

2026年3月5日

「2025年日本の広告費」

- 日本の総広告費は、8兆623億円（前年比105.1%）で4年連続で過去最高を更新。
- インターネット広告費は、4兆459億円（前年比110.8%）と初の4兆円超え。総広告費に占める構成比が50.2%と初めて過半数に達した。
- プロモーションメディア広告費における「イベント・展示・映像ほか」は、大阪・関西万博、東京2025世界陸上などの大型イベントが寄与し、二桁成長。

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）は本日、日本の総広告費と、媒体別・業種別広告費を推定した「2025年日本の広告費」を発表した。詳細は下記のとおり。

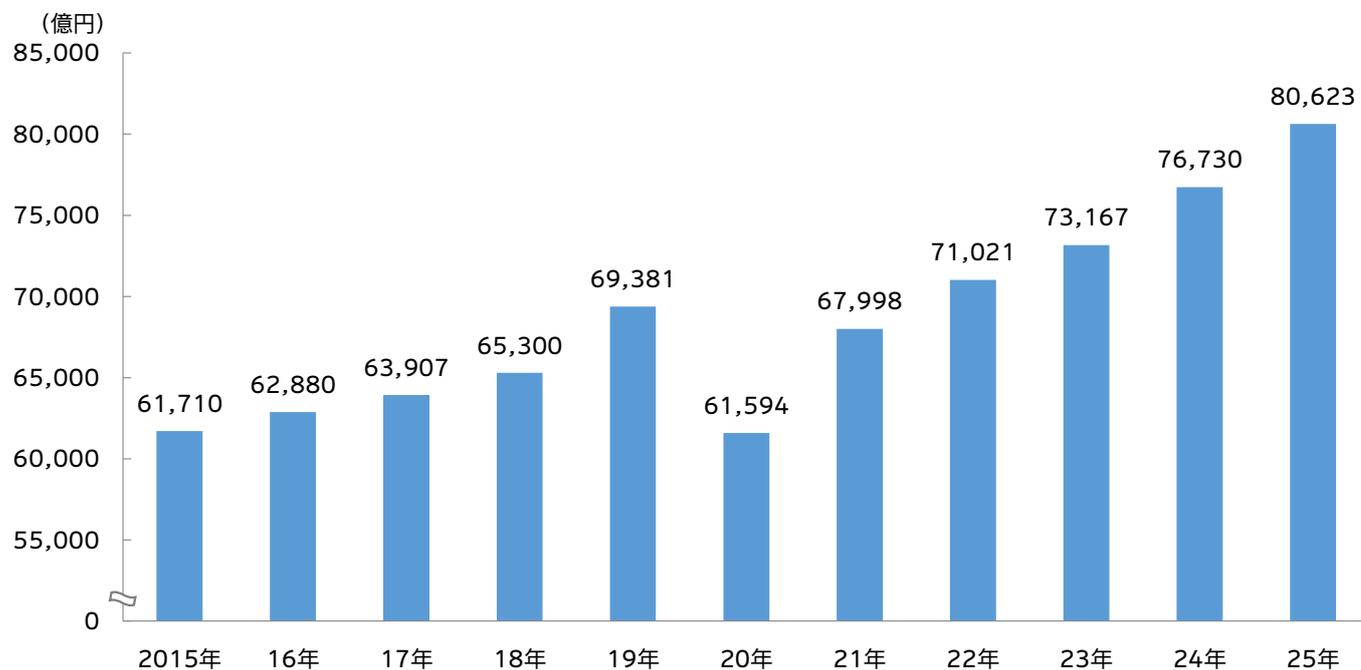
<2025年日本の広告費の概況>

◆2025年の総広告費は、通年で8兆623億円（前年比105.1%）となり、2021年から5年連続で成長し、4年連続で過去最高を更新した。企業の好業績によるデジタル投資の加速や、大型イベントの開催などが成長を後押しした。動画やSNS広告が伸長し、「インターネット広告費」が総広告費に占める構成比は50.2%となり、初めて過半数に達した。マスコミ四媒体広告費は、2兆2,980億円（前年比98.4%）とほぼ横ばいだった。

◆インターネット広告費は、4兆459億円（前年比110.8%）と、前年より3,942億円増加し、1996年の推定開始以来、初めて4兆円を超えた。SNS上の縦型動画広告やコネクテッドTV（インターネットに接続されたテレビ受像機）などの動画広告需要の高まりなどが、市場全体の拡大に寄与した。

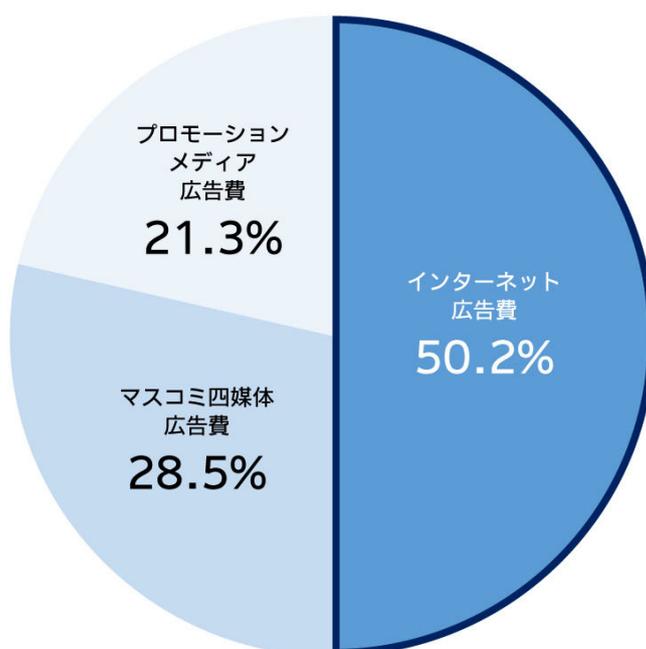
◆プロモーションメディア広告費は、インバウンド需要や大型イベントの開催で人流が増加した結果、「屋外広告」や「交通広告」「POP」「イベント・展示・映像ほか」など人の動きに関わる分野で伸長し、1兆7,184億円（前年比102.0%）と、3年連続でプラス成長となった。「イベント・展示・映像ほか」は4,748億円（同111.2%）と、2025年日本国際博覧会（以下「大阪・関西万博」）、東京2025世界陸上競技選手権大会（以下「東京2025世界陸上」）などの大型イベントが寄与し、二桁成長となった。

図表 1 日本の総広告費の推移



(注) 2019年に「物販系ECプラットフォーム広告費」と「イベント領域」を追加推定(2018年以前の遡及修正は行っていない)。

図表 2 媒体別広告費



<媒体別広告費の概況>（媒体別広告費の詳細は4ページ以降を参照）

「日本の広告費」は、大きく次の3つのカテゴリーに分類される。

(1) マスコミ四媒体広告費（新聞、雑誌、ラジオ、テレビメディア広告費の合算。それぞれの広告費には制作費も含まれている）、(2) インターネット広告費（インターネット広告媒体費、物販系 EC プラットフォーム広告費、インターネット広告制作費の合算）、(3) プロモーションメディア広告費（屋外、交通、折込、DM<ダイレクト・メール>、フリーペーパー、POP、イベント・展示・映像ほかの合算）。

(1) マスコミ四媒体広告費 2兆2,980億円（前年比98.4%）

「新聞広告費」「雑誌広告費」「ラジオ広告費」「テレビメディア広告費」のマスコミ四媒体広告費は、全体で2兆2,980億円（前年比98.4%）と、ほぼ横ばいだった。

(2) インターネット広告費 4兆459億円（前年比110.8%）

動画広告を中心に成長し、総広告費に占める構成比は50.2%と初の過半数に達した。「インターネット広告媒体費」は、二桁成長の3兆3,093億円（前年比111.8%）となった。

マスコミ四媒体由来のデジタル広告費における「テレビメディア関連動画広告費」は、805億円（同123.3%）となり、前年に続き高い成長を示した。「物販系 EC プラットフォーム広告費」は、オンライン通販のさらなる普及もあり、2,444億円（同112.5%）へと増加した。「インターネット広告制作費」は、動画広告の制作本数の拡大もあり、4,922億円（同104.0%）へと増加した。

(3) プロモーションメディア広告費 1兆7,184億円（前年比102.0%）

インバウンド需要の拡大に伴い、「屋外広告」「交通広告」「POP」が増加した。また、大阪・関西万博や東京2025世界陸上などの大型イベントの開催や、大型商業施設、ホテルなどの新装・改装、都市再開発などのプラス要因もあり、「イベント・展示・映像ほか」が二桁成長の4,748億円（前年比111.2%）となるなど、プロモーションメディア全体の成長に寄与した。

図表 3 媒体別広告費<2023年~2025年>

媒体	広告費	広告費 (億円)			前年比 (%)		構成比 (%)		
		2023年	2024年	2025年	2024年	2025年	2023年	2024年	2025年
総広告費		73,167	76,730	80,623	104.9	105.1	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		23,161	23,363	22,980	100.9	98.4	31.7	30.4	28.5
	新聞	3,512	3,417	3,136	97.3	91.8	4.8	4.5	3.9
	雑誌	1,163	1,179	1,135	101.4	96.3	1.6	1.5	1.4
	ラジオ	1,139	1,162	1,153	102.0	99.2	1.6	1.5	1.4
	テレビメディア	17,347	17,605	17,556	101.5	99.7	23.7	22.9	21.8
	地上波テレビ	16,095	16,351	16,333	101.6	99.9	22.0	21.3	20.3
	衛星メディア関連	1,252	1,254	1,223	100.2	97.5	1.7	1.6	1.5
インターネット広告費		33,330	36,517	40,459	109.6	110.8	45.5	47.6	50.2
	媒体費	26,870	29,611	33,093	110.2	111.8	36.7	38.6	41.0
	うちマス四媒体由来のデジタル広告費	1,294	1,520	1,651	117.5	108.6	1.8	2.0	2.0
	新聞デジタル	208	195	191	93.8	97.9	0.3	0.3	0.2
	雑誌デジタル	611	637	615	104.3	96.5	0.9	0.8	0.8
	ラジオデジタル	28	34	38	121.4	111.8	0.0	0.0	0.0
	テレビメディアデジタル	447	654	807	146.3	123.4	0.6	0.9	1.0
	テレビメディア関連動画広告	443	653	805	147.4	123.3	0.6	0.9	1.0
	物販系ECプラットフォーム広告費	2,101	2,172	2,444	103.4	112.5	2.9	2.8	3.0
	制作費	4,359	4,734	4,922	108.6	104.0	5.9	6.2	6.1
プロモーションメディア広告費		16,676	16,850	17,184	101.0	102.0	22.8	22.0	21.3
	屋外	2,865	2,889	3,042	100.8	105.3	3.9	3.8	3.8
	交通	1,473	1,598	1,736	108.5	108.6	2.0	2.1	2.2
	折込	2,576	2,442	2,354	94.8	96.4	3.5	3.2	2.9
	DM (ダイレクト・メール)	3,103	2,863	2,708	92.3	94.6	4.2	3.7	3.4
	フリーペーパー	1,353	1,306	1,056	96.5	80.9	1.9	1.7	1.3
	POP	1,461	1,483	1,540	101.5	103.8	2.0	1.9	1.9
	イベント・展示・映像ほか	3,845	4,269	4,748	111.0	111.2	5.3	5.6	5.9

(注) 構成比は項目ごとに小数点以下第2位で四捨五入をしているため、内訳の合計が合計欄の数値と合致しないことがある。

<媒体別広告費詳細>

(1) マスコミ四媒体広告費 (業種別 マスコミ四媒体別広告費は図表 8 を参照)

① 新聞広告費 3,136 億円 (前年比 91.8%)

- ・不透明な世界情勢や円安による物価高の影響を受け、新聞広告出稿は伸び悩んだ。第27回参議院議員通常選挙や大阪・関西万博、東京 2025 世界陸上などの開催は、広告費を押し上げるには至らず、通年では減少した。
- ・業種別では、「家電・AV 機器」「精密機器・事務用品」「自動車・関連品」などが増加した一方、「食品」は前年比 85.3%と前年に続き減少した。回復傾向にあった「流通・小売業」も同 88.7%となった。

② 雑誌広告費 1,135 億円 (前年比 96.3%)

- ・紙の出版物推定販売金額は減少し前年比 95.9%となり、内訳は書籍が同 100.0%、雑誌が同 90.0%となった。電子出版市場は同 102.7%と引き続き成長し、紙と電子出版を合わせた出版市場全体は同 98.4%となった。(数字出典：出版科学研究所「季刊 出版指標」2026 年冬号)
- ・業種別では、「金融・保険」や「官公庁・団体」など前年を上回る業種もあったが、雑誌広告費シェアの高い「ファッション・アクセサリー」は前年比 97.8%、「化粧品・トイレタリー」は同 92.5%となった。
- ・出版社のコンテンツ制作力やファンベースマーケティングに関心が高まったものの、通年では前年比 96.3%と減少した。SNS などでのデジタル展開は急成長期からいったん安定期に入り、読者イベントや販促ツール制作といったリアル回帰の動きがみられた。

③ ラジオ広告費 1,153 億円 (前年比 99.2%)

- ・さまざまな音声コンテンツを届ける音声メディアへの関心が引き続き高まっており、デジタルオーディオ広告は増加したものの、地上波ラジオ放送における広告市場は、通年で前年を下回った。
- ・業種別では、「情報・通信」(前年比 125.7%)、「流通・小売業」(同 120.0%)などが増加した。

④ テレビメディア広告費 (地上波テレビ+衛星メディア関連) 1兆 7,556 億円 (前年比 99.7%)

- ・テレビメディア広告費全体では、前年並みとなった。

◇地上波テレビ 1兆 6,333 億円 (同 99.9%)

- ・番組(タイム)広告費は、大阪・関西万博や東京 2025 世界陸上など大型イベントの開催に伴い好調に推移したものの、パリ 2024 オリンピック・パラリンピックなどの反動減を抑えるには至らず、通年では減少となった。
- ・スポット広告費は、消費行動の活性化などに伴い、「流通・小売業」「交通・レジャー」「情報・通信」ほか为好調に推移し、前年を上回った。

◇衛星メディア関連 1,223 億円 (同 97.5%)

- ・BS・CSともに、物価高による買い控えなどでテレビ通販市場が影響を受け、横ばいから緩やかな縮小傾向で推移し、前年を下回った。

(2) インターネット広告費

① インターネット広告媒体費 3兆 3,093 億円 (前年比 111.8%)

- ・前年同様、動画広告が堅調で全体を押し上げたとともに、ディスプレイ広告についても復調の兆しが見られた。特に、SNS 上に加えて、インターネット回線を通じてコンテンツを提供する OTT サービス上の動画広告の需要の高まりが寄与した。
- ・詳細については、本リリースと同時にリリースした CARTA HOLDINGS (カルタホールディングス)、電

通、電通デジタル、セブテーニの4社共同発表の「2025年日本のインターネット広告媒体費 詳細分析」を参照。URL: <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2026/0305-011004.html>

- **マスコミ四媒体由来のデジタル広告費 1,651億円（インターネット広告媒体費の一部、同108.6%）**
引き続き好調を維持し、前年を上回った。
- **新聞デジタル 191億円（同97.9%）**
官公庁・金融・ECサイトやBtoB企業の出稿が目立ったが、新聞デジタル以外の動画広告への予算シフトなどの影響もあり、引き続き前年を下回った。予約型広告は、ターゲティングによるディスプレイ広告や新聞広告に連動した商品、タイアップなどを中心に堅調だったものの、運用型広告は、PV（ページビュー）数の減少や単価低下の影響を大きく受けた。
- **雑誌デジタル 615億円（同96.5%）**
タイアップやオウンドメディア支援などのコンテンツ制作力を生かした領域は、引き続き底堅く推移したものの、運用型広告の単価下落やプラットフォーム側のアルゴリズム変更や、ユーザーのAI検索行動によるPV数の伸び悩みなどが影響し、前年を下回った。
- **ラジオデジタル 38億円（同111.8%）**
前年に続き、podcast（ポッドキャスト）をはじめとする音声メディアでのデジタル展開が注目され、二桁成長となった。また、ターゲットに合わせた出稿が可能なデジタルオーディオ広告への新規出稿数が増加した。
- **テレビメディアデジタル 807億円（同123.4%）**
「テレビメディア関連動画広告」が805億円（同123.3%）と、前年に続き大きく増加した。無料テレビ番組配信サービスでは、配信数上位を占めるドラマに加え、バラエティの視聴も増え、特に年末の漫才コンクール視聴数は前年比増となるなど、再生数・ユーザー数ともに過去最高を記録した。スポーツのライブ視聴も定着し、各種大会の視聴数も増加した。インターネットテレビサービスは、人気のリアリティショーやアニメなどにより、ユーザー数の定着がみられた。

② 「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」 2,444億円（前年比112.5%）

- 前年は緩やかな成長にとどまったが、2025年は二桁成長となり「再成長の局面」を迎えた。
- 物価高騰に対して、実質負担を抑える節約（セール、ポイントバックなど）を志向する生活者へのアプローチが増加した。

③ インターネット広告制作費 4,922億円（前年比104.0%）

- インターネット広告全体の成長に伴い、制作需要も前年に続き拡大した。
- 中でも、ブランディングから購買、CRM（顧客関係管理）まで広い領域で動画活用が進み、動画関連が引き続き伸長した。

(3) プロモーションメディア広告費

① 屋外広告 3,042 億円 (前年比 105.3%)

- ・飲料、情報・通信を中心に、多くの業種で屋外広告利用が目立つなど、好調に推移した。
- ・短期看板は、繁華街に設置の大型ボードを中心に、SNS での拡散を意識したインパクトのある OOH 展開が数多くみられた。屋外ビジョンは、引き続き渋谷・表参道など都市部繁華街の引き合いが活況であった。
- ・ネットワーク型のデジタル OOH 媒体については、広告取引や配信を自動化するプログラマティック DOOH (デジタル屋外広告) が本格普及の段階に入り、小売・流通業の店舗内サイネージなどリテールメディアへの連携も加速した。

② 交通広告 1,736 億円 (前年比 108.6%)

- ・インバウンド需要の高まりで全国的に増加し、特に関西圏では、大阪・関西万博の開催に伴い、駅の大型デジタルサイネージが多く新設されるなど、大きく増加した。
- ・鉄道は、車内ビジョン、中づり、ステッカーなどの車両内の媒体が前年を上回った。駅媒体は、引き続き大型デジタルサイネージへの出稿需要が高く、大都市を中心に駅のデジタルサイネージ新設の傾向が続く。
- ・バスは、大都市圏ではバス車体広告やバス停広告のニーズが強かった。一方、ローカル圏はバスの車体数の減少で広告出稿も減少傾向だった。
- ・空港は、インバウンド需要の拡大により、デジタルサイネージを中心に前年を上回った。
- ・タクシーは、AI 関連サービスの訴求活性化で BtoB 企業による出稿が増加したほか、BtoC 企業の出稿も拡大。またコンテンツを活用した番組セールスも好調に推移し、大幅な増加となった。

③ 折込 2,354 億円 (前年比 96.4%)

- ・新聞購読率の減少や人件費、配送コストの高騰に伴う媒体単価の値上げの影響を受け、出稿量が前年を下回った。
- ・物価高の影響で節約志向が続く中、地域密着型店舗や高齢層向けの商材・サービスを中心に、訴求型広告としての活用がみられたほか、2025 年 7 月の第 27 回参議院議員通常選挙に伴い出稿が増加した。
- ・業種別では、通信販売業、会員制個別宅配、旅行・宿泊業などが増加し、リサイクルショップや買い取り業も引き続き好調に推移した。一方、教育・教養や自動車販売業などは減少した。

④ DM (ダイレクト・メール) 2,708 億円 (前年比 94.6%)

- ・2024 年 10 月の郵便料金改定などの影響で発送数や媒体を見直す動きもあり、前年を下回った。
- ・通販系企業を中心に、単発のキャンペーンタイプ DM から、受け手とのコミュニケーションに配慮した商品同梱型のパーソナライズ DM への移行がみられた。
- ・圧着はがきタイプのものから、ターゲットを絞った高付加価値タイプの DM と、QR コード・動画などを利用したオンラインでの完結が可能なデジタルとのハイブリッド運用がさらに進化した。
- ・通販系企業を筆頭に、高額商品や金融サービス、小売、通信などの DM が多かった。

⑤ フリーペーパー※ 1,056 億円（前年比 80.9%）

- ・デジタル移行などに伴う休刊や廃刊により、減少した。
- ・冠婚葬祭や住宅・不動産関連の業種は増加傾向にあったが、求人情報関連は減少した。制作原価や人件費の高騰で広告単価を上げる動きもみられたが、出稿件数の減少などが影響した。
- ・地域経済に密着した生活情報に関するニーズは高く、デジタル施策との連動による企画商品で、新規広告主の獲得を目指す動きもみられた。

※フリーペーパーは、タブロイド判タイプのフリーペーパー・雑誌タイプのフリーマガジン・電話帳の総称。

⑥ POP 1,540 億円（前年比 103.8%）

- ・実店舗での購買行動の増加で、消費者との直接のコミュニケーション接点となる売り場の POP が増加した。特に売り場訴求の要求が高い食品や日用品などは、物価高による価格改定への対応もあり、売り場戦略の強化が進んだ。
- ・一方、EC や流通業が持つメディアへの移行や、紙・資材などのコスト増、環境対策なども鑑み、広告主サイドの販促予算が抑制される動きもみられた。

⑦ イベント・展示・映像ほか 4,748 億円（前年比 111.2%）

- ・2025 年は大阪・関西万博や Japan Mobility Show 2025、東京 2025 世界陸上など大型イベントの開催が重なり、二桁成長となった。
- ・また、大型商業施設、ホテルなどの新装・改装、都市再開発による需要増も大きなプラス要因となった。
- ・さまざまな企業がリアル体験の有用性を再確認し、イベントや展示により顧客接点を創出する動きが活発化した。単なる商品展示から、商談の質を高めるためのコミュニティ形成やテクノロジーを駆使した高度な体験設計が重視される場へと役割がシフトした。
- ・一方、人件費や物流費、材料費などの高騰により、引き続き厳しいビジネス環境にあることは変わらない。
- ・シネアド（シネマ・アドバタイジング）は、邦画の大ヒット作がけん引し、前年を上回った。

【その他、広告関連市場】 ※「日本の広告費」市場には含まれない

・商業印刷市場 1 兆 7,500 億円（前年比 99.4%）

デジタル広告の拡大で紙媒体を取り巻く環境は厳しかったが、原材料費や物流費などの高騰により価格転嫁は進んだ。短納期、小ロット、可変データといった需要の増加で、さらにデジタル印刷の導入が加速し、印刷業各社のデジタル対応力の差が受注を左右する局面となっている。

・ポスティング市場 1,497 億円（前年比 101.1%）

地域を限定したポスティングなどは都市圏を中心に伸長した。リサイクルショップや買い取り業をはじめ、官公庁・自治体の広報関連、飲食・小売業、不動産・住宅設備など、他媒体の補完機能としても幅広い業種で活用された。人手不足や環境問題などへの対応のため、事業者の再編が進んだ。

- ・DM 制作関連市場 1,121 億円（前年比 100.2%）

DM 発送数は減少したものの、資材高騰などにより制作周辺領域の関連市場は前年並みとなった。ウェブ誘導型の低コスト DM と、高額商品や BtoB 向けのプレミアム型 DM の二極化が進んでいる。

<業種別広告費（衛星メディア関連を除くマスコミ四媒体のみ）について>（図表 7を参照）

「官公庁・団体」「エネルギー・素材・機械」「教育・医療サービス・宗教」「ファッション・アクセサリ」など 8業種が増加した。

<「インターネット広告媒体費」の内訳詳細について>

CARTA HOLDINGS、電通、電通デジタル、セブテーニの4社は、インターネット広告媒体費を種別や取引手法などの切り口でみる「2025年 インターネット広告媒体費 詳細分析」を3月5日に発表した。

URL: <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2026/0305-011004.html>

CARTA HOLDINGS グループコミュニケーション本部 リレーションマネジメント室 室長の高松 幹夫と電通メディアイノベーションラボ 主任研究員 森永 陸一郎による「2025年 日本の広告費」と「2025年 日本のインターネット広告媒体費 詳細分析」解説記事は、「電通報」でご覧いただけます。

<https://dentsu-ho.com/articles/9645>

「2025年 日本の広告費」の解説動画は「電通ウェブサイト ナレッジ & データ」でご覧いただけます。

https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/

以上

図表 4 「日本の広告費」推定範囲

総広告費	日本国内に投下された年間（1～12月）の広告費
マスコミ四媒体広告費	新聞、雑誌、ラジオ、テレビメディアのマスコミ四媒体に投下された広告費
新聞	全国日刊紙、業界紙の広告料および新聞広告制作費
雑誌	全国月刊誌、週刊誌、専門誌の広告料および雑誌広告制作費
ラジオ	全国民間放送の電波料および番組制作費とラジオCM制作費 ※事業費は含まない
テレビメディア	次のテレビメディアの広告費
地上波テレビ	全国民間放送地上波テレビの電波料および番組制作費とテレビCM制作費 ※事業費は含まない
衛星メディア関連	衛星放送、CATVなどに投下された広告費（媒体費および番組制作費）
インターネット広告費	インターネット広告媒体費、物販系ECプラットフォーム広告費、インターネット広告制作費の合計
媒体費	インターネットサイトやアプリ（物販系ECプラットフォームも含む）上の広告掲載費（媒体費）
うちマス四媒体由来のデジタル広告費	マスコミ四媒体事業者などが主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※マスコミ四媒体広告費には含まれない
新聞デジタル	新聞社が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※新聞広告費には含まれない
雑誌デジタル	出版社が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※雑誌広告費には含まれない
ラジオデジタル	ラジオ放送事業者が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※ラジオ広告費には含まれない
テレビメディアデジタル	テレビ放送事業者など（衛星メディア関連も含む）が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費 ※テレビメディア広告費には含まれない
テレビメディア関連動画広告	テレビメディアデジタルのうち、テレビ番組の見逃し配信などインターネット動画配信における広告費
物販系ECプラットフォーム広告費	物販系ECプラットフォーム上に店舗を持つ事業者によって、当該プラットフォーム上に投下された広告費（EC領域の販売促進を図るインターネット広告費全体を示す広告費ではない）
制作費	インターネットサイトやアプリ（物販系ECプラットフォームも含む）上の広告制作費（バナー広告、動画広告、SNSなどでの記事体広告などの制作費）
プロモーションメディア広告費	次のプロモーションメディアの広告費
屋外	短期・長期看板や屋外ビジョン、屋外デジタルサイネージなど、屋外広告の製作費と掲出料
交通	電車・バス・タクシー・空港などの交通広告の掲出料
折込	全国の新聞に折り込まれたチラシの折込料
DM（ダイレクト・メール）	ダイレクト・メールに費やされた郵便料・配達料
フリーペーパー	フリーペーパー・フリーマガジンの広告料、電話帳の掲出料
POP	POP（店頭販促物）の制作費
イベント・展示・映像ほか	広告業が取り扱う販促キャンペーン、ポップアップストア、スポーツイベント、PRイベント、展示会、博覧会、PR館などの製作費、シネアド・プロモーションビデオなどの制作費や上映費など

図表 5 日本経済の成長と「日本の広告費」(2005年～2025年)

暦年	日本の広告費		名目国内総生産(GDP)		名目国内総生産に 対する総広告費の 比率(%)	
	総広告費 (億円)	前年比 (%)	国内総生産 (億円)	前年比 (%)		
2005年	59,625	101.8	5,373,852	100.5	1.11	
06年	59,954	100.6	5,405,660	100.6	1.11	
改 定	05年	68,235	102.9	5,373,852	100.5	1.27
	06年	69,399	101.7	5,405,660	100.6	1.28
	07年	70,191	101.1	5,445,711	100.7	1.29
	08年	66,926	95.3	5,333,554	97.9	1.25
	09年	59,222	88.5	4,993,617	93.6	1.19
	10年	58,427	98.7	5,101,396	102.2	1.15
	11年	57,096	97.7	5,011,420	98.2	1.14
	12年	58,913	103.2	5,053,771	100.8	1.17
	13年	59,762	101.4	5,145,533	101.8	1.16
	14年	61,522	102.9	5,282,156	102.7	1.16
	15年	61,710	100.3	5,488,667	103.9	1.12
	16年	62,880	101.9	5,559,706	101.3	1.13
	17年	63,907	101.6	5,651,190	101.6	1.13
	18年	65,300	102.2	5,691,535	100.7	1.15
	19年	69,381	106.2	5,718,380	100.5	1.21
	20年	61,594	88.8	5,540,744	96.9	1.11
	21年	67,998	110.4	5,735,688	103.5	1.19
	22年	71,021	104.4	5,849,006	102.0	1.21
	23年	73,167	103.0	6,160,330	105.3	1.19
	24年	76,730	104.9	6,342,260	103.0	1.21
25年	80,623	105.1	6,627,885	104.5	1.22	

(注) 国内総生産は内閣府「国民経済計算確報」および「四半期別GDP速報」による。なお、2025年12月に1994年に遡ってGDPは改訂されている。

(注) 2007年に「日本の広告費」の推定範囲を2005年に遡及して改定した。

(注) 2018年に「マス四媒体由来のデジタル広告費」を「インターネット広告費」に追加推定した。

(注) 2019年に「物販系ECプラットフォーム広告費」を「インターネット広告費」に、「イベント」領域を「展示・映像ほか」に追加推定した。

図表6 媒体別広告費（2015年～2025年）

媒体	広告費	広告費（億円）										
		2015年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年
総広告費		61,710	62,880	63,907	65,300	69,381	61,594	67,998	71,021	73,167	76,730	80,623
マスコミ四媒体広告費		28,699	28,596	27,938	27,026	26,094	22,536	24,538	23,985	23,161	23,363	22,980
新聞		5,679	5,431	5,147	4,784	4,547	3,688	3,815	3,697	3,512	3,417	3,136
雑誌		2,443	2,223	2,023	1,841	1,675	1,223	1,224	1,140	1,163	1,179	1,135
ラジオ		1,254	1,285	1,290	1,278	1,260	1,066	1,106	1,129	1,139	1,162	1,153
テレビメディア		19,323	19,657	19,478	19,123	18,612	16,559	18,393	18,019	17,347	17,605	17,556
地上波テレビ		18,088	18,374	18,178	17,848	17,345	15,386	17,184	16,768	16,095	16,351	16,333
衛星メディア関連		1,235	1,283	1,300	1,275	1,267	1,173	1,209	1,251	1,252	1,254	1,223
インターネット広告費		11,594	13,100	15,094	17,589	21,048	22,290	27,052	30,912	33,330	36,517	40,459
プロモーションメディア広告費		21,417	21,184	20,875	20,685	22,239	16,768	16,408	16,124	16,676	16,850	17,184
屋外		3,188	3,194	3,208	3,199	3,219	2,715	2,740	2,824	2,865	2,889	3,042
交通		2,044	2,003	2,002	2,025	2,062	1,568	1,346	1,360	1,473	1,598	1,736
折込		4,687	4,450	4,170	3,911	3,559	2,525	2,631	2,652	2,576	2,442	2,354
DM		3,829	3,804	3,701	3,678	3,642	3,290	3,446	3,381	3,103	2,863	2,708
フリーペーパー						2,110	1,539	1,442	1,405	1,353	1,306	1,056
フリーペーパー	フリーペーパー・マガジン	2,303	2,267	2,136	2,021							
POP	電話帳	334	320	294	266							
イベント・展示・映像ほか		1,970	1,951	1,975	2,000	1,970	1,658	1,573	1,514	1,461	1,483	1,540
展示・映像ほか		3,062	3,195	3,389	3,585	5,677	3,473	3,230	2,988	3,845	4,269	4,748

図表 7 業種別広告費（マスコミ四媒体広告費）

業種	広告費(千万円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2023年	2024年	2025年	2024年	2025年	2023年	2024年	2025年
1. エネルギー・素材・機械	3,430	3,966	4,516	115.6	113.9	1.6	1.8	2.1
2. 食品	21,049	21,598	19,632	102.6	90.9	9.6	9.8	9.0
3. 飲料・嗜好品	18,484	18,239	16,941	98.7	92.9	8.4	8.2	7.8
4. 薬品・医療用品	13,260	13,443	13,149	101.4	97.8	6.1	6.1	6.0
5. 化粧品・トイレットリー	18,288	19,341	18,088	105.8	93.5	8.3	8.7	8.3
6. ファッション・アクセサリ	5,128	5,339	5,595	104.1	104.8	2.3	2.4	2.6
7. 精密機器・事務用品	1,535	1,520	1,439	99.0	94.7	0.7	0.7	0.7
8. 家電・AV機器	3,716	3,523	3,469	94.8	98.5	1.7	1.6	1.6
9. 自動車・関連品	7,929	8,650	8,260	109.1	95.5	3.6	3.9	3.8
10. 家庭用品	5,767	5,649	5,593	98.0	99.0	2.6	2.6	2.6
11. 趣味・スポーツ用品	6,325	6,019	5,862	95.2	97.4	2.9	2.7	2.7
12. 不動産・住宅設備	11,122	10,906	10,882	98.1	99.8	5.1	4.9	5.0
13. 出版	5,582	5,540	5,036	99.2	90.9	2.5	2.5	2.3
14. 情報・通信	24,365	24,285	25,357	99.7	104.4	11.1	11.0	11.7
15. 流通・小売業	14,789	15,165	15,627	102.5	103.0	6.8	6.9	7.2
16. 金融・保険	15,005	14,398	13,574	96.0	94.3	6.9	6.5	6.2
17. 交通・レジャー	14,863	15,610	16,004	105.0	102.5	6.8	7.1	7.4
18. 外食・各種サービス	16,297	16,677	16,833	102.3	100.9	7.4	7.5	7.7
19. 官公庁・団体	3,449	3,255	4,011	94.4	123.2	1.6	1.5	1.8
20. 教育・医療サービス・宗教	5,451	4,854	5,106	89.0	105.2	2.5	2.2	2.3
21. 案内・その他	3,256	3,113	2,596	95.6	83.4	1.5	1.4	1.2
合計	219,090	221,090	217,570	100.9	98.4	100.0	100.0	100.0

<マスコミ四媒体広告費の業種別分類基準>

1. エネルギー・素材・機械	電力、ガス、ガソリン、紙、鉄鋼、化学材料、農業機器、建設・土木機器、工作機器、店舗用機材など
2. 食品	乳製品、肉製品、調味料、パン、菓子、健康・美容食品、サプリメント、加工食品など
3. 飲料・嗜好品	アルコール飲料、非アルコール飲料、タバコなど
4. 薬品・医療用品	医薬品、医療用品、ドリンク剤、メガネなど
5. 化粧品・トイレットリー	皮膚・毛髪用など化粧品全般、化粧用具、シャンプー&リンス、かみそり・替刃、電動歯ブラシ、歯磨き、石けん、洗剤、洗濯用剤、生理用品、紙おむつなど
6. ファッション・アクセサリ	衣料品、生地、身の回り繊維品、靴、バッグ、傘、貴金属・アクセサリなど
7. 精密機器・事務用品	時計、カメラ・デジタルカメラなど光学機器、事務用品、文房具など
8. 家電・AV機器	厨房用・家事用・冷暖房用電気機器、音声・映像機器(テレビ・ビデオ含む)、照明器具、電気理容・美容器具など
9. 自動車・関連品	自動車、オートバイ・スクーター、自転車、モーターボート、タイヤ、カーナビゲーションなど
10. 家庭用品	石油・ガス機器、寝具、インテリア、家具、仏具、台所用品、殺虫・防虫剤、芳香・消臭剤など
11. 趣味・スポーツ用品	趣味用品、ゲーム機・ソフト、音声・映像ソフト、園芸用品、ペットフード、パチンコ・パチスロ機、スポーツ用品など
12. 不動産・住宅設備	宅地・住宅など土地・建物、建材、トイレ・浴槽・厨房ユニット・太陽光発電・給湯システムなど住宅付属設備
13. 出版	新聞、雑誌、書籍、語学教材、他の刊行物
14. 情報・通信	コンピューター・関連品、コンピューターソフト、携帯電話機、携帯情報端末、電話サービス、通信サービス・インターネット、ウェブコンテンツ、オンラインショップ、オンラインゲーム、放送など
15. 流通・小売業	百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、通信販売、量販店、ショッピングセンター、他の小売店など
16. 金融・保険	銀行、証券、保険、消費者金融、クレジットカード、電子マネー、宝くじ、インターネットバンキングなど
17. 交通・レジャー	交通、旅行・宿泊、スポーツ・レジャー施設、公営レース、映画・コンサート・各種イベントなど
18. 外食・各種サービス	飲食業、宅配・引越便、美容、レンタル、人材派遣、求人・転職サービス、結婚情報、セキュリティサービス、法律相談、かつらなど
19. 官公庁・団体	官公庁、自治体、政党、外国官公庁、広告団体、諸団体など(単一業界の団体は各業種に分類)
20. 教育・医療サービス・宗教	学校、予備校・学習塾、各種学校、通信教育、医療機関、医療・介護サービス、シルバー施設、宗教など
21. 案内・その他	案内広告(新聞、雑誌)、臨時もの、連合広告、企業グループなど

図表 8 業種別 マスコミ四媒体別広告費 (2025 年)

*衛星メディア関連は除く
(単位:千万円, %)

業種	新聞			雑誌			ラジオ			地上波テレビ			マスコミ四媒体合計		
	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比	広告費	構成比	前年比
1. エネルギー・素材・機械	416	1.3	103.5	110	1.0	96.5	271	2.3	114.3	3,719	2.3	115.7	4,516	2.1	113.9
2. 食品	2,931	9.3	85.3	644	5.7	84.6	1,097	9.5	110.5	14,960	9.1	91.2	19,632	9.0	90.9
3. 飲料・嗜好品	822	2.6	85.7	475	4.2	102.8	316	2.7	72.6	15,328	9.4	93.6	16,941	7.8	92.9
4. 薬品・医療用品	1,714	5.5	95.0	223	2.0	90.7	761	6.6	93.1	10,451	6.4	98.8	13,149	6.0	97.8
5. 化粧品・トイレタリー	1,676	5.3	84.3	1,124	9.9	92.5	458	4.0	99.6	14,830	9.1	94.6	18,088	8.3	93.5
6. ファッション・アクセサリ	590	1.9	94.4	2,524	22.2	97.8	51	0.4	96.2	2,430	1.5	116.8	5,595	2.6	104.8
7. 精密機器・事務用品	301	1.0	109.1	636	5.6	92.2	40	0.3	100.0	462	0.3	89.9	1,439	0.7	94.7
8. 家電・AV機器	166	0.5	171.1	458	4.0	103.6	71	0.6	122.4	2,774	1.7	94.8	3,469	1.6	98.5
9. 自動車・関連品	320	1.0	103.6	293	2.6	90.4	614	5.3	104.6	7,033	4.3	94.7	8,260	3.8	95.5
10. 家庭用品	393	1.3	76.3	304	2.7	93.0	237	2.1	101.3	4,659	2.8	101.9	5,593	2.6	99.0
11. 趣味・スポーツ用品	370	1.2	83.3	660	5.8	99.5	228	2.0	99.6	4,604	2.8	98.3	5,862	2.7	97.4
12. 不動産・住宅設備	1,311	4.2	95.3	408	3.6	91.1	710	6.2	100.9	8,453	5.2	100.9	10,882	5.0	99.8
13. 出版	3,487	11.1	94.6	100	0.9	93.5	227	2.0	85.7	1,222	0.7	82.4	5,036	2.3	90.9
14. 情報・通信	2,022	6.4	96.5	543	4.8	101.5	1,139	9.9	125.7	21,653	13.2	104.4	25,357	11.7	104.4
15. 流通・小売業	4,742	15.1	88.7	398	3.5	89.6	895	7.8	120.0	9,592	5.9	111.1	15,627	7.2	103.0
16. 金融・保険	837	2.7	94.5	336	3.0	112.4	528	4.6	88.4	11,873	7.3	94.1	13,574	6.2	94.3
17. 交通・レジャー	4,943	15.8	94.9	1,164	10.2	100.7	974	8.4	97.7	8,923	5.5	108.2	16,004	7.4	102.5
18. 外食・各種サービス	1,085	3.5	91.3	312	2.7	101.0	1,751	15.2	84.8	13,685	8.4	104.3	16,833	7.7	100.9
19. 官公庁・団体	1,057	3.4	99.8	240	2.1	103.9	590	5.1	93.9	2,124	1.3	158.9	4,011	1.8	123.2
20. 教育・医療サービス・宗教	1,003	3.2	86.8	352	3.1	96.2	369	3.2	103.1	3,382	2.1	113.7	5,106	2.3	105.2
21. 案内・その他	1,174	3.7	89.4	46	0.4	65.7	203	1.8	95.8	1,173	0.7	77.3	2,596	1.2	83.4
合計	31,360	100.0	91.8	11,350	100.0	96.3	11,530	100.0	99.2	163,330	100.0	99.9	217,570	100.0	98.4

図表9 マスコミ四媒体業種別広告費（2015年～2025年）

*衛星メディア関連は除く
(単位：千万円)

業種	広告費 (千万円)										
	2015年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年
1. エネルギー・素材・機械	2,664	3,755	4,054	3,911	4,228	3,639	3,228	3,493	3,430	3,966	4,516
2. 食品	27,069	28,012	27,744	25,449	25,505	22,406	21,970	21,571	21,049	21,598	19,632
3. 飲料・嗜好品	19,373	18,354	18,497	17,453	16,771	15,735	18,840	17,770	18,484	18,239	16,941
4. 薬品・医療用品	14,647	15,265	14,738	14,832	14,411	13,590	13,863	12,885	13,260	13,443	13,149
5. 化粧品・トイレットリー	28,426	28,845	27,291	26,279	24,029	21,384	22,524	19,922	18,288	19,341	18,088
6. ファッション・アクセサリ	11,067	9,961	9,163	8,354	7,536	5,357	5,213	5,436	5,128	5,339	5,595
7. 精密機器・事務用品	3,347	2,884	2,561	3,154	2,691	1,416	1,765	1,532	1,535	1,520	1,439
8. 家電・AV機器	5,444	5,970	5,288	4,782	4,500	3,896	4,643	4,236	3,716	3,523	3,469
9. 自動車・関連品	15,380	14,459	14,683	14,025	13,918	10,925	9,689	8,957	7,929	8,650	8,260
10. 家庭用品	6,714	6,456	6,560	6,399	6,158	6,031	7,033	5,816	5,767	5,649	5,593
11. 趣味・スポーツ用品	7,951	7,966	7,875	7,352	6,680	5,950	6,776	6,526	6,325	6,019	5,862
12. 不動産・住宅設備	11,209	11,964	13,032	12,171	11,316	9,841	11,256	11,411	11,122	10,906	10,882
13. 出版	8,486	8,080	7,798	6,803	6,526	5,732	6,366	6,114	5,582	5,540	5,036
14. 情報・通信	27,433	28,401	28,891	28,491	26,563	25,234	32,703	29,698	24,365	24,285	25,357
15. 流通・小売業	18,984	18,121	16,361	16,157	15,969	14,300	14,941	15,155	14,789	15,165	15,627
16. 金融・保険	15,973	15,759	15,050	15,207	15,083	13,054	15,155	15,554	15,005	14,398	13,574
17. 交通・レジャー	21,635	20,784	20,116	19,469	19,214	10,643	10,684	12,723	14,863	15,610	16,004
18. 外食・各種サービス	14,638	14,395	13,482	14,023	13,816	12,360	13,855	15,611	16,297	16,677	16,833
19. 官公庁・団体	3,296	3,326	3,057	3,006	3,905	4,170	4,115	4,118	3,449	3,255	4,011
20. 教育・医療サービス・宗教	7,342	6,941	6,822	6,928	6,501	5,400	5,614	5,599	5,451	4,854	5,106
21. 案内・その他	3,562	3,432	3,317	3,265	2,950	2,567	3,057	3,213	3,256	3,113	2,596
合計	274,640	273,130	266,380	257,510	248,270	213,630	233,290	227,340	219,090	221,090	217,570

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部
河南、内田、前橋、李
Email: koho@dentsu.co.jp

【日本の広告費に関する問い合わせ先】

株式会社電通 電通メディアイノベーションラボ
長谷川、榊原、日高、森永
Email: mediainnovation@dentsu.co.jp