

100年を超える歴史

1924年（大正13年）、広告ビジネスの黎明期に朝日新聞の広告を取り扱う広告代理店として創業し、高度成長期には、さまざまな広告ノウハウを提供する総合広告会社へと業容を拡大、100年を超える歴史を積み重ねてきました。

わたしたちは、パーパス「コミュニケーションサイエンスで、幸せが循環する未来をつくる。」を道標に、今後も確かな裏づけとクリエイティビティで未来シナリオを描き、企業と生活者を循環させる、しなやかなコミュニケーションを実現していきます。

全国 18 拠点のネットワーク

本社、支局、グループ広告会社をあわせて全国 18 拠点と広告会社では有数のネットワークを有しています。

広告主のさまざまなプロモーションイベントや全国キャンペーンなど、あらゆるニーズに連携を図ってサポートしています。

朝日新聞グループの中核広告会社

朝日広告社は、朝日新聞社をはじめとする朝日新聞グループの中核広告会社として、テレビ朝日系列局などの放送局とも連携し、グループのメディアパワーを活かしたコミュニケーションサービスを広告主に提供しています。

グループが誇る新聞、放送、雑誌などのマスメディア領域をはじめ、主催イベントなどの事業領域、デジタルサービス領域など幅広いビジネス領域で連携を図っています。



1,300 社以上の広告主との取引実績

国内外1,300社以上*の広告主との取引実績があります。幅広い業種にわたる企業・商品・サービスの広告コミュニケーション活動を誠実にサポート。多くの経験と培ったノウハウを活かして、ビジネスパートナーとして広告主のビジネス拡大に取り組んでいます。

(* 2023年度実績)

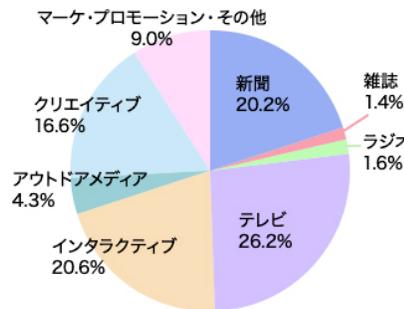
朝日広告社の売上構成比

2023年度の売上構成比は新聞、テレビなどマス4媒体のシェアが全体の約半分、49.4%を占めています。

媒体別売上では、新聞20.2%、雑誌1.4%、ラジオ1.6%、テレビ26.2%、インタラクティブ20.6%、アウトドアメディア4.3%、クリエイティブ16.6%、マーケティング・プロモーション・その他9.0%となっています。特に、主要広告会社の中ではインタラクティブ（インターネット広告）の売上構成比は20.6%と高くなっています。*

(* 2023年度公表売上)

2023年度売上構成



博報堂との資本提携

博報堂との資本業務提携により、テレビ、ラジオにおけるスケールメリットを活かした効果的なバイイングを実現。メディアプランニングやスポーツ、エンターテインメント領域など同社が持つ広範な業務領域においても連携強化を図っています。

メディア環境が大きく変化する中、日本最大のメディアエージェンシーの知見と経験を

活かすとともに、営業と専門スタッフがフロントラインで広告主のニーズに応えることで、取引領域の拡大につなげています。

統合マーケティングサービスを基盤とするソリューション機能

朝日広告社は、広告主の課題に応じて各部門のスペシャリストが有機的に結びつき、各種データを駆使したマーケティング力と専門性の高いソリューション力で独自のコミュニケーションサービスを行うために組織強化を図り、広告主の課題解決に取り組んでいます。特に、独自のブランディング・メソッドや、様々なソリューションサービスの開発と提供を強化することで、変化に対応した広告主のコミュニケーション戦略の最適化をきめ細かくサポートしています。広告主を担当する営業がメディア、クリエイティブ、マーケティング、デジタル、セールスプロモーション、コンテンツプロデュースなどのプランニング・ソリューション部門と緊密に連携し、広告主と目標を共有したPDCAによる最適解を提案・実行します。

マーケティングのデジタルシフトを先導

私たちは、いち早くインタラクティブメディアに注目し、広告プロモーション展開への活用、ネット会員組織やECサイトの構築・運用、各種キャンペーンのプロデュースをはじめ、国内外のテクノロジー企業との提携による独自商品の開発やマーケティングのデジタル化に関わる数々の研究を行ってきました。

「アトリビューション・マネジメント」や「第三者配信」などの分野では、広告・マーケティング業界全体への啓発・浸透にも貢献し、近年ではマーケティングデータ統合管理プラットフォームの開発やAI(人工知能)を活用した顧客分析と広告配信への活用の実証も実施。最先端のデジタル・テクノロジーと進化するデジタルメディア環境を先取りして、広告主のデジタル・トランスフォーメーションを支援しています。