



2008年1月8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

工藤 典久

TEL 03-3239-2727

## P4P<sub>1</sub> 広告費、2007 年は 1,500 億円に迫る規模に拡大

### ～ 第 3 回 国内 P4P<sub>1</sub> 市場規模予測 ～

パソコン向け P4P は引き続き堅調に推移し、年間広告費は 1,277 億円へ  
モバイル向け P4P も前年比 252%の 164 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(SEM<sub>2</sub>)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<sub>3</sub>+コンテンツ連動型広告<sub>4</sub>)に関する 2007 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。

3 回目の市場規模予測となる今回は、取りまとめの過程において、日経ネットマーケティング(日経 BP 社)の協力を得ております。

### パソコン向け P4P・モバイル向け P4P 広告費の推移

#### 2007 年のパソコン向け P4P 広告費、前年比 132%で 1,277 億円まで拡大

2007 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 123%で 1,078 億円、コンテンツ連動型広告が前年比 209%で 199 億円となり、全体でも前年比 132%で 1,277 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、2007 年の広告費も引き続き堅調な伸びを示しました。

また、国内 P4P 市場でトップを走るオーバーチュア「スポンサードサーチ」の広告プラットフォームが新しいプラットフォームに移行され、売上が拡大したことも市場規模を躍進させる大きな材料となりました。検索連動型広告については、新規導入企業の増加による裾野の拡大と 1 社あたりの広告費の増加により、今後も順調に推移すると予測されます。

一方コンテンツ連動型広告では、広告クリック単価が廉価に推移している点やクリック率が低い等の理由により昨年予測を下回る結果となりました。しかしながら、2007年も広告配信先となる提携サイトが拡大し、広告配信数も大幅に増加傾向にあることから、全体としては前年比 200%を上回る成長を実現しています。

また、2007年はヤフーがオーバーチュア(Yahoo! Search Marketing)の日本法人を買収したのにつき、コンテンツ連動型広告を提供するブレイナーを子会社化し、ヤフー自身も小規模サイトや個人サイトが掲載可能な広告配信サービスを開始しています。2008年以降は、こうした各社のネットワークや技術を連携させることによる相乗効果が期待できるため、広告費のさらなる拡大が見込まれます。

### **モバイル向け P4P は予測を上回る急拡大。2007 年は前年比 252%で 164 億円**

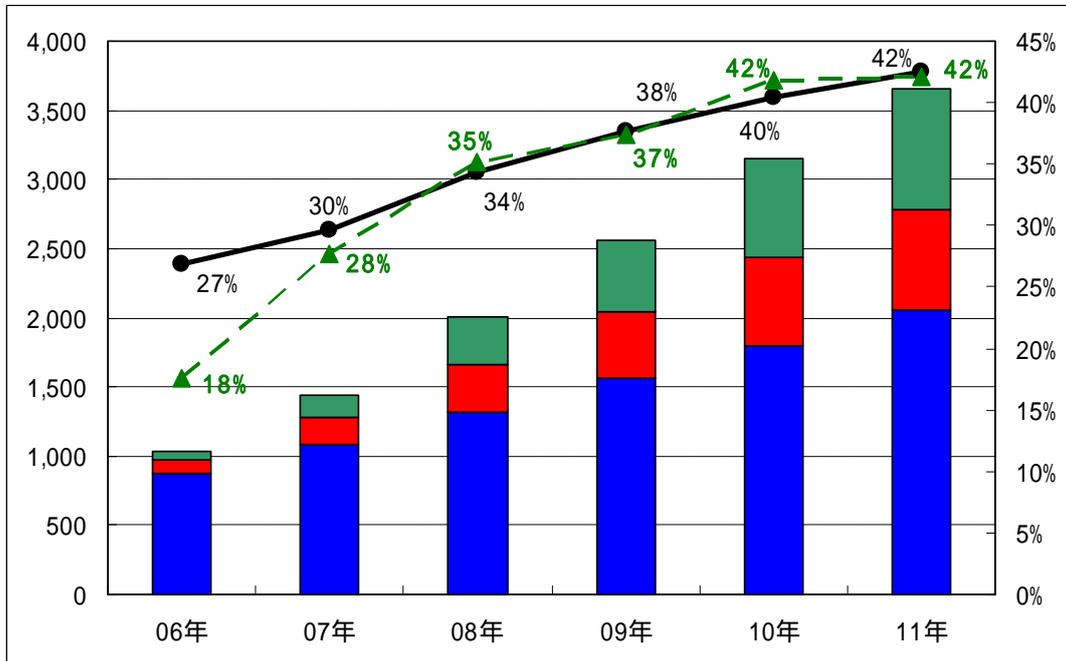
前年より試算を開始した携帯電話での閲覧に供されるモバイル向け P4P の市場規模では、2007年の広告費が予測を大幅に上回り、前年比 252%となる 164 億円にまで急拡大しました。

これは、2006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、モバイル検索が予測以上のスピードで急速に携帯電話利用者に浸透したことが大きな要因となっています。

また、オーバーチュアやグーグルがモバイルサイトとして圧倒的な集客力を誇る「モバゲータウン」や「mixi モバイル」等と提携し、広告配信を始めたことも引き金となり、広告出稿企業が急激に増加し、広告配信数も大幅に増加することとなりました。

今後は、パソコン向け P4P へ出稿する広告主が本格的にモバイル向け P4P へ参入するだけでなく、新たにモバイル向け P4P から開始する広告主が増加することも予測されるため、パソコン向け P4P を上回る速度での成長スピードが期待でき、モバイル向け P4P が新たなもうひとつの市場を形成することが予測されます。

パソコン向け P4P・モバイル向け P4P 広告費とパソコン向け広告費・モバイル向け広告費に占める割合の予測(左軸:億円、右軸:%)



	06年	07年	08年	09年	10年	11年
インターネット広告費	3,969	4,893	5,806	6,820	7,752	8,622
■パソコン向け広告費	3,600	4,300	4,824	5,423	6,026	6,557
■モバイル向け広告費	369	593	982	1,397	1,726	2,065
P4P	1,034	1,441	2,003	2,565	3,155	3,655
■パソコン向けP4P	969	1,277	1,658	2,042	2,434	2,785
検索連動型	874	1,078	1,320	1,559	1,799	2,059
コンテンツ連動型	95	199	338	483	635	726
対パソコン向け広告費割合(%)	27%	30%	34%	38%	40%	42%
パソコン向けP4P成長率(%)	94%	32%	30%	23%	19%	14%
■モバイル向けP4P	65	164	345	523	721	870
対モバイル向け広告費割合(%)	18%	28%	35%	37%	42%	42%
モバイル向けP4P成長率(%)	210%	152%	110%	52%	38%	21%

## 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。

【昨年の予測について】

2007年1月9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/corporate/press.html?link\\_id=prel](http://www.auncon.co.jp/corporate/press.html?link_id=prel)

【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。

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ponsored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 : 339,290千円

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 email:ir@ auncon.co.jp