



ニールセン、2025 年版 グローバル・メディア・プランニング・レポートを発表

本レポートでは、移り変わるメディア環境における 3 つの主要トレンドを記載しています。

東京、**2025 年 4 月 1 日**：オーディエンス測定、データ、アナリティクスのグローバルリーダーであるニールセンは 2025 年 3 月 31 日に、「2025 年グローバルメディアプランニングレポート」を発表しました。メディアを取り巻く環境が細分化され複雑化する中、同レポートは広告主やパブリッシャーが、かつてないほど複雑で多様なエコシステムの中をナビゲートできるよう支援することを目的としています。

マーケティング担当者が 2025 年に向けた広告戦略を立案する上で役立つよう、同レポートは、ブランドがオーディエンスとつながる方法を再構築しつつある 3 つの主要トレンドを特定しています。

第一に、この報告書は、メディア計画を策定する際に、従来型と新興のデジタル・メディア・チャンネルの適切な組み合わせを見つける重要性を示しています。

メディアミックスがより複雑になる一方で、従来型メディアと新興メディアへの投資のバランスをとることは難しいが、重要性は増してきています。ストリーミングの台頭やコネクテッド TV（CTV）の成長している一方、報告書によると、従来型テレビメディアは依然として世界のメディア消費の重要な部分を占めており、デジタル競争に直面して著しい回復力を示しています。しかし、万能なアプローチは存在せず、たとえばポーランドでは、従来型テレビの視聴率が依然として高く、視聴者のストリーミング視聴時間は全体の約 8%に過ぎない市場もあります。その結果、メディア戦略は、従来のプラットフォームとデジタルプラットフォームが共存し続ける中で、一筋縄ではいかず、場面ごとに臨機応変に対応する必要があります。

2 つ目のトレンドは、リテールメディア広告と、ブランドが小売店のデジタルプラットフォーム上で購買時点の買い物客にリーチする機会を提供することです。この急成長分野は新たな機会を提供し、進化を続けており、今や世界のマーケティング戦略において重要な位置を占めています。リテールメディア広告の重要性は世界中で高まっており、その一例として、2024 年 8 月から 12 月までの 5 ヶ月間、日本における Amazon のリテールメディア広告費は前月比で着実に増加しています。リテールメディアは、広告主やパブリッシャーに、従来のデジタルやオフラインのメディアプラットフォーム以外にも活用できるチャンネルを提供しています。

最後に、メディアをどのように消費し、どのように接するかという世代間の違いから、3 つ目のトレンドは、世界的なメディア消費習慣の変化に必要なプランニング視点について考察しています。全く新しい事象ではありませんが、この傾向は、コンテンツがどのように消費されるか、そして現在では、コンテンツがどのように制作され、配信され、収益化されるかが重要であることを改めて示しています。メディア業界は、伝統的なメディアに主に接している高年齢世代を考慮し続け、異なるメディア・タイプの価値を理解する広告戦略でこれを反映させる必要があります。

ニールセンのグローバル・マーケティング責任者の Alison Gensheimer は以下のコメントをしています：「メディアの細分化とプラットフォームの融合が相まって、広告主はオーディエンスに効果的にリーチするための新たな機会

を生み出しています。クロスメディア測定とパーソナライゼーションが可能になり、ブランドが消費者とのより有意義で有益なエンゲージメントを促進できるような、新しいデータソースと方法論が求められています。本レポートの洞察は、業界がこうした新たな機会を活用するのに役立ちます。」

移り変わる世界情勢に対応したグローバル・メディア・プランニングの手引きの全文はこちらからダウンロードをお願いします。 : <https://www.nielsen.com/ja/insights/2025/media-convergence-trends-global-media-planning-guide/>

ニールセンについて

ニールセンは、オーディエンス測定、データ、アナリティクスのグローバルリーダーです。ニールセンは、あらゆるメディアやプラットフォームにおける人々とその行動を理解することで、独立した第三者機関として、実用的なインテリジェンスをクライアントに提供し、現在そして将来にわたって世界中の視聴者とながら、エンゲージすることをサポート致します。

詳しくは www.nielsen.com、ソーシャルメディア ([X](#)、[LinkedIn](#)、[YouTube](#)、[Facebook](#)、[Instagram](#)) でご覧ください。

Audience Is Everything®

Press contacts

APAC Press Contact

Dan Chapman

dan.chapman@nielsen.com

EMEA Press Contact

Ben Gold

ben.gold@nielsen.com

LATAM Press Contact

Lisset Vega

lisset.vega@nielsen.com

US Press Contact

Sarah Muratore

sarah.muratore@nielsen.com