

Web広告事情

●Webの視聴率とは？

インターネットに限らないことだが、広告の料金や価値を決めるには何らかの基準が必要になる。それは、雑誌や新聞であれば発行部数だし、テレビ番組であれば視聴率である。では、Webの視聴率とはなんだろうか？ 少し前までは、それを表す数字として「ヒット」がよく使われていた。ヒットの定義はあいまいではあるが、一般には読み出されたファイルの合計値とされている。これには、htmlファイルはもちろん、ボタンなどのグラフィックファイルもカウントされる。なので、ユーザーがある1ページを見たときに、付随して読み出されるファイルが多いページではその値も高くなり、視聴率とは違った数字になってしまう。

そこで最近では、広告の掲載されているファイルだけの読み出し回数をカウントする方法が使われるようになってきている。この値は「ページインプレッション」または「ページビュー」と呼ばれている。

ちなみに、業界では広告を1000回露出させるのにかかるコストをCPM(cost per thousand)で表すことがあるが、インターネットでもそれに習ってCPMが活用され始めている。

●Web広告の値段

では、Web広告の値段はいくらなのだろうか。インターネット先進国のアメリカの例を見ると、ネットスケープ社で1インプレッションあたり2セント(CPM=\$20)前後(http://www.netscape.com/ads/ad_rate_card.html)、検索サービスで有名なライコス社も2~5セント程度と聞いている。日本は、まだコンセンサスがとれていない段階だと思われるが、調べることができた数社の例をみると1インプレッションあたり4~5円程度のようにある。この差は、ユーザー数の差、または成熟度の差だと思われる。

ということは、月10万回読み出されるページに広告を掲載した場合は、月額40~50万円の料金になるわけだ。ちなみに、発行部数が10万部の雑誌にカラー1ページの広告を掲載した場合の料金は、50万から

100万円程度だと思われるので、単純に比較するとWebの方が少し安いとも言える(掲載面積は異なるが)。

●Web広告の価値

上記したのは、あくまで既存のメディアと同じ土俵での比較であるが、Webの優位性はハイパーリンクにあるだろう。一般に、Webに掲載されている広告ボタン(プレート)は、その広告主のサイトにリンクされている。したがって、もしボタンをクリックしてくれれば、そのユーザーをたちどころに広告主のサイトへと導くことができる。この行為は「クリック」と呼ばれており、Web広告を象徴する1つの機能になっている。また、全体の中でどのくらいの割合でクリックされたかを表す数字は「クリックレイト」と呼ばれている。

広告主にとっては、このクリックレイトを上げることがインプレッションと共に重要となる。なぜなら、オンラインショッピング・サイトの広告などでは、このクリックレイトが売上に直接影響するからだ。

クリックレイトは、現状では数%程度のものである。たとえば、広告掲載を前提に接続料金を無料にして話題になったハイパーネット社の場合は、5月期のクリックレイトが6.26%(プロフィール登録による場合は9.45%)だったと発表している。

インターネットの広告は上記したWeb以外にも、電子メール広告、インターネットラジオ内での音声広告、またはポイントキャスト社のようなスクリーンセーバー型の情報ビューアでの広告など、様々な試みが行われている。インターネットがメディアである以上、広告は重要なテーマである。従来は一般読者にはあまり関心のなかったテーマだと思うが、インターネットでは個人が広告主になり得るし、またインターネットの双方向性を極限まで利用した場合は、1対1の広告、つまりあなただけの広告が登場してくるかも知れない。エンドユーザーも無関係ではないだろう。

(井芹昌信 INTERNET Watch「木曜コラム」- 96/8/15、インプレス)



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp