

2022年12月16日

電通グループ、「世界の広告費成長率予測（2022～2025）」を発表

— 世界の広告市場：2023年は3.8%の成長、初の100兆円を見込む —

株式会社電通グループ（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員 CEO：五十嵐 博）は、世界58市場から収集したデータに基づき、「世界の広告費成長率予測」を取り纏めました。本予測は、毎年2回を基本として実施しており、今回は2022年、2023年、2024年予測の更新と2025年の新規予測を行いました。なお、前回7月発表の予測から、将来予測および過去データに遡及し、ロシア市場の数値を除外して算出しています。主な結果は次のとおりです。

● 2022年の世界の広告費成長率は8.0%を見込む

2022年の世界の広告費成長率は、先行き不透明な経済状況が及ぼす消費活動の減少により、前回7月の予測から0.7pt下方修正した8.0%となり、市場規模は7,136億米ドルになると見込んでいます。引き続き市場成長を牽引するデジタル広告費は、2022年の成長率が13.7%となり、総広告費に占める割合が55.3%となる見通しです。

● 2023年は3.8%の成長を予測、市場規模は初の100兆円へ

2023年の世界の広告費については、インフレ率や金利の上昇とそれによる企業および個人消費への影響といった複合的な要因を鑑み、2022年ほどではないものの、3.8%の成長を見込み、市場規模は7,409億米ドル（約100兆円*）になると予測しています。

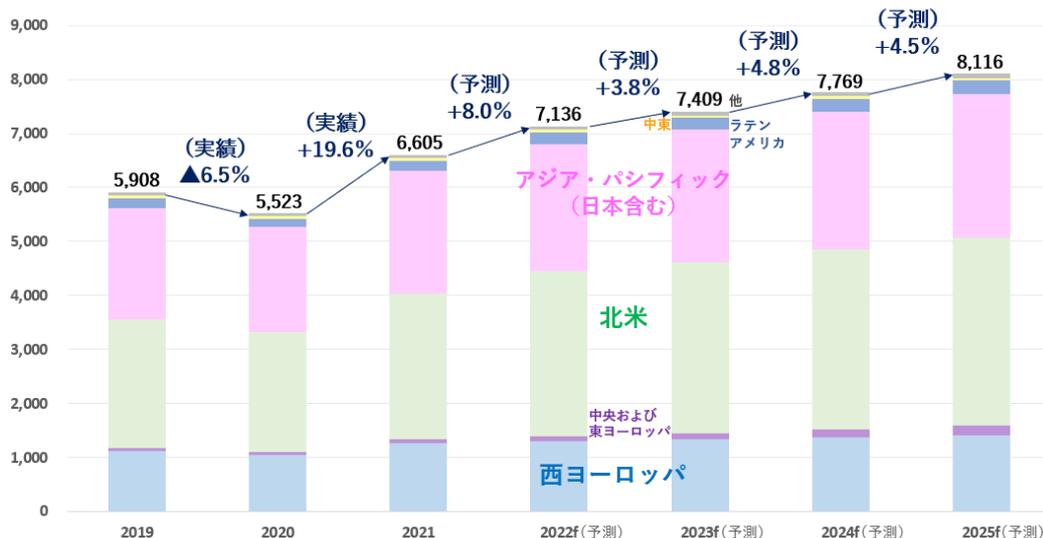
地域としては、中東を除く、北米、西ヨーロッパ、中央および東ヨーロッパ、アジア・パシフィック（日本含む）、ラテンアメリカでプラス成長となり、市場規模のトップ5は、2022年と変わらず米国、中国、日本、英国、ドイツとなる見通しです。

● 2024年、2025年も順調な成長を予測

今後、世界の広告市場は順調に拡大し、2024年には4.8%増の7,769億米ドル、2025年にはさらに4.5%増の8,116億米ドルになると予測しています。

<世界の総広告費の推移>

単位：億米ドル %は成長率



(注) 将来予測及び過去データに遡及し、ロシア市場の数値を除外

■2023年の世界の広告市場（媒体別）について

媒体別では、2022年に13.7%成長予想のデジタル広告費が、2023年においても7.2%と高成長を維持し、世界の総広告費に占めるデジタル広告費の割合は57.1%に達する見通しです。その成長を牽引するのは、動画広告(+7.1%)、ソーシャルメディア広告(+13.5%)、検索連動型広告(+7.2%)と予想しています。

また、テレビ広告費は0.2%、ラジオは2.0%、映画館（シネアド）とOOH（屋外/交通）は、それぞれ6.1%、2.0%の成長を予想しています。一方、新聞と雑誌は、それぞれマイナス成長（△3.7%、△3.4%）となる見通しです。

■日本の広告市場動向について

2022年の日本の広告市場は、デジタルを中心に好調に推移したことから、前回7月予測から2.8pt上方修正となる3.6%の成長を見込んでいます。また、2023年も1.5%の成長を予測しており、引き続きデジタル広告が成長を牽引すると見えています。

業種としては、人の移動を伴う経済活動等の活発化に伴い、「交通・レジャー」や「外食・各種サービス」などの出稿増が期待されます。

<地域別成長率予測>

	2020 (実績)	2021 (実績)	2022 (予想)	2023 (予想)	2024 (予想)	2025 (予想)
世界の広告市場（億米ドル）	5,523	6,605	7,136	7,409	7,769	8,116
成長率（%）	-6.5	19.6	8.0	3.8	4.8	4.5
米州（億米ドル）	2,366	2,889	3,269	3,391	3,556	3,717
成長率（%）	-8.2	22.1	13.2	3.7	4.9	4.5
EMEA（億米ドル）	1,209	1,447	1,509	1,567	1,652	1,731
成長率（%）	-6.2	19.6	4.3	3.8	5.4	4.8
アジア・パシフィック（億米ドル）	1,948	2,270	2,358	2,451	2,561	2,669
成長率（%）	-4.6	16.5	3.9	4.0	4.5	4.2

（注）「米州」：北米、ラテンアメリカ、「EMEA」：ヨーロッパ、中東、その他、「アジア・パシフィック」：日本を含むアジア太平洋

<媒体別成長率&シェア予測（全世界）>

	2020 (実績)	2021 (実績)	2022 (予想)	2023 (予想)	2024 (予想)	2025 (予想)
世界の広告市場（億米ドル）	5,523	6,605	7,136	7,409	7,769	8,116
成長率（%）	-6.5	19.6	8.0	3.8	4.8	4.5
デジタル（億米ドル）	2,621	3,470	3,944	4,228	4,520	4,828
成長率（%）	5.3	32.4	13.7	7.2	6.9	6.8
シェア（%）	47.5	52.5	55.3	57.1	58.2	59.5
テレビ（億米ドル）	1,661	1,793	1,824	1,827	1,887	1,927
成長率（%）	-11.7	8.0	1.7	0.2	3.3	2.1
シェア（%）	30.1	27.1	25.6	24.7	24.3	23.7
新聞（億米ドル）	322	319	303	291	287	284
成長率（%）	-21.3	-0.9	-5.2	-3.7	-1.4	-1.1
シェア（%）	5.8	4.8	4.2	3.9	3.7	3.5
雑誌（億米ドル）	225	223	211	204	196	190
成長率（%）	-18.4	-0.8	-5.5	-3.4	-3.5	-3.2
シェア（%）	4.1	3.4	3.0	2.7	2.5	2.3
OOH（億米ドル）	281	349	383	391	402	410
成長率（%）	-20.1	24.0	9.9	2.0	2.8	2.0
シェア（%）	5.1	5.3	5.4	5.3	5.2	5.1
ラジオ（億米ドル）	308	343	356	363	374	383
成長率（%）	-9.4	11.6	3.6	2.0	3.1	2.4
シェア（%）	5.6	5.2	5.0	4.9	4.8	4.7
シネマ（億米ドル）	14	19	24	26	27	28
成長率（%）	-59.0	40.4	24.7	6.1	4.4	3.0
シェア（%）	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3

【世界の広告費成長率予測の概要】

世界の広告費成長率予測は、2022年11月下旬までに、世界の58市場からデータを収集し、各市場における専門的な知見を取り入れて作成しています。対象媒体は、デジタル、テレビ、新聞、雑誌、OOH（屋外/交通）、ラジオ、シネマとなります。

広告費は、交渉によるディスカウントやエージェンシー・コミッションを差し引いた金額で、現地通貨建てで提供され、全世界および地域の数値は2022年11月の平均為替レートで米ドルに換算しています。

本予測は年2回を基本として発表しており、実績値と最新の予測値はすべて恒常為替レートに基づき修正しています。

<詳細レポート：「2023 Global Ad Spend Forecasts」>

電通インターナショナル発行の詳細レポートは下記URLからダウンロードできます。（英語のみ）

https://www.dentsu.com/reports/ad_spend_january_2023

※：1米ドルは約135円で換算

以上

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ グループコーポレートコミュニケーションオフィス 佐藤、杉浦

Email：group-cc@dentsu-group.com

株式会社電通グループでは、新型コロナウイルス対策の一環として、現在リモートワークを実施しておりますので、同期間のお問い合わせは、Eメールにてお願いいたします。