

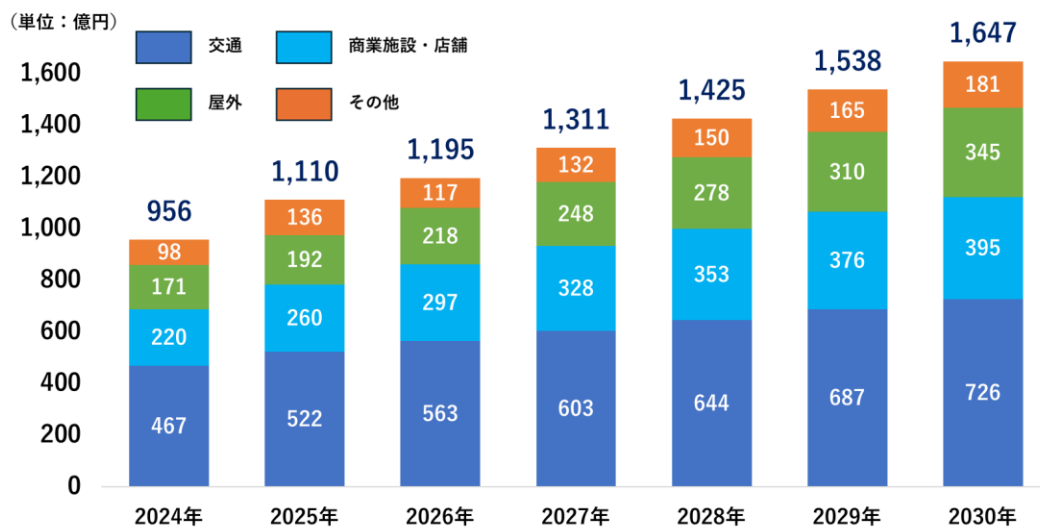


LIVE BOARD、デジタルサイネージ広告市場調査を実施

～2025年のデジタルサイネージ広告市場規模は1,110億円の見通し、2030年には1,647億円と予測～

株式会社 LIVE BOARD（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：高木 智広 以下、LIVE BOARD）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、株式会社CARTA HOLDINGS（東京都港区、代表取締役 社長執行役員兼CEO：宇佐美 進典）の監修のもと、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、2025年のデジタルサイネージ広告市場規模は1,110億円の見通し（前年比116%）となり、2030年予測は、2025年比148%増の1,647億円となりました。

[デジタルサイネージ広告市場規模推定2024年－2030年]



（デジタルサイネージ広告市場調査2025年：LIVE BOARD/デジタルインファクト調べ）

デジタルサイネージ広告市場は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逆風を乗り越え、現在も市場全体の成長が続いています。

また、街中や店内などリアルな時間・場所で視聴者に接触し、臨場感のあるクリエイティブを届けられるデジタルサイネージ広告への需要も高まっており、市場の成長を後押ししています。

渋谷、原宿、新宿といった人気エリアのビルや駅構内に設置されているデジタルサイネージ広告の需要は引き続き高まっています。また、2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の開催に合わせて、大阪・関西エリアでのデジタルサイネージの整備が加速し、プロモーションを強化していきたいと考えていた多くの広告主からの需要にも応えています。

注目市場の一つとされてきたリテールメディアでは、先行してデジタルサイネージの設置が続けられて来た総合スーパー（GMS）やスーパーマーケット（SM）、ドラッグストアだけでなく、大手コンビニエンスストアチェーンが全国10,000店舗以上にサイネージを導入するなど、広告配信面数の拡大が一気に進みました。また、異なる事業者間同士の連携やデータ活用の検討や実証が進むなど、今後の市場成長に大きな期待が寄せられています。

大手鉄道事業者が新たにデジタルOOH広告（OOH: Out-of-Home）のデータドリブンな広告運用を可能とするマーケットプレイスを立ち上げるなど、プログラマティック広告取引への関心も引き続き高まっています。DSP/SSPとの接続が増えていくことにより、海外の広告代理店やウェブ広告代理店など、新たな販路が拡大されていくと共に、デジタルサイネージの稼働率が上がるものと見られます。

2025年9月にはOOH広告の効果測定と指標の共通化を推進するため、広告主・広告会社・媒体事業社など広告業界全体を対象とした業界横断組織として「一般社団法人 日本OOHメジャメント協会（JOAA）」^{※2}が設立されました。本協会は、OOH広告の価値を可視化するための業界共通指標の開発・提供を通じて、広告主が安心してOOH広告を活用できる環境を整備することを目的としています。海外市場ではメジャメント指標の導入による広告効果の可視化で市場成長が後押しされており、同様の効果が日本市場にももたらされることに期待を示す声も挙がっています。

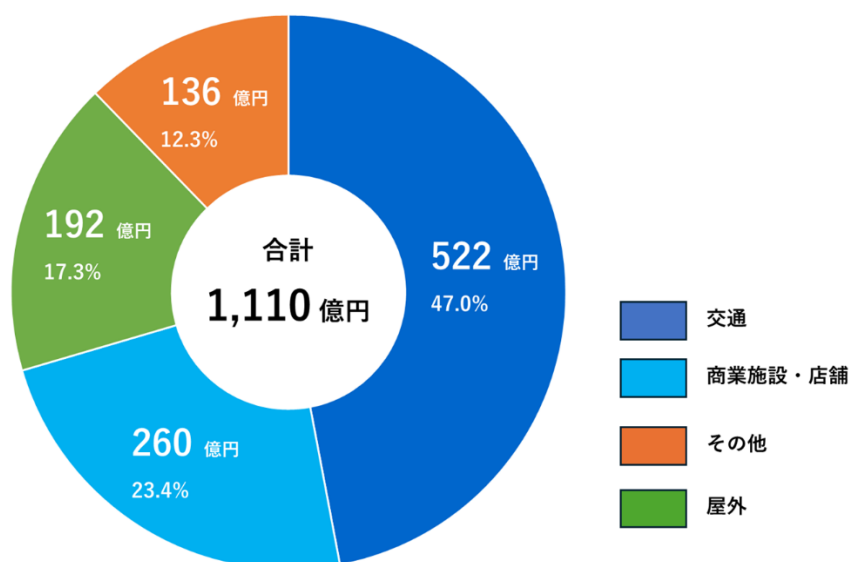
市場関係者の間では、デジタルサイネージ広告市場全体が今後も安定成長を続けていくという共通認識が生まれています。本調査ではこうした見解に基づき、2030年のデジタルサイネージ広告市場規模は2025年比148%増の1,647億円に達すると予測します。

【調査結果】

■2025年セグメント別デジタルサイネージ広告市場規模推計

2025年のデジタルサイネージ広告市場規模は前年比116%、1,110億円と推測されます。交通は522億円で全体の47.0%、商業施設・店舗は260億円で全体の23.4%、屋外は192億円で全体の17.3%、そしてその他は136億円で全体の12.3%を占めると推測されます。

[2025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2025年：LIVE BOARD/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。

駅施設ではインパクトのある表現やイマーシブな空間演出に長けている媒体への需要が高まっています。デジタルサイネージ端末の設置や商品開発も継続して進んでいくものと見られますが、今後は高い広告需要が見込めるエリアに絞ったうえでの投資が進められていくものと見られます。

首都圏での媒体取り付けがほぼ完了したとされるタクシー広告では、認知効果を高めるためにタブレットで放映される独自の番組コンテンツの開発に取り組むとともに、広告主をスポンサーとした番組タイアップ企画にも積極的に取り組むなど、新たな広告商品の提供も進んでいます。

空港においては訪日外国人旅行者数が急増しており、その需要に応える形で国際線のデジタルサイネージでの満稿が続いてきました。また、国内線で周遊する訪日外国人旅行者も増えており、地方空港でもインバウンドによる一定の効果が表れています。

■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。

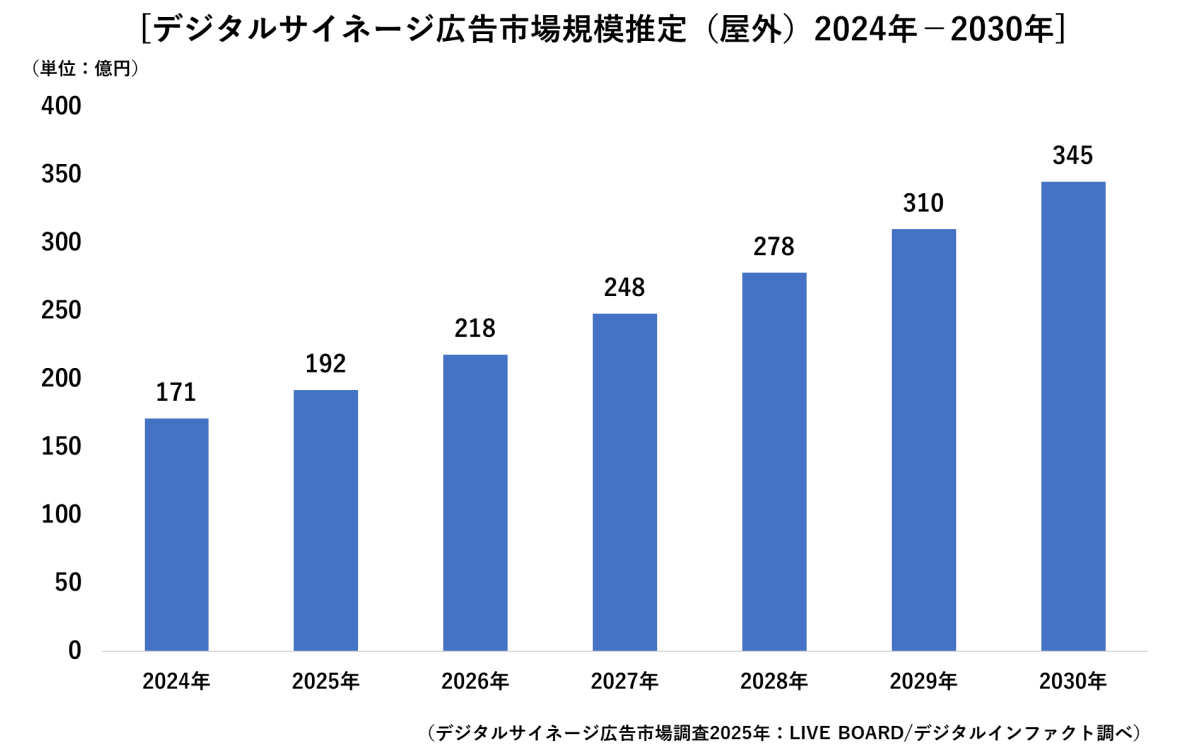
デジタルサイネージ端末の設置が進む一方で、データ連携や活用、効果測定が引き続きの課題として残されており、様々な事業者が参入しています。また、これまでは店頭に置いてある商品の販売を促進させていくために広告が出稿されてきましたが、大規模なデジタルサイネージ端末の設置が進んだことにより、車など店舗への非配荷の商品の広告出稿がなされるなど、一部では認知メディアとしての活用も進んでいます。今後も様々なビジネスモデルが確立されていくなかで、特定商品の購入を対象とした販促費だけではなく、マーケティング費や広告宣伝費といった新たな広告主予算からの投資がされていくことに媒体事業者からは大きな期待が寄せられています。

■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では、渋谷や原宿といった人気地区の駅前屋外大型ビジョンが引き続き好調であり、加えて大阪・関西万博に合わせたデジタルサイネージの設置も進み、大阪・梅田といった関西地域でのデジタルサイネージの人気も上がってきました。屋外ビジョンではSNSでの話題化など数値だけでは図ることができない、デジタルサイネージならではのインパクトのある表現や媒体特性が高く評価されてきましたが、その一方で、人気エリアのデジタルサイネージであっても、必ずしも高い評価を得られるわけではないとの声も挙がっており、広告主ニーズを満たすことの出来る広告商品企画・開発がより求められる市場環境になっています。

メジャメントの導入により新たな広告指標が導入されることで、海外の広告代理店やウェブ広告代理店などを通じて、今までデジタルサイネージ広告に出稿をしていなかった新たな広告主の増加が見込まれ、市場の成長を後押しすると考えられます。また、新たな業界共通の広告指標が導入されたデジタルOOHが、視聴率やクリック率などの比較可能な指標で取引が進められてきたテレビ広告やデジ

ル広告でのプロモーションに組み込みやすくなることで、より多くのプロモーションに活用されていくことに期待する声も上がりました。



■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。

映画館では、ハリウッドでのストライキにより公開延期とされていた大型作品が放映されたほか、人気アニメの新作が劇場公開され、市場にも大きな影響を与えました。

そのほか、ゴルフカートやヘリコプター、公衆トイレ、喫煙所、銭湯・サウナなど、生活者の様々なモーメントを捉えることが出来る場所で、デジタルサイネージの新規媒体設置が着実に進み、広告配信が実施されています。

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、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 <https://www.joaa.jp/>

【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：LIVE BOARD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：2025年7月-9月

調査主体：株式会社 LIVE BOARD

調査実施機関：株式会社デジタルインファクト

調査監修：株式会社CARTA HOLDINGS

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、2025年の推計と、2030年までの予測を行った。

■株式会社 LIVE BOARD



データドリブンにターゲティングや効果検証を実現する
デジタルOOHアドネットワークオペレーター

OOH領域において国内で初めてインプレッション（VAC）※3に基づく配信を実現。コロナ禍のような人流変化が起こりやすい状況下でも、"そのとき、その場所で、その広告を"見ると仮定される人数をもとに、限りなく実態に即した広告配信および課金体系を展開。加えて、屋外・屋内、電車内、駅構内など日本全国の多様なデジタルOOHを束ねた独自ネットワークに国内最大級キャリアのビッグデータを掛け合わせることで、性・年代別によるターゲティングなど、従来のOOHでは難しかった"ヒト"基点による配信を可能にしました。

※3 LIVE BOARDは、OOHグローバルメジャメントガイドラインにて推奨されている、視認調査に基づく視認率を加味したインプレッション（VAC＝Visibility Adjusted Contact / のべ広告視認者数）を採用しています。媒体の視認エリアの中にいる人数（OTS＝Opportunity to See）のうち、OOH広告に接触する可能性のあるべ人数（OTC＝Opportunity to Contact / 視認エリア内での移動方向や障害物の有無を考慮）を定義。この数に媒体に応じた視認率を加味することで、実際に広告を見るであろうべ人数（VAC）を推計しています。

会社名	株式会社 LIVE BOARD
代表者	代表取締役社長 高木 智広
所在地	東京都渋谷区神宮前3-1-30 Daiwa青山ビル7階
設立日	2019年2月1日
事業内容	デジタルOOH広告配信プラットフォームの運営、デジタルOOH広告媒体の開拓、デジタルOOH広告枠の販売
ホームページ	https://www.liveboard.co.jp

＜本リリースに関するお問合せ先＞
LIVE BOARD広報事務局 担当：加藤・鏡
TEL：090-3050-8873 / 03-5843-0932 E-mail：info_press@liveboard.co.jp