

2006年1月31日

アウンコンサルティング株式会社

## P4P<sup>1</sup> 広告費、2005年は前年比94%成長

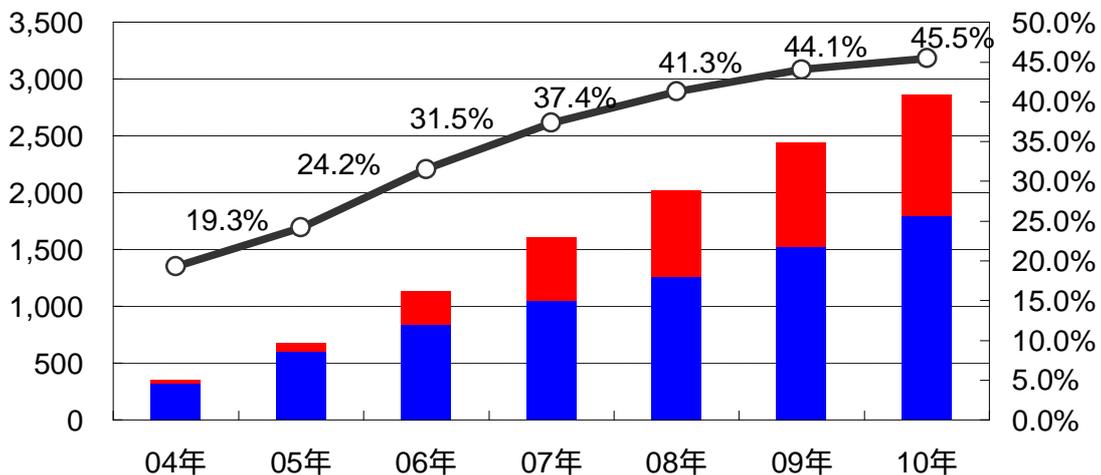
検索連動型広告は598億円、コンテンツ連動型広告は80億円  
2004年に引き続き、インターネット広告市場を牽引

検索エンジンマーケティング(SEM<sup>2</sup>)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<sup>3</sup>+コンテンツ連動型広告<sup>4</sup>)に関する2005年(1~12月)の広告費と今後の市場規模予測を試算いたしました。

検索連動型広告は昨年に引き続き急速な成長を示し、前年比87%増となる598億円となりました。一方のコンテンツ連動型広告は前年比167%増となる80億円まで拡大いたしました。双方とも今後も急速な成長を継続し、2010年のP4P広告費は総額2,819億円となり、インターネット広告市場規模の半分近くを占めるものと予測します。

### インターネット広告市場を牽引するP4P

P4P広告費とインターネット広告費に占める割合の予測 (左軸:億円、右軸:%)



	04年	05年	06年	07年	08年	09年	10年
■ コンテンツ連動型広告	30	80	298	556	759	917	1,060
■ 検索連動型広告	320	598	838	1,051	1,264	1,523	1,758
P4P合計	350	678	1,135	1,607	2,024	2,441	2,819
インターネット広告費	1,814	2,800	3,600	4,300	4,900	5,537	6,201
P4P成長率(%)		93.7%	67.4%	41.6%	25.9%	20.6%	15.5%
— 対インターネット広告費割合(%)	19.3%	24.2%	31.5%	37.4%	41.3%	44.1%	45.5%

## 2005年のP4P広告費、前年比でほぼ倍増の94%増

「日本の広告費」(株式会社電通発表)によると、日本のインターネット広告費は2004年に1,814億円と、ラジオ広告を上回る市場規模となり、日本の総広告費に占めるインターネット広告費の割合は約3%となりました。この市場拡大に貢献したP4Pは、2005年も引き続き急速な拡大を遂げ、1-12月の広告費は678億円規模に達したと考えられます。

## コンテンツ連動型広告の成長は2006年以降に本格化

弊社では、2005年9月時点でP4Pを構成する検索連動型広告及びコンテンツ連動型広告の市場規模予測を発表しましたが、今回の試算により、2005年時点の検索連動型広告については予測を大幅に上回る数値となり、コンテンツ連動型広告では予測を若干下回る公算が強くなりました。検索連動型広告に関しては、TV等のマスメディアとの連動による検索連動型広告の配信が予想以上に伸張したことが要因として考えられるほか、コンテンツ連動型広告に関しては、ブログの普及などを背景に配信数は順調に増加しているものの、広告の平均単価が検索連動型広告に比べ廉価に推移していることや、大手広告主のコンテンツ連動型広告への出稿が今年以降に本格化する流れとなってきたことが要因として挙げられます。

今年以降に関しては、オーバーチュア「スポンサードサーチ」がポータルサイト「@ぴあ」や「All About」に相次いでコンテンツ連動型広告の配信を開始するなど、今後もコンテンツ連動型広告の配信ネットワークは増大していく公算が立つほか、同様に2006年中には米国市場でYPN(ヤフー・パブリッシャー・ネットワーク)と呼ばれる中小規模サイト向けのコンテンツ連動型広告が国内でもサービスインすることが予想され、インターネットユーザーへのブログのさらなる急速な普及と相まって、今年以降は前回予測を大幅に上回る成長が見込まれます。

## P4P広告費、2010年には2005年の4.2倍規模に拡大

米国におけるインターネット広告市場は、業界団体や各種調査機関等の発表から、2005年に120億ドルを超えると予測されており、P4P広告費は、そのインターネット広告市場を力強く牽引し、同市場におけるシェアは約40%に達しております。

日本におけるP4P広告費は、2004年時点で350億円。インターネット広告費に占める割合は19%程度でしたが、今回の試算では2005年にその比率を約24%にまで拡大する結果となりました。今後もこの比率は拡大し、2010年には国内のインターネット広告市場の半分近くを占める46%程度まで達するものと予測します。

この背景として、今後はP4Pのブランディング効果や、TV等のマスメディア広告との更なる連動が促進され、いわゆるナショナルブランドといわれる大手広告主が本格参加することによって、P4Pの持続的な市場拡大が想定されます。さらには、配信先の拡大、P4Pの一般認知度の高まりとともに、中小企業の広告出稿の拡大も予想され、こうした裾野の広がりが市場を活性化させる一因となりそうです。成長率としては、今後2007年までは年率50%程度の急成長を遂げ、その後2007年以降も平均20%程度の成長率を維持していくものと予想しております。なお、最終的に2010年時点のP4P広告費は、2005年の規模の4.2倍相当までの拡大が見込まれます。

## News Release

【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 Web 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。

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、Web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 AdSense」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。

## 会社概要

### 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 : 338,036千円

本社 : 〒101-0061 東京都千代田区三崎町 2-9-18 TDC ビル 6階

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

## 本件に関するお問合せ

アウンコンサルティング株式会社 担当: 金子陽一、岡田吉弘

〒101-0061 東京都千代田区三崎町 2-9-18 TDC ビル 6階

TEL/03-3239-2868 FAX/03-3239-2838 email: ir@ auncon.co.jp