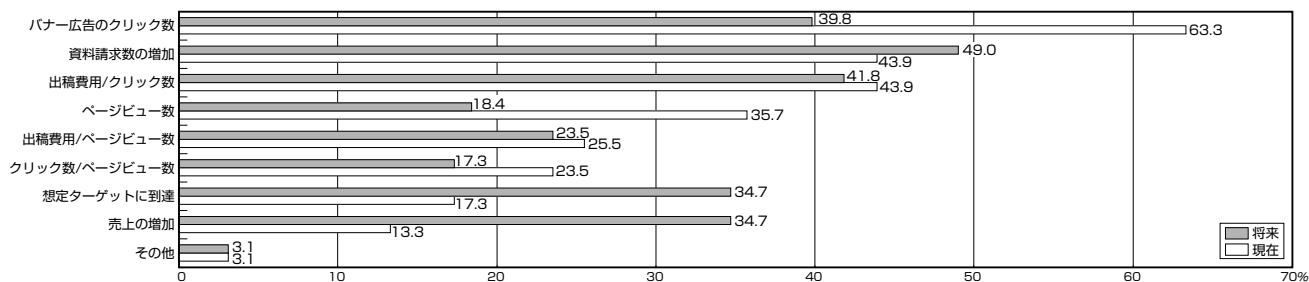


資料2-5-7 代表的な広告メニューとその特性

広告メニュー	広告の特性
バナー	検索サービスなどページビューの多いサイトで、1,000万インプレッション（露出回数）程度の単位でバナーを掲載する。ユーザーを絞り込まない分、インプレッションあたりの料金は安めに設定されている
チャンネル	ポータルサイトなどで「スポーツ」「ニュース」「エンタテインメント」など、ジャンル分けしたページにバナーを掲載する。そのジャンルに興味のあるユーザーにだけ広告を配信することが可能
カテゴリ	レップが広告主向けに、「女性向け」「学生向け」などユーザーターゲットごとに複数社のコンテンツをアレンジし、パッケージ化したもの。「金融機関向け」「コンピュータ会社向け」などのパッケージ商品もある。「チャンネル」と呼ばれることもある
トップページ	コンテンツのトップページにバナーを掲載する。着目度が高いので、ほかのページに比べて高めの料金設定をすることもある
ターゲティング	「ビジネスマン向けのバナー広告を.coドメインからアクセスしているユーザーにのみ配信」など、「OS」「ドメイン」「アクセス時刻」「同じバナー広告を見た回数」といったユーザー側の環境やアクセス状況を元にターゲットを絞り込み、配信する広告を制御する方式
キーワード	検索サービスで「就職」「自動車」などのキーワードを指定しておき、そのキーワードの検索結果のページにバナーを掲載する。自動車会社であれば、「自動車」「ドライブ」などキーワードを指定するなど、ユーザーの関心にリンクしたバナーを配信できる
テキスト	画像データの代わりにテキストを使うバナーの一種。ビジュアルはバナーに劣るが一般的にクリックされやすい
タイアップ	媒体会社とタイアップして、オリジナルの広告コンテンツを作成するもの。コンテンツが持つブランドを活用しつつ、バナーより多くの情報量を訴求できる
電子メール	メールマガジンの中に広告文を埋め込むもの。URLを挿入することでバナーと同じように広告主のページへリンクする。広告原稿の表現力には制限があるが、ユーザー数が確実にコストが比較的安い
カード	年賀状、暑中見舞いなどのグリーティングカードを電子メールで無料配送する。カードを送られた相手は、電子メールにあるURLをクリックしてカードと広告を見る
その他	コンテンツにアクセスすると、数秒の間アニメーションによる比較的大きな広告が表示され、最後までこれを視聴しなければ情報を見ることができない。インタースティシャル、ラグなどとも呼ばれる
クリック保証型	バナー広告やメール広告の掲載方式のうち、一定料金でクリックの回数を保証するもの。クリック数が確定するため、一定コストで確実にユーザーをサイトに誘導したい場合に有効
成果報酬型	売上、サービスの利用、資料請求など明確な指標となる「成果」が上がったときに、その量に応じて広告費を支払うシステム。アクションクリック（→P.134）などが提供

出所 編集部独自調査

資料2-5-8 クライアントのバナー広告効果判断基準 N=282（複数回答）



出所 「デジタル広告の実態調査」（日経広告研究所、2000年3月）を元に作成

## 解説

### 新しい広告手法の開発で広告の種類が多様化

広告手法についてみると、もっとも一般的なバナー広告は一回の出稿あたりの予算規模が拡大している（資料2-5-6）。その手軽さで根強い人気のあるメールサービスのテキスト広告や記事スタイルのタイアップ広告、番組提供型のスポンサー型バナー広告も盛んである。

### 利用者のプライバシーに配慮が必要

さらに、技術進歩とクライアントの広告に対する要求レベルの高まりにより、新しい広告手法の開発も続いている。今後、広帯域接続が一般化すれば、テレビコマーシャルのような動画による広告も一般化することが予測される。

コンテンツのパーソナライズと連動したOne to Oneモデルの広

告配信も今後、普及が望まれるが、広告システムが個人情報と連動する際の利用者のプライバシー保護については、議論を深める必要があるだろう。

広告料金の基準についても、従来の露出（インプレッション）保証・クリック保証型などに加え、アクションクリックなど本格的な成果報酬型広告も登場している（資料2-5-7）。また、こうした広告の媒体選択評価のためのインターネット視聴行動調査ビジネス（P.118参照）も本格化しつつあり、詳細なデータに基づいたプランニングが可能になれば、これがより積極的な出稿に結びつき、さらなる市場の拡大に寄与していくことが期待される。

（四家正紀 株式会社インプレスコミュニケーションズ）



## [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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)