

CARTA ZERO、2025年上期デジタルマーケティング市場動向 およびトレンドについての調査レポートを発表

～市場全体の広告費は増加傾向、特にソーシャル広告、WEB動画・コネクテッドTVが伸長～

株式会社CARTA HOLDINGSのグループ会社で、デジタルマーケティングを中心とした事業を展開する株式会社CARTA ZERO（本社：東京都港区、代表取締役CEO：宇佐美 進典、以下「CARTA ZERO」）は、国内のデジタルマーケティング業界関係者を対象に、2025年上期のデジタルマーケティング市場動向と今後のインターネット広告におけるトレンドに関する調査を実施し、その結果をまとめたレポートを発表しました。

本調査により、デジタル広告費は引き続き増加傾向にあり、特にソーシャル広告やビデオ広告が市場を牽引していることが分かりました。また、多くの企業で広告予算のデジタルシフトが加速しているほか、業務における生成AIの活用が約9割に達するなど、その一般化がさらに進んでいることが確認されました。



本調査は、デジタルマーケティング市場の動向を把握するため、2020年7月から半期ごとに実施しているものです。なお、本調査はこれまで「インターネット広告市場調査」として発表しておりましたが、現在の市場環境をよりの確に反映するため、今回より「デジタルマーケティング市場動向調査」へ名称を変更いたしました。

国内のマーケターへ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「CARTA ZERO 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://know-how-now.cci.co.jp/download/20251014>

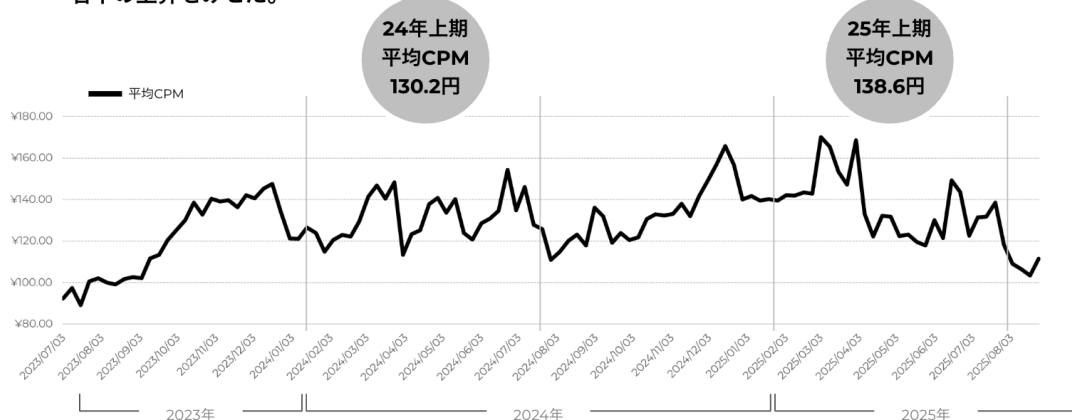
<2025年上期デジタルマーケティング市場動向の主なポイント>

運用型ディスプレイ広告市場の状況

2025年上期の運用型ディスプレイ広告市場における平均CPMは138.6円となり、2024年上期の130.2円と比較して若干上昇した。年間を通じて変動はあったものの、平均CPMの大きな変化はみられなかった。

運用型ディスプレイ広告市場の状況（平均CPM推移）

※ 25年に入ってからCPMについて、上昇下降はあるものの平均CPMは大きく変わらず、若干の上昇をみせた。



2024年上期とのCPM比較において、100%を上回った業種は6業種に上った。なかでも「ファッション・アクセサリー」業種が最も高い伸びを示し、前年同期比135.0%を記録した。

運用型ディスプレイ広告市場の状況（業種別CPM前年比較 / 2024年 1-6月 ⇄ 2025年 1-6月）

※ 前年上期とのCPM比較において100%越えは 6業種。
最もCPMが伸びた業種は「ファッション・アクセサリ」。

No	業種	2024年 1-6月	2025年 1-6月	YoY
1	エネルギー・素材・機械	¥156.66	¥116.07	74.1%
2	ファッション・アクセサリ	¥119.99	¥162.02	135.0%
3	飲料・嗜好品	¥388.53	¥150.72	38.8%
4	化粧品・トイレタリー	¥133.43	¥149.81	112.3%
5	家庭用品	¥140.63	¥151.47	107.7%
6	家電・AV機器	¥156.78	¥129.03	82.3%
7	外食・各種サービス	¥121.15	¥120.83	99.7%
8	官公庁・団体	¥212.92	¥201.18	94.5%
9	教育・医療サービス・宗教	¥141.68	¥143.87	101.5%
10	金融・保険	¥150.01	¥146.21	97.5%
11	交通・レジャー	¥121.33	¥118.04	97.3%
12	自動車・関連品	¥176.78	¥167.22	94.6%
13	趣味・スポーツ用品	¥76.65	¥94.81	123.7%
14	出版	¥151.02	¥116.71	77.3%
15	情報・通信	¥143.88	¥120.31	83.6%
16	食品	¥149.31	¥136.87	91.7%
17	精密機器・事務用品	¥177.59	¥138.83	78.2%
18	不動産・住宅設備	¥176.53	¥120.89	68.5%
19	薬品・医療用品	¥167.64	¥97.28	58.0%
20	流通・小売業	¥133.55	¥134.84	101.0%
21	その他	¥144.57	¥102.97	71.2%

※参照元：CARTA ZERO 360

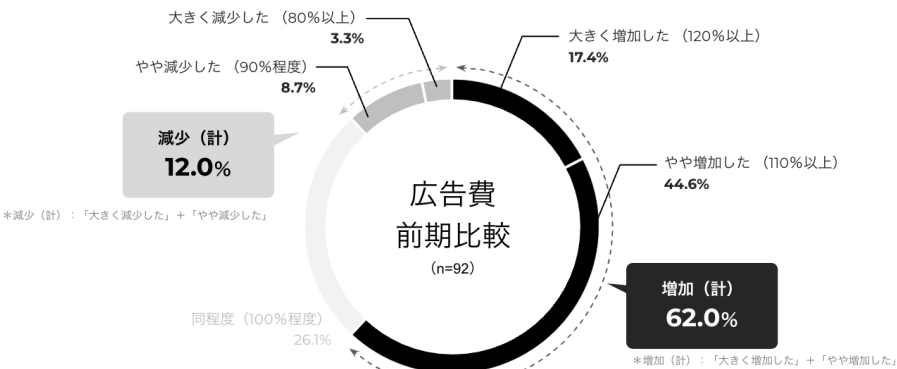
デジタルマーケティング市場における広告費の状況

広告費を「増加した」と回答した人は約62%にのぼり、企業がデジタルマーケティングへの投資を拡大していることが分かった。

2025年上期デジタルマーケティング市場における広告費の状況

Q. デジタルマーケティング領域において、2025年上期（2025年1月～6月）の広告費の増減について教えてください。

※ 25年上期は増加が約62%と大きく上昇した。



広告取引手法（デジタルマーケティング市場）別比較

前回の調査と比較して、多くの広告取引手法でポイントの上昇がみられた。

特にソーシャル、ビデオ（WEB動画・コネクテッドTV）広告が大きくポイントを伸ばした。

※ポイントが高い＝（予算を）増加したとの回答が多い

広告取引手法（デジタルマーケティング市場）別比較

- ※ 前回調査と比較して、多くの手法でポイントの上昇がみられた。
- ※ 特にソーシャル、ビデオ（WEB動画・コネクテッドTV）が大きくポイントUP。



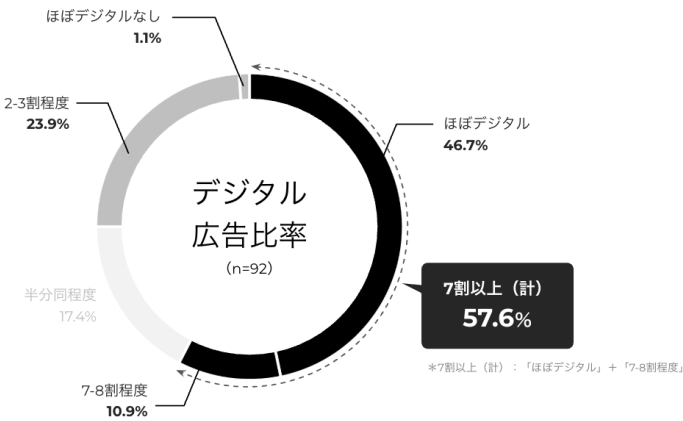
※2020下期以降のアンケート結果より、取引別に実績状況を「大きく減少（80%以下）～大きく増加（120%以上）」＋「取扱い無し」6項目に分けて分析。
「取扱い無し」を除外した回答を5項目から指標を算出し、推移を作成。

広告予算におけるデジタル広告比率

2025年上期の広告予算において、57.6%が「広告予算の7割以上をデジタルに投下している」と回答した。

広告予算におけるデジタル広告比率

- ※ 57.6%が広告予算の7割以上をデジタルに投下している。



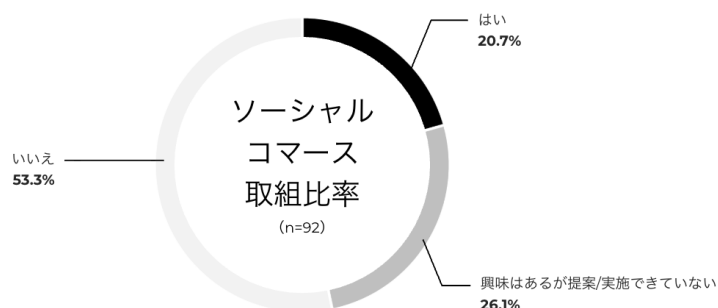
ソーシャルコマース | 取組比率

ソーシャルコマースに「現在取り組んでいる」との回答は約2割。一方で「興味はあるが提案・実施できていない」との回答も多く、今後の拡大が期待される市場であることがうかがえる。

ソーシャルコマース | 取組比率

Q. ソーシャルコマースの提案、または取り組みを実施したことがありますか。

✎ 約2割がソーシャルコマースに取り組んでいるものの、興味ある回答者を含めると、まだ未着手の企業が多く、拡大の余地がある。



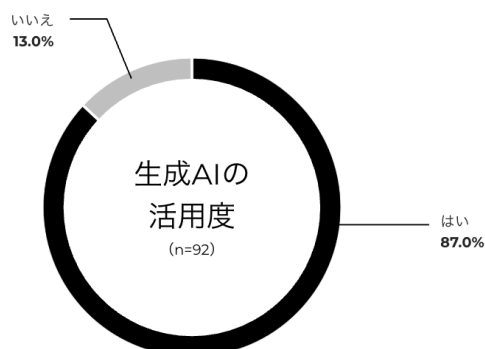
生成AI活用

業務における生成AIの活用経験者は、回答者の約9割に上った。

生成AI | 活用度

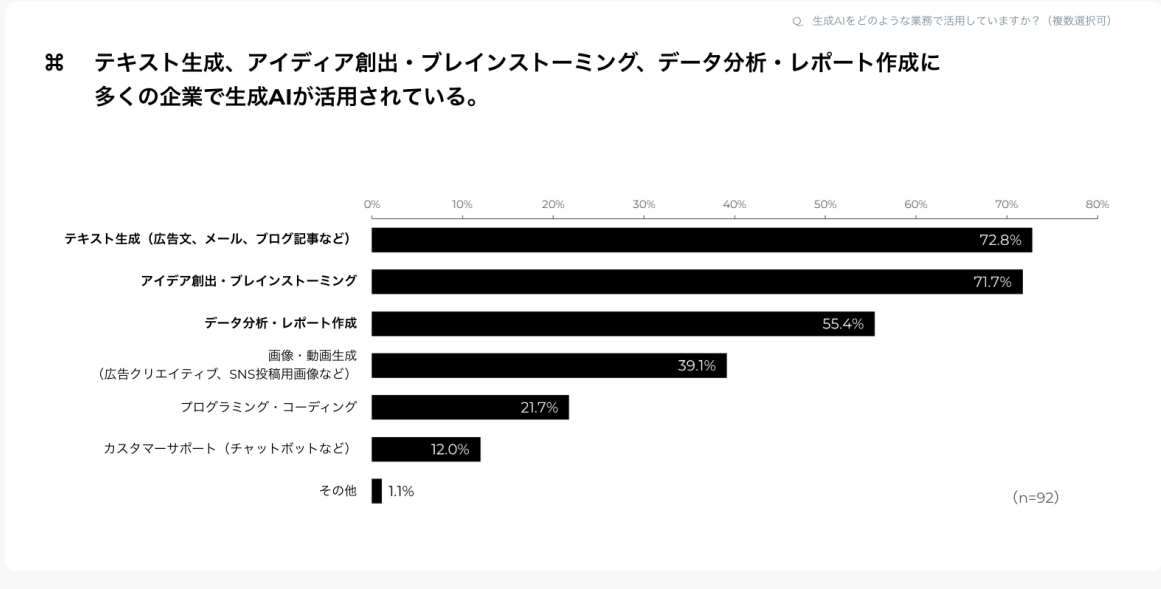
Q. あなたの会社で生成AIを業務に活用していますか？

✎ 業務での生成AI活用は9割近くに。



また、多くの企業において、生成AIは「テキスト生成」「アイデア創出・ブレインストーミング」「データ分析・レポート作成」などの業務に活用されていることが確認された。

生成AI | 活用業務



<CARTA HOLDINGS AI推進室長 加藤 友幸のコメント>

今回の調査で、ソーシャル広告やビデオ広告への投資が大きく伸長している実態が浮き彫りになりました。一方で、多くのお客様が関心を寄せるソーシャルコマースの領域では、知見不足、効果測定、何より社内リソースの不足が多くの企業で課題となっています。また、市場全体の生成AI活用率が約9割に達する中、生成物の品質・正確性、セキュリティリスクへの懸念が根強いことも明らかです。

CARTA ZEROではこうした課題に対し、AIを活用したソリューション開発を全社を挙げて推進しています。長年培ってきたマーケティングデータと運用ノウハウに独自のAI環境を掛け合わせることで、リスクを適切に抑制しつつ、広告クリエイティブの自動生成やデータ分析・レポートの精度を極限まで高めています。さらに、我々が培ってきた勘や経験といった暗黙知といえる判断力さえも、データとAIで科学的に分析・再現しソリューションに組み込んでいます。これからもお客様の投資効果を最大化することにコミットしてまいります。

<調査概要>

タイトル	デジタルマーケティング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	2025年8月25日（月）～ 9月16日（火）
対象者	広告主、広告会社、媒体社、メディア、プラットフォーム、テクノロジー・ソリューションベンダー（DSP、SSP、アドネットワーク、DMP、アドベリソリューションなど）、メディアレップなどデジタルマーケティング市場に関係のある方
回答数	92
注意点	本資料内グラフにおける数値は、表示単位未満を四捨五入して表示しているため、計算値が一致しない場合があります。

（*1）＜ツール概要＞

ツール名	CARTA ZERO 360 Programmatic Display Market Analytics
ツール概要	CARTA ZERO 360は、CARTA ZERO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規模や推移を調査するツール。

■ 株式会社CARTA ZEROについて



CARTA ZEROは、データ・人・技術の力を融合し、クライアントの本質的な成長を支えるデジタルマーケティング企業です。

マーケティングを軸に、戦略設計・クリエイティブ・オン / オフラインメディア・自社プロダクト・キャスティングを組み合わせ、課題解決と成長支援を行っています。お客様のデジタルコミュニケーションに最適な解を提供し、持続的な成長と社会への貢献を目指してまいります。

会社名	株式会社CARTA ZERO (https://cartazero.co.jp/)
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CEO 宇佐美 進典
設立	2011年4月1日
資本金	60百万円
株主	株式会社CARTA HOLDINGS 100%
事業内容	デジタルマーケティング支援事業

報道関係者お問合せ先

株式会社CARTA ZERO 広報担当<https://cartazero.co.jp/contact/>

ホワイトペーパーお問合せ先

株式会社CARTA ZERO
<https://know-how-now.cci.co.jp/download/20251014>