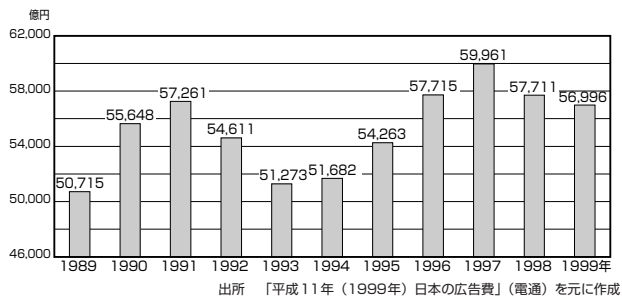


第5章 広告

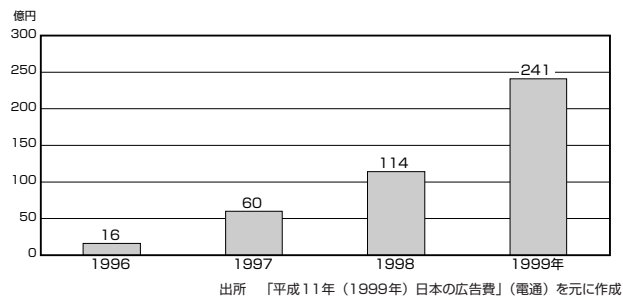
市場動向

1999年のネット広告費241億円

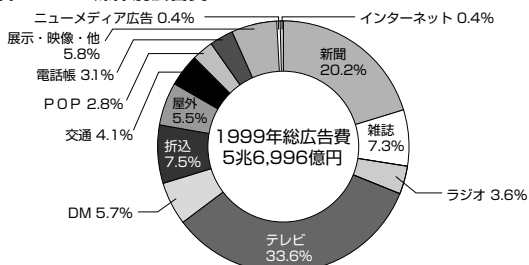
資料2-5-1 日本の総広告費



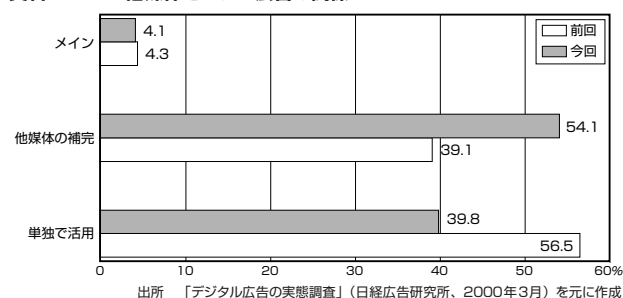
資料2-5-2 日本のインターネット広告費



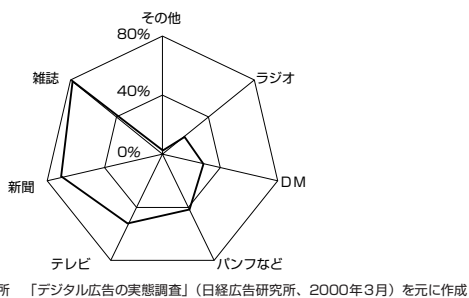
資料2-5-3 媒体別広告費



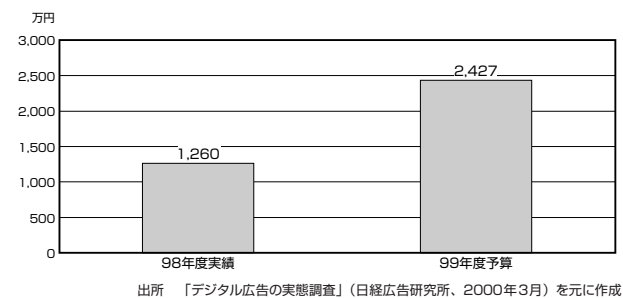
資料2-5-4 他媒体とバナー広告の関係 N=282



資料2-5-5 バナーと組み合わせられる媒体 N=282



資料2-5-6 バナー広告費 N=282



解説

2000年度の広告費予測369億円

1999年の日本のインターネット広告費の売上推定額は241億円、前年比にして211.4%と、ここ数年の急成長が継続した状態になっている。広告費全体の中での比率からいえば0.4%程度だが、この成長率はやはり驚異的といえよう。来期もこの傾向は続いていくものと思われ、2000年度は369億円という予測が出ている(資料2-5-1~3)。

ヤフー(P.135参照)や、サイバーエージェント(P.132参照)などに見られるように、インターネット広告ビジネスへの投資も活発化しつつあり、今後さらにそのビジネスのスケールを巨大化させていこう。

既存媒体とのメディアミックス進む

ここまで急激な成長が継続しているのは、インターネットコンテンツ利用者の爆発的増加と媒体社の積極的な商品開発、広告会社による活発な提案活動(特に昨今はテレビなど既存媒体とのメディアミックス提案が増加している、資料2-5-4~5)が、米国のさまざまな事例に学びつつ、新しいマーケティング手法を開発しようとしている広告主側のニーズに結びついたためである。

たとえばオンライン証券取引がブレイクした1999年にはこれに関連する広告出稿が増加し、保険や自動車関連の出稿も目立った。オンラインでの取引が活発だったこれら業界広告主のニーズにインターネット広告が応えたことが大きな原因と思われる。



[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