

2024年2月27日

「2023年 日本の広告費」

- 日本の総広告費は、過去最高の7兆3,167億円（前年比103.0%）に
- インターネット広告費は、3兆3,330億円（前年比107.8%）で広告市場全体の成長を後押し
- アフターコロナ時代を迎え、プロモーションメディア広告費における「イベント・展示・映像ほか」は、前年比128.7%の高い伸び

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：佐野 傑）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「2023年 日本の広告費」を発表した。詳細は下記のとおり。

<2023年 日本の広告費の概況>

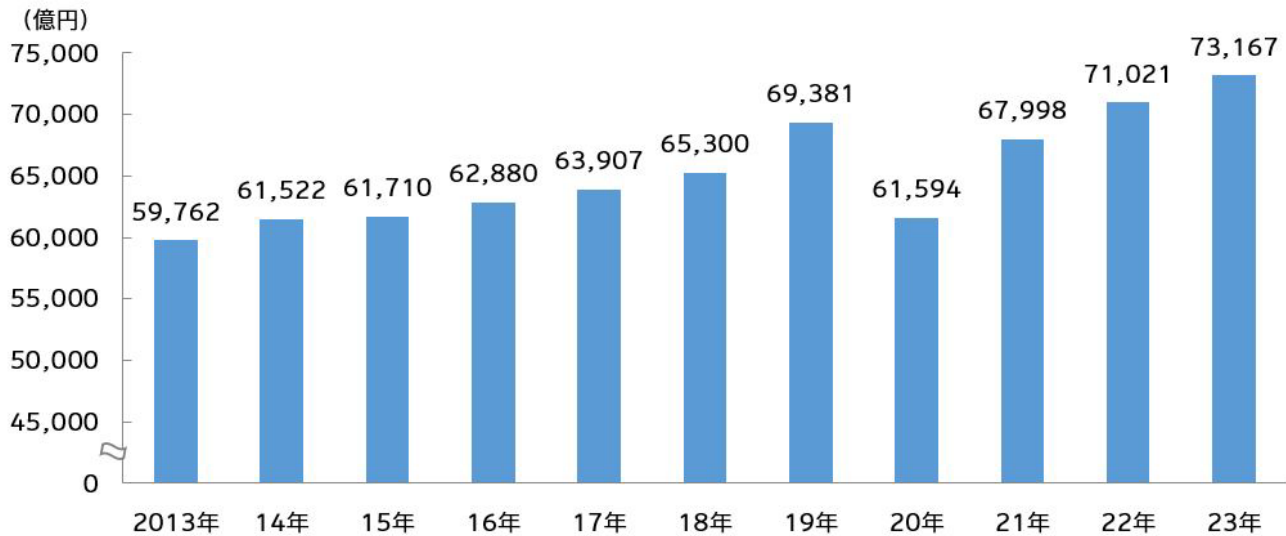
◆2023年の総広告費は、通年で7兆3,167億円（前年比103.0%）となり、1947年の推定開始以降、前年に続き過去最高を更新した。上半期（1-6月期）は、新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）の5類感染症移行に伴うリアルイベントの開催数増加や国内外の観光・旅行の活性化などにより回復がみられた。下半期（7-12月期）は、夏から秋にかけての猛暑や中東問題などの影響を受けたものの、社会・経済活動の活発化に伴い「交通・レジャー」「外食・各種サービス」「飲料・嗜好品」を中心に広告需要が高まった。進展する社会のデジタル化を背景に増加傾向が続くインターネット広告費や人流の活発化に伴って増加した「イベント・展示・映像ほか」などのプロモーションメディア広告費が、広告市場全体の成長に寄与した。

◆インターネット広告費は、3兆3,330億円（前年比107.8%）と過去最高を更新し、前年より2,418億円増加した。コネクテッドTV※の利用拡大に伴う動画広告需要の高まりや、デジタルプロモーション市場の拡大などが成長に寄与した。

※インターネット回線へ接続されたテレビ端末。

◆プロモーションメディア広告費における「イベント・展示・映像ほか」は、3,845億円（前年比128.7%）と大きく増加した。コロナ禍で中止または小規模開催を余儀なくされたイベントが再開し大規模化したことや、インバウンド需要の回復に伴って複合型商業施設・テーマパーク・企業PR施設などのエンターテインメント施設における催事企画が増えたことが、広告費の増加に寄与した。

図表1 日本の総広告費の推移



(注) 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）。

<媒体別広告費の概況>（媒体別広告費の詳細は4ページ以降を参照）

「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 2兆3,161億円（前年比96.6%）

「雑誌広告費」と「ラジオ広告費」は増加したものの、「新聞広告費」と「テレビメディア広告費」が減少し、マスコミ四媒体全体では前年を下回った。

(2) インターネット広告費 3兆3,330億円（前年比107.8%）

進展する社会のデジタル化を背景に、総広告費における「インターネット広告費」は堅調に伸長し、総広告費に占める構成比は45.5%に達した。

内訳をみると、「インターネット広告媒体費」は、2兆6,870億円（前年比108.3%）となり、前年に続き接続TVの利用拡大などを背景に、「テレビメディア関連動画広告費」が443億円（同126.6%）と増加した。「物販系ECプラットフォーム広告費※」は、2,101億円（同110.1%）となり、前年に続き、在宅需要の普及などで増加した。「インターネット広告制作費」も、前年に続き、動画広告市場の拡大などにより、4,359億円（同103.7%）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 1兆6,676億円（前年比103.4%）

新型コロナの5類感染症移行に伴う各種イベントの再開や大規模化に加え、複合型商業施設やテーマパークなどにおける催事企画の増加により「イベント・展示・映像ほか」が大きく増加した。また、大型でインパクトのある企画が増加した「交通広告」や「屋外広告」も、プロモーションメディア全体の成長に寄与した。

図表2 媒体別広告費＜2021年～2023年＞

広告費		広告費（億円）			前年比（％）		構成比（％）		
		2021年	2022年	2023年	2022年	2023年	2021年	2022年	2023年
媒体									
総広告費		67,998	71,021	73,167	104.4	103.0	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		24,538	23,985	23,161	97.7	96.6	36.1	33.8	31.7
	新聞	3,815	3,697	3,512	96.9	95.0	5.6	5.2	4.8
	雑誌	1,224	1,140	1,163	93.1	102.0	1.8	1.6	1.6
	ラジオ	1,106	1,129	1,139	102.1	100.9	1.6	1.6	1.6
	テレビメディア	18,393	18,019	17,347	98.0	96.3	27.1	25.4	23.7
	地上波テレビ	17,184	16,768	16,095	97.6	96.0	25.3	23.6	22.0
	衛星メディア関連	1,209	1,251	1,252	103.5	100.1	1.8	1.8	1.7
インターネット広告費		27,052	30,912	33,330	114.3	107.8	39.8	43.5	45.5
	媒体費	21,571	24,801	26,870	115.0	108.3	31.7	34.9	36.7
	うちマス四媒体由来のデジタル広告費	1,061	1,211	1,294	114.1	106.9	1.6	1.7	1.8
	新聞デジタル	213	221	208	103.8	94.1	0.3	0.3	0.3
	雑誌デジタル	580	610	611	105.2	100.2	0.9	0.9	0.9
	ラジオデジタル	14	22	28	157.1	127.3	0.0	0.0	0.0
	テレビメディアデジタル	254	358	447	140.9	124.9	0.4	0.5	0.6
	テレビメディア関連動画広告	249	350	443	140.6	126.6	0.4	0.5	0.6
	物販系ECプラットフォーム広告費	1,631	1,908	2,101	117.0	110.1	2.4	2.7	2.9
	制作費	3,850	4,203	4,359	109.2	103.7	5.7	5.9	5.9
プロモーションメディア広告費		16,408	16,124	16,676	98.3	103.4	24.1	22.7	22.8
	屋外	2,740	2,824	2,865	103.1	101.5	4.0	4.0	3.9
	交通	1,346	1,360	1,473	101.0	108.3	2.0	1.9	2.0
	折込	2,631	2,652	2,576	100.8	97.1	3.9	3.7	3.5
	DM（ダイレクト・メール）	3,446	3,381	3,103	98.1	91.8	5.1	4.8	4.2
	フリーペーパー	1,442	1,405	1,353	97.4	96.3	2.1	2.0	1.9
	POP	1,573	1,514	1,461	96.2	96.5	2.3	2.1	2.0
	イベント・展示・映像ほか	3,230	2,988	3,845	92.5	128.7	4.7	4.2	5.3

<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 3,512億円（前年比95.0%）

- ・2023ワールド・ベースボール・クラシックやラグビーワールドカップ2023などの大型スポーツイベントの開催があったものの、前年の北京2022冬季オリンピック・パラリンピックの反動減や物価上昇などの影響を受け、通年では減少した。
- ・業種別では、「交通・レジャー」が前年比114.9%と前年に続き増加した。一方で、通信販売系の商材に関する出稿量が各業種で減少し、「流通・小売業」は同88.9%、「食品」は同90.6%となった。また、「官公庁・団体」は前年の第26回参議院議員通常選挙の反動減により、同82.4%となった。

② 雑誌広告費 1,163億円（前年比102.0%）

- ・紙の出版物推定販売金額は前年比94.0%となった。内訳は書籍が同95.3%、雑誌が同92.1%となった。一方で、電子出版市場は同106.7%と引き続き成長した。紙と電子出版を合わせた出版市場全体は同97.9%と、前年を下回った。（数字出典：出版科学研究所「出版指標」2024年1月号）
- ・雑誌広告費は、4-6月期以降に回復し、出版社が保有するコンテンツ制作やファンベースを活用した企画、案件も増加したことにより、通年では前年比102.0%となった。
- ・業種別では、コロナ禍からの回復や高級嗜好品の需要増に伴い、「交通・レジャー」「外食・各種サービス」「ファッション・アクセサリ」「精密機器・事務用品」が増加した。一方で、雑誌広告費シェアの高い「化粧品・トイレットリー」は前年に続き減少した。

③ ラジオ広告費 1,139億円（前年比100.9%）

- ・通年で前年を上回り、前年比100.9%となった。
- ・業種別では、コロナ禍からの回復や外出・行楽需要の高まりにより、「ファッション・アクセサリ」（前年比136.7%）や「外食・各種サービス」（同110.7%）が二桁成長となった。

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） 1兆7,347億円（前年比96.3%）

◇地上波テレビ 1兆6,095億円（同96.0%）

- ・番組（タイム）広告費は、2023ワールド・ベースボール・クラシックなど大型スポーツ大会、各種イベントの開催に伴い好調に推移したものの、レギュラータイムの低調が影響し、前年の北京2022冬季オリンピック・パラリンピックやFIFAワールドカップカタール2022などの反動減を打ち消す需要増には至らなかった。
- ・スポット広告費は、1-3月期は「情報・通信」や「飲料・嗜好品」が低調で、4-6月期は新型コロナの5類感染症移行に伴うトラベル関連や映画の大型タイトルにおける出稿量が増加した結果、「交通・レジャー」が回復した。7-9月期は外出機会が増えたことによるメイクアップ製品の需要増や、インバウンドの増加に伴うキャッシュレス決済の利用拡大などがみられた。10-12月期は10月1日より施行された酒税法改正の影響を受けアルコール商品を中心とした「飲料・嗜好品」が好調であった。

◇衛星メディア関連 1,252億円（同100.1%）

- ・BSは通信販売市場が堅調に推移し、前年を上回ったものの、CSとCATVは前年を下回った。
- ・大型スポーツイベントがBSやCSで数多く放送されたことも、放送収入の増加に寄与した。

(2) インターネット広告費

① インターネット広告媒体費 2兆6,870億円（前年比108.3%）

- ・地政学的リスクや物価高騰などの影響を受け、企業のマーケティング投資は抑制傾向になったものの、インターネット広告は前年に続き増加した。
- ・動画サービスにおける利用者数・利用時間がともに前年に続き増加したことに伴い、動画広告も伸長した。
- ・また、企業の販売促進活動におけるデジタル活用が進み、デジタル販促も伸長した。

マスコミ四媒体由来のデジタル広告費 1,294億円（インターネット広告媒体費の一部、同106.9%）

- ・マスコミ四媒体由来のデジタル広告費は、全体では前年に続き増加した。

・新聞デジタル 208億円（同94.1%）

デジタル広告市場が成熟しつつあることやクッキーレスの影響による広告単価の伸び悩みや、新聞デジタル以外の動画広告への予算シフトも相まって、これまで続いた成長トレンドから一転し、前年を下回った。予約型広告はディスプレイ広告が増加したものの、前年に増加をけん引したタイアップ広告や動画広告は減少した。運用型広告は大型スポーツイベントの影響でPV（ページビュー）数は増加したものの、単価の低下による影響が大きく低調であった。一方で、新型コロナの5類感染症移行により、旅行やレジャー、ファッション関連などが回復し、リアルイベントやセミナーの増加に伴う需要増もみられた。

・雑誌デジタル 611億円（同100.2%）

主要ウェブメディアのPV/UU（ユニークユーザー）数、主要SNSのフォロワー数などは堅調に推移した。各社が保有するDMP（データマネジメントプラットフォーム）の活用が進み、デジタルOOHへの拡張配信も開始された。また、紙媒体やウェブメディアに起因しない、SNS内で完結できる新たなタイアップ広告手法の開発も進んだ。その他、広告主のオウンドコンテンツの制作や動画の制作・配信など、出版社の強みであるデータ・コンテンツ制作力やコミュニティ力を生かした企画が堅調に推移し、引き続き出版社の広告収益を支えた。

・ラジオデジタル 28億円（同127.3%）

前年に引き続き、Podcastをはじめとする音声メディアでのデジタル展開が高い注目度を維持し、radikoを含むラジオデジタル広告への新規出稿数に増加の傾向がみられた。

・テレビメディアデジタル 447億円（同124.9%）

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443億円（同126.6%）と、前年に続き大きく増加した。見逃し無料配信動画サービスでは、根強い人気があるドラマの視聴に加え、バラエティーやスポーツのライブ視聴なども増加し、再生数・ユーザー数がともに順調に伸長した。インターネットテレビサービスでも、従来の恋愛リアリティーショーやドラマ、バラエティーに加え、スポーツ関連番組の幅が広がるなど視聴者の選択肢も豊富になってきたことを受け、ユーザー数が着実に伸長した。

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」 2,101億円（前年比110.1%）

- ・ECでの購買が消費者の中で定着したことで、前年に続き二桁成長となった。
- ・コロナ禍で活性化したEC需要が徐々に落ち着き、主に巣ごもり特需として伸長した家電やインテリアなどの業種は低調となった。

③ インターネット広告制作費 4,359億円（前年比103.7%）

- ・新型コロナの5類感染症移行に伴う消費活動全体の活性化を受け、インターネット広告の制作需要は前年に続き高まった。
- ・制作物別では、ウェブ動画広告制作の伸び率は鈍化しつつも高まり続け、なか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動画広告の制作数は前年に続き増加した。

(3) プロモーションメディア広告費

① 屋外広告 2,865億円（前年比101.5%）

- ・都市部を中心に投稿量は堅調に推移し、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に加え、飲料、アパレルなど様々な業種で広告需要が回復した。特に、テレビ・デジタルで到達しにくい若年層向け商材での活用を中心に広告需要が高まった。
- ・長期看板、短期看板や短期ネットワーク看板は、繁華街で目立つ大型OOH媒体への需要とともに堅調に推移した。屋外ビジョンは、渋谷、新宿、表参道など都心エリアでの需要が大きく伸長した。
- ・ネットワーク型のデジタルOOH媒体は、多様な業種で活用が進み、大きく伸長した。

② 交通広告 1,473億円（前年比108.3%）

- ・鉄道は、大型サイネージや大型ボードなどのジャック系媒体が前年に続き好調を維持し、ネットワーク系媒体※にも一定の回復がみられた。駅構内のデジタルサイネージは引き続き需要が高く、各エリアで前年を上回った。
- ・空港は、新型コロナ対策のための入国制限が終了したことにより、国際線の広告需要もデジタルサイネージを中心に高まり、コロナ禍前の水準近くまで回復した。
- ・タクシー広告は、BtoB企業による積極的な出稿は一段落したものの、高級消費財や男性向けトイレタリー商品などでの活用が増え、前年並みの出稿需要を維持した。

※ 全線中づくり、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。

③ 折込 2,576億円（前年比97.1%）

- ・経費高騰による販促予算の抑制や手法の見直し、および紙代の上昇に伴い、出稿量が減少し前年を下回った。
- ・リアル消費への回帰を後押しする媒体として活用され、旅行やレジャー関連などのサービス業で需要が高まった。また、政府による住宅の省エネリフォーム支援制度の開始により、リフォーム関連が増加した。
- ・業種別では、流通・小売における百貨店、ディスカウントストア、ドラッグストアなどが増加した。サービス業では、旅行、ホテル・式場が人流の回復により好調であった。前年に続き、買い取り業者も堅調に推移した。一方、通信販売、教育・教養は減少した。

④ DM（ダイレクト・メール） 3,103億円（前年比91.8%）

- ・新型コロナの5類感染症移行に伴う人流回復や対面営業の増加により、これまでDMで代替されていた在宅向けやBtoB営業目的の需要が減少した。また、印刷資材の高騰により、より効果的なDMを求める動きが活発化し、発送数などが絞られたことから、前年に比べて大きく減少した。
- ・通信販売を中心とした流通・小売は、前年に続き堅調に推移した。また金融・保険は、生活の見通しの不透明さや、新型金融商品などへの期待から増加した。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、折込広告の代替としての利用が進んだ。広告主からは単なる配布数量だけでなく、配布されたかどうかの裏付けなど配布品質への要求が高まった。

⑤ フリーペーパー※ 1,353億円（前年比96.3%）

- ・グルメ・飲食、住宅・不動産、病院・医院、求人情報、金融などの業種が回復したものの、依然として新型コロナや物価高の影響が続き、発行部数や発行頻度が減少した。
- ・地域情報を主体としたフリーペーパーでは、発行地域での新規出店や地域イベント開催などの告知を目的とした広告出稿において回復の傾向がみられた。

※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 1,461億円（前年比96.5%）

- ・人流回復に伴い、リアル店舗でのコミュニケーション・ニーズが復調した。特に顧客体験を重視したエンターテインメント性の高い販売施策が増加した。一方、デジタルと融合したPOP広告は都市部店舗や旗艦店などでの実証実験としての実施にとどまり、広告費は前年を下回った。

⑦ イベント・展示・映像ほか 3,845億円（前年比128.7%）

- ・イベント領域は、コロナ禍で開催中止や小規模開催していたイベントの再開、大規模化により、1,704億円（前年比138.2%）と大きく伸長した。特にジャパンモビリティショー2023の開催が寄与した。
- ・展示領域は、複合型商業施設やインバウンド需要の回復に伴い、テーマパークや企業PR施設といったエンターテインメント施設での新装・改装、催事が堅調に推移した。一方、百貨店は市場環境の変化、文化施設は公共投資の抑制などの影響を受け、減少した。

- ・映像関連は、動画共有サービスの普及に伴い配信動画、商品サービス紹介など企業のマーケティングプロモーション活動におけるニーズが高く、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、アニメ映画を中心に話題作も多く、映画業界が注目を集めたことから様々な業種で活用が進み、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 1兆7,900億円（前年比100.8%）
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、前年からの縮小傾向は変わらず、1兆600億円（同99.5%）となった。印刷会社各社は原材料費（用紙・インク・版など）の高騰に対する価格転嫁を実施したが、エネルギー関連コストの高騰に対応できず、減少となった。
- ・ポスティング市場 1,472億円（前年比106.1%）
新型コロナの5類感染症移行に伴う人流回復があったものの、新聞折込の代替へのニーズや全戸配布などの需要が継続し、前年に引き続き増加した。官公庁・自治体関連の配布物や公告などの引き合いも堅調に推移した。主要都市圏を中心に住宅・不動産や食品宅配、グルメ・飲食などが増加した。
- ・DM制作関連市場 1,115億円（前年比101.1%）
印刷資材の高騰により、制作関連費が増加した。また、効率的なDM活用のためのデータマーケティングやレスポンス測定のためのツールなど、企画制作費や運用作業費も増加した。

＜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」「飲料・嗜好品」「薬品・医療用品」など6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、株式会社電通、株式会社電通デジタル、株式会社セブテーニの4社は、インターネット広告を種別や取引手法などの切り口でみる「2023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「2023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/8831>

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
P O P	P O P（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」(2003年～2023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 (%)	
	2003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
改 定	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
	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
	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	5,398,082	96.8	1.14
	21年	67,998	110.4	5,525,714	102.4	1.23
	22年	71,021	104.4	5,597,101	101.3	1.27
	23年	73,167	103.0	5,914,820	105.7	1.24

(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（2013年～2023年）

媒体		広告費	広告費（億円）										
			2013年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年
総広告費			59,762	61,522	61,710	62,880	63,907	65,300	69,381	61,594	67,998	71,021	73,167
マスコミ四媒体広告費			28,935	29,393	28,699	28,596	27,938	27,026	26,094	22,536	24,538	23,985	23,161
	新聞		6,170	6,057	5,679	5,431	5,147	4,784	4,547	3,688	3,815	3,697	3,512
	雑誌		2,499	2,500	2,443	2,223	2,023	1,841	1,675	1,223	1,224	1,140	1,163
	ラジオ		1,243	1,272	1,254	1,285	1,290	1,278	1,260	1,066	1,106	1,129	1,139
	テレビメディア		19,023	19,564	19,323	19,657	19,478	19,123	18,612	16,559	18,393	18,019	17,347
	地上波テレビ		17,913	18,347	18,088	18,374	18,178	17,848	17,345	15,386	17,184	16,768	16,095
	衛星メディア関連		1,110	1,217	1,235	1,283	1,300	1,275	1,267	1,173	1,209	1,251	1,252
インターネット広告費			9,381	10,519	11,594	13,100	15,094	17,589	21,048	22,290	27,052	30,912	33,330
プロモーションメディア広告費			21,446	21,610	21,417	21,184	20,875	20,685	22,239	16,768	16,408	16,124	16,676
	屋外		3,071	3,171	3,188	3,194	3,208	3,199	3,219	2,715	2,740	2,824	2,865
	交通		2,004	2,054	2,044	2,003	2,002	2,025	2,062	1,568	1,346	1,360	1,473
	折込		5,103	4,920	4,687	4,450	4,170	3,911	3,559	2,525	2,631	2,652	2,576
	DM		3,893	3,923	3,829	3,804	3,701	3,678	3,642	3,290	3,446	3,381	3,103
	フリーペーパー								2,110	1,539	1,442	1,405	1,353
	フリーペーパー・フリーマガジン		2,289	2,316	2,303	2,267	2,136	2,021					
	電話帳		453	417	334	320	294	266					
	POP		1,953	1,965	1,970	1,951	1,975	2,000	1,970	1,658	1,573	1,514	1,461
	イベント・展示・映像ほか								5,677	3,473	3,230	2,988	3,845
	展示・映像ほか		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年に遡りして集計した。

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(千円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2021年	2022年	2023年	2022年	2023年	2021年	2022年	2023年
1. エネルギー・素材・機械	3,228	3,493	3,430	108.2	98.2	1.4	1.5	1.6
2. 食 品	21,970	21,571	21,049	98.2	97.6	9.4	9.5	9.6
3. 飲 料 ・ 嗜好品	18,840	17,770	18,484	94.3	104.0	8.1	7.8	8.4
4. 薬 品 ・ 医療用品	13,863	12,885	13,260	92.9	102.9	5.9	5.7	6.1
5. 化粧品・トイレタリー	22,524	19,922	18,288	88.4	91.8	9.7	8.8	8.3
6. ファッション・アクセサリ	5,213	5,436	5,128	104.3	94.3	2.2	2.4	2.3
7. 精密機器・事務用品	1,765	1,532	1,535	86.8	100.2	0.8	0.7	0.7
8. 家電・AV機器	4,643	4,236	3,716	91.2	87.7	2.0	1.9	1.7
9. 自動車・関連品	9,689	8,957	7,929	92.4	88.5	4.2	3.9	3.6
10. 家庭用品	7,033	5,816	5,767	82.7	99.2	3.0	2.5	2.6
11. 趣味・スポーツ用品	6,776	6,526	6,325	96.3	96.9	2.9	2.9	2.9
12. 不動産・住宅設備	11,256	11,411	11,122	101.4	97.5	4.8	5.0	5.1
13. 出 版	6,366	6,114	5,582	96.0	91.3	2.7	2.7	2.5
14. 情 報 ・ 通 信	32,703	29,698	24,365	90.8	82.0	14.0	13.1	11.1
15. 流通・小売業	14,941	15,155	14,789	101.4	97.6	6.4	6.7	6.8
16. 金 融 ・ 保 険	15,155	15,554	15,005	102.6	96.5	6.5	6.8	6.9
17. 交通・レジャー	10,684	12,723	14,863	119.1	116.8	4.6	5.6	6.8
18. 外食・各種サービス	13,855	15,611	16,297	112.7	104.4	5.9	6.9	7.4
19. 官公庁・団体	4,115	4,118	3,449	100.1	83.8	1.8	1.8	1.6
20. 教育・医療サービス・宗教	5,614	5,599	5,451	99.7	97.4	2.4	2.4	2.5
21. 案内・その他	3,057	3,213	3,256	105.1	101.3	1.3	1.4	1.5
合 計	233,290	227,340	219,090	97.4	96.4	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	衣料品、生地、身の回り繊維品、靴、バッグ、傘、貴金属・アクセサリなど
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(デジタルビデオ含む)、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、コンピューターソフト、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（2023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	398	1.1	103.4	102	0.9	109.7	215	1.9	88.1	2,715	1.7	98.0	3,430	1.6	98.2
2. 食 品	4,059	11.6	90.6	748	6.4	100.8	843	7.4	87.8	15,399	9.6	100.1	21,049	9.6	97.6
3. 飲 料 ・ 嗜好品	962	2.7	89.2	409	3.5	98.6	495	4.3	109.0	16,618	10.3	105.0	18,484	8.4	104.0
4. 薬 品 ・ 医療用品	1,847	5.3	112.6	233	2.0	99.6	794	7.0	107.4	10,386	6.4	101.1	13,260	6.1	102.9
5. 化粧品・トイレットリー	2,082	5.9	103.5	1,222	10.5	96.7	478	4.2	90.5	14,506	9.0	90.0	18,288	8.3	91.8
6. ファッション・アクセサリ	681	1.9	87.2	2,583	22.2	107.3	67	0.6	136.7	1,797	1.1	81.7	5,128	2.3	94.3
7. 精密機器・事務用品	260	0.8	98.1	629	5.4	112.5	34	0.3	85.0	612	0.4	91.6	1,535	0.7	100.2
8. 家電・A V 機器	111	0.3	75.0	466	4.0	95.5	85	0.7	106.3	3,054	1.9	86.8	3,716	1.7	87.7
9. 自動車・関連品	323	0.9	85.0	323	2.8	91.0	746	6.5	93.5	6,537	4.1	88.1	7,929	3.6	88.5
10. 家庭用品	568	1.6	94.0	290	2.5	75.5	227	2.0	111.8	4,682	2.9	101.2	5,767	2.6	99.2
11. 趣味・スポーツ用品	469	1.3	69.5	622	5.3	92.6	238	2.1	108.2	4,996	3.1	100.7	6,325	2.9	96.9
12. 不動産・住宅設備	1,452	4.1	90.7	398	3.4	104.2	649	5.7	108.0	8,623	5.4	97.7	11,122	5.1	97.5
13. 出 版	3,694	10.5	94.5	120	1.0	115.4	282	2.5	114.2	1,486	0.9	80.1	5,582	2.5	91.3
14. 情 報 ・ 通 信	2,132	6.1	89.1	600	5.2	95.1	994	8.7	87.2	20,639	12.8	80.8	24,365	11.1	82.0
15. 流通・小売業	5,001	14.3	88.9	477	4.1	100.4	666	5.9	109.7	8,645	5.4	102.3	14,789	6.8	97.6
16. 金 融 ・ 保 険	1,006	2.9	83.7	299	2.6	98.4	610	5.4	101.7	13,090	8.1	97.3	15,005	6.9	96.5
17. 交通・レジャー	5,266	15.0	114.9	1,077	9.3	120.6	855	7.5	105.7	7,665	4.8	119.0	14,863	6.8	116.8
18. 外食・各種サービス	1,230	3.5	97.4	342	2.9	113.2	1,993	17.5	110.7	12,732	7.9	104.0	16,297	7.4	104.4
19. 官公庁・団体	1,024	2.9	82.4	243	2.1	116.8	658	5.8	103.3	1,524	0.9	75.1	3,449	1.6	83.8
20. 教育・医療サービス・宗教	1,204	3.4	94.1	379	3.3	87.5	356	3.1	100.3	3,512	2.2	99.4	5,451	2.5	97.4
21. 案内・その他	1,351	3.9	94.9	68	0.6	123.6	105	0.9	58.7	1,732	1.1	111.3	3,256	1.5	101.3
合 計	35,120	100.0	95.0	11,630	100.0	102.0	11,390	100.0	100.9	160,950	100.0	96.0	219,090	100.0	96.4

図表8 マスコミ四媒体業種別広告費（2013年～2023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	23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	3,430
2. 食 品	27,209	26,350	27,069	28,012	27,744	25,449	25,505	22,406	21,970	21,571	21,049
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	18,484
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	13,260
5. 化粧品・トイレットリー	27,985	29,551	28,426	28,845	27,291	26,279	24,029	21,384	22,524	19,922	18,288
6. ファッション・アクセサリ	11,732	11,382	11,067	9,961	9,163	8,354	7,536	5,357	5,213	5,436	5,128
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	1,535
8. 家電・A V 機器	5,533	5,926	5,444	5,970	5,288	4,782	4,500	3,896	4,643	4,236	3,716
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	7,929
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	5,767
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	6,325
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	11,122
13. 出 版	8,988	8,769	8,486	8,080	7,798	6,803	6,526	5,732	6,366	6,114	5,582
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	24,365
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	14,789
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	15,005
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	14,863
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	16,297
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	3,449
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	5,451
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	3,256
合 計	278,250	281,760	274,640	273,130	266,380	257,510	248,270	213,630	233,290	227,340	219,090

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 企業広報部
河南、抱井、李
Email : koho@dentsu.co.jp

【日本の広告費に関する問い合わせ先】

株式会社電通 電通メディアイノベーションラボ
北原、森永、中島
Email : mediainnovation@dentsu.co.jp