

国内広告市場規模と博報堂DYグループ国内売上高の推移

国内の広告市場は、コロナ禍による大幅なマイナス影響を受けたものの、その後は回復基調が継続しており、過去10年間にわたって概ねその規模を維持しています。

また、企業のマーケティング活動のデジタル化という構造転換は継続しており、インターネットメディアは、伸び率こそ鈍化しているものの堅調に推移しています。

このような市場環境のもと、当社グループでは、他社に先駆けて生活者データやテクノロジーを活用したマーケティングに取り組んできました。

さらには、広告メディアビジネスの次世代型モデル「AaaS」を提唱し、テレビ×デジタルなどメディアの付加価値向上を推進するとともに、広告のみならず、企業のマーケティング活動全体をサポートする領域へと機能を拡張し、フルファンネルでのサービス提供を強化してきました。

その結果、2024年3月期の当社国内売上高は、2015年3月期の1.24倍となり、当社推計のマーケットシェアは、2015年3月期の17.9%から2024年3月期には23.9%へ着実に拡大しています。

国内広告市場規模と博報堂DYグループ国内売上高の経年推移

