

2023年10月17日

株式会社 電通グループ

代表執行役 社長 CEO 五十嵐 博

電通グループ、「2024 メディアトレンド調査」を発表

— 今後数年以内にメディア業界を変貌させる 10 の新たな広告活動とテクノロジーを予測 —

電通グループ（ブランド：「dentsu」、本社：株式会社電通グループ、拠点：東京都港区、代表者：代表執行役 社長 CEO 五十嵐 博、以下「当社グループ」）は、「2024 メディアトレンド調査 ～The Pace of Progress（進歩のスピード）～（以下、「本調査」）を発表しました。本調査では、dentsu の国際市場におけるメディアエージェンシーである Carat（カラ）、dentsu X（デンツウクロス）、iProspect（アイプロスペクト）を中心とした専門家がグローバルに蓄積した知見に基づき、メディア業界における 10 の重要な変化の要因を予測・紹介しています。

本調査は、メディア業界における、生成 AI 技術の活用、その収益化の普及、および広告におけるインテグリティによるブランド価値向上への貢献について明らかにしています。これら 3 つの主なトレンドだけでなく、ブランド及び企業（合わせて、以下「ブランド」）が短期的・長期的にこれらのトレンドを活用する方法についても提言しています。

本調査の 2024 年以降のメディア業界の方向性に関する主な予測は以下の通りです。

1. 生成 AI 技術が主役に

生成 AI 技術は、過去 10 年間で最も革新的な進歩であると言えます。現役マーケティング担当者の 63%が、「自社ですでに生成 AI 技術を活用し始めている」と回答しており*、今後数年以内にこの技術はメディア業界の仕事で中心的な役割を占めることが予想されています。同技術は、検索をはじめ、クリエイティブ、メディアプランニングや制作など、多岐にわたるメディア業務の効率化を新たな次元へと引き上げることを期待されています。

詳細は以下の通りです。

・トレンド 1：生成検索（ジェネレーティブサーチ）の台頭

生成 AI 技術は、検索エンジンから E コマース・プラットフォームまで、生活者が情報にアクセスする方法を変革します。

・トレンド 2：クリエイティビティの再構築

コンテンツや映像制作、コピーライティング等を通じて、生成 AI 技術が人間の創造性を強化します。

・トレンド 3：生成の最適化

生成 AI 技術を活用することによって、広告制作、ターゲティング、効果測定の実現し、大規模かつ迅速に行うことを可能にします。

2. 収益化に向けた競争の激化

2024 年には、プラットフォーム間の競争が激化し、各プラットフォームは、より高い収益を得るために、データ保護の徹底、ユーザーの理解、広告提供の強化に一層リソースを投下すると予想されています。

詳細は以下の通りです。

- ・トレンド4：類似アプリの乱立
各 SNS・アプリの機能やデザイン等が類似してくることで、更なる差別化により、生活者の関心をいかに引き付けるかが、ブランドにとって重要になります。
- ・トレンド5：データ保護の更なる強化（クローズドプラットフォームからクローズドパイプラインへ）
プラットフォームがデータ保護をより強化することで、データ保護と利活用におけるバランスが大きな課題となっていきます。
- ・トレンド6：アイデンティティへの再注目
サードパーティ Cookie 使用の非推奨化が進む中、メディアプラットフォームによるユーザーデータの収集・分析（ピープルインテリジェンス）が増加します。
- ・トレンド7：より多くの広告とより多くのリターン
多くのプラットフォームにおいて、新たな領域に広告を拡大し、その結果、新たなフォーマット、配信機会、そしてリスクも生まれていきます。

3. インテグリティ・エコノミクスがブランドにとって不可欠に

2024 年の成長は、収益性だけでなく、ブランドの社会に対するサステナブルな貢献についても注目されます。社会と政治の分極化が進み、気候変動が深刻化する中、生活者とブランドにとって、より炭素効率が高く、多様で安全なオンライン空間を構築することが成功のカギとなります。

詳細は以下の通りです。

- ・トレンド8：成長への新たな局面へ
メディア消費の多様化とパーソナル化が進む中、ブランドは生き残るために生活者のニーズとアイデンティティを反映し、適応していく必要があります。
- ・トレンド9：より安全に、より良く、より速く、より強く
急速に変化するデジタル環境における、ブランドアシュアランス（ブランド保護）の新たな展開は、生活者とブランドの双方にとってより安全な環境の構築に貢献しています。
- ・トレンド10：注目度を高め、排出量を削減
ブランドがカーボンメディアの効率化戦略を実施する際、注目度を高めるための最適化が広告効果を通じて脱炭素化につながることを想定されます。

【dentsu インターナショナル・マーケット メディア CEO ピーター・ハイブーン（Peter Huijboom）のコメント】

「本調査レポートは、メディアこの領域で活躍するマーケター彼らがより付加価値の高い成果を生み出す要素、トレンド、テクノロジーを特定し、紹介することに重点を置いています。当社グループのメディアエージェンシーや世界中の専門家を集めて、将来のトレンドを予測するときに私たちが最も注目しているのは、読者にとって関心度の高いトピックを取り上げ、将来の今後現れるであろう事業機会を示唆することです。」

※「dentsu 2023 Global Media Client Survey」（2023 年 9 月実施）より

本調査の詳細レポート（英語のみ）を無償で提供しており、以下の URL よりダウンロード可能です。

dentsu.com/2024-media-trends

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ グループコーポレートコミュニケーションオフィス 小嶋、島津

Email : group-cc@dentsu-group.com