

2000年（全体の売上6兆1102億円）				
	社名	売上高	売上比率	備考
1	電通	1兆4747億円	24.1%	
2	博報堂	7402億円	12.1%	
3	アサツーディ・ケイ	3408億円	5.57%	
4	東急エージェンシー	1968億円	3.22%	
5	大広	1581億円	2.58%	
6	読売広告社	1172億円	1.91%	
7	I & S / BBDO	1002億円	1.63%	
8	J R東日本企画	917億円	1.50%	
9	マッキヤンエリクソン	792億円	1.29%	
10	朝日広告社	604億円	0.98%	
11	日本経済社	546億円	0.89%	
12	創芸	525億円	0.86%	
13	電通ヤングアンドルピカム	501億円	0.81%	
14	オリコム	487億円	0.79%	
15	日本経済広告社	458億円	0.75%	
16	インタービジョン	400億円	0.66%	現フロンテッジ
17	J Wトンプソンジャパン	377億円	0.62%	
18	デルフィス	368億円	0.60%	
19	中央宣興	358億円	0.58%	倒産
20	協同広告	357億円	0.58%	2014年クオラスと合併

2013年（全体の売上5兆9762億円）				
	社名	売上高	売上比率	備考
1	電通	1兆4821億円	24.8%	
2	博報堂 D Yホールディングス	6172億円	10.3%	売上17%減
3	アサツーディ・ケー	2969億円	4.96%	売上13%減
4	大広	1175億円	1.96%	売上35%減
5	J R東日本企画	1000億円	1.67%	売上10%増
6	東急エージェンシー	962億円	1.60%	売上51%減
7	読売広告社	768億円	1.28%	売上35%減
8	電通東日本	511億円	0.85%	
9	デルフィス	446億円	0.74%	売上21%増
10	クオラス	401億円	0.67%	
11	朝日広告社	387億円	0.64%	売上36%減
12	日本経済広告社	360億円	0.60%	売上22%減
13	フロンテッジ	344億円	0.57%	旧インタービジョン
14	電通九州	338億円	0.56%	
15	日本経済社	295億円	0.49%	売上46%減
16	J R西日本コミュニケーションズ	287億円	0.48%	
17	オリコム	286億円	0.47%	売上41%減
18	電通西日本	278億円	0.46%	
19	オリコミサービス	266億円	0.44%	
20	新通	232億円	0.38%	

- 1 電通の売上比率は全体の25%を構成。
- 2 上位3社の広告費に占める割合は約4割。上位3社が広告業界の4割の売上を構成する構図は長期間変化なし。
- 3 東急エージェンシーが売上を半減。大手クライアントの扱いが消滅したことが大きな要因になっている。
- 4 新聞系の広告代理店の売上は各社とも大きく減少。
- 5 電通以外は多くの会社が売上減少。20位に位置する会社の売上規模が、357億円から232億円と35%減額となっており、従来のビジネスモデルの売上規模が縮小している状況がうかがえる。
- 6 上記の売上減少分は、インターネット関連の広告会社を中心に移行。
- 7 中央宣興は2010年に倒産。