に。**

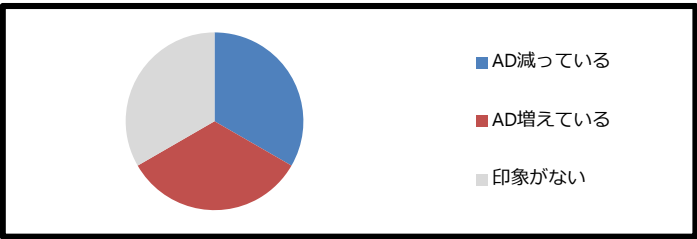


title 首都圏広告料(AD)の増減傾向に関する調査結果を発表

CONFIDENTIAL

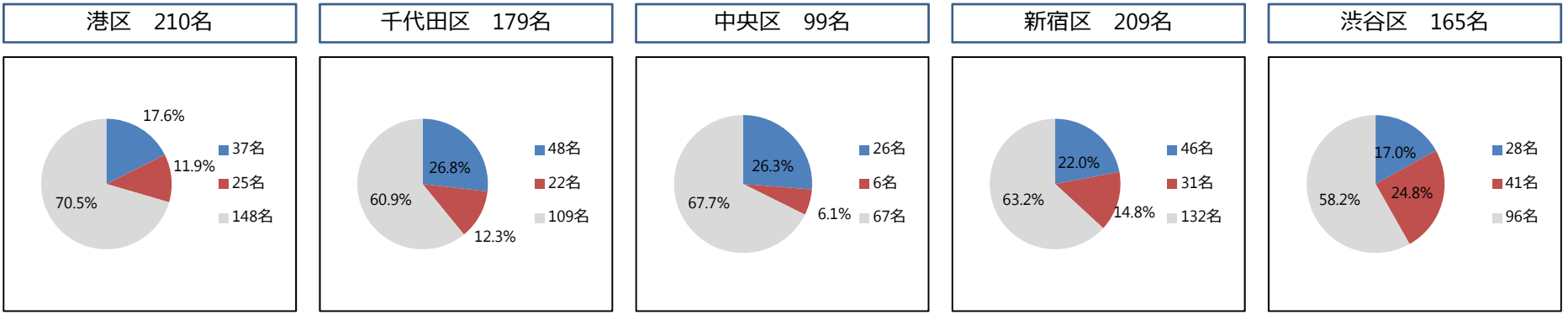
Copyright ©2019 LMC.Co.,Ltd. All rights reserved.





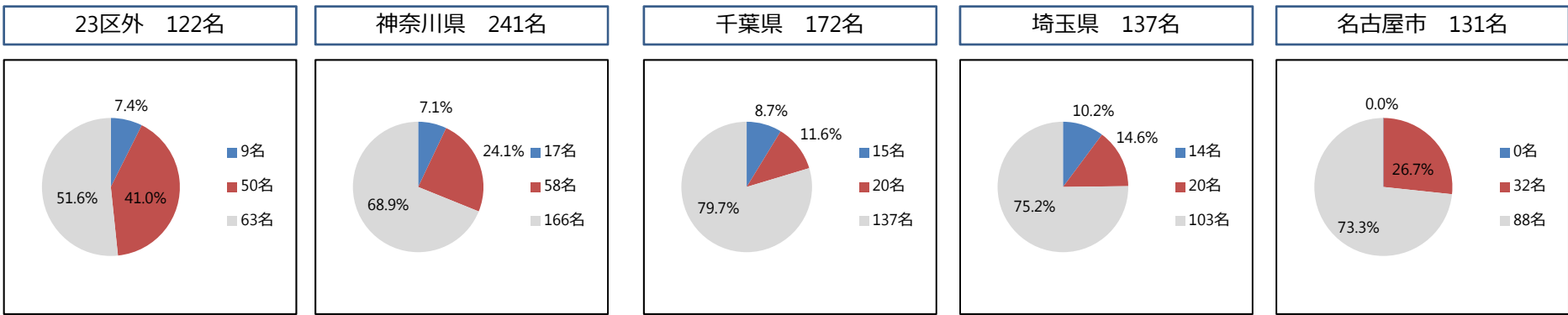
東京都主要5区

→ADが減っている印象が強い



郊外・地方

→ADが増えている印象が強い



総括

都心の主要5区はADが減少しているという意見の割合が高い。  
一方で、郊外・地方からはADは増加しているという声が多く聞かれた。