

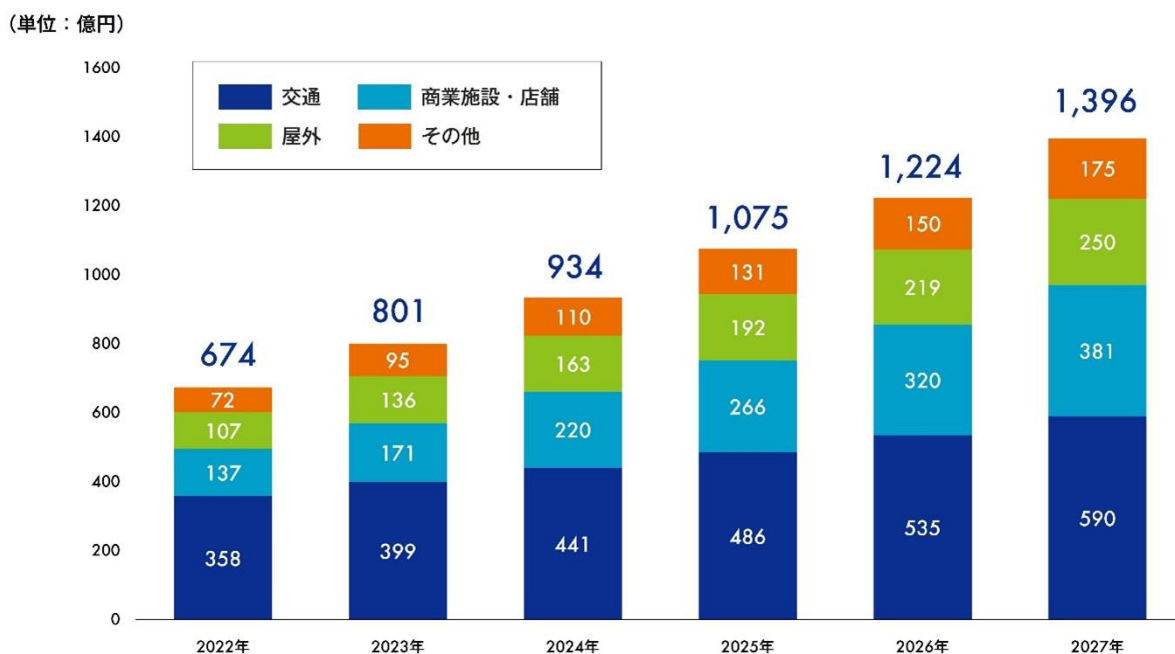
2023年12月吉日

株式会社シード・プランニング

## デジタルサイネージ広告市場調査を実施

～2023年のデジタルサイネージ広告市場規模は801億円の見通し、  
2027年には1,396億円と予測～

### [デジタルサイネージ広告市場規模推定2022年～2027年]



(デジタルサイネージ広告市場調査2023年：CARTA HOLDINGS/ デジタルインファクト調べ)

株式会社シード・プランニング（本社：東京都文京区、代表取締役社長：梅田 佳夫）の子会社である株式会社デジタルインファクト（本社：東京都文京区、代表取締役社長：野下 智之）は株式会社 CARTA HOLDINGS（本社：東京都港区、代表取締役会長：宇佐美 進典、代表取締役社長：新澤 明男、東証プライム市場：証券コード 3688）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、2023年のデジタルサイネージ広告市場規模は801億円の見通し（前年比119%）となり、2027年予測は、2023年比174%増の1,396億円となりました。

デジタルサイネージ広告市場は、過去数年にわたり、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出及び移動規制などの影響を大きく受けました。しかしながら、市場全体としては既に十分な回復を遂げており、2023年の市場規模は同ウイルス流行前となる2019年時を超える見通しです。

とりわけ渋谷、原宿、新宿といった人気地区の屋外や駅構内に設置したデジタルサイネージ広告の需要が集中的

に高まっており、これらの成功事例の横展開を企図した他地区での新規媒体開発を望む声が出ています。

またリテールメディア化への取り組みの一環として、小売店舗に設置されたデジタルサイネージ広告商品開発の検討が重ねられています。大手コンビニエンスストアチェーンが発表した大規模な設置計画が象徴するように、小売店舗における広告配信面数の伸び代はまだ大きく残されています。さらに総合スーパー（GMS）に代表される店舗形態においては、来店者の導線設計や通信環境の整備上などの観点から、商品棚前に設置されるタブレット型の端末への広告配信が高く評価されています。

これまで市場を牽引してきた鉄道やタクシーの車両内広告については、首都圏内の主な場所への設置作業がほぼ完了し、デジタルサイネージの標準装備化が実現しました。成長の鈍化を回避するために、消費者の生活様式や広告主の要望を踏まえた広告商品設計や販売方法の見直しを求める機運が高まりつつあります。

なお、プログラマティック広告取引への関心の高まりを受けて、デジタルサイネージ広告媒体の取引に特化した新規マーケットプレイスの立ち上げやヘッダービディング技術の採用などの動きが見られます。また大阪万博の開催をひかえる関西地域や、居住用マンションのロビーやエレベーターへの新規媒体の設置に期待を示す声も挙がっています。

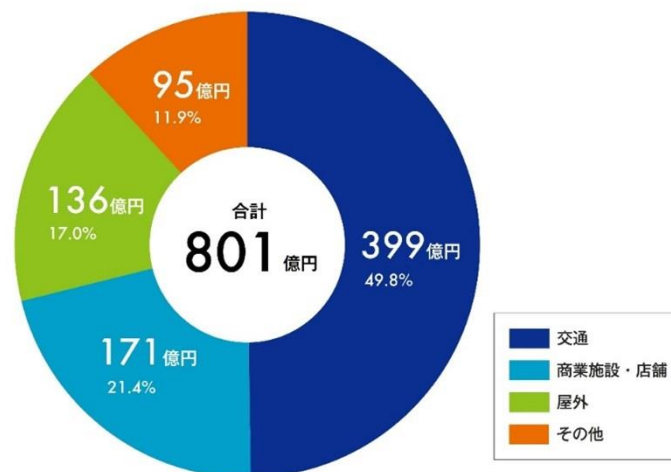
市場関係者の間では、デジタルサイネージ広告市場全体としてはコロナ禍を脱却し、再び成長期に入ったとの共通認識が生まれつつあります。本調査では、こうした見解に基づき、2027年のデジタルサイネージ広告市場規模は2023年比174%増の1,396億円に達すると予測します。

## ◆ 調査結果

### ■ 2023年セグメント別デジタルサイネージ広告市場規模推計

2023年のデジタルサイネージ広告市場規模は前年比119%、801億円と推測されます。交通機関は399億円で全体の49.8%、商業施設・店舗は171億円で全体の21.4%、屋外は136億円で全体の17.0%、そしてその他は95億円で全体の11.9%を占めると推測されます。

[ 2023年セグメント別デジタルサイネージ広告市場規模推計 ]



(デジタルサイネージ広告市場調査2023年：CARTA HOLDINGS/ 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。市場占有率が高い鉄道の車両広告の回復が遅れているものの、その結果として、外部事業者との連携促進や広告商品の設計または販売方法の見直しの機運が高まっていると評価する声も聞かれます。

これまで急成長を遂げてきたタクシー広告は首都圏の媒体への取り付けがほぼ完了したことで安定成長期へと移行し、今後は広告効果測定に関する技術革新などが新たな成長要因になると見込まれています。

## ■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。リテールメディア化への取り組みの一環として注目を集める分野である一方で、複雑化した商流や来店者の導線を踏まえた媒体の設置場所及び通信環境の整備などに関して様々な課題が残されています。そうした環境下において、商品棚前に設置されるタブレット型の端末は成功モデルを確立しつつあり、今後一層の成長が期待されます。

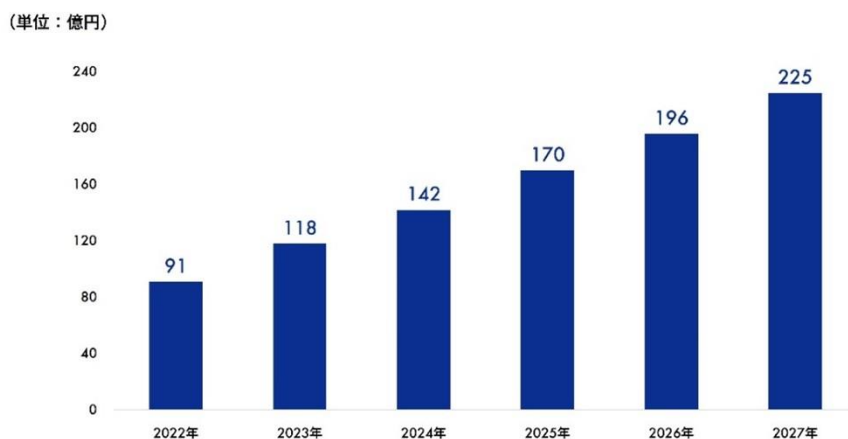
またこれまで全国的な拡大が予想されていた美容室サイネージ市場は、大手事業者が相次ぎ撤退した一方で、新規参入も計画されていることから、今後1年間で市場構造が大きく変わる可能性があります。

## ■屋外（大型ビジョン）

様々な屋外空間に取り付けられるデジタルサイネージの中でも、とりわけ駅前などに設置される大型ビジョンの需要が高まっています。渋谷や原宿といった人気地区に設置された屋外サイネージは常時的に満稿状況にあります。各地区の来訪者像が想像しやすく、また大画面で表示できるといったOOH媒体ならではの特性が高く評価されていると考えられます。これらの成功事例を受けて、ごく一部の人気地区以外においても新規媒体開発の検討がより積極的に行われるようになりました。

なお、こうした人気地区では、駅構内に設置されたサイネージも稼働率が高くなる傾向にあります。目玉となる特別仕様のデジタルサイネージの周囲に設置された媒体にも合わせて広告が出稿され、表示された大型広告がSNS上でも拡散されるといった相乗効果も報告されています。今後数年にわたり、大規模な再開が計画されている駅が複数あることから、インパクトメディアとしての高い人気を維持しながら配信面の拡大も期待される注目の分野です。

[デジタルサイネージ広告市場規模推計（屋外（大型ビジョン））2022年-2027年]



(デジタルサイネージ広告市場調査2023年：CARTA HOLDINGS/ デジタルインファクト調べ)

## ■その他

地方自治体の建物内や、商業ビル及び居住用マンションのエレベーター、映画館（シネアド）などが含まれます。本調査では、居住用マンションのロビーやエレベーターに設置されたデジタルサイネージの成長に期待を示す声が聞かれました。またゴルフカートやヘリコプター、公衆トイレといった様々な場所への新規媒体設置や広告配信が実施されており、生活空間のサイネージ化が着実に進んでいます。

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。

## ◆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：CARTA HD 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：2023年10月-11月

調査主体：株式会社 CARTA HOLDINGS

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、2023年の推計と、2027年までの予測を行った。

お問い合わせ

【株式会社 デジタルインファクト】

E-mail : info@digitalinfact.com