

2025年2月27日

「2024年 日本の広告費」

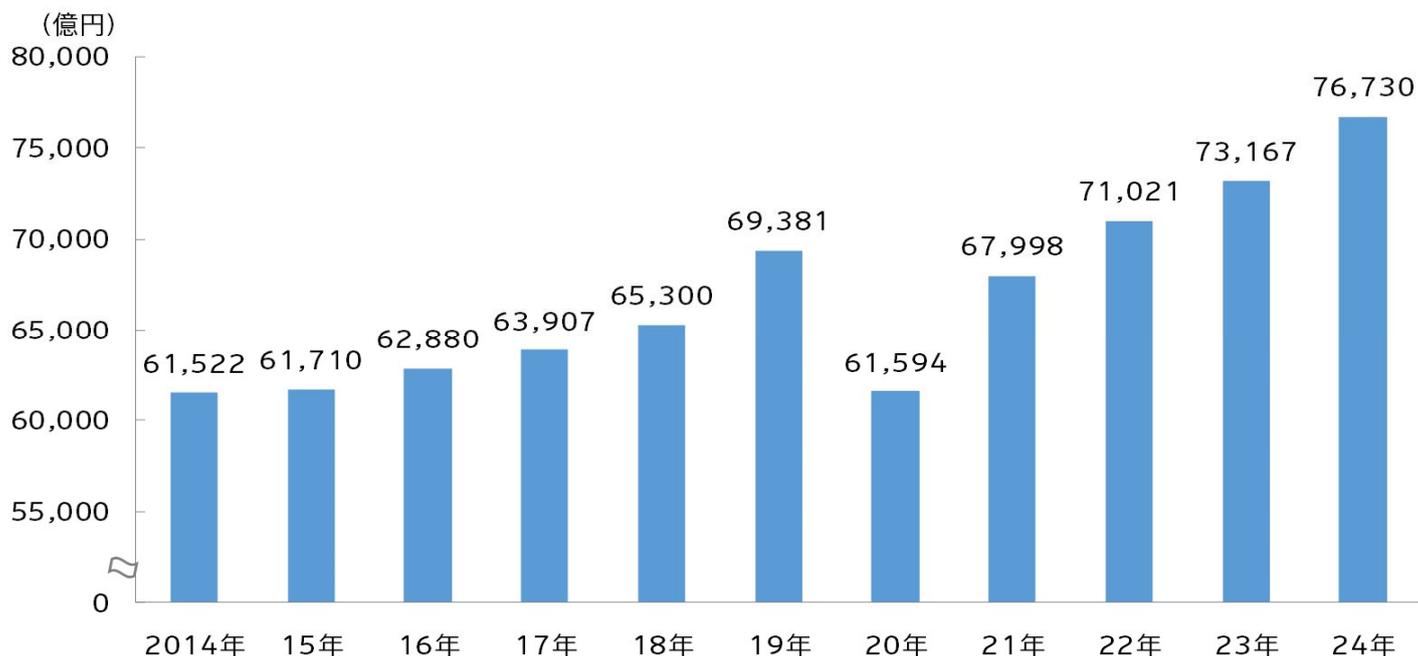
- 日本の総広告費は、7兆6,730億円（前年比104.9%）で3年連続で過去最高を更新
- インターネット広告費は、3兆6,517億円（前年比109.6%）で総広告費に占める構成比は5割に迫る47.6%
- マスコミ四媒体広告費は、2兆3,363億円（前年比100.9%）で3年ぶりに前年超え

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：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「2024年 日本の広告費」を発表した。詳細は下記のとおり。

<2024年 日本の広告費の概況>

- ◆2024年の総広告費は、通年で7兆6,730億円（前年比104.9%）となり、2021年から4年連続で成長し、3年連続で過去最高を更新した。日本の広告市場は、好調な企業収益や消費意欲の活発化、世界的なイベント、インバウンド需要の高まりなどに支えられ、「インターネット広告費」を中心に「マスコミ四媒体広告費」、「プロモーションメディア広告費」の3つ全てのカテゴリーが成長した。
- ◆インターネット広告費は、3兆6,517億円（前年比109.6%）となり、前年より3,187億円増加した。SNS上の縦型動画広告をはじめ、コネクテッドTV（インターネットに接続されたテレビ受像機）などの動画広告需要が一層高まり、市場全体の拡大に寄与した。
- ◆マスコミ四媒体広告費は、2兆3,363億円（前年比100.9%）と、3年ぶりに前年超えとなった。また、プロモーションメディア広告費は、1兆6,850億円（前年比101.0%）と、前年に続き増加した。特に、人流がコロナ禍前に戻ったこともあり、屋外や交通、POP、イベント・展示・映像ほかといったリアルな場面での成長が目立った。

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つのカテゴリーに分類される。

(1) マスコミ四媒体広告費 2兆3,363億円（前年比100.9%）

「新聞広告費」は減少したものの、「雑誌広告費」「ラジオ広告費」「テレビメディア広告費」が増加し、3年ぶりに前年を上回った。

(2) インターネット広告費 3兆6,517億円（前年比109.6%）

動画広告を中心に成長し、総広告費に占める構成比は47.6%に達した。内訳について、「インターネット広告媒体費」は、2兆9,611億円（前年比110.2%）と二桁成長となった。

マスコミ四媒体由来のデジタル広告費における「テレビメディア関連動画広告費」は、653億円（同147.4%）となり前年に続き高い成長を示した。「物販系ECプラットフォーム広告費」は、オンライン通販の拡大もあり、2,172億円（同103.4%）へと増加した。「インターネット広告制作費」は、動画広告市場の拡大などにより、4,734億円（同108.6%）へと増加した。

(3) プロモーションメディア広告費 1兆6,850億円 (前年比101.0%)

インバウンド需要などを背景に人流がコロナ禍前に戻ったことで「交通広告」や「屋外広告」、「POP」が増加した。また、海外アパレルブランド、ホテル、企業PR施設、自動車関連店舗における催事企画などの増加により、「イベント・展示・映像ほか」も前年を上回り、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<2022年~2024年>

媒体	広告費	広告費 (億円)			前年比 (%)		構成比 (%)		
		2022年	2023年	2024年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年
総広告費		71,021	73,167	76,730	103.0	104.9	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		23,985	23,161	23,363	96.6	100.9	33.8	31.7	30.4
	新聞	3,697	3,512	3,417	95.0	97.3	5.2	4.8	4.5
	雑誌	1,140	1,163	1,179	102.0	101.4	1.6	1.6	1.5
	ラジオ	1,129	1,139	1,162	100.9	102.0	1.6	1.6	1.5
	テレビメディア	18,019	17,347	17,605	96.3	101.5	25.4	23.7	22.9
	地上波テレビ	16,768	16,095	16,351	96.0	101.6	23.6	22.0	21.3
	衛星メディア関連	1,251	1,252	1,254	100.1	100.2	1.8	1.7	1.6
インターネット広告費		30,912	33,330	36,517	107.8	109.6	43.5	45.5	47.6
	媒体費	24,801	26,870	29,611	108.3	110.2	34.9	36.7	38.6
	うちマス四媒体由来のデジタル広告費	1,211	1,294	1,520	106.9	117.5	1.7	1.8	2.0
	新聞デジタル	221	208	195	94.1	93.8	0.3	0.3	0.3
	雑誌デジタル	610	611	637	100.2	104.3	0.9	0.9	0.8
	ラジオデジタル	22	28	34	127.3	121.4	0.0	0.0	0.0
	テレビメディアデジタル	358	447	654	124.9	146.3	0.5	0.6	0.9
	テレビメディア関連動画広告	350	443	653	126.6	147.4	0.5	0.6	0.9
	物販系ECプラットフォーム広告費	1,908	2,101	2,172	110.1	103.4	2.7	2.9	2.8
	制作費	4,203	4,359	4,734	103.7	108.6	5.9	5.9	6.2
プロモーションメディア広告費		16,124	16,676	16,850	103.4	101.0	22.7	22.8	22.0
	屋外	2,824	2,865	2,889	101.5	100.8	4.0	3.9	3.8
	交通	1,360	1,473	1,598	108.3	108.5	1.9	2.0	2.1
	折込	2,652	2,576	2,442	97.1	94.8	3.7	3.5	3.2
	DM (ダイレクト・メール)	3,381	3,103	2,863	91.8	92.3	4.8	4.2	3.7
	フリーペーパー	1,405	1,353	1,306	96.3	96.5	2.0	1.9	1.7
	POP	1,514	1,461	1,483	96.5	101.5	2.1	2.0	1.9
	イベント・展示・映像ほか	2,988	3,845	4,269	128.7	111.0	4.2	5.3	5.6

<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 3,417億円（前年比97.3%）**

- ・不透明な世界情勢や、物価・人件費高騰などの影響も受け、新聞広告出稿は伸び悩んだ。パリ2024オリンピック・パラリンピックなどの大型スポーツ大会や各種イベントの開催があったものの、広告費を押し上げるには至らず減少した。
- ・業種別では、前年は減少した「流通・小売業」が前年比106.9%と回復した。一方で、「食品」は同84.7%と前年に続き減少し、コロナ禍からの回復傾向にあった「交通・レジャー」も同98.9%となった。

② 雑誌広告費 1,179億円（前年比101.4%）

- ・7-9月期以降に回復し、出版社・雑誌編集部などによるタイアップコンテンツのSNS上での二次展開や、広告主へのオリジナル企画コンテンツ提供などが増加したことにより、通年でプラス成長となった。
- ・紙の出版物推定販売金額は減少し、前年比94.8%となった。内訳は書籍が同95.8%、雑誌が同93.2%。一方で、電子出版市場は同105.8%と前年に続き成長した。紙と電子出版を合わせた出版市場全体は前年を下回り、同98.5%となった。（数字出典：出版科学研究所「季刊 出版指標」2025年冬号）
- ・業種別では、景気や消費意欲の回復に伴う需要の高まりで、「精密機器・事務用品」「飲料・嗜好品」が増加した。一方で、雑誌広告費シェアの高い「ファッション・アクセサリー」「化粧品・トイレットリー」は減少した。

③ ラジオ広告費 1,162億円（前年比102.0%）

- ・様々な音声コンテンツを届ける音声メディアへの関心が高まり、radikoを含むデジタルオーディオ広告の増加とともに、地上波ラジオ放送における広告市場も、通年で前年を上回った。
- ・業種別では、日常シーンに溶け込みやすいラジオメディアの特徴を生かした広告が増加した「食品」（前年比117.8%）や、コロナ禍からの回復により外出・行楽需要が前年に続き高まった「交通・レジャー」（同116.6%）など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） 1兆7,605億円（前年比101.5%）**◇地上波テレビ 1兆6,351億円（同101.6%）**

- ・番組（タイム）広告費は、パリ2024オリンピック・パラリンピックをはじめとした大型スポーツ大会や各種イベントの開催に伴い好調に推移したものの、令和6年能登半島地震による被災や、不透明な世界情勢や、物価・人件費高騰などの影響を受け、前年を下回った。
- ・スポット広告費は、半導体不足の解消などにより「自動車・関連品」が復調したほか、インバウンド需要など消費行動の活性化も捉えた「薬品・医療用品」「化粧品・トイレットリー」や、コロナ禍からの回復により外出・行楽需要が前年に続き高まった「交通・レジャー」が好調に推移し、前年を上回った。

◇衛星メディア関連 1,254億円 (同100.2%)

- ・BSやCSにおける通信販売市場は堅調に推移し、前年を上回った。
- ・BSはコロナ禍後も出稿業種の入替えで増加傾向を維持しているが、CSとCATVは緩やかな減少傾向が続いている。

(2) インターネット広告費

① インターネット広告媒体費 2兆9,611億円 (前年比110.2%)

- ・引き続き好調を維持し、二桁成長となった。
- ・特に動画広告が堅調で全体を押し上げた。中でも、SNS上の縦型動画広告などの需要の高まりが寄与した。

マスコミ四媒体由来のデジタル広告費 1,520億円 (インターネット広告媒体費の一部、同117.5%)

- ・引き続き好調を維持し、二桁成長となった。

・新聞デジタル 195億円 (同93.8%)

新聞デジタル以外の動画広告への予算シフトや、広告単価の低下による影響が大きく、前年を下回った。予約型広告は、前年に減少傾向であったタイアップ広告で回復がみられ、オンラインセミナーなど企画型の広告出稿やターゲット施策が増加した。運用型広告は、パリ2024オリンピック・パラリンピックなどの大型スポーツ大会や各種イベントの開催で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、官公庁や金融業種は増加傾向にあり、コロナ禍からの回復により、リアルイベントやセミナーへの需要が高まった。

・雑誌デジタル 637億円 (同104.3%)

雑誌メディアの休刊や刊行形態の変更に伴い、ウェブメディアのリニューアルやSNSアカウントへのリソース強化が行われた。SNS上のコンテンツ拡充によってフォロワー数などが引き続き堅調に推移し、紙媒体やウェブメディアに起因しないSNS内で完結できるタイアップ広告が成長した。また、広告主のOWN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 34億円 (同121.4%)

前年に続き、Podcastをはじめとする音声メディアでのデジタル展開が注目され、radikoを含むラジオデジタル広告への新規出稿数が増加した。

・テレビメディアデジタル 654億円 (同146.3%)

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653億円 (同147.4%) 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は、根強い人気があるドラマやバラエティーの視聴に加え、パリ2024オリンピック・パラリンピックなどの開催によりスポーツのライブ視聴も増加。再生数・

ユーザー数ともに順調に増加した。インターネットテレビサービスは、従来のリアリティーショーやドラマ、バラエティー、スポーツに加え、アニメによるユーザー数の増加が顕著であった。

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」 2,172億円（前年比103.4%）

- ・前年までと比べると緩やかな成長となった。
- ・原材料費や物流コストの高騰などを背景にした物価上昇により生活者の節約志向が強まったことや、リアル店舗への顧客回帰によるチャンネルの多様化により商品の購入場所が分散したことなどが影響した。

③ インターネット広告制作費 4,734億円（前年比108.6%）

- ・インターネット広告の成長に伴い、制作需要も前年に続き拡大した。
- ・ウェブ動画広告は前年までと比べると緩やかになりつつも成長した。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 2,889億円（前年比100.8%）

- ・ラグジュアリーブランド、飲料、コンテンツ、人材系を中心に多くの業種で屋外広告が活用され、前年に続き増加した。インバウンド需要の高まりに伴い、関連業種での広告出稿が目立った。
- ・短期看板は、人通りの多い繁華街に設置された大型ボードへの需要が堅調であった。屋外ビジョンは、渋谷、新宿、表参道など都心部で需要が高まり、販売価格の値上げなどもあり成長した。
- ・ネットワーク型のデジタルOOH媒体は、位置情報などのデータを活用したプランニングと広告配信が可能な媒体として定着し、多様な業種での活用が拡大し成長した。

② 交通広告 1,598億円（前年比108.5%）

- ・鉄道は、車内ビジョン、中づり、ステッカーなどの車両内の媒体が前年を上回った。駅媒体も、新規大型媒体の新設や、大型サイネージや大型ボードなどジャック系媒体への高い需要により堅調に推移した。
- ・空港は、インバウンド需要の高まりにより、デジタルサイネージを中心に前年を上回った。
- ・タクシーは、一部媒体の値上げや新たな媒体メニューの新設が売上に寄与したものの、BtoB企業による予算規模の縮小に伴い、前年を下回った。

③ 折込 2,442億円（前年比94.8%）

- ・新聞購読率の低下や経費高騰に伴う販促費の抑制により出稿量が減少し、前年を下回った。
- ・物価高の影響で節約志向が高まり、流通業を中心に生活支援策を訴求する媒体として活用された。また、2024年10月は第50回衆議院議員総選挙に伴い、出稿が増加した。
- ・業種別では、スーパー、家電量販店、ファミリーレストランなどが増加。サービス業では、旅行・宿泊業や買い取り業者が好調に推移した。一方、百貨店や教育・教養は減少した。

④ DM (ダイレクト・メール) 2,863億円 (前年比92.3%)

- ・印刷資材などの制作費高騰による広告主のマーケティング予算の見直しや、2024年10月の郵便料金改定などの影響もあり、前年を下回った。大量発送型のDMから、購買決定に対する効果の高いDM需要への変化により、発送数などが絞られ、減少傾向が継続している。
- ・データマーケティングを活用したパーソナライズDMや、CRM (顧客関係管理) などのデジタル施策と連動したDMへの需要は高い。無宛名便DMは、不動産業などでエリアマーケティング効果が評価され、従来の折込から移行する動きもあり、増加している。

⑤ フリーペーパー* 1,306億円 (前年比96.5%)

- ・グルメ・飲食、求人情報、住宅・不動産、ショッピングなどの業種が回復したものの、依然として物流費や原材料などの高騰が影響し、発行部数や発行頻度、広告主数などが縮小した。
- ・SDGsなど社会的意義を意識した広告出稿を行う企業にとって、地域密着型フリーペーパーの需要は高く、地域産業活性化のためのメディアとして活用する傾向がみられた。
- ・デジタル印刷や他メディアとの連携などの施策も定着し始めた。

※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 1,483億円 (前年比101.5%)

- ・コロナ過以降の人流回復に伴うリアル店舗でのコミュニケーション・ニーズは前年に続き高まった。また、デジタル施策との融合が進み、体験型売り場やポップアップストアの需要が高まった。2024年は商業施設の開業やインバウンド需要の高まり、IPコラボ施策などで売り上げが増加し、前年を上回った。

⑦ イベント・展示・映像ほか 4,269億円 (前年比111.0%)

- ・イベント領域は、メーカーの販促イベントや周年イベントなどは活発化したものの、一部大規模イベントが開催されなかったこともあり、1,656億円 (前年比97.2%) と前年を下回った。
- ・展示領域では、テーマパークへの大型投資が続き、専門店市場の海外アパレルブランド、ホテル、企業PR施設、自動車関連店舗の新装・改装需要やインバウンドなどの拡大が追い風となり、需要が回復した。一方、複合商業施設市場や博物館・美術館などの文化施設では大型案件が減少した。
- ・映像関連は、AIやDXなどの技術革新により、企業のマーケティング・プロモーション活動における動画映像の需要が高まった。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、商品サービス紹介動画などへの制作需要が前年に続き高まった。教育やエンターテインメント分野でも動画映像は拡大傾向にある。
- ・シネアド (シネマ・アドバタイジング) は、邦画アニメを中心に話題作が多く公開されたこともあり、前年を上回った。

【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 1兆7,600億円（前年比98.3%）

デジタル化による紙離れに対して、各社が売上維持・向上を図ったものの、コロナ禍からの反動増の落ち着きや、郵便料金改定や配送コストの上昇などの影響により前年を下回った。

・ポスティング市場 1,481億円（前年比100.6%）

市場全体は堅調に推移し、前年を上回った。大都市圏を中心に、新聞折込の代替として官公庁・自治体関連の全戸配布などの需要は前年に続き堅調で、手軽なスポーツジムやインドアゴルフなどが増加した。買い取り系も増加傾向にある。

・DM制作関連市場 1,119億円（前年比100.4%）

DMの発送数は減少しているものの、印刷資材などの高騰によるコストの増加に加え、より効率的な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の導入といった制作関連費の増加により、前年を上回った。

<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）

「エネルギー・素材・機械」「自動車・関連品」「化粧品・トイレタリー」「交通・レジャー」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、株式会社電通、株式会社電通デジタル、株式会社セプテーニの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「2024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 主任研究員 森永陸一郎による

「2024年 日本の広告費」の解説記事は『ウェブ電通報』でご覧いただけます。

<https://dentsu-ho.com/articles/9205>

「2024年 日本の広告費」の解説動画は『電通ウェブサイト ナレッジ & データ』でご覧いただけます。

https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/

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・長期看板や屋外ビジョン、屋外デジタルサイネージなど、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」(2004年~2024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 (%)		
2004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	5,396,460	96.7	1.14
	21年	67,998	110.4	5,530,683	102.5	1.23
	22年	71,021	104.4	5,604,643	101.3	1.27
	23年	73,167	103.0	5,919,125	105.6	1.24
24年	76,730	104.9	6,092,887	102.9	1.26	

(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（2014年～2024年）

媒体	広告費	広告費（億円）										
		2014年	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年
総広告費		61,522	61,710	62,880	63,907	65,300	69,381	61,594	67,998	71,021	73,167	76,730
マスコミ四媒体広告費		29,393	28,699	28,596	27,938	27,026	26,094	22,536	24,538	23,985	23,161	23,363
新聞		6,057	5,679	5,431	5,147	4,784	4,547	3,688	3,815	3,697	3,512	3,417
雑誌		2,500	2,443	2,223	2,023	1,841	1,675	1,223	1,224	1,140	1,163	1,179
ラジオ		1,272	1,254	1,285	1,290	1,278	1,260	1,066	1,106	1,129	1,139	1,162
テレビメディア		19,564	19,323	19,657	19,478	19,123	18,612	16,559	18,393	18,019	17,347	17,605
地上波テレビ		18,347	18,088	18,374	18,178	17,848	17,345	15,386	17,184	16,768	16,095	16,351
衛星メディア関連		1,217	1,235	1,283	1,300	1,275	1,267	1,173	1,209	1,251	1,252	1,254
インターネット広告費		10,519	11,594	13,100	15,094	17,589	21,048	22,290	27,052	30,912	33,330	36,517
プロモーションメディア広告費		21,610	21,417	21,184	20,875	20,685	22,239	16,768	16,408	16,124	16,676	16,850
屋外		3,171	3,188	3,194	3,208	3,199	3,219	2,715	2,740	2,824	2,865	2,889
交通		2,054	2,044	2,003	2,002	2,025	2,062	1,568	1,346	1,360	1,473	1,598
折込		4,920	4,687	4,450	4,170	3,911	3,559	2,525	2,631	2,652	2,576	2,442
DM		3,923	3,829	3,804	3,701	3,678	3,642	3,290	3,446	3,381	3,103	2,863
フリーペーパー							2,110	1,539	1,442	1,405	1,353	1,306
カー・パ・リ・マ・ジ・ン		2,316	2,303	2,267	2,136	2,021						
電話帳		417	334	320	294	266						
POP		1,965	1,970	1,951	1,975	2,000	1,970	1,658	1,573	1,514	1,461	1,483
イベント・展示・映像ほか							5,677	3,473	3,230	2,988	3,845	4,269
展示・映像ほか		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(千万円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年
1. エネルギー・素材・機械	3,493	3,430	3,966	98.2	115.6	1.5	1.6	1.8
2. 食品	21,571	21,049	21,598	97.6	102.6	9.5	9.6	9.8
3. 飲料・嗜好品	17,770	18,484	18,239	104.0	98.7	7.8	8.4	8.2
4. 薬品・医療用品	12,885	13,260	13,443	102.9	101.4	5.7	6.1	6.1
5. 化粧品・トイレットリー	19,922	18,288	19,341	91.8	105.8	8.8	8.3	8.7
6. ファッション・アクセサリ	5,436	5,128	5,339	94.3	104.1	2.4	2.3	2.4
7. 精密機器・事務用品	1,532	1,535	1,520	100.2	99.0	0.7	0.7	0.7
8. 家電・AV機器	4,236	3,716	3,523	87.7	94.8	1.9	1.7	1.6
9. 自動車・関連品	8,957	7,929	8,650	88.5	109.1	3.9	3.6	3.9
10. 家庭用品	5,816	5,767	5,649	99.2	98.0	2.5	2.6	2.6
11. 趣味・スポーツ用品	6,526	6,325	6,019	96.9	95.2	2.9	2.9	2.7
12. 不動産・住宅設備	11,411	11,122	10,906	97.5	98.1	5.0	5.1	4.9
13. 出版	6,114	5,582	5,540	91.3	99.2	2.7	2.5	2.5
14. 情報・通信	29,698	24,365	24,285	82.0	99.7	13.1	11.1	11.0
15. 流通・小売業	15,155	14,789	15,165	97.6	102.5	6.7	6.8	6.9
16. 金融・保険	15,554	15,005	14,398	96.5	96.0	6.8	6.9	6.5
17. 交通・レジャー	12,723	14,863	15,610	116.8	105.0	5.6	6.8	7.1
18. 外食・各種サービス	15,611	16,297	16,677	104.4	102.3	6.9	7.4	7.5
19. 官公庁・団体	4,118	3,449	3,255	83.8	94.4	1.8	1.6	1.5
20. 教育・医療サービス・宗教	5,599	5,451	4,854	97.4	89.0	2.4	2.5	2.2
21. 案内・その他	3,213	3,256	3,113	101.3	95.6	1.4	1.5	1.4
合計	227,340	219,090	221,090	96.4	100.9	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・トイレットリー	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(テレビ・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（2024年）

*衛星メディア関連は除く

（単位：千万円，%）

業種	新聞			雑誌			ラジオ			地上波テレビ			マスコミ四媒体合計		
	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	402	1.2	101.0	114	1.0	111.8	237	2.0	110.2	3,213	2.0	118.3	3,966	1.8	115.6
2. 食品	3,438	10.1	84.7	761	6.5	101.7	993	8.5	117.8	16,406	10.0	106.5	21,598	9.8	102.6
3. 飲料・嗜好品	959	2.8	99.7	462	3.9	113.0	435	3.7	87.9	16,383	10.0	98.6	18,239	8.2	98.7
4. 薬品・医療用品	1,805	5.3	97.7	246	2.1	105.6	817	7.0	102.9	10,575	6.5	101.8	13,443	6.1	101.4
5. 化粧品・トイレットリー	1,988	5.8	95.5	1,215	10.3	99.4	460	4.0	96.2	15,678	9.6	108.1	19,341	8.7	105.8
6. ファッション・アクセサリー	625	1.8	91.8	2,581	21.9	99.9	53	0.5	79.1	2,080	1.3	115.7	5,339	2.4	104.1
7. 精密機器・事務用品	276	0.8	106.2	690	5.9	109.7	40	0.3	117.6	514	0.3	84.0	1,520	0.7	99.0
8. 家電・AV機器	97	0.3	87.4	442	3.7	94.8	58	0.5	68.2	2,926	1.8	95.8	3,523	1.6	94.8
9. 自動車・関連品	309	0.9	95.7	324	2.7	100.3	587	5.1	78.7	7,430	4.5	113.7	8,650	3.9	109.1
10. 家庭用品	515	1.5	90.7	327	2.8	112.8	234	2.0	103.1	4,573	2.8	97.7	5,649	2.6	98.0
11. 趣味・スポーツ用品	444	1.3	94.7	663	5.6	106.6	229	2.0	96.2	4,683	2.9	93.7	6,019	2.7	95.2
12. 不動産・住宅設備	1,375	4.0	94.7	448	3.8	112.6	704	6.1	108.5	8,379	5.1	97.2	10,906	4.9	98.1
13. 出版	3,685	10.8	99.8	107	0.9	89.2	265	2.3	94.0	1,483	0.9	99.8	5,540	2.5	99.2
14. 情報・通信	2,096	6.1	98.3	535	4.5	89.2	906	7.8	91.1	20,748	12.7	100.5	24,285	11.0	99.7
15. 流通・小売業	5,345	15.6	106.9	444	3.8	93.1	746	6.4	112.0	8,630	5.3	99.8	15,165	6.9	102.5
16. 金融・保険	886	2.6	88.1	299	2.5	100.0	597	5.1	97.9	12,616	7.7	96.4	14,398	6.5	96.0
17. 交通・レジャー	5,209	15.3	98.9	1,156	9.8	107.3	997	8.6	116.6	8,248	5.1	107.6	15,610	7.1	105.0
18. 外食・各種サービス	1,189	3.5	96.7	309	2.6	90.4	2,064	17.8	103.6	13,115	8.0	103.0	16,677	7.5	102.3
19. 官公庁・団体	1,059	3.1	103.4	231	2.0	95.1	628	5.4	95.4	1,337	0.8	87.7	3,255	1.5	94.4
20. 教育・医療サービス・宗教	1,155	3.4	95.9	366	3.1	96.6	358	3.1	100.6	2,975	1.8	84.7	4,854	2.2	89.0
21. 案内・その他	1,313	3.8	97.2	70	0.6	102.9	212	1.8	201.9	1,518	0.9	87.6	3,113	1.4	95.6
合計	34,170	100.0	97.3	11,790	100.0	101.4	11,620	100.0	102.0	163,510	100.0	101.6	221,090	100.0	100.9

図表8 マスコミ四媒体業種別広告費（2014年～2024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)										
		2014年	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年
1. エネルギー・素材・機械		2,560	2,664	3,755	4,054	3,911	4,228	3,639	3,228	3,493	3,430	3,966
2. 食 品		26,350	27,069	28,012	27,744	25,449	25,505	22,406	21,970	21,571	21,049	21,598
3. 飲 料 ・ 嗜 好 品		21,096	19,373	18,354	18,497	17,453	16,771	15,735	18,840	17,770	18,484	18,239
4. 薬 品 ・ 医 療 用 品		14,992	14,647	15,265	14,738	14,832	14,411	13,590	13,863	12,885	13,260	13,443
5. 化粧品・トイレットリー		29,551	28,426	28,845	27,291	26,279	24,029	21,384	22,524	19,922	18,288	19,341
6. ファッション・アクセサリー		11,382	11,067	9,961	9,163	8,354	7,536	5,357	5,213	5,436	5,128	5,339
7. 精密機器・事務用品		3,050	3,347	2,884	2,561	3,154	2,691	1,416	1,765	1,532	1,535	1,520
8. 家電・AV機器		5,926	5,444	5,970	5,288	4,782	4,500	3,896	4,643	4,236	3,716	3,523
9. 自動車・関連品		17,277	15,380	14,459	14,683	14,025	13,918	10,925	9,689	8,957	7,929	8,650
10. 家庭用品		7,242	6,714	6,456	6,560	6,399	6,158	6,031	7,033	5,816	5,767	5,649
11. 趣味・スポーツ用品		9,414	7,951	7,966	7,875	7,352	6,680	5,950	6,776	6,526	6,325	6,019
12. 不動産・住宅設備		11,804	11,209	11,964	13,032	12,171	11,316	9,841	11,256	11,411	11,122	10,906
13. 出 版		8,769	8,486	8,080	7,798	6,803	6,526	5,732	6,366	6,114	5,582	5,540
14. 情 報 ・ 通 信		26,091	27,433	28,401	28,891	28,491	26,563	25,234	32,703	29,698	24,365	24,285
15. 流通・小売業		19,374	18,984	18,121	16,361	16,157	15,969	14,300	14,941	15,155	14,789	15,165
16. 金 融 ・ 保 険		16,437	15,973	15,759	15,050	15,207	15,083	13,054	15,155	15,554	15,005	14,398
17. 交通・レジャー		21,172	21,635	20,784	20,116	19,469	19,214	10,643	10,684	12,723	14,863	15,610
18. 外食・各種サービス		14,504	14,638	14,395	13,482	14,023	13,816	12,360	13,855	15,611	16,297	16,677
19. 官 公 庁 ・ 団 体		3,380	3,296	3,326	3,057	3,006	3,905	4,170	4,115	4,118	3,449	3,255
20. 教育・医療サービス・宗教		7,717	7,342	6,941	6,822	6,928	6,501	5,400	5,614	5,599	5,451	4,854
21. 案内・その他		3,672	3,562	3,432	3,317	3,265	2,950	2,567	3,057	3,213	3,256	3,113
合 計		281,760	274,640	273,130	266,380	257,510	248,270	213,630	233,290	227,340	219,090	221,090

【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 広報室 広報部

河南、李、抱井

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、長谷川、榊原、中島

Email : mediainnovation@dentsu.co.jp