

## 国内総生産における建設業の比率

近年の建設業の総生産額は、38兆～40兆円にのぼる。

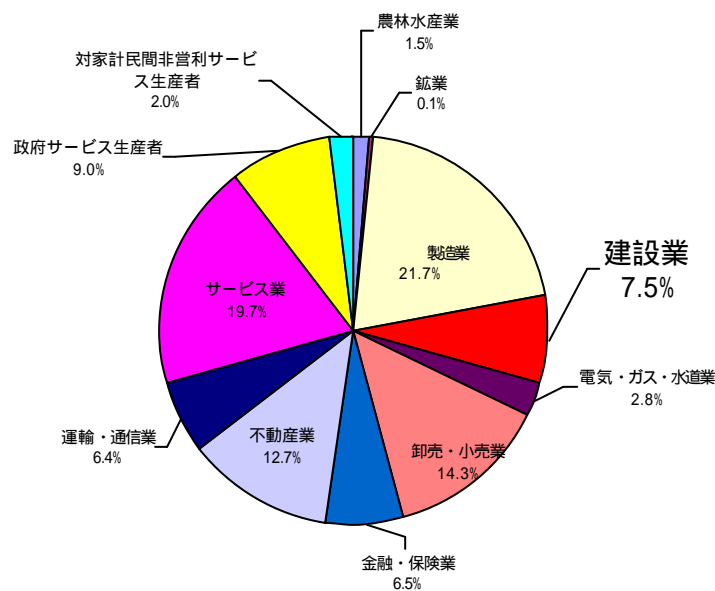
これは、国内総生産全体の約7～8%を占める。

(単位：10億円)

項目	平成7年	平成11年
建設業	40,841.2	38,495.5
合計	497,739.4	511,837.1
割合(%)	8.2%	7.5%

資料 経済企画庁経済研究所国民経済計算部企画調査課「国民経済計算年報」

産業別の国際総生産に占めるシェア(平成11年)



## 広告宣伝費全体に占める建設業の広告宣伝費の比率

近年の主要な建設業者の宣伝広告費は、合計で900～1,000億円程度。

これは、上場企業の広告宣伝費総額の約3%にあたる。

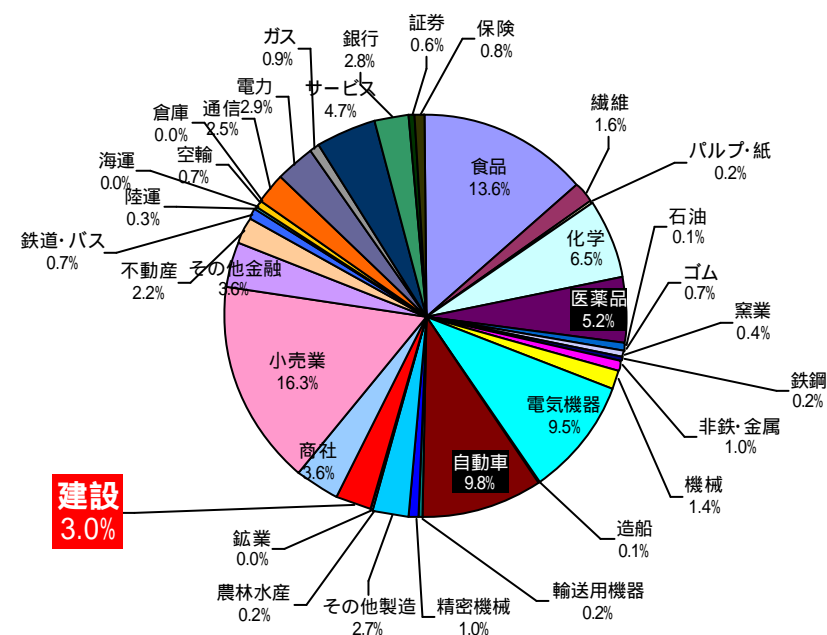
(単位：10億円)

項目	平成7年	平成11年
建設業	98.5	92.4
合計	2,943.6	3,112.7
割合(%)	3.3%	3.0%

資料：「広告白書」(日経広告研究所)

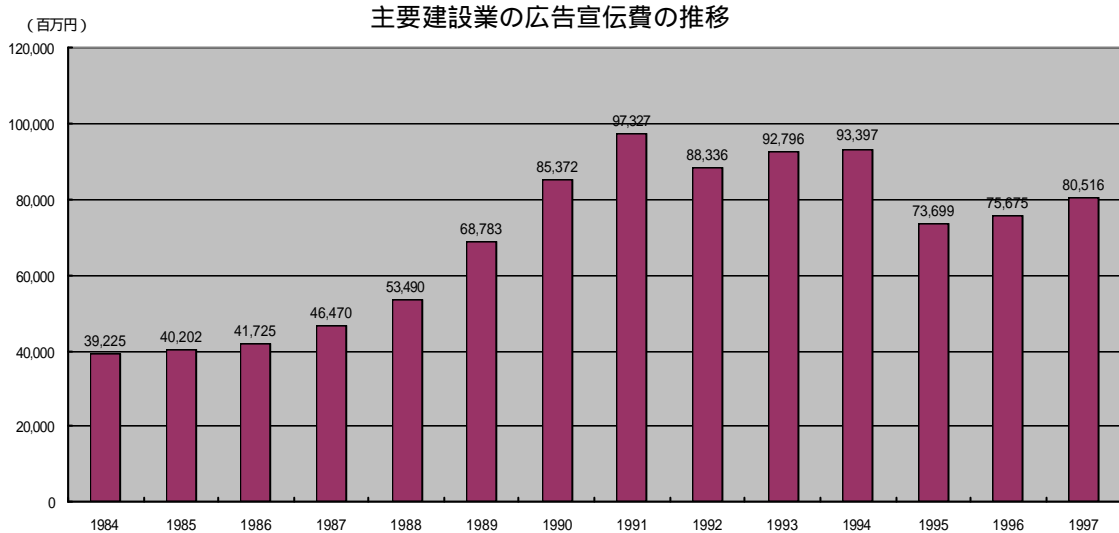
上場企業2,290社(平成7年)2,510社(平成11年)を対象としたもの。建設業の対象企業数は、177社(平成7年)195社(平成11年)である。

業種別広告宣伝費の割合(平成11年)

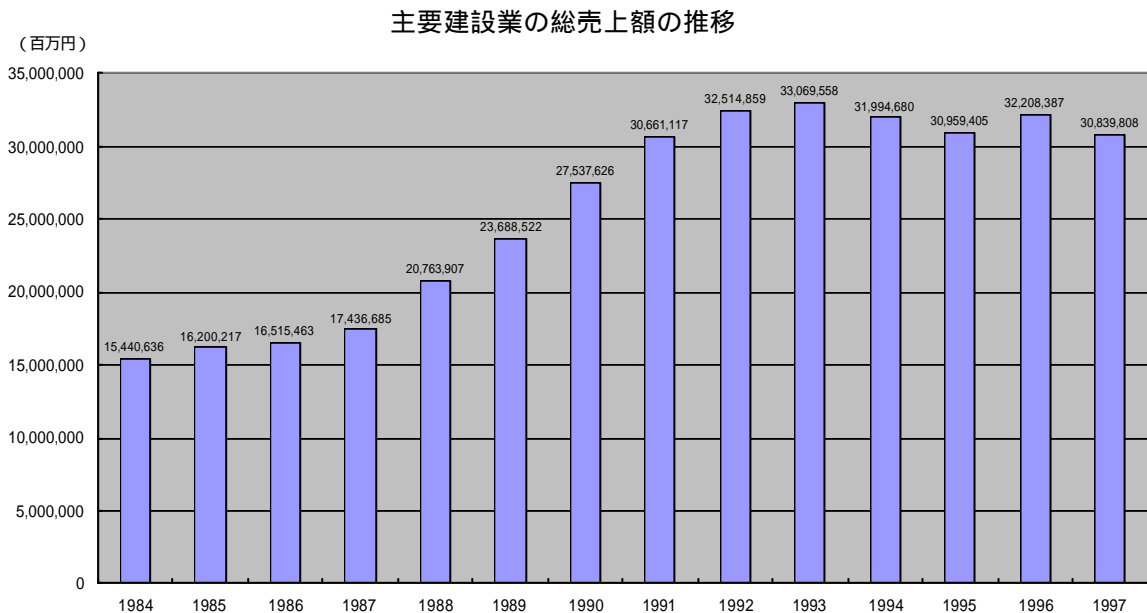


# 主要建設業の広告宣伝費の状況

近年の主要建設業の広告宣伝費は700～900億円を推移（バブル期が最大）  
これは総売上額30～33兆円のうちの約0.2～0.3%程度

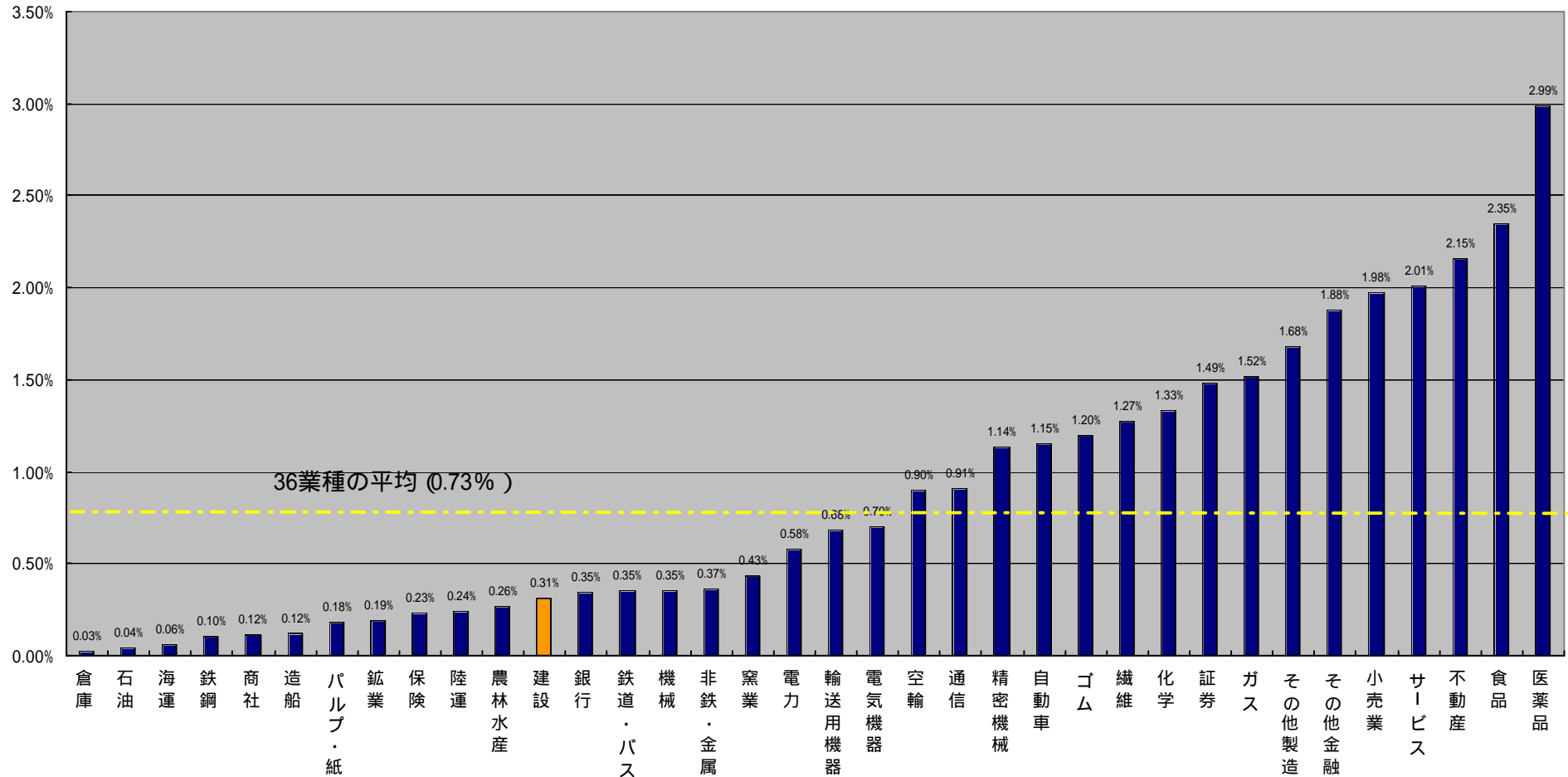


出典：「わが国企業の経営状況」（経済産業省）  
日本標準産業分類に基づく建設業（総合工事業、職別工事業、設備工事業）のうち、東京、大阪、名古屋の各証券取引所上場企業のうち資本金が10億円以上の企業を分析対象としている。



出典：「わが国企業の経営状況」（経済産業省）  
日本標準産業分類に基づく建設業（総合工事業、職別工事業、設備工事業）のうち、東京、大阪、名古屋の各証券取引所上場企業のうち資本金が10億円以上の企業を分析対象としている。

## 広告宣伝費の売上高に占める割合(1998年度)



出典：「広告白書」(日経広告研究所)  
 注意：上場企業2,432社を対象にしたもの。

### 参考

・官庁・団体(官公庁、自治体、政治団体、外国官公庁)の広告費(564.4億円)の国の歳入額(決算額)及び地方税総額の合計(125兆7千50億円)に占める割合は、0.04%となる。

歳入総額：「財政統計」(財務省)、地方税収額：「地方財政統計年報」(自治省) 官庁・団体の広告費「平成12年日本の広告費」(電通)

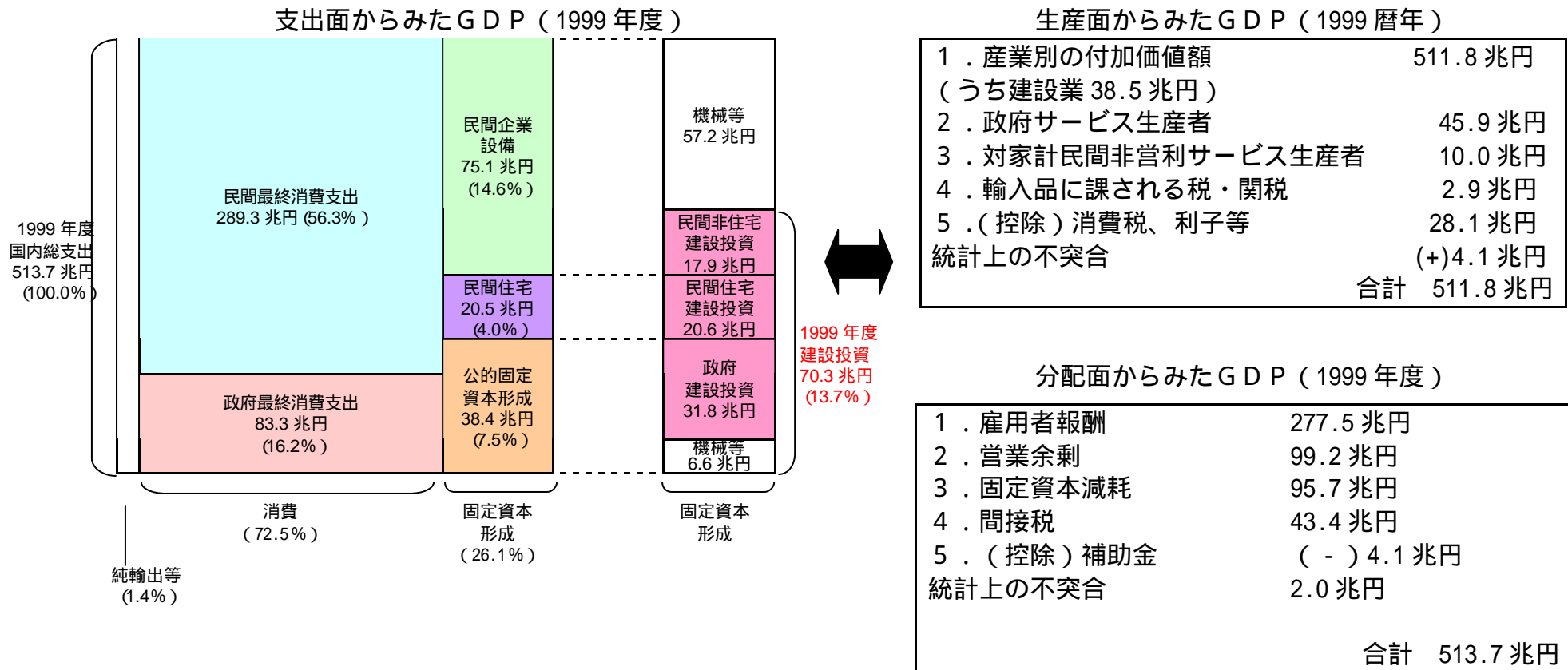
## GDP と建設投資額について

GDPには、支出面から見たGDP、生産面から見たGDP、分配面から見たGDPの3つの表し方がある。(GDP総額は同じ値)

この中で、支出面から見たものが「国内総支出」であり、建設投資もその内訳の一つ。

建設業のGDPとは、生産面から見たGDPであり、建設業の付加価値額の総額をあらわす。

建設投資額(約70兆円/1999年度)と建設業のGDP(約39兆円/1999暦年)の差(約31兆円)は、主に建設業から波及する産業(建設材料等の製造業や設計事務所等)への付加価値として計上されている。



1999年度  
建設投資  
70.3兆円  
(13.7%)

注：生産面からみたGNPの値が他と違うのは、暦年データであること、及び現在公表されている最新年次のデータを使用したため。(GDPの値は最新データが公表されるたびに過去に遡及して値が修正されるため、同じ年次の値であってもいつ公表されたデータかによって値が違う。)