

各位

2020 年 11 月 25 日

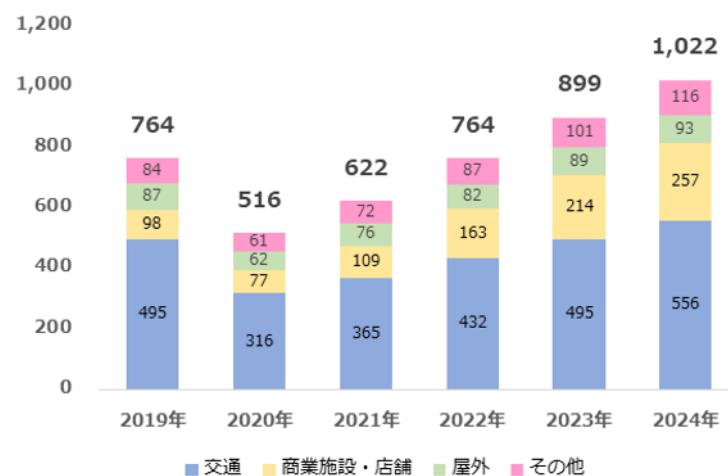
株式会社サイバー・コミュニケーションズ

CCI、デジタルサイネージ広告市場調査を実施

～2020 年のデジタルサイネージ広告市場規模は 516 億円の見通し、2024 年には 1,022 億円と予測～

株式会社 CARTA HOLDINGS のグループ会社である株式会社サイバー・コミュニケーションズ（代表取締役社長：新澤 明男、以下 CCI）は、株式会社デジタルインファクト（東京都文京区、代表取締役社長：野下 智之）と共同で、デジタルサイネージ広告市場（※1）に関する調査を実施しました。その結果、2020 年のデジタルサイネージ広告市場規模は 516 億円の見通し（前年比 68%）となり、2024 年予測は、2020 年比約 2 倍の 1,022 億円となりました。

（単位：億円）



新型コロナウイルス感染拡大により、2020 年春以降、社会生活や消費行動は大きく変化しました。春から夏にかけての外出自粛により、交通機関や屋外施設、商業施設などにおけるデジタルサイネージと生活者の接触数は一時的に大きく減少しました。今後は、経済環境の回復に沿って、緩やかな需要の回復が予測されます。

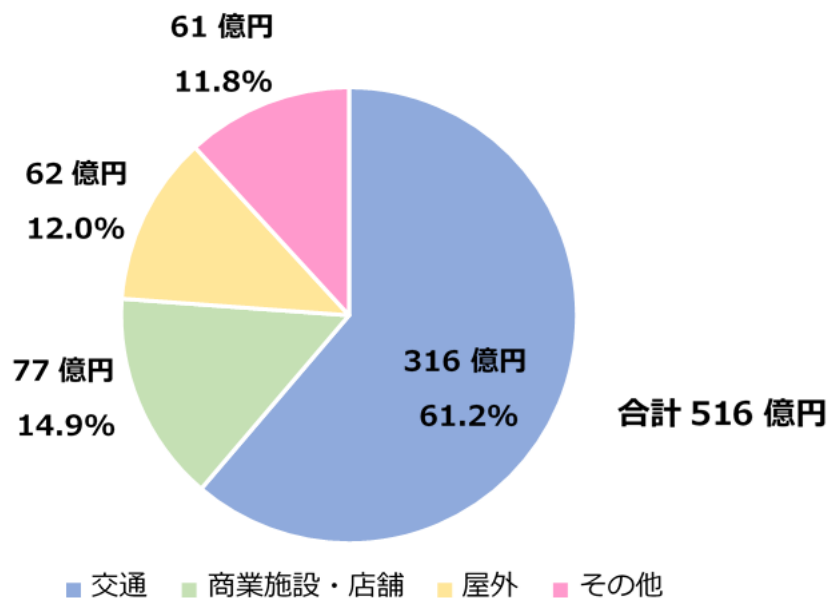
コロナ禍において、サービス産業全般にわたり、顧客への提供形態が見直されるなかで、広告・マーケティング手段としてのデジタルサイネージへの注目がさらに高まりつつあります。

デジタルサイネージ広告は、広告主が特定の生活者層を補足しやすい場所において密接なコミュニケーション

ンを図ることができる媒体として、様々な商用施設において魅力的な広告商品の開発が進められています。業界全体で広告効果の可視化やその評価方法の標準化が進み、より多様な広告主の活用目的に対応する媒体として利用が促進されることで、2024 年のデジタルサイネージ広告市場規模は 2020 年比約 2 倍の 1,022 億円規模に達すると予測します。

【調査結果】

■2020 年セグメント別デジタルサイネージ広告市場規模推計



■交通

鉄道車両や駅施設、タクシー、バス、空港、航空機などが含まれます。新型コロナウイルス感染症拡大により、2020 年 3 月以降の交通機関の利用者数の大幅な減少以降、広告主によるデジタルサイネージ広告への出稿が大幅に抑制されました。生活者の巣ごもり需要を取り込んだオンラインサービスや、企業活動のデジタル化を促進する各種企業向けクラウドサービスを提供する広告主による出稿が牽引し、2020 年後半以降需要回復の兆しがみられます。

鉄道車両では、低コストで設備投資負担が比較的少ないシステムの導入も進んでいます。また、一部ではプログラマティックによる広告配信の事例も出始めています。主要ターミナル駅では大型の LED ディスプレイの導入が進み、新しい広告商品として提供が始まっています。空港施設では、利用者の顧客導線を意識したデジタルサイネージ広告の新たな導入も進み始めています。

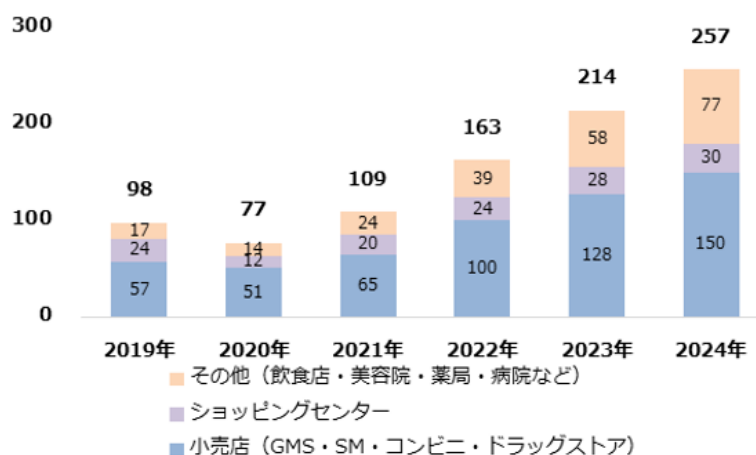
■商業施設・店舗

スーパーマーケットやコンビニエンスストア、ドラッグストア・薬局をはじめとする小売店やショッピングモール、美容室、飲食店などが含まれます。スーパーマーケットにおいては、店内の販売促進活動において、従来の販売員による対面販売に代わる手法として、デジタルサイネージへの注目が集まっており、導入が進んでいます。小売店を通して自社製品を販売する食品・飲料メーカーなどの販促費からの広告出稿は、堅調に推移しました。

小売店側においては、来店者との新たなコミュニケーション手法として、あるいは収入手段としてデジタルサイネージ広告への投資意欲がますます高まっています。

スーパーマーケットやドラッグストアにおいては、広告会社との提携による広告商品開発や広告主顧客の開拓などの取り組みが進んでいます。また調剤薬局のデジタルサイネージにおいても共通配信の仕組みが整備され、今後市場が拡大していくことが予想されます。

(単位：億円)



■屋外

コロナ禍の外出自粛により、2020年3月以降主要ターミナル駅付近での通行量が急減、広告主による出稿も抑制されましたが、2020年後半以降は回復基調にあります。

また、大手広告事業者と、都市部の主なOOH媒体との提携が進み、プログラマティックな広告配信が可能な環境基盤が着々と進んでいます。

2021年以降の広告需要の本格的な回復とともに、新たな需要の掘り起こしにつながることが期待されます。

■その他

地方自治体が、行政サービスや防災対策の一環としてデジタルサイネージを導入していく中で、新たな収入手段としても注目し、広告媒体と合わせた開発・導入が進むことが期待されています。

映画館（シネアド）もまた、コロナ禍で来場者数が激減するなど大きな影響を受けましたが、2020 年秋以降の過去最大規模のヒット作の上映とともに、来場者数が急回復しており、2021 年以降の本格的な広告需要の回復が期待されます。

セグメント	セグメントにおけるデジタルサイネージ広告の主な配信先
交通	鉄道（車両・駅）、タクシー、空港、航空機、バス車両、バス停
商業施設・店舗	スーパーマーケット（店頭、店内）、コンビニエンスストア、ドラッグストア、美容院、飲食店、ショッピングモール、薬局・病院
屋外	大型ビジョン、アミューズメント施設、その他屋外に設置されているデジタルサイネージ
その他	公共施設（自治体・郵便局・教育施設・その他公共施設）、マンション、ホテル、エレベーター、映画館(シネアド)

※1：デジタルサイネージ広告とは、公共機関、商業施設、屋外などに設置されたデジタルで稼働するサイネージ上に表示される広告。デジタルサイネージの設置者及び関係者を除く、第三者が広告宣伝活動などを目的に費用を支払うことで利用が出来るものを対象とする。市場規模は、広告主によるデジタルサイネージ（上で表示される）広告媒体に対する年間支出総額とする。一部、商取引上媒体費と制作費が不可分とされているものを除き、媒体費のみを対象とする。

※2：出典：厚生労働省「平成 30 年度衛生行政報告例」

https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=dataList&toukei=00450027&tstat=000001031469&cycle=8&tc1ass1=000001132823&tc1ass2=000001132824&tc1ass3=000001134083&stat_infid=000031873716



＜調査概要＞

調査対象 : デジタルサイネージ広告関連事業者

調査手法 : CCI ならびに、デジタルインファクトが保有するデータ、公開データ、デジタルサイネージ広告事業にかかわる企業へのインタビュー調査

調査時期 : 2020 年 8 月-10 月

調査主体 : 株式会社サイバー・コミュニケーションズ

調査実施機関: 株式会社デジタルインファクト

本調査では、デジタルサイネージ広告を、交通機関／商業施設・店舗／屋外 (OOH) ／その他の 4 つに分類し、2020 年の推計と、2024 年までの予測を行った

【本件に関するお問い合わせ先】

マネジメントオフィス 梶原

E-mail: press@cci.co.jp

【報道関係者お問い合わせ】

株式会社 CARTA HOLDINGS 広報室

<https://cartaholdings.co.jp/contact-pr/>