

PRESS RELEASE

報道関係各位

2026年9月29日
株式会社メンバーズ

メンバーズ「広告内製化白書2026」を公開
有価証券報告書6,245件を独自集計し
上場企業1,173社の広告宣伝費などを分析
～求人・組織改変・有価証券報告書での言及・M&Aの4観点から、
AI時代に広がる広告運用の内製化を検証～

DX現場のデジタル実装パートナーである株式会社メンバーズ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：高野 明彦、東証プライム：2130、以下「メンバーズ」）は、金融庁EDINETに開示された有価証券報告書等の公開情報に基づく独自調査レポート「広告内製化白書2026」を公開します。

本白書では、有価証券報告書6,245件の独自集計を通じて、上場企業1,173社の広告宣伝費を分析するとともに、求人、組織改変、有価証券報告書での言及、M&Aという4つの観点から、AI時代に広がる広告運用の内製化実態について検証しています。

※【広告内製化白書2026】レポート詳細はこちら：

<https://www.members.co.jp/download/189-inhouse-advertising>

メンバーズ「広告内製化白書2026」を公開
有価証券報告書6,245件を独自集計し
上場企業1,173社の広告宣伝費などを分析

4観点から、
AI時代に広がる広告運用の内製化を検証

- ✓ 求人
- ✓ 組織改変
- ✓ 有価証券報告書での言及
- ✓ M&A

広告
内製化白書
2026



背景

国内のデジタル広告市場が拡大を続ける中、生成AIをはじめとするテクノロジーの急速な進化により、企業の広告運用を取り巻く環境が変化しています。ツールやプラットフォームの自動化により運用のハードルが下がり、企業では、これまで代理店に依存していたデジタル広告の制作や運用を内製化し、自社にノウハウを蓄積する動きが加速しています。一方で、こうした広告内製化の動きを業界横断で示す定量データは、これまで体系的に整理されていませんでした。

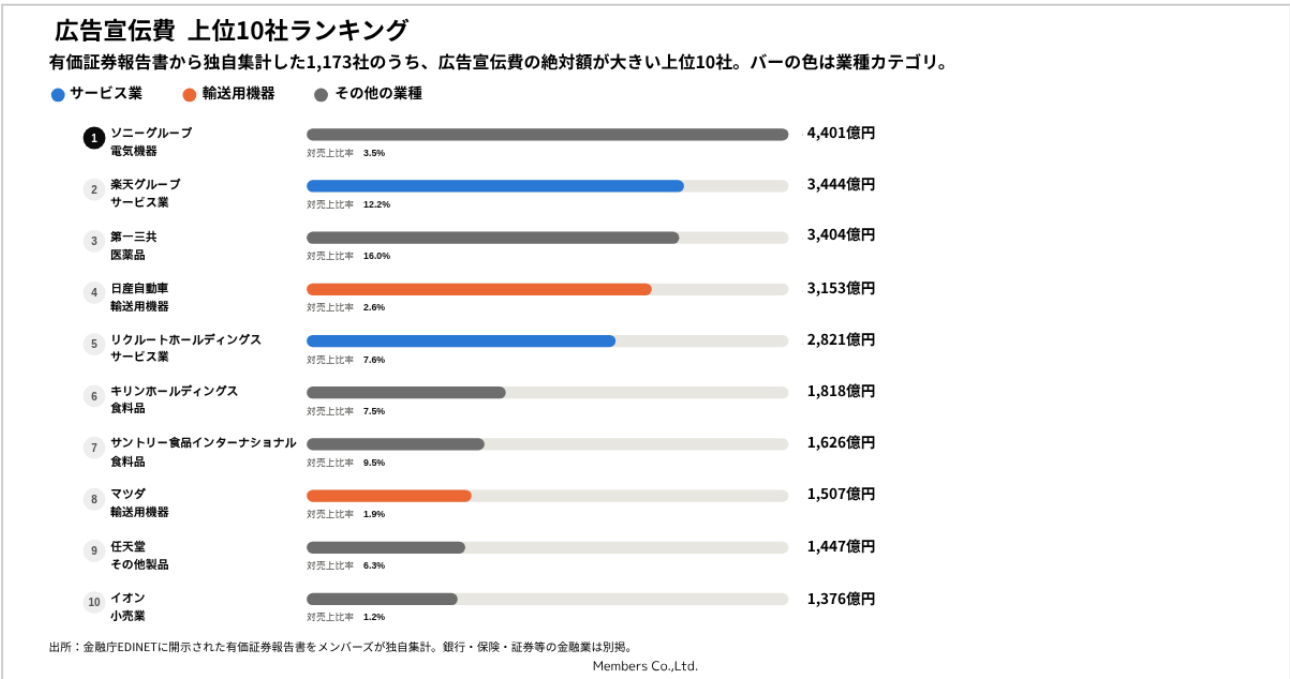
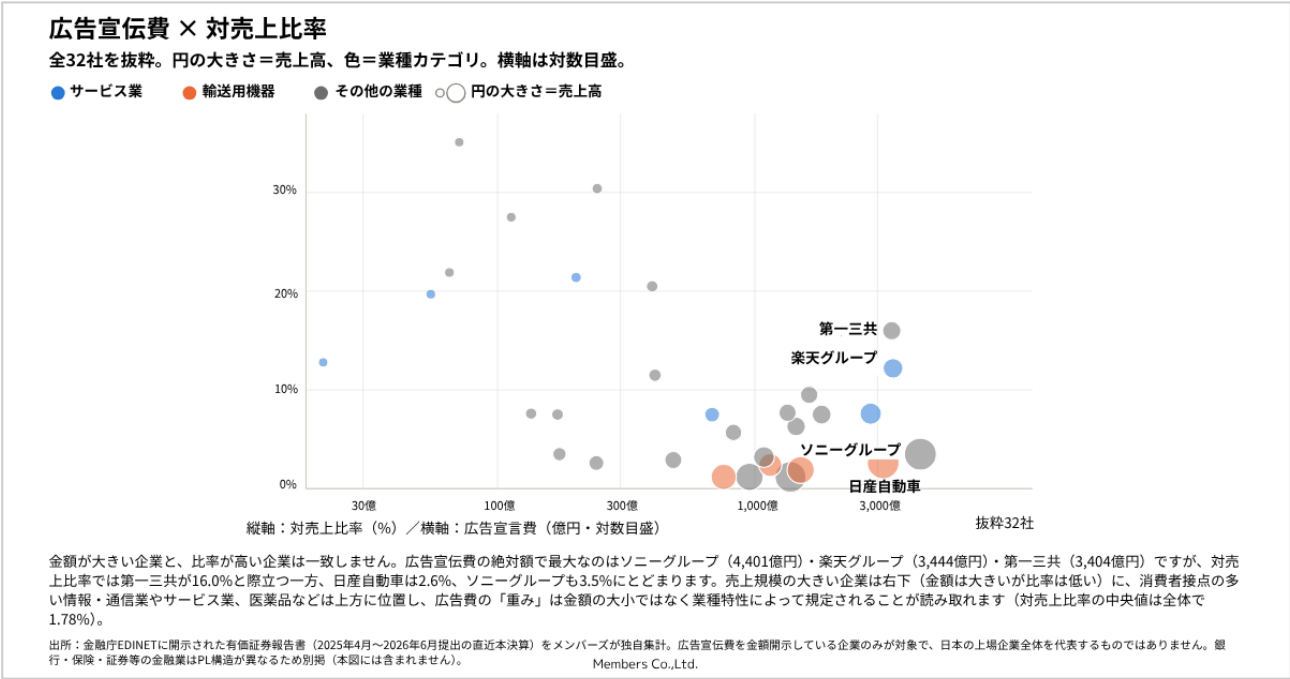
メンバーズでは、2024年4月に専門組織を立ち上げ、金融・製造・小売といった多種多様な企業のデジタル広告内製化を支援してきました。

この度、広告内製化の広がりを客観的エビデンスに基づいて検証し、実態をまとめた「広告内製化白書2026」を公開します。

トピック・主な数字

広告費の重みは業種特性により決まる。消費者接点が多いほど、広告宣伝費の売上に占める比率が上がる傾向

- 広告宣伝費の売上に占める比重は金額の大きさではなく業種特性によって規定され、消費者接点の多い業種や情報産業ほど高くなる傾向がある
- 業種別の対売上比率中央値では、情報・通信業(4.22%)やサービス業(4.01%)などが上位を占める



求人・組織・有価証券報告書での言及・M&Aという4つの観点から、AI時代における「広告内製」の広がりを確認

- 求人：
 - 事業会社からのインハウス広告運用求人が、数百から数千件規模で継続的に存在し、明確に内製化・脱代理店を意図する求人票も複数確認できる
- 組織：
 - 2025～2026年にかけて、大企業においてもマーケティング機能を本部や中核会社を集約する組織改変の動きがみられる
- 有価証券報告書における言及：
 - 自社の広告運用内製化を公式開示している事業会社：14社
 - クライアントの内製化を業績リスク・環境変化として開示している広告・メディア事業者：10社
- M&A：
 - 美容機器・出版・IT・建築・電子デバイスなど、本業が広告業とは異なる11社が、M&Aを通じて広告・制作機能を自社に取り込んでいる

4つの観点から検証した「内製化」の兆候

内製化を単独で証明する決定的な一次データは存在しません。性質の異なる4つの公開情報を重ね合わせ、いずれも同じ方向を指しているかを確認しました。

01 意図 求人 589～3,343社 事業会社が出す「インハウス広告運用」「広告運用内製化」等の求人ヒット数（検索クエリ別）。	02 組織 組織改編 4社 NTTドコモ・KDDI・SBIホールディングス・MIXIが2025年～2026年にマーケティング機能を一本部・中核会社へ集約。	03 言及 有価証券報告書 14社 + 10社 自社の広告運用内製化を有報で語る企業14社／「クライアントの内製化」を供給側が証言する企業10社。	04 M&A 非広告業種の買収 11社 美容機器・出版・IT・建築・電子デバイスなど、広告業とは無関係な本業を持つ企業が広告・制作機能を買収。
---	--	--	--

出所：求人サイト検索・各社プレスリリース／有価証券報告書（EDINET全文検索）／M&A公表資料をメンバーズが独自調査。

Members Co.,Ltd.

主な数字

- 広告宣伝費上位企業：ソニーグループ株式会社 4,401億円、楽天グループ株式会社 3,444億円、第一三共株式会社 3,404億円
- 対売上比率が高い業種：情報・通信業（4.22％）・サービス業（4.01％）
- 広告運用インハウス関連の求人ヒット数：589～3,343件（検索クエリ別）
- 自社の広告運用内製化を有価証券報告書で言及：14社
- クライアントの内製化を供給側が言及：10社
- 非広告業種による広告機能買収：11社

調査概要

- 調査方法：金融庁が運営するEDINETが公開する有価証券報告書のデータを集計・分析（※）

- 対象市場: 東京証券取引所上場の内国株式(プライム・スタンダード・グロース)。REIT・投資法人・外国株は除外
- 集計対象期間: 2025年4月～2026年6月提出の直近本決算
- 連結・単独の扱い: 連結の広告宣伝費・売上高を優先し、連結で取得できない場合のみ単独決算で補完
- 開示要件: 広告宣伝費を金額として開示している企業のみを対象とする(開示なしは母集団から除外し、0円として扱わない)
- 抽出方法: XBRLの数値タグから広告宣伝費を機械的に抽出。ソニーグループ・トヨタ自動車等、IFRSの注記に地の文(テキストブロック)としてのみ広告宣伝費を開示し数値タグを持たない企業については、注記本文から金額を正規表現で抽出するフォールバック処理を追加で行っている
- EDINET 有価証券報告書 取得件数: 6,245件
- 広告宣伝費の開示を確認した企業: 1,207社
 - ※うちバリデーションで要確認と判定し図表から除外: 6社
 - ※うち金融業として図表は別掲: 28社
 - ※本文図表の最終母集団: 1,173社
- 調査: 株式会社メンバーズ フォードカンパニー(企業のデジタル広告内製化を支援する専門組織・<https://4ad.members.co.jp/>)
- 構成
 - 第1章 広告費の全体像
 - 1-1 日本の広告費(参照点)
 - 1-2 集計の方法と対象範囲
 - 1-3 広告宣伝費 × 対売上比率
 - 1-4 業種別に見る広告費の重み
 - 1-5 広告宣伝費 上位企業
 - 1-6 対売上比率の分布
 - 第2章 支出構造への問い
 - 2-1 代理店担当者の入れ替わりという実感
 - 2-2 AIによる運用の民主化
 - 2-3 広告費の増加は個社レベルでも確認できるか
 - 2-4 肥大化した広告費とフィーへの問い直し
 - 2-5 小括
 - 第3章 内製化の兆候
 - 3-1 L1 | 求人シグナル(意図＝先行指標)
 - 3-2 L2 | 組織シグナル(補助事例)
 - 3-3 L3 | 有報言及シグナル(定点観測の背骨)
 - 3-4 L4 | 成果発信シグナル(事例の顔と物語)
 - 3-5 M&Aによる広告・マーケティング機能の内製化
 - 3-6 結論
- レポート詳細: <https://www.members.co.jp/download/189-inhouse-advertising>
- その他:
 - 本白書が示すのはあくまで「兆候」であり、内製化の広がりを断定的に「証明」するものではありません
 - 本白書のデータは、EDINET上で公開されている法定開示書類(有価証券報告書)から機械的に取得・集計したものです。そのため、他の調査機関が公表するデータ等とは数値が異なる場合があります
 - 本白書は特定の代理店・企業の実績を評価・批判することを目的としていません

※EDINETは、金融庁が運営する「金融商品取引法に基づく有価証券報告書等の開示書類に関する電子開示システム」のこと

メンバーズについて

メンバーズは、ミッション「“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る」と、長期ビジョン「FUTURE VISION」として「Digital for Hope. デジタルクリエイターの創造性を解放し、気候変動をグリーン成長に、人口減少を一人ひとりの豊かさに変える」を掲げています。

このビジョンのもと、デジタル人材の伴走によるDX現場支援事業を展開。「顧客と共に社会変革をリードするデジタル実装パートナー」として、「あたかも社員®」のように現場へ入り込み、AIを中心とした先進テクノロジーを用いて、社会課題を企業の成長機会へと転換することを目指しています。

具体的には、「現場発、企業価値へ。事業変革までやりきるAX。」をテーマに、企業向けAIサービス群「やりきるAX」の提供を通じ、現場部門起点で部門間や経営へのAX(AIトランスフォーメーション)の推進を支援します。個別業務から事業変革へと発展させる4層のサービス体系と当事者型の伴走力により、「活用・効果・還元」の変革サイクルを継続駆動させ、PoC止まりといった課題を解消して企業の事業変革を実現します。1995年設立。東証プライム上場。

- 社名：株式会社メンバーズ
- 所在地：東京都中央区晴海1丁目8番10号 晴海アイランドトリトンスクエアオフィスタワーX 37階（受付35階）
- 代表者：代表取締役社長 高野 明彦
- 資本金：1,059百万円（2026年6月末時点）
- Webサイト：<https://www.members.co.jp/>
- SNS
 - Facebook：<https://www.facebook.com/Memberscorp>
 - X(旧Twitter)：https://x.com/Members_corp
 - LinkedIn：<https://www.linkedin.com/company/members-co--ltd/>

本リリースに関するお問い合わせ
株式会社メンバーズ 広報担当：竹原、鈴木
mail：press@members.co.jp