

2018年3月28日

株式会社D2C

株式会社サイバー・コミュニケーションズ

株式会社電通

「2017年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

～D2C/CCI/電通が共同でインターネット広告媒体費の詳細分析を実施～

- 2017年のインターネット広告媒体費のうち、ディスプレイ広告とリスティング広告で全体の約80%を占める。
- 2017年 ビデオ(動画)広告費は1,155億円、2018年には約1,600億円まで拡大すると予測。
- 2018年インターネット広告媒体費は、全体で1兆4,000億円を上回り、うちモバイル広告費は1兆円を上回ると予測。

電通グループ3社は、電通が2018年2月に発表した「2017年日本の広告費」の調査結果のうち、インターネット広告媒体費の内訳を、広告種別、取引手法別、デバイス別などの切り口で分析し、さらに2018年の予測を加えた「2017年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」(以下、本調査)を発表しました。

わが国の2017年の総広告費、6兆3,907億円のうち、「インターネット広告媒体費」は、1兆2,206億円(前年比117.6%)となっており、順調に成長を続けています。インターネット広告は、通信環境やデバイス、プラットフォームの変化、アドテクノロジーの進歩により、その姿は日々変化しています。本調査では、電通グループのインターネット広告領域の事業会社であるD2CとCCIが電通と共同で、これまで「日本の広告費」では分析されてこなかったインターネット広告媒体費の広告種別、取引手法別、デバイス別の内訳を調査しました。

2015年からD2CとCCIが独自に行った「インターネット広告市場規模推計調査」に基づき、その結果を発表してきていましたが、今回より「日本の広告費」のインターネット広告媒体費の詳細分析として、電通との共同で調査内容や手法を見直し、本調査を実施しました。

「2017年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」のポイント

1. インターネット広告媒体費のうち、ディスプレイ広告(40.9%)とリスティング広告(39.6%)で全体の約80%を占める。ビデオ(動画)広告は1,155億円で全体の9.5%を占める。
2. 取引手法別構成比は、運用型広告(77.0%)、予約型広告(14.4%)、成果報酬型広告(8.6%)。
3. デバイス別構成比は、モバイル広告が68.1%、デスクトップ広告が31.9%。
4. 2018年のインターネット広告媒体費は全体で1兆4,000億円を上回り、うちモバイル広告は1兆円を超える見込み。
5. ビデオ(動画)広告は、2018年には約1,600億円まで拡大する見込み。

【ポイント1】 インターネット広告媒体費 広告種別 構成比

～インターネット広告媒体費のうち、ディスプレイ広告(40.9%)とリスティング広告(39.6%)で全体の約80%を占める。ビデオ(動画)広告は1,155億円で全体の9.5%を占める。～

2017年のインターネット広告媒体費は1兆2,206億円(電通「2017年 日本の広告費」より)、そのうち、構成比が高いのはディスプレイ広告(40.9%)、リスティング広告(39.6%)で、合わせると約80%を占める。ビデオ(動画)広告は1,155億円と推定された。次いで、成果報酬型広告(8.6%)、その他のインターネット広告(1.5%)と続く。【グラフ1】。

【広告種別の定義】

ディスプレイ広告: サイトやアプリ上の広告枠に表示する画像、テキストなどの形式の広告およびタイアップ広告。

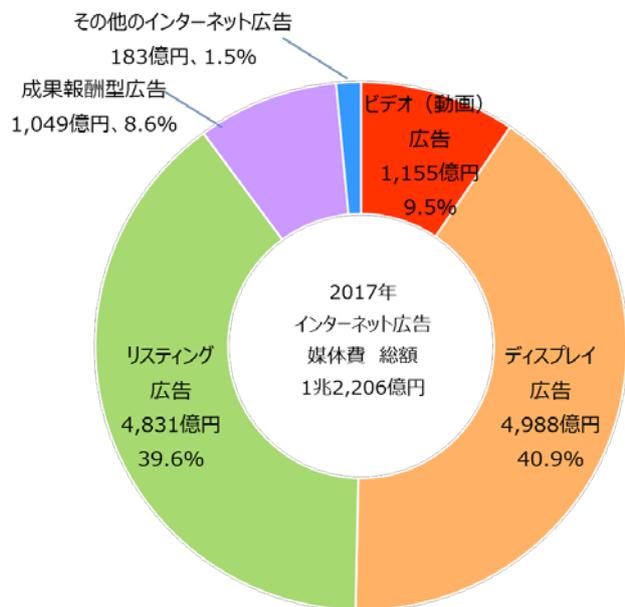
リスティング広告: 検索キーワードやコンテンツに連動して表示するテキスト、画像(動画)形式の広告。

ビデオ(動画)広告: 動画ファイル形式(映像・音声)の広告。

成果報酬型広告: インターネット広告を閲覧したユーザーが、あらかじめ設定されたアクションを行った場合に、メディアや閲覧ユーザーに報酬が支払われる広告。

その他のインターネット広告: 上記以外のフォーマットのインターネット広告。メール広告、オーディオ(音声)広告など。

【グラフ1】 インターネット広告媒体費 広告種別 構成比



【ポイント2】 インターネット広告媒体費 取引手法別 構成比

～取引手法別構成比は、運用型広告(77.0%)、予約型広告(14.4%)、成果報酬型広告(8.6%)。～

インターネット広告媒体費を取引手法別にみると、運用型広告 9,400 億円(インターネット広告媒体費の内の77.0%: 電通「2017年 日本の広告費」)、予約型広告(同 14.4%)、成果報酬型広告(同 8.6%)となる。さらに取引手法別×広告種別で分解すると、運用型のリスティング広告の構成比が 39.6%と最も規模が大きく、次いで

運用型のディスプレイ広告が 29.4%と続いた。【グラフ 2】。

また、プライベートマーケットプレイス (PMP) やプライベート・エクスチェンジなどの媒体社と広告主を限定したクローズドな広告取引市場を通じて取引された媒体費は、およそ 100 億円～120 億円規模と推定された。

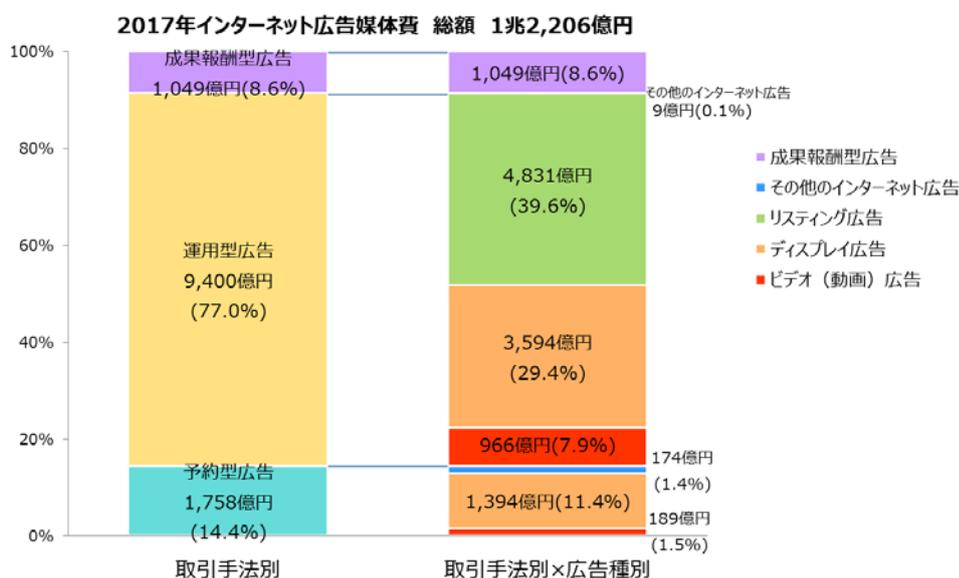
【取引手法の定義】

運用型広告: リスティング広告、およびデジタル・プラットフォーム(ツール) やアドネットワークを通じて入札方式で取引されるもの。

予約型広告: 純広告やタイアップ広告として、代理店・メディアレップ経由もしくは直接広告主に販売されるもの、およびデジタル・プラットフォーム(ツール) やアドネットワークを通じて非入札方式(固定価格)で取引されるもの。

成果報酬型広告: インターネット広告を閲覧したユーザーが、あらかじめ設定されたアクションを行った場合に、メディアや閲覧ユーザーに報酬が支払われる広告。

【グラフ 2】インターネット広告媒体費 取引手法別 構成比



【ポイント 3】インターネット広告媒体費 デバイス別 構成比

～デバイス別では、モバイル広告が 68.1%、デスクトップ広告が 31.9%。～

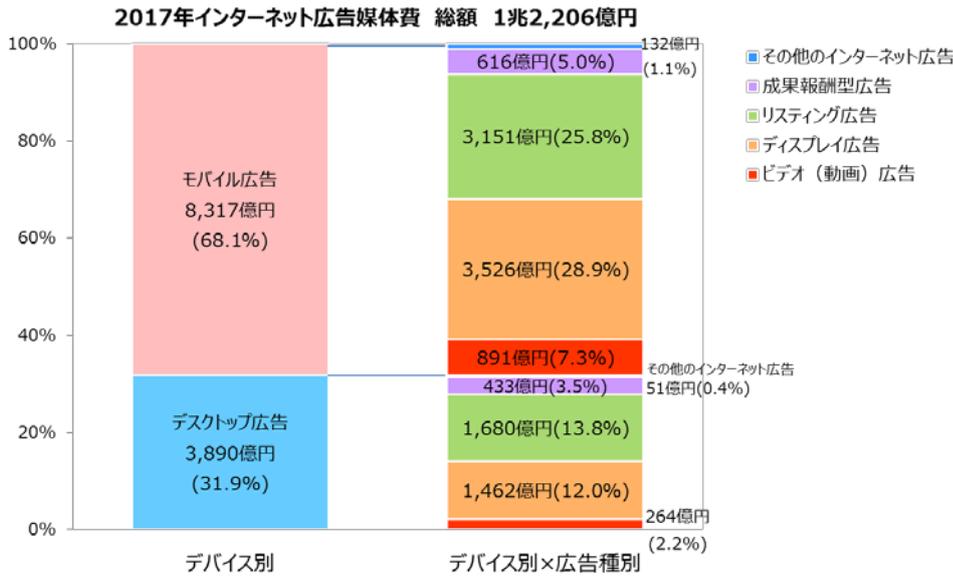
インターネット広告媒体費をデバイス別で見ると、モバイル広告が 8,317 億円 (68.1%)、デスクトップ広告が 3,890 億円 (31.9%) となった。また、デバイス別×広告種別で見ると、モバイルのディスプレイ広告が最も規模が大きく 28.9%、次いでモバイルのリスティング広告が 25.8%を占めた。デスクトップ広告では、リスティング広告が 13.8%、ディスプレイ広告が 12.0%となり、構成比ではわずかにリスティング広告が上回った。【グラフ 3】。

【デバイスの定義】

モバイル広告: スマートフォン向け、タブレット向け、フィーチャーフォン向けの広告。

デスクトップ広告: PC インターネット向けの広告。

【グラフ 3】 インターネット広告媒体費 デバイス別×広告種別 構成比



【ポイント 4】 インターネット広告媒体費全体額 推移(予測)

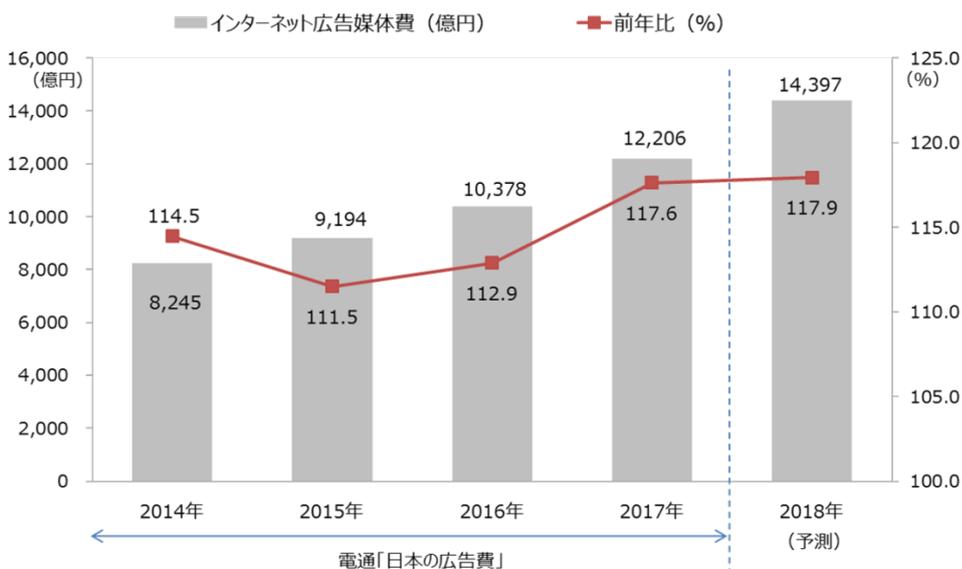
～2018年のインターネット広告媒体費は全体で1兆4,000億円を上回り、うちモバイル広告は1兆円を超える見込み。～

2018年のインターネット広告媒体費は前年比117.9%と、総額で1兆4,397億円まで拡大すると予測される。

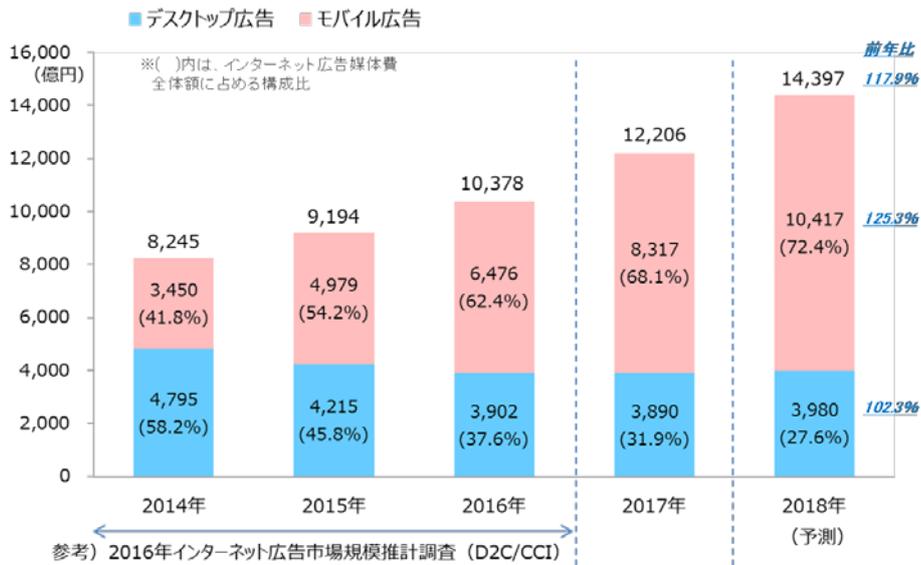
【グラフ 4-1】。

デバイス別では、モバイル広告が前年比125.3%となり、2018年には1兆円を超え、デスクトップ広告は、前年を上回る102.3%になると予測される。【グラフ 4-2】

【グラフ 4-1】インターネット広告媒体費 全体額推移(予測)



【グラフ 4-2】インターネット広告媒体費 デバイス別広告費 推移(予測)

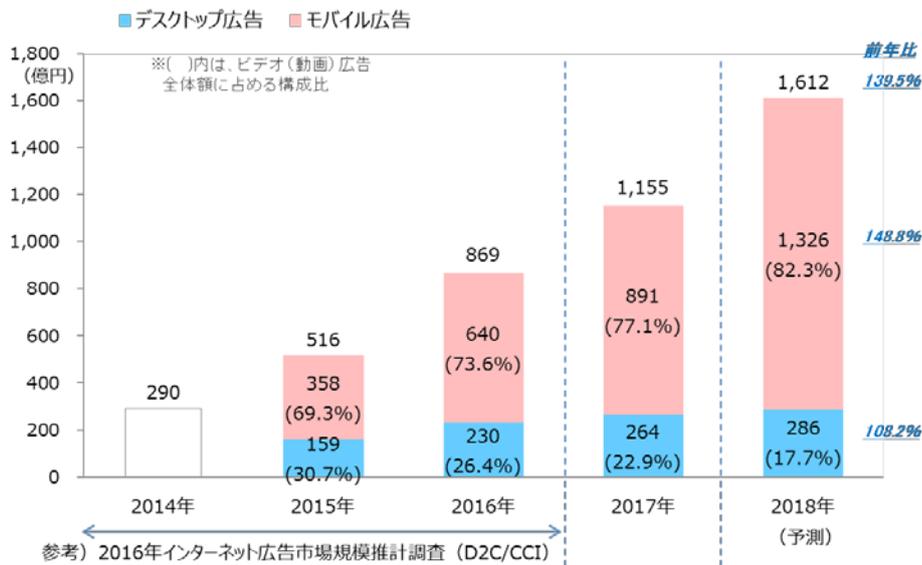


【ポイント 5】ビデオ(動画)広告市場推移(予測)

～ビデオ(動画)広告は、2018年には約1,600億円まで拡大する見込み。～

2017年のビデオ(動画)広告費は1,155億円、うち77.1%はモバイル広告が占める。2018年には、モバイル広告の大幅な伸長(前年比148.8%)に加え、デスクトップ広告の着実な伸長(同108.2%)が期待されることから、ビデオ(動画)広告費は1,612億円まで拡大(同139.5%)すると予測される。

【グラフ 5】ビデオ(動画)広告市場推移(予測)



<調査概要>

調査主体 : 株式会社電通 / 株式会社サイバー・コミュニケーションズ(CCI) / 株式会社 D2C

調査時期 : 2017 年 12 月～2018 年 2 月

調査方法 : 以下の調査に基づき、推定作業を実施

- ① インターネット広告媒体社等を対象としたアンケート調査(郵送調査/web 調査)
「2017 年(平成 29 年)「日本の広告費」 インターネット広告媒体費 についてのお伺い」として実施
- ② 同、追加ヒアリング調査
- ③ 各種データ収集・分析

※本資料内グラフにおける数値は、表示単位未満を四捨五入して表示しているため、計算値が一致しない場合があります。

<会社概要>

株式会社 D2C (<http://www.d2c.co.jp/>)

所在地 : 〒104-0061 東京都中央区銀座 6-18-2 野村不動産銀座ビル

代表者 : 代表取締役社長 宝珠山 卓志

事業内容 : デジタルマーケティング事業、ドコモ事業、海外事業など

株式会社サイバー・コミュニケーションズ (<https://www.cci.co.jp/>)

所在地 : 〒104-0045 東京都中央区築地 1-13-1 築地松竹ビル

代表者 : 代表取締役社長 新澤 明男

事業内容 : インターネットや商用オンライン・サービスなどのネットワーク上の広告及び
関連する下記の事業・広告の提案、企画、制作、運営・広告スペースの購入、販売

株式会社電通 (<http://www.dentsu.co.jp/>)

所在地 : 〒105-7001 東京都港区東新橋 1-8-1

代表者 : 代表取締役社長執行役員 山本 敏博

事業内容 : 「Integrated Communication Design」を事業領域としたコミュニケーション関連の
統合的ソリューションの提供、経営・事業コンサルティングなど

本件に関する問い合わせ先

D2C 広報宣伝室

TEL: 03-6226-8904

FAX: 03-6226-8262

CCI ストラテジー・デベロップメント

TEL: 03-6837-6034

E-mail: press@cci.co.jp

電通コーポレートコミュニケーション局広報部

TEL: 03-6216-8041

FAX: 03-6217-5515