

まるわかり特集

# 電通デジタル って、何者？

事業・強み・年収・転職難易度ぜんぶ解説。  
広告？コンサル？それとも別モノ？

**No.1**  
国内最大級の  
総合デジタルファーム

# 電通デジタルって どんな会社？

NOT JUST

広告代理店

じゃない。

×

NOT JUST

ITコンサル

でもない。

THE ANSWER

総合デジタル  
ファーム。

**POINT.**

電通デジタルの正体

生活者理解 × クリエイティビティ × データ × テクノロジー を掛け合わせ、  
クライアントの**事業成長そのもの**に伴走する会社。

# 数字で見る、電通デジタル。

EST. — 設立

# 2016

2016年7月1日設立

EMPLOYEES — 従業員

# 2,596人

2025年12月末時点

CAPITAL — 資本金

# 4.4億

4億4,250万円

## BASIC INFO

**会社名** 株式会社電通デジタル

**代表者** 瀧本 恒（代表取締役社長執行役員）

**所在地** 東京都港区東新橋1-8-1

**株主** 電通グループ 75% / セプテーニHD 25%

**パーパス** 人の心を動かし、価値を創造し、世界のあり方を変える。

**グループ** 電通グループの中核デジタル会社

# やってること、全部のせ。

広告だけじゃない。戦略立案からシステム実装、運用改善まで**一気通貫**で支援する9領域。

01

コンサルティング  
& プロデュース

事業戦略から実行まで伴走

02

エクスペリエンス  
ストラテジー

CX設計・体験の設計図づくり

03

デジタル広告

検索・SNS・動画・アプリ広告

04

エクスペリエンス  
& コマース

EC・D2C・店舗連動

05

エンゲージメント  
& ロイヤルティ

CRM・LTV向上・ファン化

06

アドバンスト  
クリエイティブ

統合コミュニケーション設計

07

データ・AI

CDP/DWH/BI・生成AI活用

08

クラウド &  
インテグレーション

Salesforce/Adobe/GCP/AWS

09

グローバル

越境マーケティング支援

# 広告 → CX → DX へ。

入口は広告でも、ゴールは事業成長。電通デジタルの主要3領域をのぞいてみる。

01

## デジタル広告事業

検索・SNS・動画・アプリ広告の戦略から運用、改善まで。

- ▶ マス×デジタル統合プランニング
- ▶ 生活者インサイトを起点にした設計
- ▶ AI・独自ツールで広告効果を改善
- ▶ 大手ナショナルクライアント中心

02

## マーケティングDX ・CX支援

認知 → 購入 → リピート → ファン化まで、顧客体験を再設計。

- ▶ アプリ・Web・店舗・EC横断
- ▶ LTV・ロイヤルティ向上施策
- ▶ CRM・MA・LINE・メール連携
- ▶ 顧客接点をデジタルで統合

03

## データ・AI活用支援

データ統合×AIで、マーケを「実験」から「実装」へ。

- ▶ CDP/DWH/BI/CRM/MA基盤
- ▶ 生成AI・AIエージェント活用
- ▶ 広告制作・効果予測のAI化
- ▶ 営業DX・インサイト分析

# システムも、コマースも、 全部やる。

04

## クラウド & インテグレーション

マーテック導入から内製化支援まで。Sierより**マーケ寄り**のポジション。

Salesforce

Adobe

Google Cloud

AWS

業務設計／運用設計／データ設計／PDCA／内製化まで踏み込む。

05

## コマース・CRM ロイヤルティ支援

獲得じゃなく「**続けてもらう**」を設計する領域。

**LTV** ↑  
顧客生涯価値

**RPT** ↑  
リピート率

**1to1**  
パーソナライズ

EC／D2C／アプリ／会員プログラム／LINE／メールを横断。

# ここが、強い。

01

STRENGTH

## 電通グループの顧客基盤 & ブランド力

日本最大級の取引基盤を活用。大企業の宣伝・DX・経営層まで複数部門を巻き込める。

02

STRENGTH

## 広告 × クリエイティブ × データ × ITを横断

獲得から関係構築、データ統合まで個別最適じゃなく事業成長に向けて統合的に解く。

03

STRENGTH

## 大規模クライアントの上流案件に関われる

事業課題そのものに踏み込み、戦略・データ・体験・システムまで設計する経験ができる。

04

STRENGTH

## AI・データ活用への投資が積極的

生成AI／AIエージェントをマーケティング実務に実装。実験ではなく成果接続が前提。

05

STRENGTH

## キャリアの選択肢がとにかく広い

広告運用 → プランナー → CRM／データ／DXコンサル → PdMまで横展開可能。

# ぶっちゃけ、いくら？

全社平均年収は非公開。公開求人ベースで見える、リアルなレンジがこちら。

## EXPECTED RANGE

想定年収レンジ  
(公開求人ベース)

500万



1,800万

職種・グレード・経験で  
大きく変動します。

## BY JOB ROLE — 職種別

マーケティング  
コンサルタント

¥5M ~ ¥15M

ITコンサルタント

マーケDX領域

¥5M ~ ¥15M

プロダクト  
マネージャー

¥5M ~ ¥18M

マーケコンサル

銀行・金融業界担当

¥7M ~ ¥15M

エンタープライズセールス

CX/DX・テクノロジー領域

¥7M ~ ¥18M

# 成果ベースで、自由に働く。

## KEY CONCEPT

# "Performance Based Working"

出社・在宅・サテライト…場所じゃなく、最も成果が出る働き方を選ぶ。

## WORKING HOURS

**7** h/日

所定労働時間

## FLEX TIME

**FLEX**

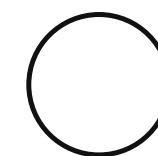
フレックスタイム制

## NIGHT / WEEKEND

**22**時↓

原則それ以降・土日NG

## PAID LEAVE / CARE



有給奨励日／育休実績あり

## CULTURE

# 大手の安定 × デジタルファームの変化対応。

中途多数・多様なバックグラウンド・自走力が評価される環境です。

# 入るの、むずい？

DIFFICULTY LEVEL

## HIGH.

全体として難易度は  
「高め」と考えるべき。

### 01

ブランド力が  
強すぎる

電通グループの中核デジタル会社。業界での認知度が高く、応募者の質も自然と上がる。

### 02

職種ごとに  
専門性が高い

広告／CRM／データ／MA／CDP／クラウド／AI／PdM…完全未経験で上流入りは難しい。

### 03

求められる  
ビジネスレベル

大手企業の担当者・経営層に提案。論理思考・資料作成・PM力すべて問われる。

# キミは、向いてる？

FIT ○

こんな人、  
向いています。

- 1 マーケを"上流"から学びたい人**  
広告運用だけでなく戦略・CX・データまで関わりたい
- 2 大手企業の事業変革に関わりたい人**  
規模の大きな案件で経験値を積みたい
- 3 広告・データ・ITを横断したい人**  
マーケティング全体を扱える人材になりたい
- 4 変化の速い領域で学び続けられる人**  
AI・新プラットフォームに常にキャッチアップ
- 5 人を巻き込んで成果を出せる人**  
推進力・調整力で関係者を前に進められる

UNFIT ×

こんな人、  
キツいかも。

- × 決められた作業だけを  
淡々とこなしたい人
- × デジタル領域の学習を  
継続できない人
- × 調整・資料作成を  
軽視する人
- × 「大手だから楽そう」で  
入ろうとする人

# 通すための、5力条。

01

WHY DENTSU DIGITAL?

「なぜ電通デジタル？」を明確に

広告代理店でもコンサルでも事業会社でもなく、なぜここなのか。

「電通グループの基盤×デジタル専門性」に接続させた志望理由を作る。

02

EXPERTISE

応募職種ごとの専門性を整理

広告／コンサル／IT／セールス…職種で問われる経験は別物。

「何でもできます」じゃなく、応募職種に刺さる経験を絞り込む。

03

NUMBER + PROCESS

成果を「数字×プロセス」で語る

実績の羅列はNG。  
課題 → 仮説 → 施策 → 巻き込み → 数値改善まで。

CPA／ROAS／LTV／受注額…使える数字を準備。

04

STRATEGY × EXECUTION

「上流志向」だけじゃダメ

「戦略やりたい」だけは警戒される。  
  
戦略を考える力と現場で実行しきる力、両方を持つ人が評価される。

05

VOCABULARY

マーケ&DX用語を押さえる

CX / DX / CRM / MA / SFA / CDP / DWH / BI / LTV / NPS / ROAS / CPA / CVR / Cookieレス / 1stPartyData / 生成AI / AIエージェント / オムニチャンネル

# 結局、電通デジタルって。

01

広告じゃなく、  
事業成長に伴走する会社。

広告・CX・DX・データ・AI・CRMを横断する総合デジタルファーム。

02

市場価値が、  
めちゃくちゃ上がる。

大手の上流案件で広告・データ・ITを横断、AI実装の最前線も体験できる。

03

難易度は、  
正直高め。

「大手だから」じゃなく、どの領域でどう貢献するかを語れる人が刺さる。

FINAL TAKE

マーケ × デジタル × テクノロジーを横断したいなら、十分すぎる選択肢。