

ジェイ・リスティング、
「コンテンツ連動型広告に関する意識調査」を実施

過半数の広告主が利用に満足している一方、
「サポートの充実度」「費用対効果」に不満

利用停止理由の第一位は「費用対効果が合わない」

NHN Japan グループ（NHN Japan 株式会社、ネイバージャパン株式会社、株式会社ライブドア）でインターネット広告事業を展開するジェイ・リスティング株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役：窪島剣璽、以下ジェイ・リスティング）では、企業でリスティング広告の出稿業務に携わっている担当者 400 名を対象に、「コンテンツ連動型広告に関する意識調査」を実施いたしました。

以下に、調査結果の要点を発表します。

調査結果サマリー

- ・ 主な利用目的は、「ホームページへの集客(70.3%)」「自社や商品・サービスの認知・理解促進(69.0%)」である。
- ・ 過半数の広告主がコンテンツ連動型広告について「満足」（「満足している」「やや満足している」合算で 54.5%）しており、特に大きな不満は感じていない。
- ・ 広告主が評価しているポイントは、「小額で出稿できる(39.0%)」「集客力がある(38.3%)」「クリックされないと費用が発生しない(33.4%)」の順となっており、クリック保証型（CPC）で広範な潜在顧客にリーチできるコンテンツ連動型ならではの利便性を高く評価していることが伺える。

逆に、評価が低かったポイントは「サポートが充実している(10.7%)」「費用対効果が見合っている(12.1%)」である。

実際、過去にコンテンツ連動型広告を利用していたが、現在利用していない広告主に対して、その理由をたずねると、

1位：費用対効果が合わない(50%)

2位：クリックされても商品・サービスの販売など最終的な目的に到達しない(38.5%)

となり、これを裏付ける結果となった。

- ・ コンテンツ連動型広告における課題としては、

1位：無駄なクリックが多い(27.6%)

2位：不正クリックが心配だ(26.2%)

となっており、クリック保証型（CPC）広告の本質的な課題が改めて浮き彫りになった。

調査結果についての総評・考察

成長著しいインターネット広告市場において、検索連動型広告と並び、近年利用が拡大しているのがコンテンツ連動型広告である。クリック保証型（CPC）による配信形式のため小額から出稿でき、なおかつ入札価格と掲載順位確保の運用が難しく、限られたユーザーにしか配信できない検索連動型広告と比べて、広範な潜在顧客に対して配信することができる点はその評価の理由である。

今回の調査においては、コンテンツ連動型広告に対する広告主の理解・評価ともに高く、全面的にこれを裏付ける結果となった。

その反面、「サポートの充実度」「費用対効果」に対する評価の声は低く、費用対効果を重視する広告主のニーズには十分に答えきれていないことが伺える。

また、今後のコンテンツ連動型広告の課題としては、「無駄なクリックが多い」「不正クリック」が上位に挙がっており、広告配信事業者においては不正クリック排除も含めた、更なるマッチング精度の向上が求められていることがわかった。

調査の概要

□調査名： コンテンツ連動型広告に関する意識調査

□調査対象： リスティング広告（検索連動型広告およびコンテンツ連動型広告）の出稿業務に携わっている担当者 400名 ※広告代理店を除く

□調査方法： インターネット調査

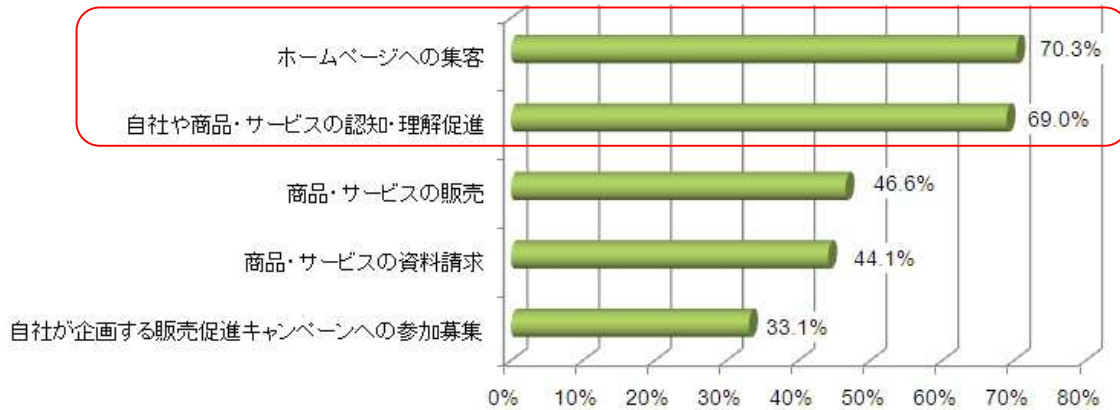
□実施期間： 2011年5月16日(月)～5月20日(金)

※本リリース内容の転載にあたりましては、「ジェイ・リスティング株式会社調べ」と明記していただけますよう、お願い申し上げます。

調査結果データ

- ◆ コンテンツ連動型広告の主な利用目的は、
 - ① ホームページへの集客(70.3%)
 - ② 自社や商品・サービスの認知・理解促進(69.0%)

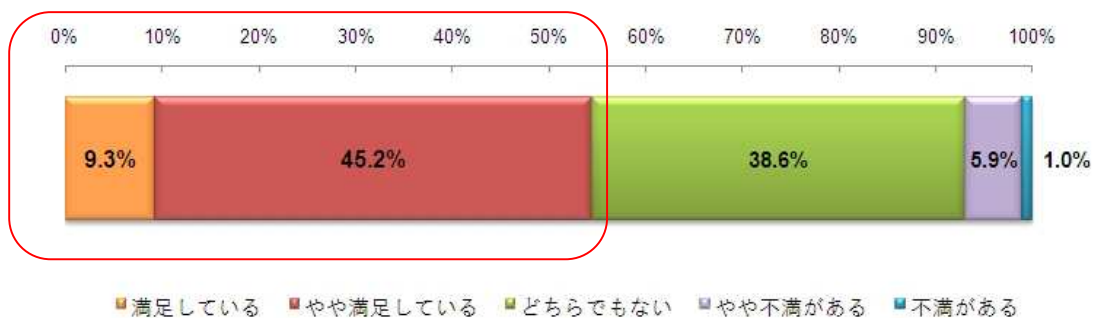
コンテンツ連動型広告の利用目的をお教えてください



- ◆ コンテンツ連動型広告についての満足度は、
 - ① 満足している(9.3%)
 - ② やや満足している(45.2%)

過半数の広告主がコンテンツ連動型広告について「満足」(「満足している」「やや満足している」合算で54.5%)しており、特に大きな不満は感じていない。

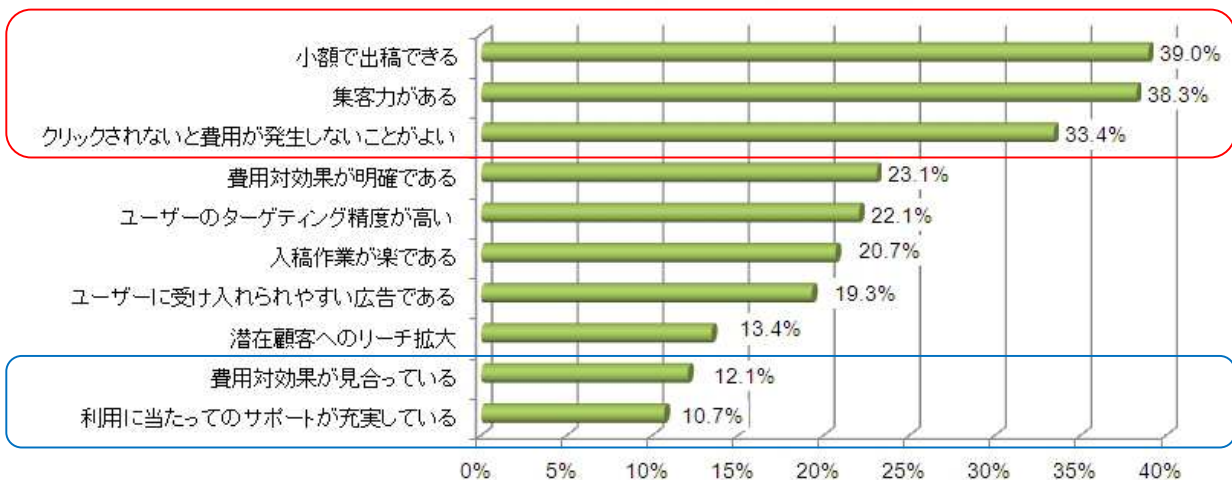
コンテンツ連動型広告についての満足度についてお教えてください



- ◆ 広告主が評価しているポイントは、
 - ① 小額で出稿できる (39.0%)
 - ② 集客力がある (38.3%)
 - ③ クリックされないと費用が発生しない (33.4%)

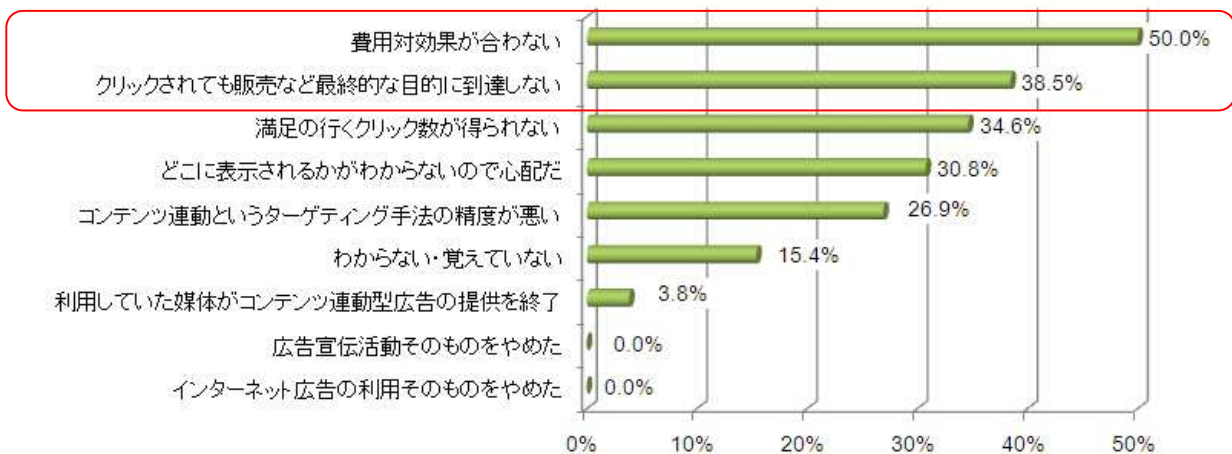
- ◆ 逆に、評価が低いポイントは、
 - ① 利用に当たってのサポートが充実している (10.7%)
 - ② 費用対効果が見合っている (12.1%)

コンテンツ連動型広告について評価している点について (複数回答)



- ◆ コンテンツ連動型広告の利用をやめた理由は、
 - ① 費用対効果が合わない (50.0%)
 - ② クリックされても販売など最終的な目的に到達しない (38.5%)

コンテンツ連動型広告の利用をやめた理由をお教えてください (複数回答)

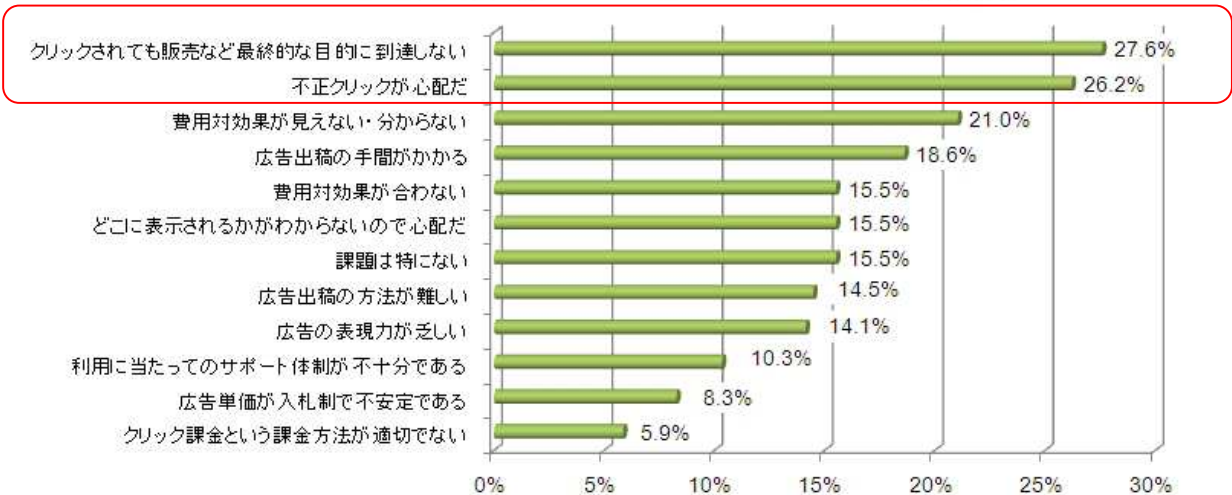


◆ コンテンツ連動型広告の課題と感じていることは、

- ① 無駄なクリックが多い(27.6%)
- ② 不正クリックが心配だ(26.2%)

クリック保証型（CPC）広告の本質的な課題が改めて浮き彫りに。

コンテンツ連動型広告の課題について感じてる点について（複数回答）



ジェイ・リスティング株式会社 概要

本社所在地：東京都新宿区西新宿 7-20-1 住友不動産西新宿ビル 24 階

設立年月日：2003 年 12 月

資本金：65 百万円

代表者：代表取締役 窪島 剣璽

事業内容：インターネット広告事業、ディレクトリ型検索エンジン事業、検索コンテンツ事業

<本件に関するお問合せ先>

ジェイ・リスティング株式会社 担当：山田

TEL: 03-5155-3030 Email: info@jlisting.jp