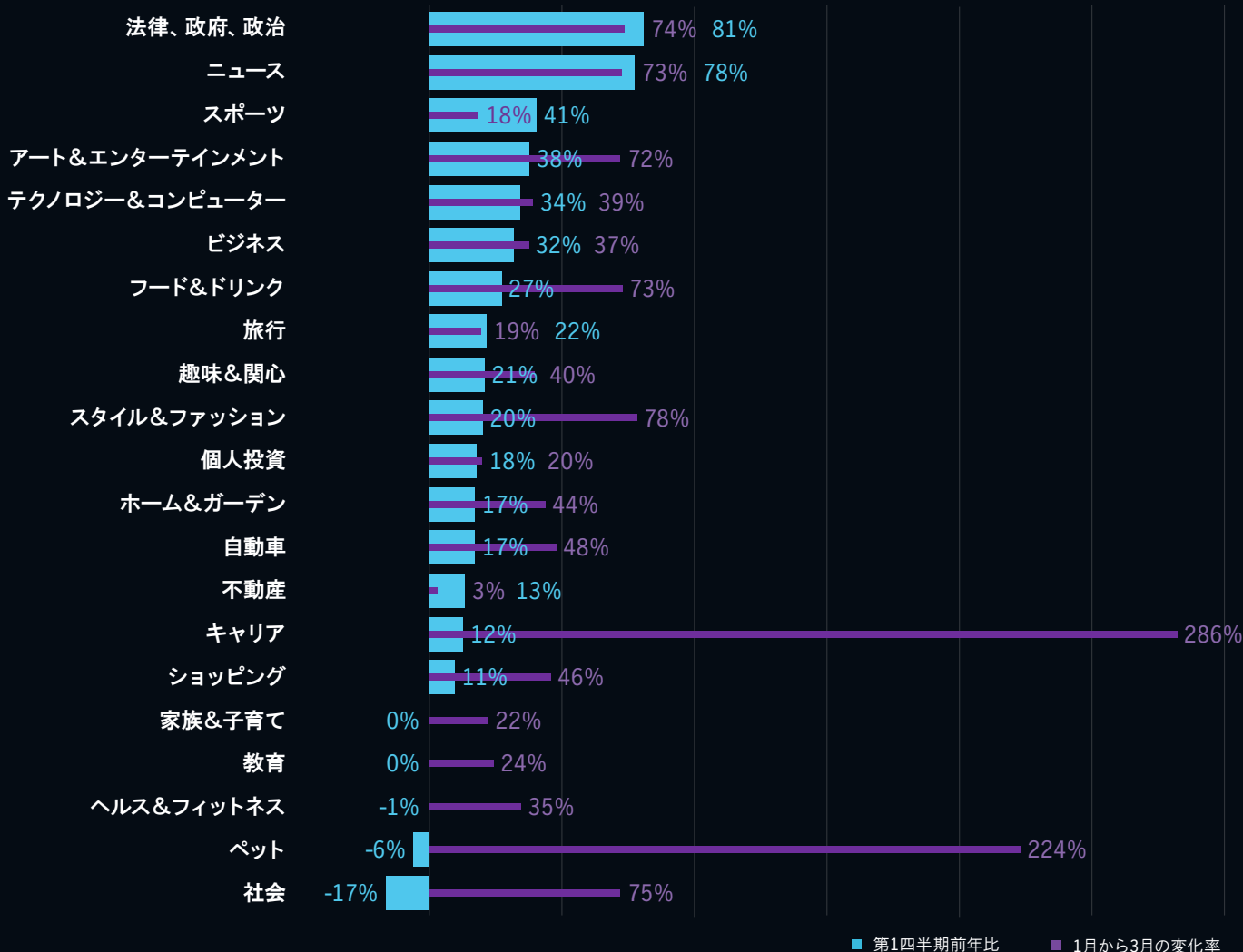


# 2024年第1四半期グローバル広告主の広告支出

## 2024年第1四半期 グローバル広告主カテゴリー別の 広告支出の変化と年間成長率

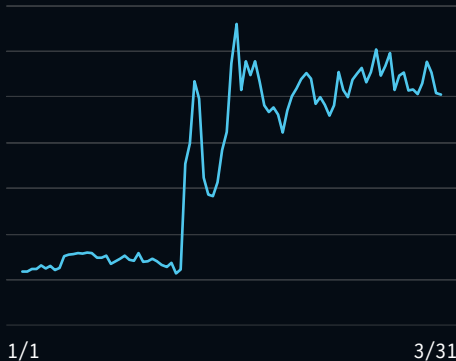
2024年は順調な上向き傾向で新年を迎えました。第1四半期のグローバルの広告費は前年比 20%増加し、1月から3月にかけてすべての広告カテゴリーにて増加が見られました。カテゴリー別の広告支出を見ると、政治広告主の支出が膨れ上がり、法律、政府、政治、ニュースが前年比で最も高い伸び率でトップに浮上しました。 ペット産業は景気低迷や不況の中でも成長を続けてきた業界ですが、第1四半期には前年比6%減少しました。



### 2024年第1四半期に広告支出の増加率が最も高かった3つのカテゴリー

第1四半期のシーズントレンドと一致して、キャリア、スタイル&ファッションがこの四半期で最も急速な成長を遂げました。ペットは前年比で広告費が減少しましたが、当四半期が進むにつれて2番目に急成長した広告カテゴリーでした。

#### キャリア



#### ペット



#### スタイル&ファッション



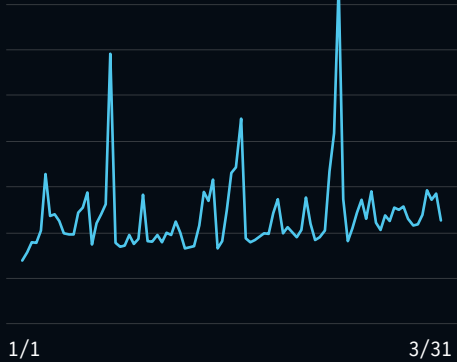
### 2024年第1四半期に広告支出の増加率が最も低かった3つのカテゴリー

不動産の広告支出は通常、第1四半期に増加しますが、前四半期から増加し始めました。第1四半期初めの支出の増加により、不動産は前年比13%増加しました。ただし、この四半期では最も緩やかな成長となり、1月から3月にかけて3%増加しました。スポーツと旅行の両カテゴリーは1月に好調にスタートし、第1四半期の残りの期間は比較的緩やかな成長にとどまりました。どちらのカテゴリーも、前年比および四半期内で2桁の成長を遂げました。

#### 不動産



#### スポーツ



#### 旅行

