



NEWS RELEASE

2025.2.17

株式会社CARTA COMMUNICATIONS

## CCI、2024年下期インターネット広告市場動向およびトレンド についての調査レポートを発表

～インターネット広告費は増加傾向、動画広告・コネクテッドTVが増加～

株式会社CARTA HOLDINGSのグループ会社である株式会社CARTA COMMUNICATIONS（東京都港区、代表取締役社長：目黒 拓、以下「CCI」）は、2024年12月、国内のデジタルマーケティング業界の関係者を対象に調査を実施し、2024年下期インターネット広告市場動向および、これからのインターネット広告における課題・中長期的施策・トレンドについてまとめたレポートを発表しました。

### 2024年下期 インターネット広告 市場動向



本調査は、昨今のインターネット広告市場における具体的な変化を2020年7月から半期ごとに調査しているものです。国内のマーケターのアンケート回答結果と当社の運用型ディスプ°

レイ広告出稿分析ツール「CCI 360 Programmatic Display Market Analytics」(※1)のデータをもとに、インターネット広告キャンペーン費用の推移等、該当期間におけるインターネット広告の出稿傾向をホワイトペーパーとしてまとめました。

ホワイトペーパーをご希望の方は、以下フォームよりお問い合わせください。

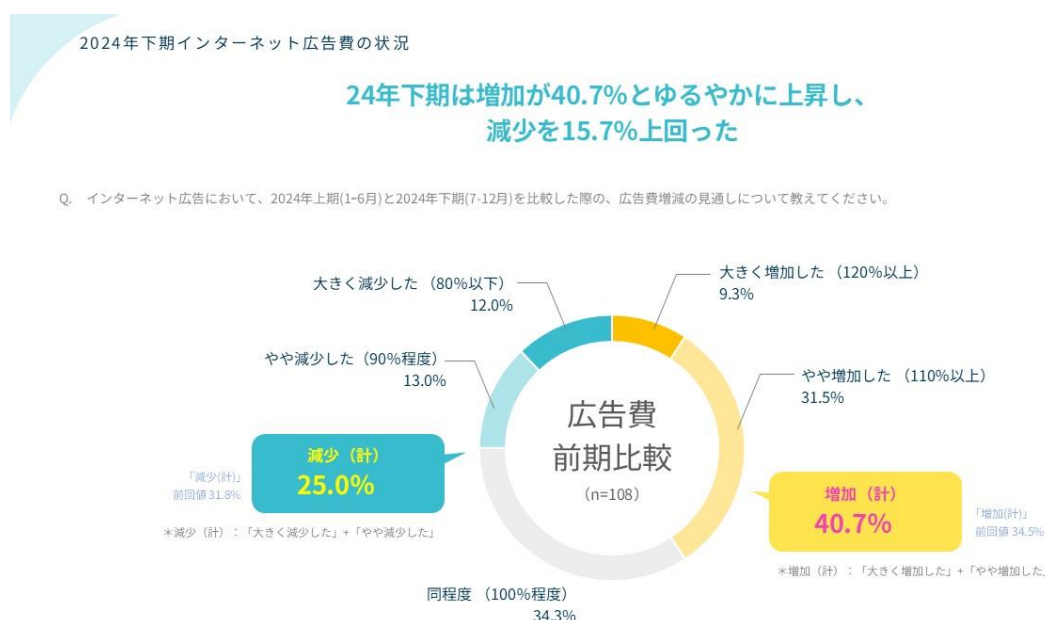
お問い合わせフォームは [こちら](https://www.cci.co.jp/form_cci360_10/)：

[https://www.cci.co.jp/form\\_cci360\\_10/](https://www.cci.co.jp/form_cci360_10/)

## <2024年下期インターネット広告市場動向の主なポイント>

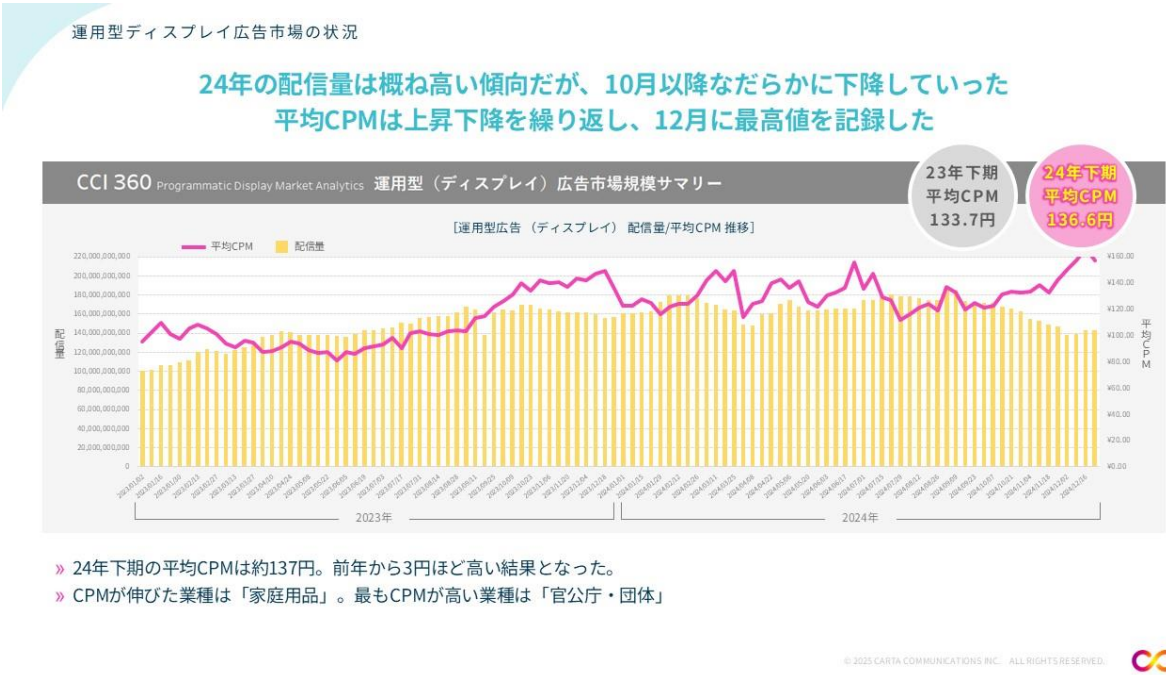
### インターネット広告費は増加傾向

2024年下期の広告費は、2024年上期と比べ増加したとの回答が40.7%で、前回調査時より6.2%増加。前は「増加」・「同程度」・「減少」の割合がほぼ同水準であったが、2024年下期は「増加」の割合が増えており、広告費が増加傾向にあることがうかがえる。



運用型ディスプレイ広告市場の状況

2023年と比較して2024年のCPMは高い傾向を示し、上昇と下降を繰り返しながら、2024年12月に最高値を記録し、2024年下期の平均CPMが136.6円となった。



今回の調査からCPMの業種別比較表を追加しており、2024年上期と比べて100%を超える業種が13業種に達した。

運用型ディスプレイ広告市場の状況 下期（2023年7-12月 ⇄ 2024年7-12月）比較

下期比較では100%超えが13業種  
最もCPMが伸びた業種は「家庭用品」

(引用：CCI360 / 単位：円)

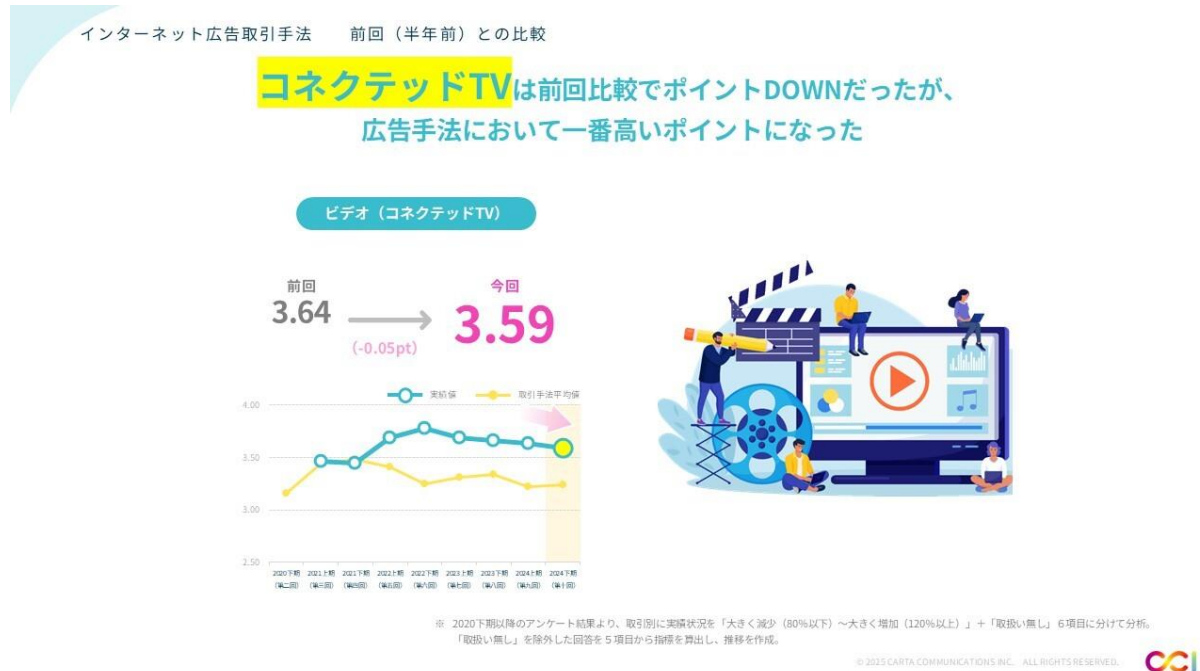
| No. | 業種           | 2023年7-12月 | 2024年7-12月 | YoY    |
|-----|--------------|------------|------------|--------|
| 1   | エネルギー・素材・機械  | 162.38     | 138.88     | 85.5%  |
| 2   | ファッション・アクセサリ | 117.68     | 124.57     | 105.9% |
| 3   | 飲料・嗜好品       | 200.64     | 190.63     | 95.0%  |
| 4   | 化粧品・トイレットリー  | 106.56     | 141.68     | 133.0% |
| 5   | 家庭用品         | 117.97     | 160.28     | 135.9% |
| 6   | 家電・AV機器      | 150.16     | 160.77     | 107.1% |
| 7   | 外食・各種サービス    | 120.28     | 111.98     | 93.1%  |
| 8   | 官公庁・団体       | 190.55     | 217.55     | 114.2% |
| 9   | 教育・医療サービス・宗教 | 127.27     | 142.76     | 112.2% |
| 10  | 金融・保険        | 147.12     | 162.75     | 110.6% |
| 11  | 交通・レジャー      | 126.91     | 146.18     | 115.2% |
| 12  | 自動車・関連品      | 151.75     | 172.65     | 113.8% |
| 13  | 趣味・スポーツ用品    | 70.54      | 82.02      | 116.3% |
| 14  | 出版           | 157.02     | 143.94     | 91.7%  |
| 15  | 情報・通信        | 131.42     | 135.04     | 102.8% |
| 16  | 食品           | 115.52     | 143.97     | 124.6% |
| 17  | 精密機器・事務用品    | 199.82     | 165.03     | 82.6%  |
| 18  | 不動産・住宅設備     | 157.80     | 150.64     | 95.5%  |
| 19  | 薬品・医療用品      | 161.22     | 138.54     | 85.9%  |
| 20  | 流通・小売業       | 121.58     | 138.46     | 113.9% |
| 21  | その他（中小企業含む）  | 152.13     | 145.71     | 95.8%  |

© 2025 CARTA COMMUNICATIONS INC. ALL RIGHTS RESERVED. CCI

## インターネット広告取引手法別の市況感

広告取引手法別では、動画広告のポイントが引き続き高い傾向にあり、特にコネクテッドTVのポイントが最も高い結果となった。

※ポイントが高い＝増加したとの回答が多い



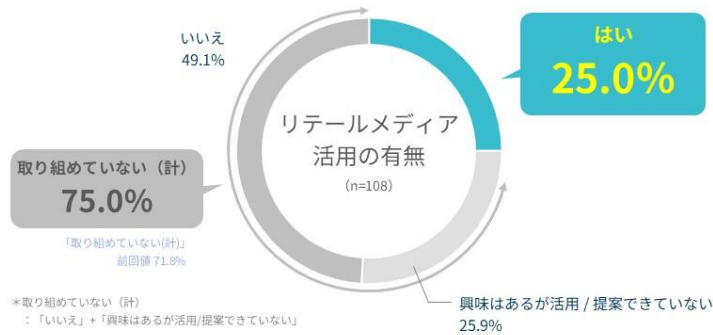
## <インターネット広告における課題・中長期的施策・トレンドの主なポイント>

### インターネット広告におけるトレンドや課題

リテールメディアは興味関心が高く、注目されている取引手法だが、現状では活用率が低く、まだ活用できる余地があることがわかった。

## 7割以上がリテールメディアを活用できていない 前回より3.2%下がった

Q. リテールメディアを活用した提案、または取り組みを実施したことがありますか。



これらの調査結果をもとに、2025年上期のインターネット市場の動向は、緩やかに上昇することが予想される。

## 25年上期はゆるやかに上昇 インターネット市場景況の成長が見込まれる

インターネット広告景況感の実績と予測



※実績：2020下期以降のアンケート結果より、取引別に実績状況を「大きく減少（80%以下）～大きく増加（120%以上）」の5項目に分けて分析。回答5項目から指標を算出し、推移を作成。

※予測：2020下期以降のアンケート結果より、取引別に実績状況を「悪くなる（80%以下）～良くなる（120%以上）」の5項目に分けて分析。回答5項目から指標を算出し、推移を作成。

その他、インターネット広告における課題・中長期的施策・トレンドとして、以下のキーワードで調査を実施し、まとめています。

- オンライン/オフラインの統合
- 生成AI活用
- 3rd Party Cookie
- ブランド毀損
- リソース

詳細は、上部に記載のお問い合わせフォームから、ホワイトペーパーをダウンロードしご確認ください。

< 調査概要 >

|      |                                                                            |
|------|----------------------------------------------------------------------------|
| タイトル | 第10回インターネット広告市場に関するアンケート                                                   |
| 調査手法 | メール配布によるアンケート調査                                                            |
| 調査時期 | 2024年12月11日（水）～ 12月24日（火）                                                  |
| 対象者  | 広告主、広告会社、媒体社、メディア、プラットフォーマー、テクノロジー・ソリューションベンダー、メディアレップなどインターネット広告市場に関係のある方 |
| 回答数  | 108                                                                        |

(\*1) < ツール概要 >

|       |                                                                                                                          |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ツール名  | CCI 360 Programmatic Display Market Analytics                                                                            |
| ツール概要 | CCI360は、CCIのサプライパートナーからのデータを基に集計を行い、日本のディスプレイに限定した運用型広告の市場規模と、運用型広告（ディスプレイ）にキャンペーン予算を多く投下している広告主のキャンペーン費用の規模や推移を調査するツール。 |

|       |                                         |
|-------|-----------------------------------------|
| 会社名   | 株式会社CARTA COMMUNICATIONS                |
| 本社所在地 | 東京都港区虎ノ門2-6-1 虎ノ門ヒルズ ステーションタワー36F       |
| 代表者   | 代表取締役社長 目黒 拓                            |
| 株主    | 株式会社CARTA HOLDINGS（株式会社電通グループ連結子会社）100％ |
| 事業内容  | デジタルマーケティング事業                           |

**本件に関する  
お問合せ先**

株式会社CARTA COMMUNICATIONS  
経営戦略室  
E-mail: cci360\_info@cartahd.com

**報道関係者  
お問合せ先**

株式会社CARTA HOLDINGS 広報担当  
<https://cartaholdings.co.jp/contact-pr/>