dentsu
tokyo/osaka/nagoya

NEWS RELEASE
CORPORATE

株式会社 電通
105-7001　東京都港区東新橋1-8-1
koho@dentsu.co.jp
https://www.dentsu.co.jp/

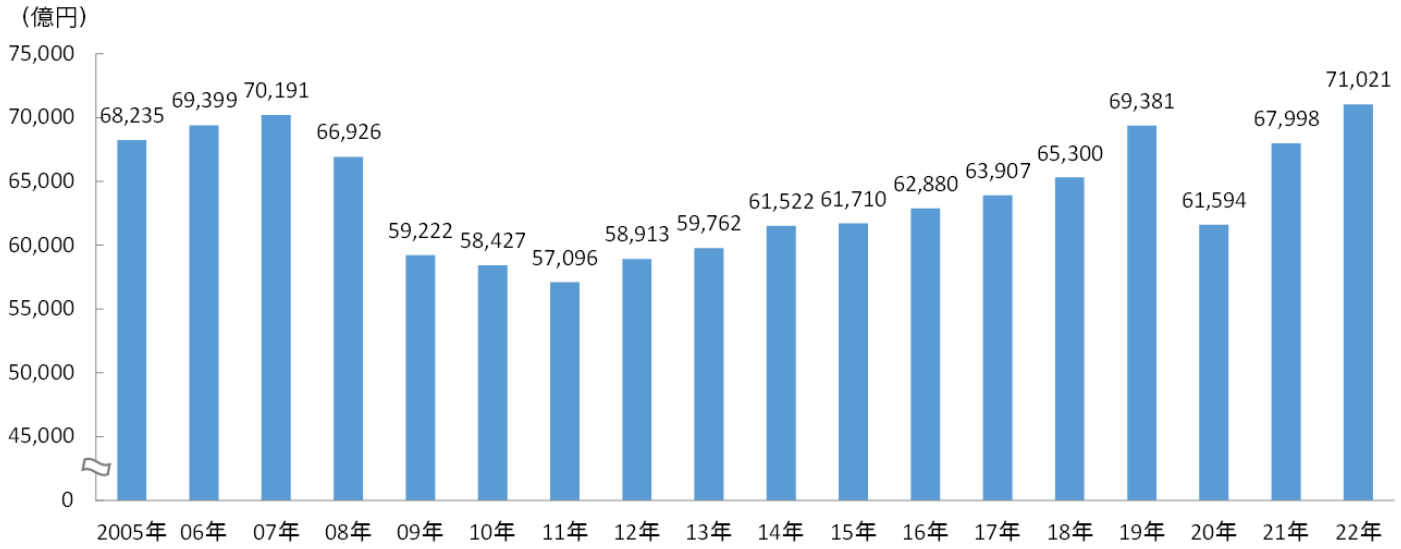
2023年2月24日

「2022年 日本の広告費」

- **日本の総広告費は、過去最高の7兆1,021億円（前年比104.4%）に**
- **好調な「インターネット広告費」は、3兆円を超え広告市場全体の成長を後押し**
- **「テレビメディア関連動画広告」が、前年比140.6%の高い伸び**

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：榑谷 典洋）は本日、日本の総広告費と、媒体別・業種別広告費を推定した「2022年 日本の広告費」を発表した。2022年（1～12月）日本の総広告費は、新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）の感染再拡大、ウクライナ情勢、物価高騰など国内外の様々な影響を受けつつも、社会のデジタル化を背景に好調な「インターネット広告費」の成長に市場全体が支えられ、通年で７兆1,021億円（前年比104.4%）となった。

図表1　日本の総広告費の推移



（注）2007年に推定範囲を改定。2019年に「物販系ECプラットフォーム広告費」と「イベント領域」を追加推定（2018年以前の遡及修正は行っていない）。

＜2022年 日本の広告費の概況＞

◆2022年の総広告費は、通年で7兆1,021億円（前年比104.4%）となり、コロナ禍前の2019年を超え、1947年に推定を開始して以降、過去最高となった※。上半期は、コロナ禍からの回復に伴う行動制限の緩和や、北京2022冬季オリンピック・パラリンピックなどにより好調だった。下半期は、ウクライナ情勢や欧米の金融政策の転換による経済環境の大きな変化、新型コロナの再拡大などの影響を受けたものの、社会・経済活動の緩やかな回復に伴い「外食・各種サービス」「交通・レジャー」を中心に広告需要が高まった。特に、社会のデジタル化を背景に、好調なインターネット広告費によって広告市場全体が成長した。

※前年までの過去最高は2007年（7兆191億円）

◆インターネット広告費は、3兆912億円（前年比114.3%）となり、2兆円を超えた2019年からわずか3年で約1兆円増加した。インストリーム広告を中心とした動画広告需要は前年に続き高まっており、デジタルプロモーションの拡大も市場の成長に寄与した。好調なインターネット広告の伸長により、2022年の総広告費は増加した。

◆テレビメディア放送事業者が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費（テレビメディアデジタル）のうち、テレビ番組の見逃し配信やリアルタイム配信サービスなどインターネット動画配信の広告費を推定範囲とする「テレビメディア関連動画広告費」は、350億円（前年比140.6%）と高い伸びを示した。コネクテッドTV※の利用拡大、大型スポーツ中継や話題性のあるドラマなど企画・編集力の高い番組コンテンツの充実などを背景に、広告需要が高まった。

※インターネット回線へ接続されたテレビ端末。

＜媒体別広告費の概況＞

「日本の広告費」は、（1）マスコミ四媒体広告費（新聞、雑誌、ラジオ、テレビメディア広告費の合算、それぞれの広告費には制作費も含まれている）、（2）インターネット広告費（インターネット広告媒体費、物販系ECプラットフォーム広告費、インターネット広告制作費の合算）、（3）プロモーションメディア広告費（屋外、交通、折込、DM＜ダイレクト・メール＞、フリーペーパー、POP、イベント・展示・映像ほかの合算）に大きく3分類される。

（1）マスコミ四媒体広告費　2兆3,985億円（前年比97.7%）

「ラジオ広告費」は増加したものの、「新聞広告費」「雑誌広告費」「テレビメディア広告費」は減少した。

（2）インターネット広告費　3兆912億円（前年比114.3%）

前年に続く社会のデジタル化を背景に、前年比114.3%の二桁成長となった。総広告費における「インターネット広告費」（インターネット広告媒体費、物販系ECプラットフォーム広告費、インターネット広告制作費の合算）の構成比は43.5%となり、2兆円超えの2019年よりわずか3年で約1兆円増加し、3兆円規模の市場となった。「インターネット広告媒体費」は2兆4,801億円（前年比115.0%）、特にコネクテッドTVの利用拡大を受け「テレビメディア関連動画広告費」は前年に続き350億円（同140.6%）と大きく増加した。「インターネット

広告制作費」は、動画広告市場の拡大や運用型広告における広告制作数の増加などにより、4,203億円（同109.2%）と増加した。また、「物販系ECプラットフォーム広告費※」も引き続きの在宅需要の高まりに伴い、1,908億円（同117.0%）と増加した。

※「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」とは、生活家電・雑貨、書籍、衣類、事務用品などの物品販売を行うEC（電子商取引）プラットフォーム（これを「物販系ECプラットフォーム」と呼ぶ）上において、当該プラットフォームへ“出店”を行っている事業者（これを「店舗あり事業者」と呼ぶ）が当該プラットフォーム内に投下した広告費と定義。より広い意味での「EC領域での販売促進を図るインターネット広告費」全体を指すわけではない。

（3）プロモーションメディア広告費　1兆6,124億円（前年比98.3%）

コロナ禍からの回復に伴い行動制限の緩和や国や自治体による全国旅行支援施策の実施などもあり、各種イベントや従来型の広告販促キャンペーンが再開したものの、通年では減少した。一方で、人流が戻ったことで「屋外広告」「交通広告」「折込広告」など前年を上回る媒体もあった。

図表2　媒体別広告費＜2020年～2022年＞

媒体＼広告費	広告費（億円）			前年比（%）		構成比（%）		
	2020年	2021年	2022年	2021年	2022年	2020年	2021年	2022年
総広告費	61,594	67,998	71,021	110.4	104.4	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費	22,536	24,538	23,985	108.9	97.7	36.6	36.1	33.8
新聞	3,688	3,815	3,697	103.4	96.9	6.0	5.6	5.2
雑誌	1,223	1,224	1,140	100.1	93.1	2.0	1.8	1.6
ラジオ	1,066	1,106	1,129	103.8	102.1	1.7	1.6	1.6
テレビメディア	16,559	18,393	18,019	111.1	98.0	26.9	27.1	25.4
地上波テレビ	15,386	17,184	16,768	111.7	97.6	25.0	25.3	23.6
衛星メディア関連	1,173	1,209	1,251	103.1	103.5	1.9	1.8	1.8
インターネット広告費	22,290	27,052	30,912	121.4	114.3	36.2	39.8	43.5
媒体費	17,567	21,571	24,801	122.8	115.0	28.5	31.7	34.9
うちマス四媒体由来のデジタル広告費	803	1,061	1,211	132.1	114.1	1.3	1.6	1.7
新聞デジタル	173	213	221	123.1	103.8	0.3	0.3	0.3
雑誌デジタル	446	580	610	130.0	105.2	0.7	0.9	0.9
ラジオデジタル	11	14	22	127.3	157.1	0.0	0.0	0.0
テレビメディアデジタル	173	254	358	146.8	140.9	0.3	0.4	0.5
テレビメディア関連動画広告	170	249	350	146.5	140.6	0.3	0.4	0.5
物販系ECプラットフォーム広告費	1,321	1,631	1,908	123.5	117.0	2.1	2.4	2.7
制作費	3,402	3,850	4,203	113.2	109.2	5.5	5.7	5.9
プロモーションメディア広告費	16,768	16,408	16,124	97.9	98.3	27.2	24.1	22.7
屋外	2,715	2,740	2,824	100.9	103.1	4.4	4.0	4.0
交通	1,568	1,346	1,360	85.8	101.0	2.6	2.0	1.9
折込	2,525	2,631	2,652	104.2	100.8	4.1	3.9	3.7
DM（ダイレクト・メール）	3,290	3,446	3,381	104.7	98.1	5.3	5.1	4.8
フリーペーパー	1,539	1,442	1,405	93.7	97.4	2.5	2.1	2.0
POP	1,658	1,573	1,514	94.9	96.2	2.7	2.3	2.1
イベント・展示・映像ほか	3,473	3,230	2,988	93.0	92.5	5.6	4.7	4.2

＜媒体別広告費詳細＞

（1）　マスコミ四媒体広告費（業種別 マスコミ四媒体別広告費は図表7を参照）

① 新聞広告費　3,697億円（前年比96.9%）

・北京2022冬季オリンピック・パラリンピックや第26回参議院議員通常選挙、FIFAワールドカップカタール2022などが広告費の押し上げに寄与したものの、新型コロナ再拡大やウクライナ情勢による経済環境の変化、前年の東京2020オリンピック・パラリンピックの反動減などにより、通年では減少した。

・業種別では、「交通・レジャー」が前年比117.8%と、コロナ禍による低迷から回復した。レジャー施設・興行関連のみならず、旅行・宿泊や交通業種も大きく伸び、通年で増加した。一方で、「薬品・医療用品」はシニア向けの薬品を中心に同88.1%、「情報・通信」はコロナ禍の反動でコンピューター類を中心に同91.8%と減少した。

② 雑誌広告費　1,140億円（前年比93.1%）

・紙の出版物推定販売金額は前年比93.5%と減少した。内訳は書籍が同95.5%、雑誌が同90.9%となった。一方で、電子出版市場は同107.5%と引き続き成長し5,000億円を突破した。紙と電子出版を合わせた出版市場全体は同97.4%で、4年ぶりに前年を下回った。

（数字出典：出版科学研究所「出版月報」2023年1月号）

・雑誌広告費は、年間を通じて前年を下回る結果となり、通年で前年比93.1%となった。

・業種別では、コロナ禍からの回復に伴う行動制限の緩和や国・自治体の全国旅行支援施策の実施などにより「交通・レジャー」が増加した。一方で、雑誌広告費シェアの高い「化粧品・トイレタリー」は前年に続き減少した。

③ ラジオ広告費　1,129億円（前年比102.1%）

・通年で前年を上回り、前年比102.1%となった。

・業種別では、コロナ禍からの回復を受け「ファッション・アクセサリー」（前年比122.5%）と「外食・各種サービス」（同113.4%）、および前年に続き「化粧品・トイレタリー」（同117.3%）が大きく増加した。

④ テレビメディア広告費（地上波テレビ＋衛星メディア関連）　1兆8,019億円（前年比98.0%）

◇地上波テレビ　1兆6,768億円（同97.6%）

・番組（タイム）広告費は、北京2022冬季オリンピック・パラリンピック、FIFAワールドカップカタール2022、および国内のプロ野球、プロゴルフトーナメントなどの大型スポーツ大会や各種イベントが放送されたものの、東京2020オリンピック・パラリンピックやFIFAワールドカップカタール2022のアジア最終予選などによる反動減を打ち消す需要増には至らなかった。地域別では、通期で大阪地区、名古屋地区、福岡地区が前年を上回った。

・スポット広告費は、1-3月期は人材領域の出稿がけん引し「外食・各種サービス」が好調だった。しかし

4-6月期は「情報・通信」が低調となり、半導体不足、ウクライナ情勢による原材料高騰の影響も加わり、7-9月期まで同様の状況が続いた。10-12月期は、「外食・各種サービス」の好調に加え、半導体不足の影響を受けていた「自動車・関連品」で復調の兆しがみえたものの、「情報・通信」の低調を補うレベルには至らなかった。地域別では、通期で基幹8地区全てが前年を下回った。

◇衛星メディア関連　1,251億円（同103.5%）

・通販市場が引き続き好調に推移し、スポット需要も増え、前年を上回った。

・BS新3局はBSメディアの活性化に寄与した。

（2）インターネット広告費

① インターネット広告媒体費　2兆4,801億円（前年比115.0%）

・ウクライナ情勢や円安、原材料高騰などの影響を受けたものの、前年に続き大きく増加した。

・特にインストリーム広告を中心とした動画広告の需要増が寄与した。

・企業の販売促進活動におけるデジタル活用が進み、リスティング広告やデジタル販促も好調だった。

マスコミ四媒体由来のデジタル広告費　1,211億円
（インターネット広告媒体費の一部、同114.1%）

・マスコミ四媒体由来のデジタル広告費は、前年に続く二桁の伸長となった。

・新聞デジタル　221億円（同103.8%）

北京2022冬季オリンピック・パラリンピックや第26回参議院議員通常選挙、FIFAワールドカップカタール2022などが広告費の押し上げに寄与した。

・雑誌デジタル　610億円（同105.2%）

前年に続き主要ウェブメディアのPV（ページビュー）/UU（ユニークユーザー）数、主要SNSのフォロワー数などは増加した。DMP（データマネジメントプラットフォーム）を活用したデータソリューション、SNS活用施策、オンラインイベント、広告主のオウンドコンテンツ制作、動画制作・配信など、出版社のデータ・コンテンツ制作力・コミュニティ力を強みとした企画が行われ、出版系ウェブメディアおよび雑誌ブランド・コンテンツ事業の成長を大きく後押しした。また、ファン・コミュニティの事業化、コミック事業の拡大、XR（クロスリアリティ）※1およびメタバース※2領域、NFT（非代替性トークン）を活用した価値の高いコンテンツの取引など、「出版IP（知的財産）」を駆使した様々な研究開発が進んだ。

※1　現実世界と仮想世界を融合することで、現実にはないものを知覚できる技術の総称。

※2　インターネット上に広がる三次元の仮想空間やサービスのこと。

・ラジオデジタル　22億円（同157.1%）
Podcastをはじめとする音声メディアが引き続き注目を集め、radikoも含むラジオデジタル広告への新規出稿と継続出稿がみられた。また、プレミアムオーディオ広告も堅調に推移した。

・テレビメディアデジタル　358億円（同140.9%）
テレビメディアデジタルのうち、「テレビメディア関連動画広告」は350億円（同140.6%）と、前年に続き大きく増加した。話題性のあるドラマなども寄与し、TVerは再生数・ユーザー数ともに順調に伸長した。またABEMAも、FIFAワールドカップカタール2022期間中に過去最高となるWAU（Weekly Active Users＝週間アクティブユーザー）を記録し規模を拡大した。

② 「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」　1,908億円（前年比117.0%）
・物販系ECプラットフォームの利用が消費者の中で定着したことで、前年に続き増加した。
・日用品や食料品を中心に堅調で、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除され徐々に外出の機会が増えたことにより、コスメやファッション、旅行、スポーツ関連商品の流通量が増加した。

③ インターネット広告制作費　4,203億円（前年比109.2%）
・オンライン消費スタイルの定着と企業の本格的なデジタル化の潮流を受けて、インターネット広告の制作需要が高まった。
・制作物別では、ウェブ動画広告の伸長が顕著で、中でも動画サイトやアプリなどのコンテンツ内に表示されるインストリーム動画広告の制作数が大きく増加した。

（3）プロモーションメディア広告費

① 屋外広告　2,824億円（前年比103.1%）
・人流回復の傾向が顕著になり、それに伴い広告費も堅調に推移した。都市部を中心に出稿は回復し、ラグジュアリーブランド、エンターテインメントなどの業種を中心に広告需要が高まった。
・長期看板は、繁華街に設置された大型媒体で広告主の変更や契約延長などの需要が高まった。
・短期看板や短期ネットワーク看板、屋外ビジョンは、繁華街で目立つ大型のインパクト型OOH媒体※に需要が集中し、増加した。3Dコンテンツ放映は前年に続き話題となった。
※大型サイネージ、大型ボード。

② 交通広告　1,360億円（前年比101.0%）
・鉄道は、ポスター、デジタルサイネージともに、前年に続きネットワーク系媒体※1よりも主要駅で人流が多いロケーションに設定されたインパクト型OOH媒体※2に需要が集中した。全国的に大型デジタルサイネージは前年を上回った。
・空港は、外国人入国制限により旅客数の回復が遅れ、国際線は前年より減少した。国内線は、緊急事態宣言に伴う移動制限が解除されてからは、わずかに回復した。

・タクシー広告は、サイネージ広告を展開できるタクシー会社の新規加入もあり、前年に続き増加した。

※1　全線中づり、主要駅の駅サイネージネットワーク、主要駅の駅ばりネットワークなど。

※2　大型サイネージ、大型ボード。

③ 折込　2,652億円（前年比100.8%）

・巣ごもり・在宅需要を後押しする媒体として引き続き活用され、9月までは前年を上回る水準で推移した。10月以降は電気代や紙代をはじめとするエネルギーや原材料などの経費高騰により販促活動が減少し、低調となったものの、通年では前年を上回った。

・業種別では、スーパーやホームセンター、家電量販店を含む流通・小売が増加した。サービス業は前年に続き買い取り業者が好調であった。旅行・ホテルも大幅に回復した。メーカーは前年に続き通信販売が好調で大きく増加した。金融・保険に関しては前年並みであった。

④ DM（ダイレクト・メール）　3,381億円（前年比98.1%）

・個人用の在宅向けDMや、BtoB営業目的のオフィス向けDMなどの広告需要が一巡し、減少した。

・外出自粛の緩和に伴い、観光・旅行などの交通・レジャー関連や、通信販売、金融・保険などが増加した。前年に続きデータマーケティングを活用したパーソナライズDMやデジタル施策と連動したDMが多くみられた。

・無宛名便DMは、公告や各種告知物などを中心に、インターネット広告やマスメディアなど他のメディアではカバーしきれない層へのアプローチ手段として活用が進んだ。

⑤ フリーペーパー※　1,405億円（前年比97.4%）

・第26回参議院議員通常選挙の関連広告が大きく寄与した。依然として新型コロナや物価高の影響は続き、金融、住宅・不動産、求人情報、グルメ・飲食などの業種が回復したものの、発行部数や発行頻度の減少に伴い、前年比97.4%となった。

・地域情報を主体としたフリーペーパーは、発行地域での飲食店、商業施設、百貨店などの集客を目的とした広告に回復の兆しがみられた。

※フリーペーパーは、タブロイド判タイプのフリーペーパー・雑誌タイプのフリーマガジン・電話帳の総称。

⑥ POP　1,514億円（前年比96.2%）

・広告主にとって費用対効果の高いデジタルサイネージやスマートフォン利用施策に代表される双方向コミュニケーションツール、リアル店舗の強みを生かした体験型のPOP施策などの活用が見られたものの、全体的に実施数が減少し、広告費は前年を下回った。

⑦ イベント･展示・映像ほか　2,988億円（前年比92.5%）

・イベント領域は、前年の東京2020オリンピック・パラリンピックの反動で1,233億円（前年比89.9%）と減少した。

・展示領域は、各種展示会の開催や百貨店、複合型商業施設、企業PR施設、テーマパークなどのエンターテインメント施設の新装・改装、催事などにより広告需要は高まったものの、全体としては減少した。
・映像関連は、オンライン展示会やウェブ講演会・セミナーなどに付随する配信動画、商品サービス紹介などの制作需要は前年に続き高まった。
・シネアド（シネマ・アドバタイジング）は、映画館が営業を再開し、話題作が数多く公開されたことで、ラグジュアリーブランドの広告需要が高まった。

【その他、広告関連市場】※「日本の広告費」市場には含まれない

・商業印刷市場　1兆7,750億円（前年比99.7%）
商業印刷市場のうち、ポスター・チラシ・パンフレットの印刷市場は、1兆650億円（同99.5%）とわずかに減少した。原材料費（用紙・インク・版など）やエネルギー関連コストの高騰により、印刷会社各社が価格転嫁を実施したものの、印刷ロットの減少やサイズダウン、実施回数減の影響を受け広告費も減少した。

・ポスティング市場　1,387億円（前年比108.1%）
前年に続き新型コロナの影響や代替媒体などで全戸配布の社会的需要が継続し、1,387億円（同108.1%）と増加した。官公庁・自治体関連の配布物や公告などの引き合いは継続した。主要都市圏を中心に地域の求人情報、グルメ・飲食、塾・教育、住宅・不動産、宅配などが増加した。

・DM制作関連市場　1,103億円（前年比103.0%）
対人営業の代替手段やリモート営業の販促ツールとしてDMが活用され、企画制作作業が前年より増加した。さらに、データマーケティングをはじめとした作業運用費も増加した。

＜業種別広告費（衛星メディア関連を除くマスコミ四媒体のみ）について＞（図表6を参照）

「交通・レジャー」「外食・各種サービス」「エネルギー・素材・機械」「案内・その他」「ファッション・アクセサリー」など9業種が増加した。

＜「インターネット広告媒体費」の内訳について＞

株式会社CARTA COMMUNICATIONS、株式会社D2C、株式会社電通、株式会社電通デジタル、株式会社セプテーニ・ホールディングスの5社共同で、広告種別や取引手法別などの切り口で分析した「2022年 インターネット広告媒体費詳細分析」を3月中旬に発表する予定。

電通メディアイノベーションラボ 研究主幹 北原利行による「2022年 日本の広告費」の
「ウェブ電通報」解説記事はこちら：https://dentsu-ho.com/articles/8492

以上

図表3　「日本の広告費」推定範囲

総広告費	日本国内に投下された年間(1～12月)の広告費
マスコミ四媒体広告費	新聞、雑誌、ラジオ、テレビメディアのマスコミ四媒体に投下された広告費
新聞	全国日刊紙、業界紙の広告料および新聞広告制作費
雑誌	全国月刊誌、週刊誌、専門誌の広告料および雑誌広告制作費
ラジオ	全国民間放送の電波料および番組制作費とラジオCM制作費　※事業費は含まない
テレビメディア	次のテレビメディアの広告費
地上波テレビ	全国民間放送地上波テレビの電波料および番組制作費とテレビCM制作費　※事業費は含まない
衛星メディア関連	衛星放送、CATVなどに投下された広告費(媒体費および番組制作費)
インターネット広告費	インターネット広告媒体費、物販系ECプラットフォーム広告費、インターネット広告制作費の合計
媒体費	インターネットサイトやアプリ(物販系ECプラットフォームも含む)上の広告掲載費(媒体費)
うちマス四媒体由来のデジタル広告費	マスコミ四媒体事業者などが主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※マスコミ四媒体広告費には含まれない
新聞デジタル	新聞社が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費　※新聞広告費には含まれない
雑誌デジタル	出版社が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費　※雑誌広告費には含まれない
ラジオデジタル	ラジオ放送事業者が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費　※ラジオ広告費には含まれない
テレビメディアデジタル	テレビ放送事業者など(衛星メディア関連も含む)が主体となって提供する インターネットメディア・サービスにおける広告費　※テレビメディア広告費には含まれない
テレビメディア関連動画広告	テレビメディアデジタルのうち、テレビ番組の見逃し配信などインターネット動画配信における広告費
物販系ECプラットフォーム広告費	物販系ECプラットフォーム上に店舗を持つ事業者によって、当該プラットフォーム上に投下された広告費 (EC領域の販売促進を図るインターネット広告費全体を示す広告費ではない)
制作費	インターネットサイトやアプリ(物販系ECプラットフォームも含む)上の広告制作費 (バナー広告、動画広告、SNSなどでの記事体広告などの制作費)
プロモーションメディア広告費	次のプロモーションメディアの広告費
屋外	短期・長期看板、ネオン・LED看板、屋外ビジョンなど屋外広告の製作費と掲出料
交通	電車・バス・タクシー・空港などの交通広告の掲出料
折込	全国の新聞に折り込まれたチラシの折込料
DM(ダイレクト・メール)	ダイレクト・メールに費やされた郵便料・配達料
フリーペーパー	フリーペーパー・フリーマガジンの広告料、電話帳の掲出料
POP	POP(店頭販促物)の制作費
イベント・展示・映像ほか	広告業が取り扱う販促キャンペーン、ポップアップストア、スポーツイベント、PRイベント、展示会、博覧会、 PR館などの製作費、シネアド・プロモーションビデオなどの制作費や上映費など

図表4　日本経済の成長と「日本の広告費」（2001年～2022年）

暦年		日本の広告費		名目国内総生産(GDP)		名目国内総生産に対する総広告費の比率(%)
		総広告費（億円）	前年比（%）	国内総生産（億円）	前年比（%）	
	2001年	60,580	99.1	5,316,539	99.3	1.14
	02年	57,032	94.1	5,244,787	98.7	1.09
	03年	56,841	99.7	5,239,686	99.9	1.08
	04年	58,571	103.0	5,294,009	101.0	1.11
	05年	59,625	101.8	5,325,156	100.6	1.12
	06年	59,954	100.6	5,351,702	100.5	1.12
	05年	68,235	102.9	5,325,156	100.6	1.28
	06年	69,399	101.7	5,351,702	100.5	1.30
	07年	70,191	101.1	5,392,817	100.8	1.30
	08年	66,926	95.3	5,278,238	97.9	1.27
	09年	59,222	88.5	4,949,384	93.8	1.20
改	10年	58,427	98.7	5,055,306	102.1	1.16
	11年	57,096	97.7	4,974,489	98.4	1.15
	12年	58,913	103.2	5,004,747	100.6	1.18
	13年	59,762	101.4	5,087,006	101.6	1.17
定	14年	61,522	102.9	5,188,110	102.0	1.19
	15年	61,710	100.3	5,380,323	103.7	1.15
	16年	62,880	101.9	5,443,646	101.2	1.16
	17年	63,907	101.6	5,530,730	101.6	1.16
	18年	65,300	102.2	5,566,301	100.6	1.17
	19年	69,381	106.2	5,579,108	100.2	1.24
	20年	61,594	88.8	5,390,824	96.6	1.14
	21年	67,998	110.4	5,493,793	101.9	1.24
	22年	71,021	104.4	5,565,440	101.3	1.28

（注）国内総生産は内閣府「国民経済計算確報」および「四半期別GDP速報」による。
（注）2007年に「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改定した。
（注）2018年に「マス四媒体由来のデジタル広告費」を「インターネット広告費」に追加推定した。
（注）2019年に「物販系ECプラットフォーム広告費」を「インターネット広告費」に、「イベント」領域を「展示・映像ほか」に追加推定した。

図表5　媒体別広告費（2006年～2022年）

媒体＼広告費	広告費（億円）							
	2006年	07年	08年	09年	10年	11年	12年	13年
総広告費	69,399	70,191	66,926	59,222	58,427	57,096	58,913	59,762
マスコミ四媒体広告費	36,668	35,699	32,995	28,282	27,749	27,016	27,796	27,825
新聞	9,986	9,462	8,276	6,739	6,396	5,990	6,242	6,170
雑誌	4,777	4,585	4,078	3,034	2,733	2,542	2,551	2,499
ラジオ	1,744	1,671	1,549	1,370	1,299	1,247	1,246	1,243
地上波テレビ	20,161	19,981	19,092	17,139	17,321	17,237	17,757	17,913
衛星メディア関連広告費	544	603	676	709	784	891	1,013	1,110
インターネット広告費	4,826	6,003	6,983	7,069	7,747	8,062	8,680	9,381
プロモーションメディア広告費	27,361	27,886	26,272	23,162	22,147	21,127	21,424	21,446
屋外	3,946	4,041	3,709	3,218	3,095	2,885	2,995	3,071
交通	2,539	2,591	2,495	2,045	1,922	1,900	1,975	2,004
折込	6,662	6,549	6,156	5,444	5,279	5,061	5,165	5,103
DM	4,402	4,537	4,427	4,198	4,075	3,910	3,960	3,893
ﾌﾘｰﾍﾟｰﾊﾟｰ・ﾌﾘｰﾏｶﾞｼﾞﾝ	3,357	3,684	3,545	2,881	2,640	2,550	2,367	2,289
POP	1,845	1,886	1,852	1,837	1,840	1,832	1,842	1,953
電話帳	1,154	1,014	892	764	662	583	514	453
展示・映像ほか	3,456	3,584	3,196	2,775	2,634	2,406	2,606	2,680

（注）2007年に「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改定した。

媒体＼広告費	広告費（億円）										
	2012年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年
総広告費	58,913	59,762	61,522	61,710	62,880	63,907	65,300	69,381	61,594	67,998	71,021
マスコミ四媒体広告費	28,809	28,935	29,393	28,699	28,596	27,938	27,026	26,094	22,536	24,538	23,985
新聞	6,242	6,170	6,057	5,679	5,431	5,147	4,784	4,547	3,688	3,815	3,697
雑誌	2,551	2,499	2,500	2,443	2,223	2,023	1,841	1,675	1,223	1,224	1,140
ラジオ	1,246	1,243	1,272	1,254	1,285	1,290	1,278	1,260	1,066	1,106	1,129
テレビメディア	18,770	19,023	19,564	19,323	19,657	19,478	19,123	18,612	16,559	18,393	18,019
地上波テレビ	17,757	17,913	18,347	18,088	18,374	18,178	17,848	17,345	15,386	17,184	16,768
衛星メディア関連	1,013	1,110	1,217	1,235	1,283	1,300	1,275	1,267	1,173	1,209	1,251
インターネット広告費	8,680	9,381	10,519	11,594	13,100	15,094	17,589	21,048	22,290	27,052	30,912
プロモーションメディア広告費	21,424	21,446	21,610	21,417	21,184	20,875	20,685	22,239	16,768	16,408	16,124
屋外	2,995	3,071	3,171	3,188	3,194	3,208	3,199	3,219	2,715	2,740	2,824
交通	1,975	2,004	2,054	2,044	2,003	2,002	2,025	2,062	1,568	1,346	1,360
折込	5,165	5,103	4,920	4,687	4,450	4,170	3,911	3,559	2,525	2,631	2,652
DM	3,960	3,893	3,923	3,829	3,804	3,701	3,678	3,642	3,290	3,446	3,381
フリーペーパー								2,110	1,539	1,442	1,405
ﾌﾘｰﾍﾟｰﾊﾟｰ・ﾌﾘｰﾏｶﾞｼﾞﾝ	2,367	2,289	2,316	2,303	2,267	2,136	2,021				
電話帳	514	453	417	334	320	294	266				
POP	1,842	1,953	1,965	1,970	1,951	1,975	2,000	1,970	1,658	1,573	1,514
イベント・展示・映像ほか								5,677	3,473	3,230	2,988
展示・映像ほか	2,606	2,680	2,844	3,062	3,195	3,389	3,585				

（注）2014年より、テレビメディア広告費は「地上波テレビ＋衛星メディア関連」と区分し、2012年に遡及して集計した。

図表6　業種別広告費（マスコミ四媒体広告費）

＊衛星メディア関連は除く

業種＼広告費	広告費(千万円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2020年	2021年	2022年	2021年	2022年	2020年	2021年	2022年
1.エネルギー・素材・機械	3,639	3,228	3,493	88.7	108.2	1.7	1.4	1.5
2.食品	22,406	21,970	21,571	98.1	98.2	10.5	9.4	9.5
3.飲料・嗜好品	15,735	18,840	17,770	119.7	94.3	7.4	8.1	7.8
4.薬品・医療用品	13,590	13,863	12,885	102.0	92.9	6.4	5.9	5.7
5.化粧品・トイレタリー	21,384	22,524	19,922	105.3	88.4	10.0	9.7	8.8
6.ファッション・アクセサリー	5,357	5,213	5,436	97.3	104.3	2.5	2.2	2.4
7.精密機器・事務用品	1,416	1,765	1,532	124.6	86.8	0.7	0.8	0.7
8.家電・AV機器	3,896	4,643	4,236	119.2	91.2	1.8	2.0	1.9
9.自動車・関連品	10,925	9,689	8,957	88.7	92.4	5.1	4.2	3.9
10.家庭用品	6,031	7,033	5,816	116.6	82.7	2.8	3.0	2.5
11.趣味・スポーツ用品	5,950	6,776	6,526	113.9	96.3	2.8	2.9	2.9
12.不動産・住宅設備	9,841	11,256	11,411	114.4	101.4	4.6	4.8	5.0
13.出版	5,732	6,366	6,114	111.1	96.0	2.7	2.7	2.7
14.情報・通信	25,234	32,703	29,698	129.6	90.8	11.8	14.0	13.1
15.流通・小売業	14,300	14,941	15,155	104.5	101.4	6.7	6.4	6.7
16.金融・保険	13,054	15,155	15,554	116.1	102.6	6.1	6.5	6.8
17.交通・レジャー	10,643	10,684	12,723	100.4	119.1	5.0	4.6	5.6
18.外食・各種サービス	12,360	13,855	15,611	112.1	112.7	5.8	5.9	6.9
19.官公庁・団体	4,170	4,115	4,118	98.7	100.1	1.9	1.8	1.8
20.教育・医療サービス・宗教	5,400	5,614	5,599	104.0	99.7	2.5	2.4	2.4
21.案内・その他	2,567	3,057	3,213	119.1	105.1	1.2	1.3	1.4
合計	213,630	233,290	227,340	109.2	97.4	100.0	100.0	100.0

＜マスコミ四媒体広告費の業種別分類基準＞

1.エネルギー・素材・機械	電力、ガス、ガソリン、紙、鉄鋼、化学材料、農業機器、建設・土木機器、工作機器、店舗用機材など
2.食品	乳製品、肉製品、調味料、パン、菓子、健康・美容食品、サプリメント、加工食品など
3.飲料・嗜好品	アルコール飲料、非アルコール飲料、タバコなど
4.薬品・医療用品	医薬品、医療用品、ドリンク剤、メガネなど
5.化粧品・トイレタリー	皮膚・毛髪用など化粧品全般、化粧用具、シャンプー＆リンス、かみそり・替刃、電動歯ブラシ、歯磨き、石けん、洗剤、洗濯用剤、生理用品、紙おむつなど
6.ファッション・アクセサリー	衣料品、生地、身回繊維品、靴、バッグ、傘、貴金属・アクセサリーなど
7.精密機器・事務用品	時計、カメラ・デジタルカメラなど光学機器、事務用品、文房具など
8.家電・AV機器	厨房用・家事用・冷暖房用電気機器、音声・映像機器(ﾃﾞｼﾞﾀﾙﾋﾞﾃﾞｵｶﾒﾗ含む)、照明器具、電気理容・美容器具など
9.自動車・関連品	自動車、オートバイ・スクーター、自転車、モーターボート、タイヤ、カーナビゲーションなど
10.家庭用品	石油・ガス機器、寝具、インテリア、家具、仏具、台所用品、殺虫・防虫剤、芳香・消臭剤など
11.趣味・スポーツ用品	趣味用品、ゲーム機・ソフト、音声・映像ソフト、園芸用品、ペットフード、パチンコ・パチスロ機、スポーツ用品など
12.不動産・住宅設備	宅地・住宅など土地・建物、建材、トイレ・浴槽・厨房ユニット・太陽光発電・給湯システムなど住宅付属設備
13.出版	新聞、雑誌、書籍、語学教材、他の刊行物
14.情報・通信	コンピューター・関連品、コンピュータソフト、携帯電話機、携帯情報端末、電話サービス、通信サービス・インターネット、ウェブコンテンツ、オンラインショップ、オンラインゲーム、放送など
15.流通・小売業	百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、通信販売、量販店、ショッピングセンター、他の小売店など
16.金融・保険	銀行、証券、保険、消費者金融、クレジットカード、電子マネー、宝くじ、インターネットバンキングなど
17.交通・レジャー	交通、旅行・宿泊、スポーツ・レジャー施設、公営レース、映画・コンサート・各種イベントなど
18.外食・各種サービス	飲食業、宅配・引越便、美容、レンタル、人材派遣、求人・転職サービス、結婚情報、セキュリティサービス、法律相談、かつらなど
19.官公庁・団体	官公庁、自治体、政党、外国官公庁、広告団体、諸団体など（単一業界の団体は各業種に分類）
20.教育・医療サービス・宗教	学校、予備校・学習塾、各種学校、通信教育、医療機関、医療・介護サービス、シルバー施設、宗教など
21.案内・その他	案内広告（新聞、雑誌）、臨時もの、連合広告、企業グループなど

図表7　業種別 マスコミ四媒体別広告費（2022年）

＊衛星メディア関連は除く
（単位：千万円，%）

業種＼媒体	新聞			雑誌			ラジオ			地上波テレビ			4媒体合計		
	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比
1.エネルギー・素材・機械	385	1.0	93.9	93	0.8	95.9	244	2.2	105.2	2,771	1.7	111.3	3,493	1.5	108.2
2.食品	4,482	12.1	96.6	742	6.5	89.6	960	8.5	98.1	15,387	9.2	99.1	21,571	9.5	98.2
3.飲料・嗜好品	1,079	2.9	89.8	415	3.6	87.7	454	4.0	102.5	15,822	9.4	94.6	17,770	7.8	94.3
4.薬品・医療用品	1,641	4.4	88.1	234	2.1	82.7	739	6.5	83.9	10,271	6.1	94.8	12,885	5.7	92.9
5.化粧品・トイレタリー	2,012	5.5	90.9	1,264	11.1	84.2	528	4.7	117.3	16,118	9.6	87.8	19,922	8.8	88.4
6.ファッション・アクセサリー	781	2.1	100.0	2,407	21.1	97.3	49	0.4	122.5	2,199	1.3	114.7	5,436	2.4	104.3
7.精密機器・事務用品	265	0.7	113.2	559	4.9	97.6	40	0.4	85.1	668	0.4	73.3	1,532	0.7	86.8
8.家電・AV機器	148	0.4	77.9	488	4.3	97.4	80	0.7	74.1	3,520	2.1	91.6	4,236	1.9	91.2
9.自動車・関連品	380	1.0	84.1	355	3.1	83.9	798	7.1	98.2	7,424	4.4	92.8	8,957	3.9	92.4
10.家庭用品	604	1.6	80.0	384	3.4	89.3	203	1.8	103.6	4,625	2.8	81.8	5,816	2.5	82.7
11.趣味・スポーツ用品	675	1.8	95.1	672	5.9	96.1	220	2.0	94.8	4,959	3.0	96.6	6,526	2.9	96.3
12.不動産・住宅設備	1,601	4.3	97.9	382	3.4	91.0	601	5.3	109.3	8,827	5.3	102.0	11,411	5.0	101.4
13.出版	3,907	10.6	98.0	104	0.9	75.9	247	2.2	89.8	1,856	1.1	94.3	6,114	2.7	96.0
14.情報・通信	2,393	6.5	91.8	631	5.5	99.1	1,140	10.1	96.9	25,534	15.2	90.3	29,698	13.1	90.8
15.流通・小売業	5,625	15.2	95.1	475	4.2	90.1	607	5.4	103.8	8,448	5.0	106.8	15,155	6.7	101.4
16.金融・保険	1,202	3.3	93.7	304	2.7	90.7	600	5.3	96.0	13,448	8.0	104.2	15,554	6.8	102.6
17.交通・レジャー	4,582	12.4	117.8	893	7.8	111.2	809	7.2	108.3	6,439	3.9	122.8	12,723	5.6	119.1
18.外食・各種サービス	1,263	3.4	92.7	302	2.6	94.1	1,800	15.9	113.4	12,246	7.3	115.7	15,611	6.9	112.7
19.官公庁・団体	1,243	3.4	99.5	208	1.8	90.0	637	5.6	92.9	2,030	1.2	104.2	4,118	1.8	100.1
20.教育・医療サービス・宗教	1,279	3.5	97.3	433	3.8	89.6	355	3.1	100.9	3,532	2.1	102.0	5,599	2.4	99.7
21.案内・その他	1,423	3.9	97.7	55	0.5	87.3	179	1.6	319.6	1,556	0.9	105.1	3,213	1.4	105.1
合計	36,970	100.0	96.9	11,400	100.0	93.1	11,290	100.0	102.1	167,680	100.0	97.6	227,340	100.0	97.4

図表8　マスコミ四媒体業種別広告費（2013年～2022年）

＊衛星メディア関連は除く
（単位：千万円）

業種＼広告費	広告費（千万円）									
	2013年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年
1.エネルギー・素材・機械	2,490	2,560	2,664	3,755	4,054	3,911	4,228	3,639	3,228	3,493
2.食品	27,209	26,350	27,069	28,012	27,744	25,449	25,505	22,406	21,970	21,571
3.飲料・嗜好品	20,688	21,096	19,373	18,354	18,497	17,453	16,771	15,735	18,840	17,770
4.薬品・医療用品	14,745	14,992	14,647	15,265	14,738	14,832	14,411	13,590	13,863	12,885
5.化粧品・トイレタリー	27,985	29,551	28,426	28,845	27,291	26,279	24,029	21,384	22,524	19,922
6.ファッション・アクセサリー	11,732	11,382	11,067	9,961	9,163	8,354	7,536	5,357	5,213	5,436
7.精密機器・事務用品	2,834	3,050	3,347	2,884	2,561	3,154	2,691	1,416	1,765	1,532
8.家電・AV機器	5,533	5,926	5,444	5,970	5,288	4,782	4,500	3,896	4,643	4,236
9.自動車・関連品	16,710	17,277	15,380	14,459	14,683	14,025	13,918	10,925	9,689	8,957
10.家庭用品	6,856	7,242	6,714	6,456	6,560	6,399	6,158	6,031	7,033	5,816
11.趣味・スポーツ用品	10,227	9,414	7,951	7,966	7,875	7,352	6,680	5,950	6,776	6,526
12.不動産・住宅設備	11,503	11,804	11,209	11,964	13,032	12,171	11,316	9,841	11,256	11,411
13.出版	8,988	8,769	8,486	8,080	7,798	6,803	6,526	5,732	6,366	6,114
14.情報・通信	24,332	26,091	27,433	28,401	28,891	28,491	26,563	25,234	32,703	29,698
15.流通・小売業	19,273	19,374	18,984	18,121	16,361	16,157	15,969	14,300	14,941	15,155
16.金融・保険	16,762	16,437	15,973	15,759	15,050	15,207	15,083	13,054	15,155	15,554
17.交通・レジャー	20,976	21,172	21,635	20,784	20,116	19,469	19,214	10,643	10,684	12,723
18.外食・各種サービス	14,229	14,504	14,638	14,395	13,482	14,023	13,816	12,360	13,855	15,611
19.官公庁・団体	3,149	3,380	3,296	3,326	3,057	3,006	3,905	4,170	4,115	4,118
20.教育・医療サービス・宗教	8,069	7,717	7,342	6,941	6,822	6,928	6,501	5,400	5,614	5,599
21.案内・その他	3,960	3,672	3,562	3,432	3,317	3,265	2,950	2,567	3,057	3,213
合計	278,250	281,760	274,640	273,130	266,380	257,510	248,270	213,630	233,290	227,340