

テレビCMの4割は「ネット誘導型CM」

テレビCMに、商品に関連した検索キーワードや自社サイトのURLを表示して、視聴者を企業のウェブサイトへ誘導する「ネット誘導型CM」^(※1)は、テレビをつければ毎日のように目にするようになった。そのCMの出稿状況を、ビデオリサーチが調査し、分析結果を発表しているので一部紹介しよう^(※2)。

この調査は関東地区の民放5局に出稿されたテレビCMを対象としており、2006年9月度から3か月ごとにCM本数と企業の業種を集計し、CMのタイプなどを分析している。

最新の2007年9月度時点のデータでは、CM総出稿本数11万8251本のうち、ネット誘導型CMは5万1170本で、全体の43.3%を占めた。2006年9月度の調査開始時から2007年9月まで、変わらず40%台のシェアを維持している。また、同時点の広告主数は659社にのぼり、全体の58.3%を占める。

ネット誘導型CMを出稿した企業の業種をみると、「サービス・娯楽」の16.2%がトップ、「食料品・飲料」16.1%、「輸送機器」12.3%と続く。業種内の全CM出稿数におけるネット誘導型CMのシェアは、「輸送機器」の76.6%をトップに、「住宅・建材」「衣料・身の回りの品」「サービス・娯楽」「精密・事務機器」「卸売・百貨店」「金融・保険業」では50%を超える。

多様な業種にわたって広告主に支持されるネット誘導型CMだが、その内容は、ここのところ変化しているという。

ビデオリサーチは、ネット誘導型CMを「URL表示CM」「検索窓表示CM」「WEB関連ワード表示CM」の3つのタイプに分類している。2007年9月度の出稿本数は「URL表示CM」が3万3420本、「検索窓表示CM」が1万8152本、「WEB関連ワード表示CM」

は9766本であった。1年前の2006年9月度と比較すると、「検索窓表示CM」が351.9%、「WEB関連ワード表示CM」が152.5%と大きく増えている。減っているのは「URL表示CM」で前年比68.8%と大きな減少である。

検索エンジンの定着とともに、URLを覚えてブラウザに入力するよりも、テレビで見たキーワードを検索して企

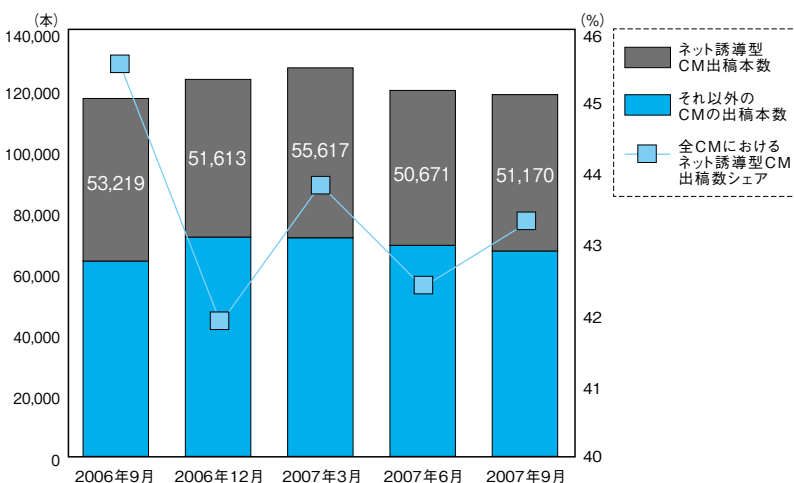
業のウェブサイトを訪問するパターンが増えているようだ。(編集部)

(※1) CMの中で視聴者に対して企業・商品・サービスのウェブサイトへの接触を働きかける文字情報や表現が表示されたCM。

(※2) 発表資料

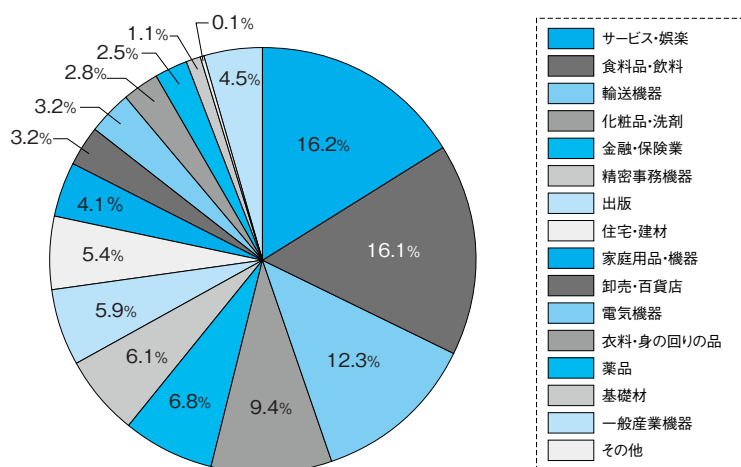
<http://www.videor.co.jp/press/2007/071213.htm>

資料1-5-5 関東地区における「ネット誘導型CM」の出稿本数とシェア推移



出所 ビデオリサーチオフィシャルホームページ

資料1-5-6 関東地区における業種ごとの「ネット誘導型CM」の出稿本数シェア



出所 ビデオリサーチオフィシャルホームページ



[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的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