

2023年12月13日

## 電通グループ、「世界の広告費成長率予測（2023～2026）」を発表

－ 2024年の世界の広告費成長率は4.6%を予測、米州の大幅な成長を想定－

電通グループ（ブランド：「dentsu」、本社：株式会社電通グループ、拠点：東京都港区、代表者：代表執行役社長 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2023年、2024年、2025年予測の更新と2026年の新規予測を行いました。主な結果は次のとおりです。

### ● 2023年の世界の広告費成長率は2.7%を予測、市場規模は100兆円\*超えへ

2023年の広告費成長率予測は、不透明な経済状況による消費活動の減少などにより、6月時点予測(3.3%)から0.6pt下方修正の2.7%となる見込みです。ただ、市場規模は、市場成長に加えて為替の影響により、初の100兆円超え（約106兆円）となる想定であり、デジタル広告は引き続き成長し、世界の総広告費に占める割合は過去最高の57.7%に達する見込みです。

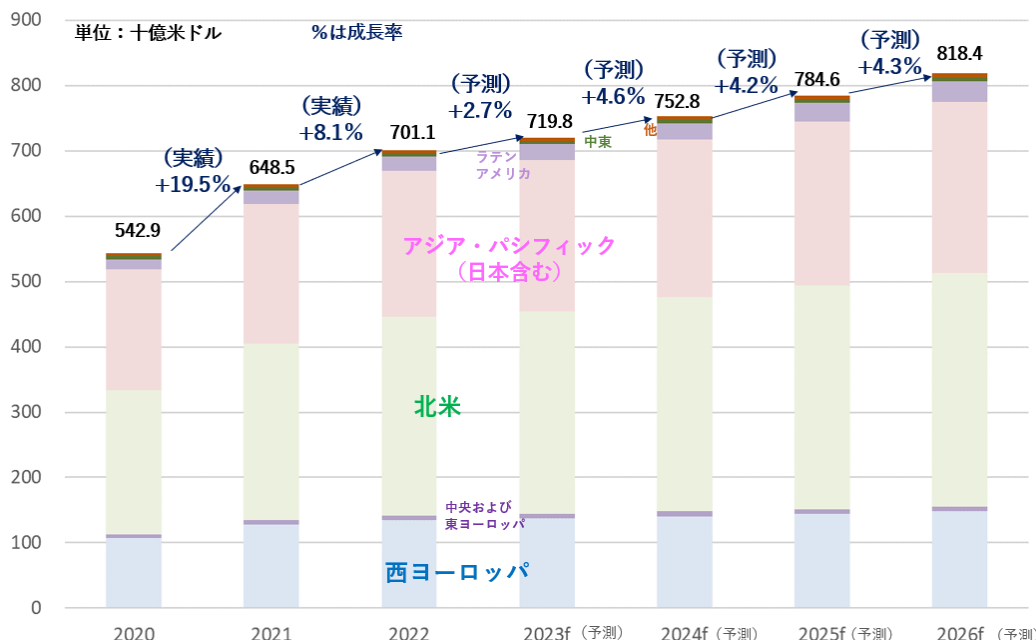
### ● 2024年の世界の広告費成長率は4.6%を予測

2024年の世界の広告費成長率予測は4.6%、市場規模は7,528億米ドル（約111兆円）となる見込みです。これは、複数の大型スポーツイベントや、多くの国で実施が予定される国政選挙などにより、クライアントにとって、多くの広告機会が創出されることが予想されるためです。さらに、媒体価格のインフレーションによる貢献も見込まれます。地域別では、全地域でプラス成長となり、特に市場規模で世界第1位のアメリカを含む米州（北米とラテンアメリカの合計）は、2024年は広告費成長率でも第1位となる見通しです。

### ● 2025年、2026年も堅調な成長を予測、デジタル広告の割合は2026年に初の60%超えへ

2025年、2026年にかけても、世界の広告市場は堅調に成長し、それぞれ4.2%増の7,846億米ドル、4.3%増の8,184億米ドルを予測しています。また、総広告費に占めるデジタル広告の割合は、2025年に59.9%、2026年には61.1%と、初めて60%台に達する見通しです。

#### <世界の総広告費の推移>



注：2022年7月発表の予測以降、将来予測および過去データにおいて、ロシア市場の数値を除外して算出しています。

## ■ 2024 年の世界の広告市場について

2024 年の市場成長予想の背景には、UEFA 欧州サッカー選手権やパリで開催されるオリンピック・パラリンピック大会といった大型スポーツイベントや米国大統領選挙を始めとして多くの国で実施される国政選挙などによる広告機会の創出、および媒体価格のインフレーションの継続が想定されるためです。

媒体別では、デジタル広告費が 2024 年においても 6.5% の高成長を維持し、世界の総広告費に占めるデジタル広告費の割合は 58.8% に達する見込みです。その成長を牽引するのは、リテールメディア (+20.8%) ソーシャルメディア及びデジタルを含むディスプレイ広告 (+6.9%)、探索連動型広告 (+7.0%) です。

テレビ広告は、2023 年はマイナス 4.0% の成長となりますが、2024 年以降は再びプラス成長に戻る見通しです。2024 年の成長率は 2.9% の予測であり、特にコネクテッド TV (+30.8%) が大きく成長する見込みです。継続して減少傾向にある新聞・雑誌はマイナス 3.3% となる見通しです。OOH (屋外/交通)、シネマ、オーディオは、それぞれ 4.4%、6.4%、1.1% の成長を予測しています。

## ■ 2024 年の日本の広告市場動向について

日本は世界第 3 位の広告市場であり、2024 年は前回 2023 年 5 月発表の予測 (3.2%) から 0.7pt 下方修正した 2.5% の成長を見込んでいます。

広告費全体に占めるデジタル広告の割合は 45.8% を占め、主に探索連動型広告、動画広告、ソーシャルメディア広告が牽引します。テレビ広告は、広告費全体の 23.5% を占め、2024 年以降は徐々に回復が期待されます。また、OOH は新型コロナウイルス感染症の影響から回復し、3D や大型デジタル OOH などの新たなフォーマットの寄与もあり今後も拡大が見込まれます。

日本の広告市場は、今後も成長が継続し、2025 年は 3.6% の成長が見込まれます。

### < 地域別成長率予測 >

	2022 (実績)	2023 (予想)	2024 (予想)	2025 (予想)	2026 (予想)
<b>世界の広告市場 (十億米ドル)</b>	<b>701.1</b>	<b>719.8</b>	<b>752.8</b>	<b>784.6</b>	<b>818.4</b>
成長率 (%)	8.1	2.7	4.6	4.2	4.3
<b>米州 (十億米ドル)</b>	<b>325.6</b>	<b>333.6</b>	<b>353.1</b>	<b>370.0</b>	<b>389.6</b>
成長率 (%)	12.7	2.5	5.8	4.8	5.3
<b>EMEA (十億米ドル)</b>	<b>151.7</b>	<b>154.6</b>	<b>158.7</b>	<b>163.1</b>	<b>167.3</b>
成長率 (%)	4.8	1.9	2.7	2.7	2.6
<b>アジア・パシフィック (十億米ドル)</b>	<b>223.8</b>	<b>231.6</b>	<b>240.9</b>	<b>251.5</b>	<b>261.5</b>
成長率 (%)	4.2	3.5	4.0	4.4	4.0

< 媒体別成長率予測 >

	2022 (実績)	2023 (予測)	2024 (予想)	2025 (予想)	2026 (予想)
世界の広告市場 (十億米ドル)	701.1	719.8	752.8	784.6	818.4
成長率 (%)	8.1	2.7	4.6	4.2	4.3
デジタル (十億米ドル)	390.9	415.5	442.6	470.0	499.7
成長率 (%)	14.8	6.3	6.5	6.2	6.3
シェア (%)	55.8	57.7	58.8	59.9	61.1
テレビ (十億米ドル)	175.5	168.5	173.5	176.3	178.4
成長率 (%)	-0.4	-4.0	2.9	1.6	1.2
シェア (%)	25.0	23.4	23.0	22.5	21.8
新聞・雑誌 (十億米ドル)	50.5	48.2	46.6	45.4	44.6
成長率 (%)	-4.9	-4.6	-3.3	-2.6	-1.8
シェア (%)	7.2	6.7	6.2	5.8	5.5
OOH (十億米ドル)	37.9	40.6	42.4	44.1	46.5
成長率 (%)	11.4	7.2	4.4	4.2	5.3
シェア (%)	5.4	5.6	5.6	5.6	5.7
オーディオ (十億米ドル)	35.3	35.6	36.0	36.6	37.3
成長率 (%)	4.1	0.7	1.1	1.7	1.8
シェア (%)	5.0	4.9	4.8	4.7	4.6
シネマ (十億米ドル)	2.6	2.6	2.8	2.9	2.9
成長率 (%)	32.4	2.0	6.4	3.4	2.1
シェア (%)	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4

【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、2023年10月中旬までに、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）、オーディオ、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2023年10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：「dentsu Global Ad Spend Forecasts December 2023」 >

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）

URL：<https://insight.dentsu.com/ad-spend-dec-2023/>

※1米ドル=約147円で換算。

以上

【リリース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 小嶋、沢田

Email：[group-cc@dentsu-group.com](mailto:group-cc@dentsu-group.com)