

2009年1月7日

会社名 アウンコンサルティング株式会社

代表者名 代表取締役 信太明

(コード番号 2459 東証マザーズ)

問合せ先

取締役執行役員

橘川 徹也

TEL 03-3239-2727

P4P¹ 広告費、2012 年は 3,800 億円規模へと拡大

～ 第 4 回 国内 P4P 市場規模予測 ～

パソコン向け P4P は堅調に推移し、年間広告費は 1,596 億円へ
モバイル向け P4P も前年比 190%の 266 億円規模に。市場拡大に大きく貢献

検索エンジンマーケティング(SEM²)を手がけるアウンコンサルティング株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役:信太明)は、検索エンジンマーケティング(SEM)の鍵となる P4P(検索連動型広告³+コンテンツ連動型広告⁴)に関する 2008 年(1~12 月)の広告費と今後の市場規模を試算いたしましたので、ここにお知らせいたします。

パソコン向け P4P・モバイル向け P4P 広告費の推移

2008 年のパソコン向け P4P 広告費、前年比 125%で 1,596 億円まで拡大

2008 年のパソコン向け P4P 広告費(検索連動型広告+コンテンツ連動型広告)は、検索連動型広告が前年比 124%で 1,357 億円、コンテンツ連動型広告が前年比 125%で 239 億円となり、全体でも前年比 125%で 1,596 億円にまで市場が拡大しました。

検索連動型広告はすでに企業のマーケティング活動には欠くことができない広告のひとつとして定着しており、2008 年の広告費も引き続き堅調な伸びを示しました。

しかしながら、サブプライム住宅ローン問題を背景とするアメリカ経済の景気後退など、急変する市況の影響により、日本企業においても広告費などを抑制する傾向にあります。このような傾向は当面続くものと思われませんが、検索連動型広告は、テレビや新聞のような不特定多数の消費者ではなく、『検索』という能動的な行動の結果として消費者の目にとまるため、直接的に収益向上へインパクトを与える手法として期待され、注目されています。認知度向上やブランディングを高めるマス媒体の広告と比較しても広告の費用対効果という観点から、効率性の高い販促手段として引き続

き堅調な伸びが期待できると予測いたします。

一方で検索連動型広告の件数は増加するものの、小さなプレイヤーの出現や、インハウス化の増加によって、市場規模としては従来と比較して成長スピードは緩やかになる傾向にあります。

コンテンツ連動型広告では、国内 P4P 市場でトップを走るオーバーチュアが、今年 7 月に、これまでのウェブコンテンツ解析に加え、現在や過去の閲覧行動などからユーザーの興味・関心を探り、最適な広告を提示できるクリック課金型広告『インタレストマッチ™』のサービスを開始し、行動結果も加味してマッチング精度を高める新たなサービスとして期待されています。しかしながら、市況全体の影響から、しばらくは緩やかな成長と予測しております。

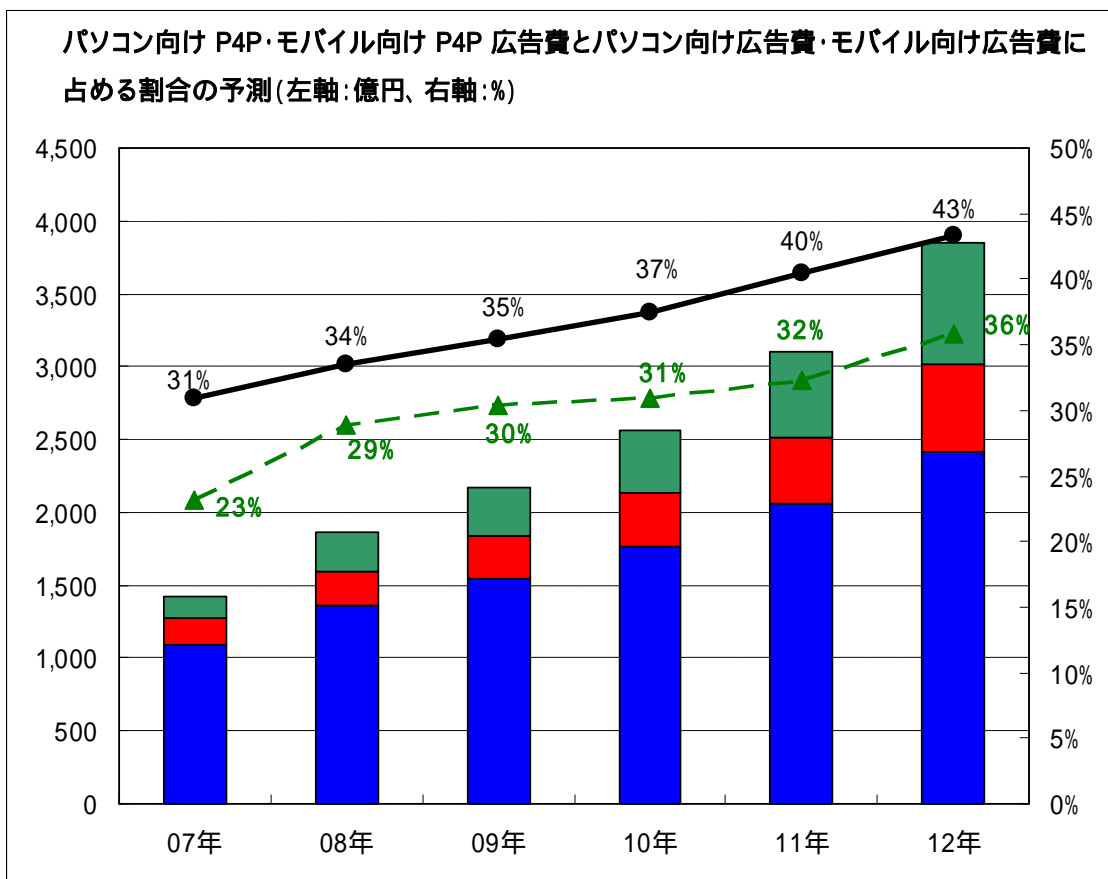
モバイル向け P4P は堅調に推移。2008 年は前年比 190%で 266 億円

前年より試算を開始した携帯電話での閲覧に供されるモバイル向け P4P の市場規模では、2008 年の広告費が予測ほどの推移はなかったものの、前年比 190%となる 266 億円にまで増加しました。これは、2007 年に主要携帯キャリア各社がヤフーやグーグルといった大手検索会社と提携し、検索システムを導入したことにより、急速に携帯電話利用者にモバイル検索が普及し、企業側のモバイル広告に注目したことによるものと考えられます。

今後も市場は成長すると予測しますが、広告費抑制といったマクロ的影響により、ここ数年は成長スピードに関してはやや緩やかになるものと思われる。

現状のモバイル活用には、企業のモバイルサイト数の少なさや、パソコン向けの「ネット視聴率」のような指標が確立されていないといった課題はあります。そのため、モバイルマーケティング導入に慎重になっている企業も少なくありません。しかし、パソコンと同じようなオープンな環境が整い、キャリアごとの仕様なども統一され、検索エンジンの精度が高まれば企業も導入に対して積極的になるものと考えられます。

マクロ的な市況の影響は受けつつも、今後もモバイルの利用頻度や接触時間が増えることで、企業のネットマーケティングにおけるモバイルニーズは継続的に増えることが予想されます。



	07年	08年	09年	10年	11年	12年
インターネット広告費	4,730	5,676	6,295	7,106	8,050	9,308
パソコン向け広告費	4,127	4,753	5,190	5,690	6,211	6,963
モバイル向け広告費	603	923	1,105	1,416	1,839	2,345
P4P	1,417	1,862	2,172	2,566	3,105	3,855
パソコン向けP4P	1,277	1,596	1,836	2,129	2,512	3,015
検索連動型	1,086	1,357	1,551	1,767	2,060	2,412
コンテンツ連動型	191	239	285	362	452	603
対パソコン向け広告費割合 (%)	31%	34%	35%	37%	40%	43%
パソコン向けP4P成長率 (%)	32%	25%	15%	16%	18%	20%
モバイル向けP4P	140	266	336	437	593	840
対モバイル向け広告費割合 (%)	23%	29%	30%	31%	32%	36%
モバイル向けP4P成長率 (%)	115%	90%	26%	30%	36%	42%

News Release

【市場規模算出の方法について】

世界各国の報道資料やレポートによる動向調査のほか、オーバーチュア社及びグーグル社をはじめとする業界関係者や広告主へのヒアリング調査、ならびに当社独自の調査等により収集された情報を基礎資料とし、実際の出稿状況やクリック率等の各種指標の動向を加味し、独自に算出いたしました。

【今年の予測について】

2008年1月8日に発表した昨年段階での予測に関しては、下記 URL をご参照下さい。

<http://www.auncon.co.jp/ir/pdf/20080108-1.pdf>

【注記】

1 「P4P(ピーフォーピー)」

検索キーワードに連動して検索結果ページに表示される広告(検索連動型広告)、及びウェブページの意味・内容を解析し自動的に配信・表示される広告(コンテンツ連動型広告)の総称を指す。

なおここでは、パソコン向け P4P に加え、モバイル向け P4P を合わせて P4P としている。

2 「SEM(エスイーエム)」

「Search Engine Marketing」の略称で、検索サイト/検索エンジンを活用したマーケティング全般。

3 「検索連動型広告」

P4P のうち、検索キーワードに連動して検索結果ページに表示される広告。その掲載順位は入札価格等により決定され、広告がクリックされた時点で課金が発生する。オーバーチュア「スポンサーサーチ」やグーグル「アドワーズ広告」が代表的。

4 「コンテンツ連動型広告」

P4P のうち、ウェブページの意味・内容を解析し自動的に配信・表示される広告で、検索連動型広告の関連サービスともいえる。サイト運営者がページに広告スペースを設置すると、広告配信元はそのページ内容や文脈を解析し、適切な広告を配信する。代表的サービスはグーグル「コンテンツ向けアドワーズ広告」およびオーバーチュア「コンテンツマッチ」。閲覧者が広告をクリックした時点で広告出稿者への課金とサイト運営者への支払いが発生するものが一般的。

お問い合わせ

アウンコンサルティング株式会社

代表者 : 代表取締役 信太 明(した あきら)
設立 : 1998年6月
資本金 : 339,576千円
本社 : 〒101-0061 東京都千代田区三崎町 2-9-18 TDCビル
URL : <http://www.auncon.co.jp/>
上場市場 : 東京証券取引所マザーズ 証券コード:2459
事業内容 : 「検索エンジンマーケティング(SEM)」に関するコンサルティング業務全般
お問合せ : 経営企画グループ
[TEL]03-3239-2868 [FAX]03-3239-2838 [E-mail]ir@ auncon.co.jp