

各位

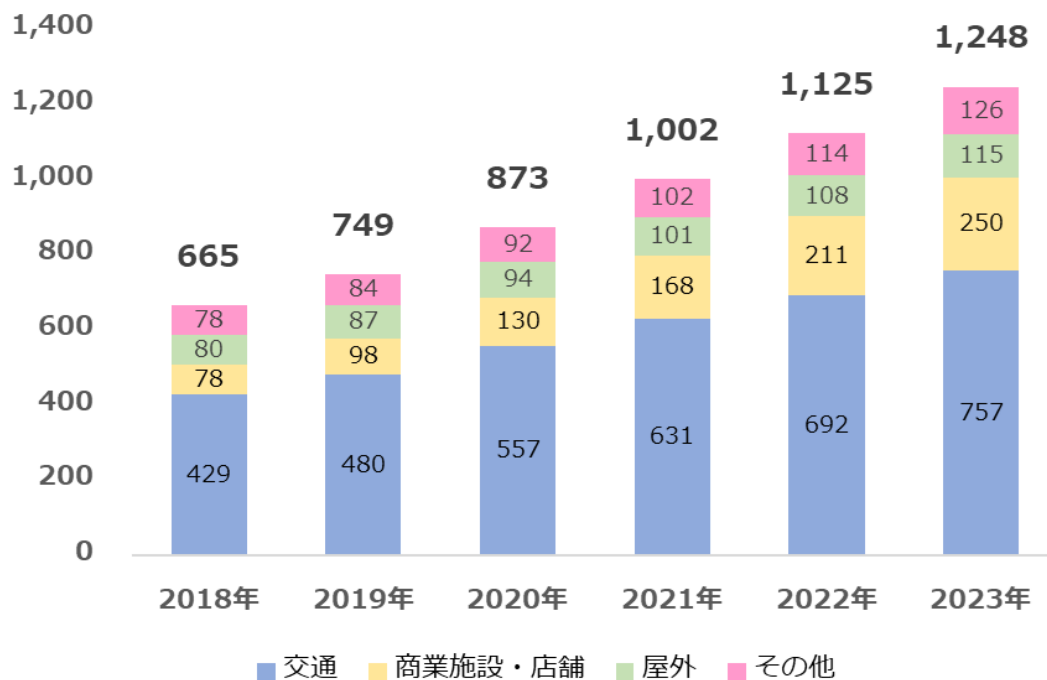
2019年11月25日

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  
 ～2019年のデジタルサイネージ広告市場規模は749億円の見通し、  
 2023年には1,248億円と予測～**

**デジタルサイネージ広告市場規模推計・予測 2018年～2023年**

(単位：億円)



CCI (CARTA HOLDINGSグループ) /デジタルインファクト調べ

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（本社：東京都中央区、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、2019年のデジタルサイネージ広告市場規模は749億円の見通し（前年比113%）となり、2023年予測は、2019年比1.7倍の1,248億円となりました。

スマートフォンの普及による生活者の消費行動の変化や、企業サービスのデジタルトランスフォーメーションの進展とともに、公共サービスや商業施設、屋外などにおいてデジタルサイネージの普及がみられます。また、国内で約 1.1 兆円規模のサイネージが関連する広告市場(※2)においては、IT テクノロジーとサイネージを活用し、直接的な広告効果が可視化された広告プロモーションに対する需要の高まりがみられます。

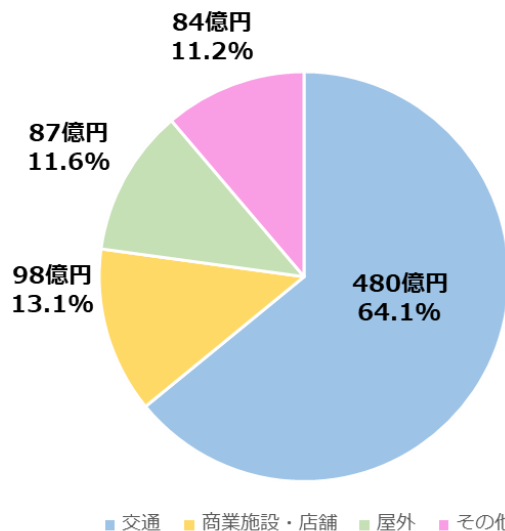
デジタルサイネージ広告市場は、配信先である多くのデジタルサイネージのロケーションオーナーや、多くの運営事業者、広告会社によって構成されており、広告枠の規格や出稿にかかわる業務フローが多様な状況にあります。現在、開発が進められている広告効果の可視化や、広告主がユーザーとコミュニケーションを図る上で魅力的な空間や場所に広告枠が設置され、出稿しやすい環境整備などが進むことにより、新しいプロモーション需要が生みだされることが期待されます。これらを背景にデジタルサイネージ広告の魅力が高まり、さらに多くの広告主の利用が促進されることで、2023 年のデジタルサイネージ広告市場規模は 2019 年比約 1.7 倍の 1,248 億円規模に達すると予測します。

#### 【調査結果】

#### ■2019 年セグメント別デジタルサイネージ広告市場規模推計

2019 年のデジタルサイネージ広告市場規模は 749 億円と推測されます。このうち、交通機関は 480 億円で全体の 64.1%、商業施設・店舗は 98 億円で全体の 13.1%、屋外は 87 億円で全体の 11.6%、そしてその他は 84 億円で全体の 11.2%を占めると推測されます。

2019 年セグメント別デジタルサイネージ広告市場規模推計



CCI (CARTA HOLDINGSグループ) /デジタルインファクト調べ

## ■交通

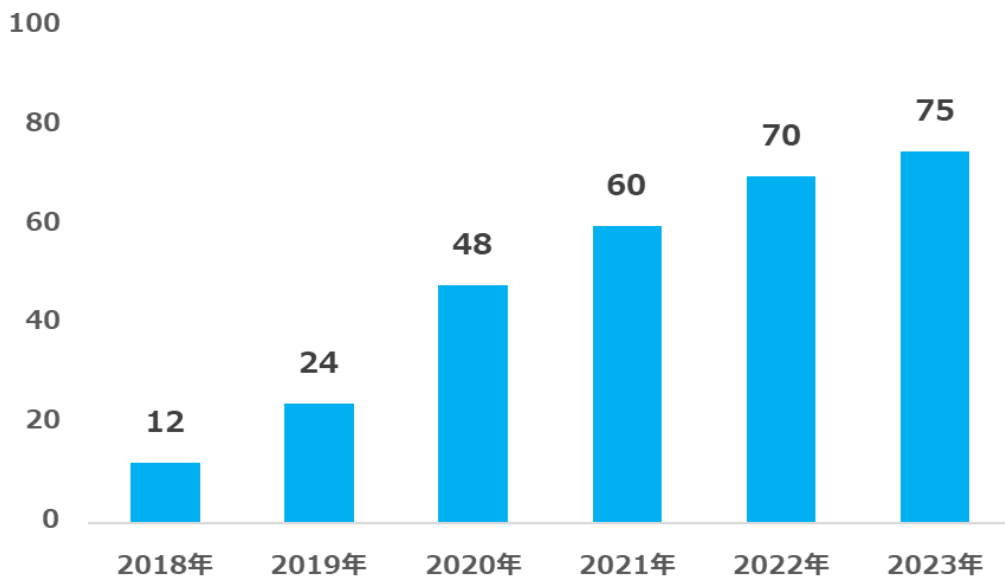
鉄道車両や駅施設、タクシー、バス、空港、航空機などが含まれます。鉄道車両は2000年代前半より首都圏で普及が始まり、その後関西圏をはじめとする都市圏での普及が進み、テレビやスマートフォンなどとの連動した表現力豊かなプロモーション手法として定着、多くの広告主からの需要を得ています。また、駅関連施設は、主要ターミナル駅における再開発や施設の改良を機に大型サイネージの導入が進んでいます。バス(車両・バス停)、空港施設などは、自治体との取り組みの進展、施設の民営化などにより今後中長期で着実な普及が見込まれます。

## ■タクシー

2016年以降、タクシー事業者と広告事業者との事業連携が進み、首都圏を中心に急速な普及がみられました。法人向けサービスを提供する広告主からの高い支持を受け、需要が急増しています。2019年の市場規模は24億円と推計、2020年には48億円と予測します。また、2023年には2019年比約3倍の75億円規模に達すると予測します。

タクシーサイネージ広告市場規模推計・予測 2018年ー2023年

(単位：億円)



CCI (CARTA HOLDINGSグループ)/デジタルインファクト調べ

#### ■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。小売店においては、来店客の導線に沿って、店舗入り口、食品売り場、その他商品陳列棚などでデジタルを活用し、顧客と最適なコミュニケーションを行うことに対する店舗運営者や広告主の注目が高まっています。顧客が持つスマートフォンとの連携などによる、多様なプロモーション手法の登場に対する期待も高まりつつあります。また、滞在時間が長い美容室や飲食店なども、顧客と広告主との新たな接点としてデジタルサイネージが注目を集めており、導入も進んでいます。

#### ■屋外

主要ターミナル駅を中心とした安定した需要に加え、今後広告効果の可視化やネットワーク化が進むことにより、広告媒体としての魅力がさらに高まり、新たな需要の掘り起こしにつながることが期待されています。

#### ■その他

エレベーターや大規模マンションなどにおいては、ロケーションオーナーによる導入コストの負担がないスキームを新規事業者が持ち込み、普及促進を図るなどの動きがみられます。また、映画館（シネアド）については、近年映画館の入場者数が増加しており、プロモーション活動も活発化することが期待されています。

※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：株式会社電通 2018年「日本の広告費」：プロモーションメディア広告費のうちサイネージが関連する広告市場「屋外広告」「交通広告」「POP」「展示・映像ほか」の合算値

**【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：サイバー・コミュニケーションズならびに、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：2019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、2019年の市場規模の推計と2023年までの予測を行った

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、エレベーター、映画館(シネアド)

**【本件に関するお問い合わせ先】**

株式会社サイバー・コミュニケーションズ  
マネジメントオフィス 梶原  
E-mail: [press@cci.co.jp](mailto:press@cci.co.jp)