

2020年ネット広告費用の推定

新型コロナウイルスの影響を踏まえて

愛知大学 新居ゼミ 三浦友輝・曾田公平・草野勇真

目次

- ネット広告の概要
- ネット広告の現状
- 2020年ネット広告費用の推定
- ネット広告の今後

研究動機

電通が2019年に出した2020年のネット広告費推定は、2019年よりも増加すると予想されていた。

しかし、2020年のネット広告費は新型コロナウイルスの影響で2019年時点の推定結果から大きく乖離する可能性が高い。したがって、2020年のネット広告費推定を検討し直す必要があると考えた。

ネット広告の定義

Webサイト上や電子メール内のスペースに掲載される広告のことである。自社サイトで製品のプロモーションをしたり、自社でメールマガジンを発行することもインターネットを使ったマーケティング活動の一種であり、広い意味でインターネット広告に含める場合もある。

富士通総研「インターネット広告

<https://www.fujitsu.com/jp/group/fri/report/cyber/basic/information/01.html>

ネット広告の種類

- ディスプレイ広告
- 検索連動型広告
- ビデオ（動画）広告
- 成果報酬型広告
- その他：メール広告、音声広告

電通「インターネット広告種別の定義」

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2020/0317-010029.html>

ネット広告のメリット

- ☆簡単に広告を出せる
- ☆紙資源の削減
- ☆意識しなくても閲覧する機会が多い
- ☆広告から購入に至った数など、データをとりやすい
- ☆ニーズのある人に絞って効率的に配信できる

MarkeHack 「インターネット広告のメリット・デメリット」

<http://markehack.jp/internet-advertising-merit-demerit/>

リード 「インターネット広告の特徴とは？メリット・デメリットを紹介」

<https://web-kuruma.com/1194.html>

ネット広告のデメリット

💀 信憑性に欠ける

💀 広告運用に知識と時間がかかる

💀 競争が激しい

MarkeHack 「インターネット広告のメリット・デメリット」

<http://markehack.jp/internet-advertising-merit-demerit/>

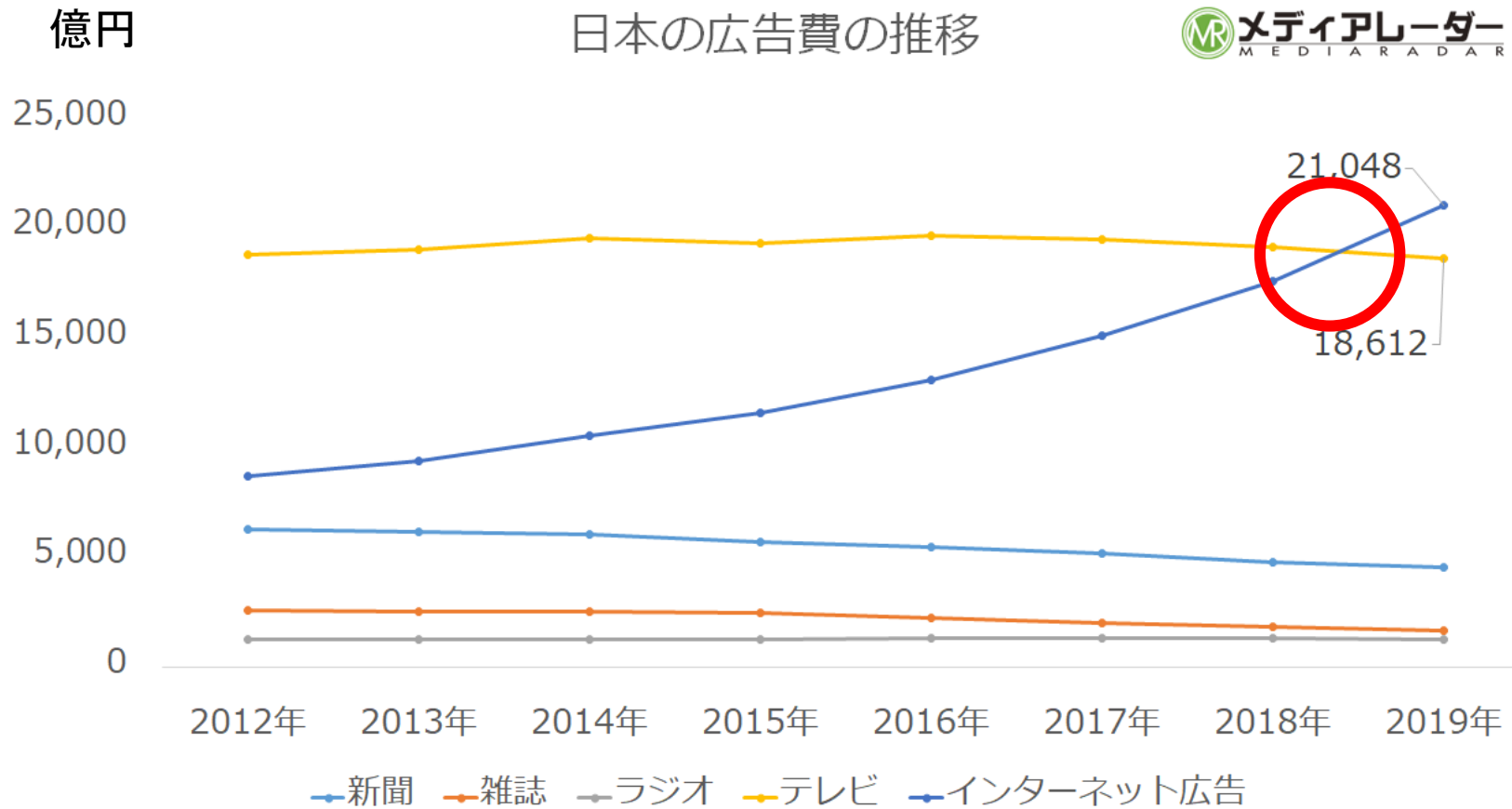
リード 「インターネット広告の特徴とは？メリット・デメリットを紹介」

<https://web-kuruma.com/1194.html>

ネット広告の傾向1

広告市場におけるネット広告の
規模はどれくらいなのか？

媒体別で見えてみると・・・

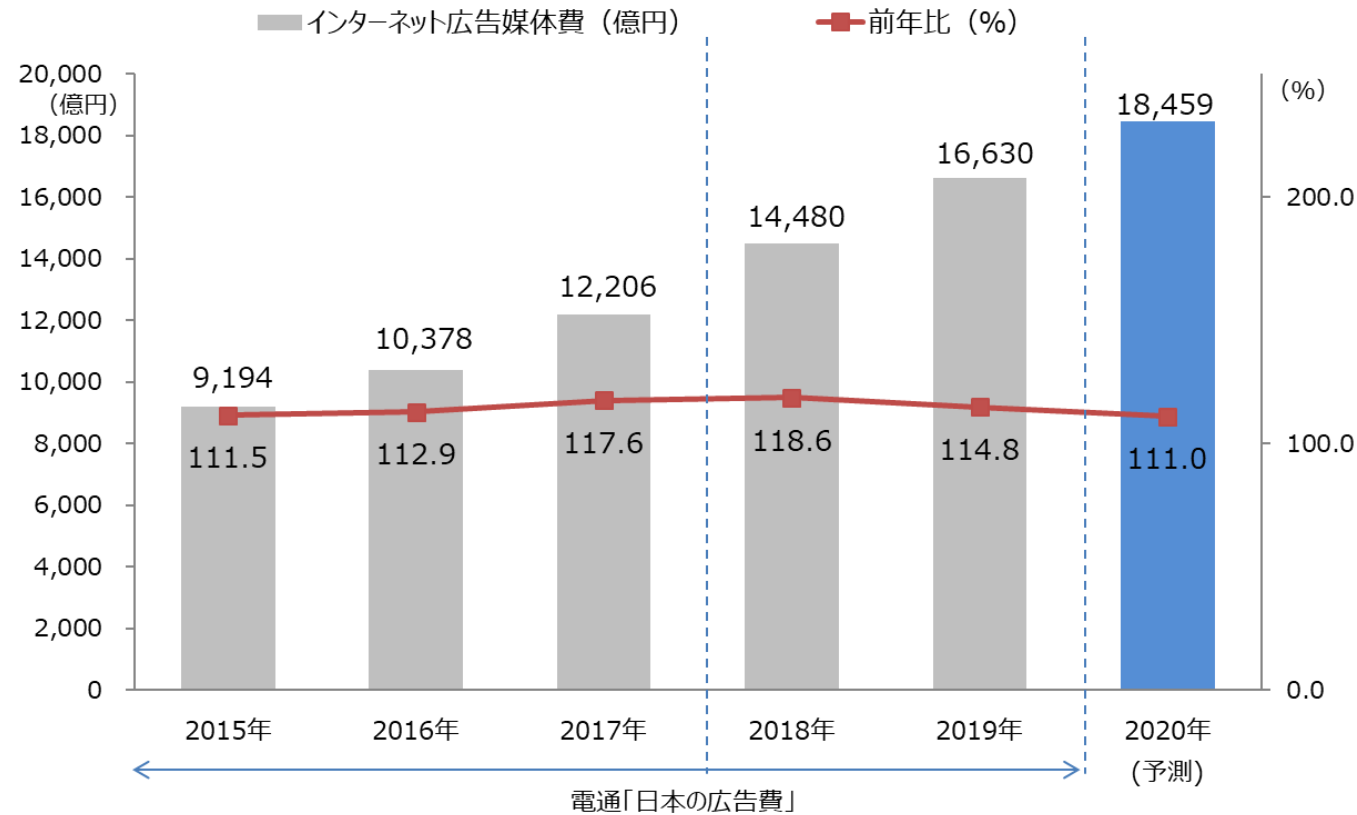


ネット広告費がテレビ広告費を上回り、大規模になりつつある

メディアレーダー 「日本の広告費の推移グラフ（2019年まで）電通の調査」
https://media-radar.jp/contents/meditsubu/ad_cost/

ネット広告の傾向2

ネット広告費はどれくらい増えている？



※2018年「マスコミ4媒体由来のデジタル広告費」をインターネット広告媒体費の推計対象に追加

年々、増加傾向にある

電通 「2019年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2020/0317-010029.html>

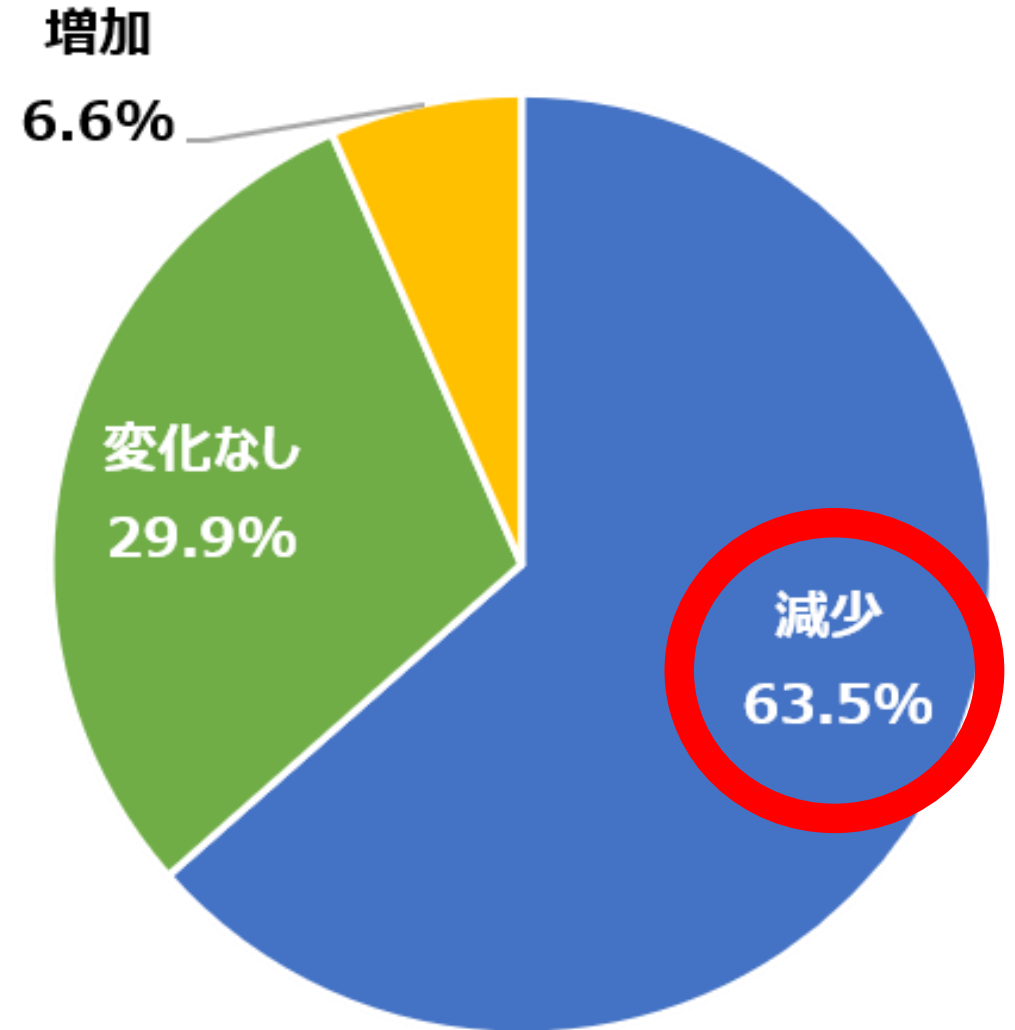
しかし、2020年

新型コロナウイルスの影響で

広告の現状1

Q. 新型コロナウイルスの影響を受けて、昨年と比較して4月の広告宣伝費はどのような状況でしたか？

6割が減少と回答



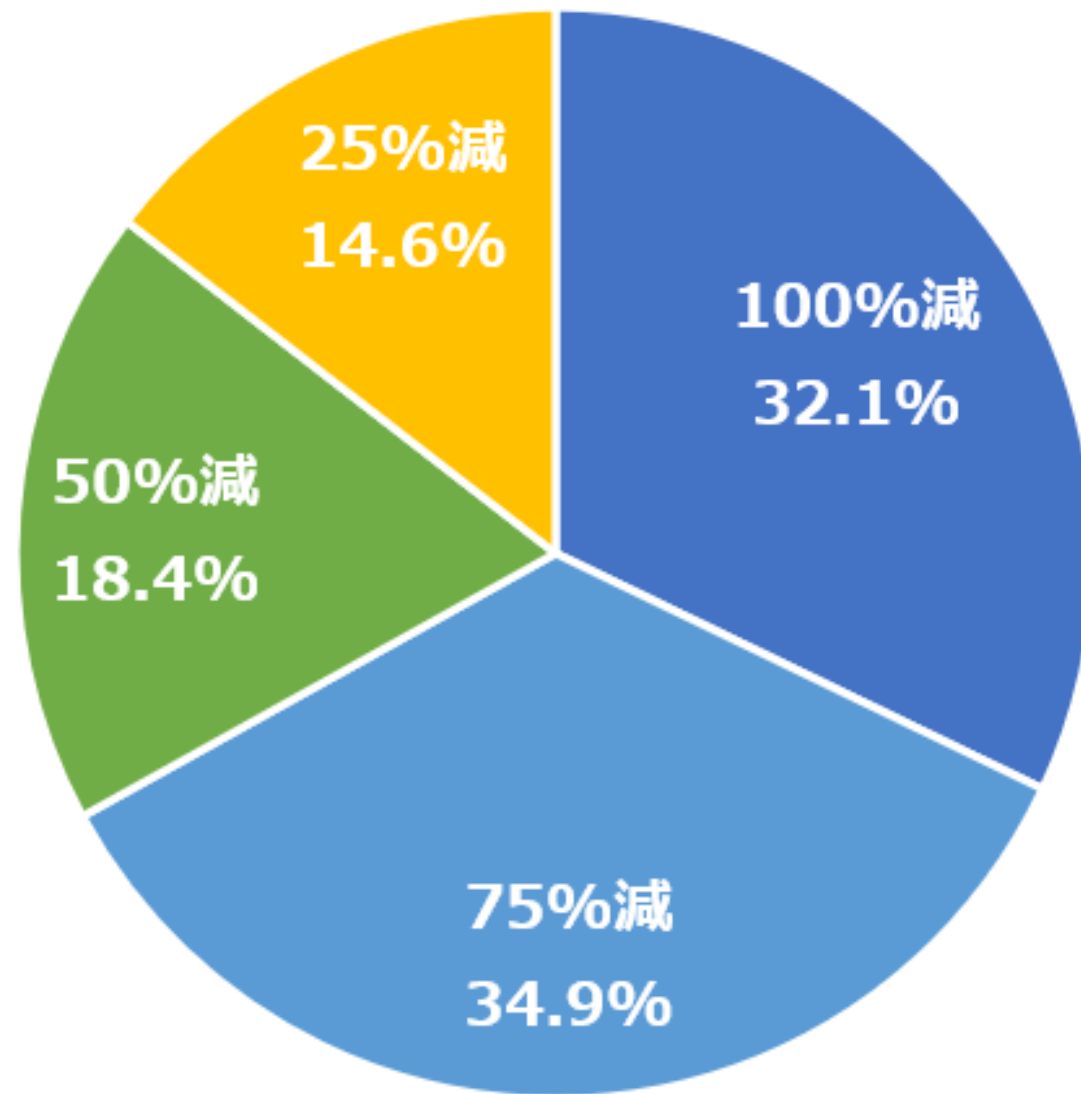
Grill「2020年4月編 企業の広告宣伝活動の動向」

<https://markezine.jp/article/detail/33361>

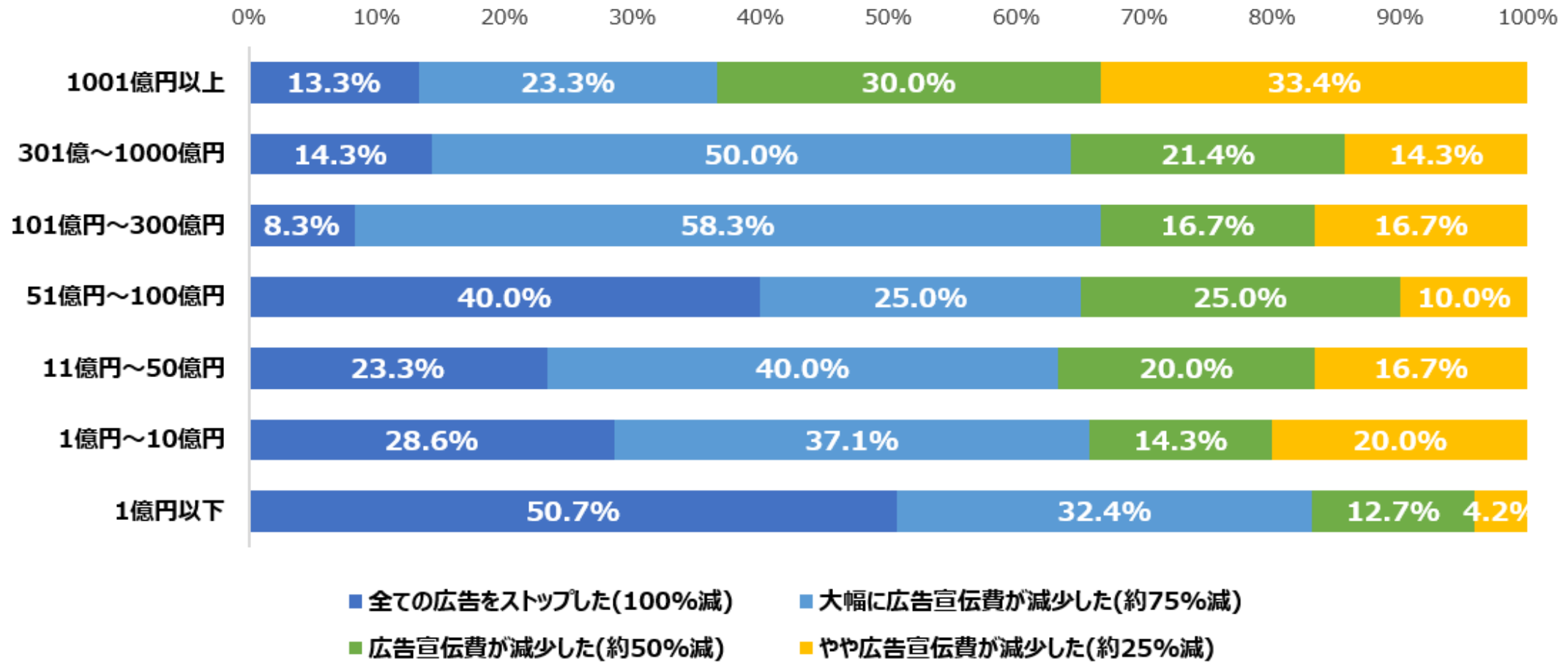
減少したと回答した
企業に対して、

Q.どの程度減少したか？

広告宣伝費は大幅な減少



Grill「2020年4月編 企業の広告宣伝活動の動向」
<https://markezine.jp/article/detail/33361>



売り上げ規模の小さい企業ほど減少傾向

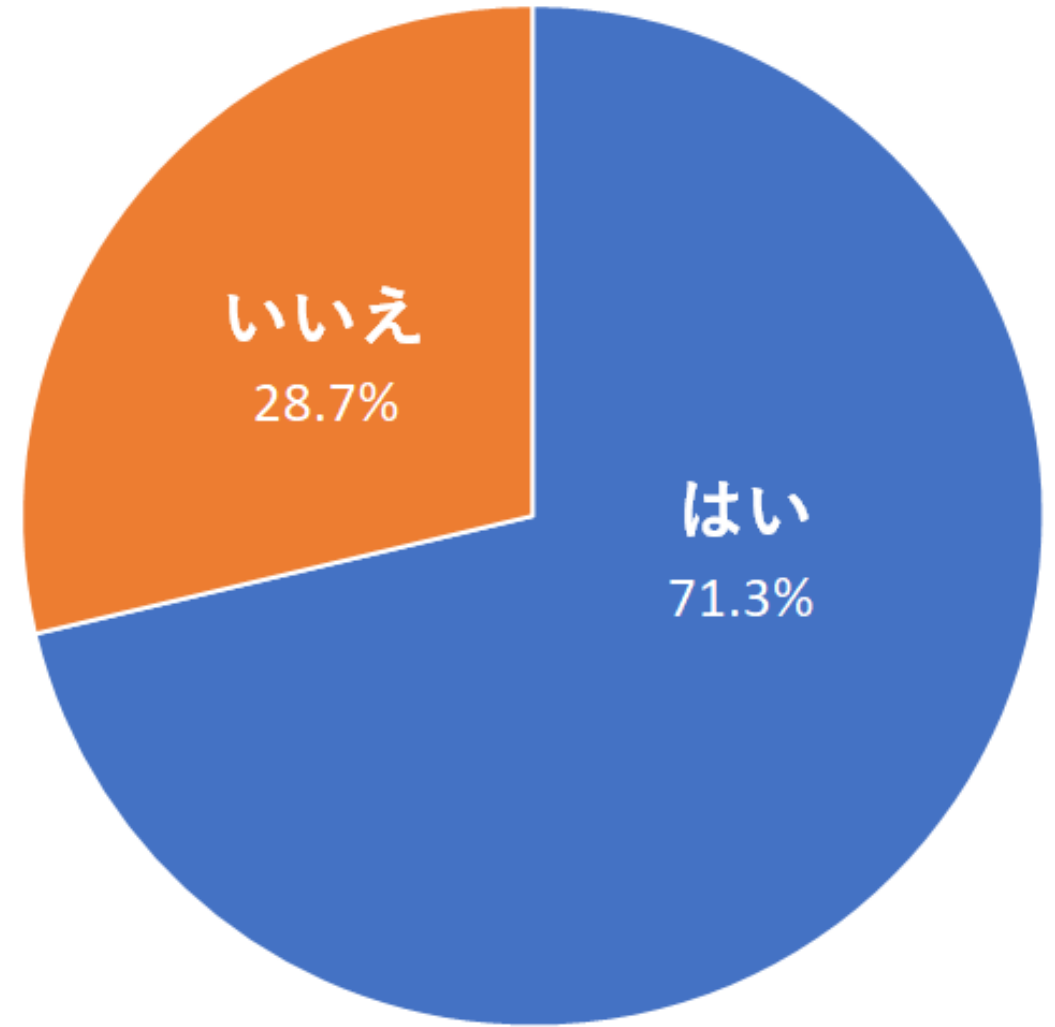
Grill「2020年4月編 企業の広告宣伝活動の動向」

<https://markezone.jp/article/detail/33361>

広告の現状2

Q.新型コロナウイルスの影響で、4～6月の自社・クライアントの広告宣伝費が減少しましたか？

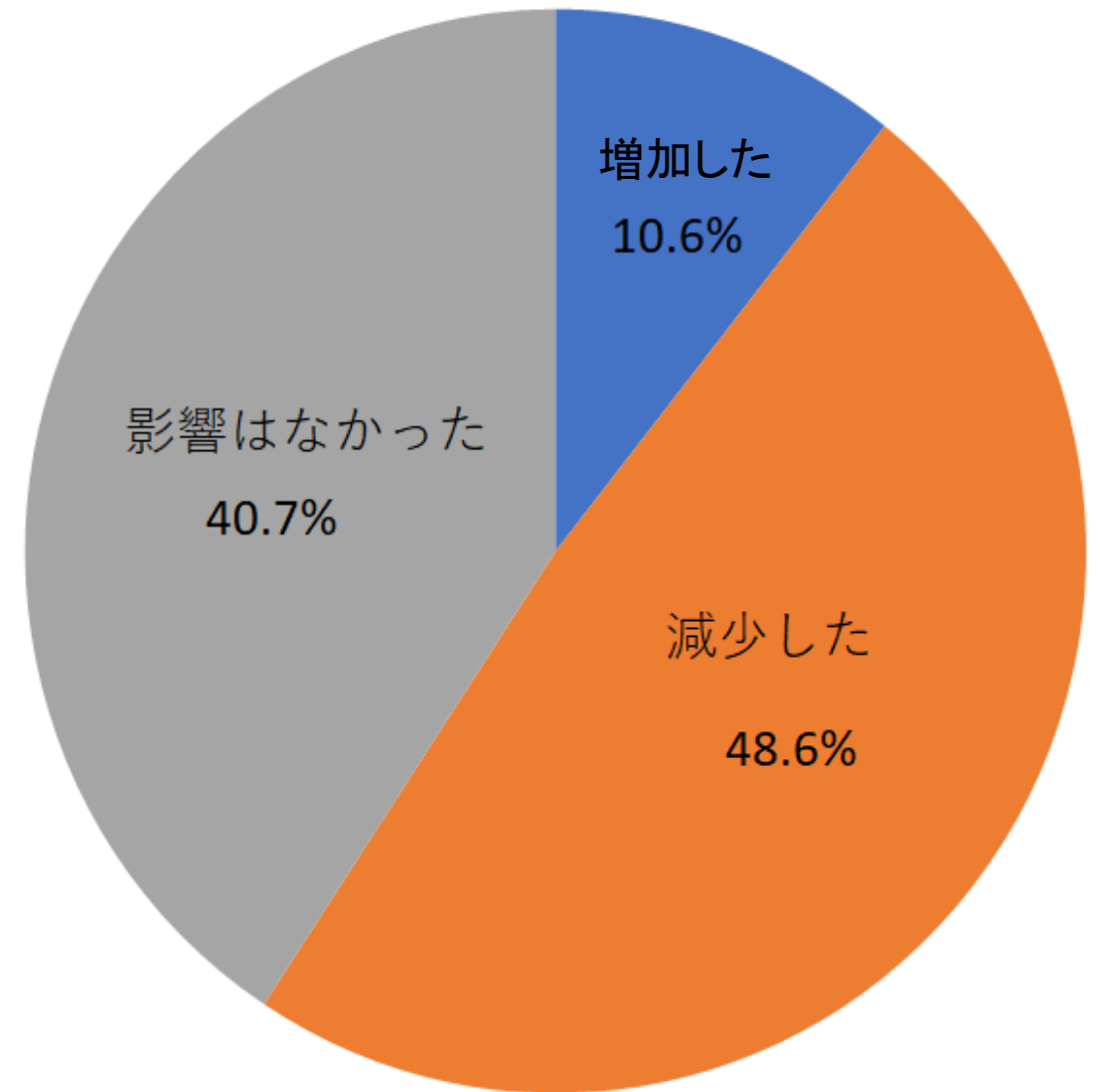
7割が減少と回答



メディアレーダー「コロナ禍と広告・マーケティング調査結果レポート」
<https://media-radar.jp/contents/meditsubu/report01/>

Q.7月以降の自社・
クライアントの広告
宣伝費に影響は
ありましたか？

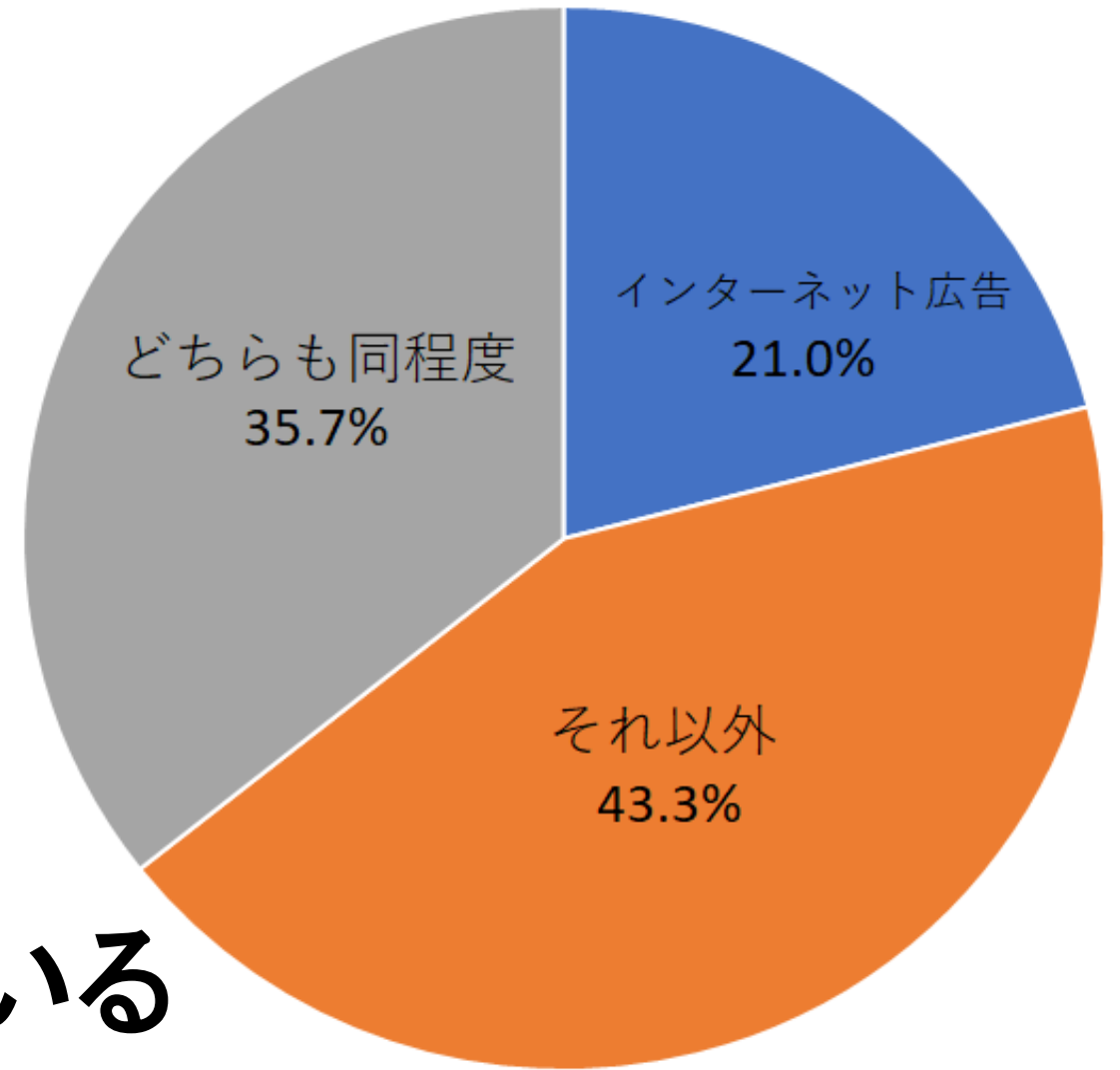
7月以降はやや回復傾向



メディアレーダー「コロナ禍と広告・マーケティング調査結果レポート」
<https://media-radar.jp/contents/meditsubu/report01/>

ネット広告の現状1

Q. インターネット広告
とそれ以外を比較する
と、どちらの減少割合
が大きかったですか？

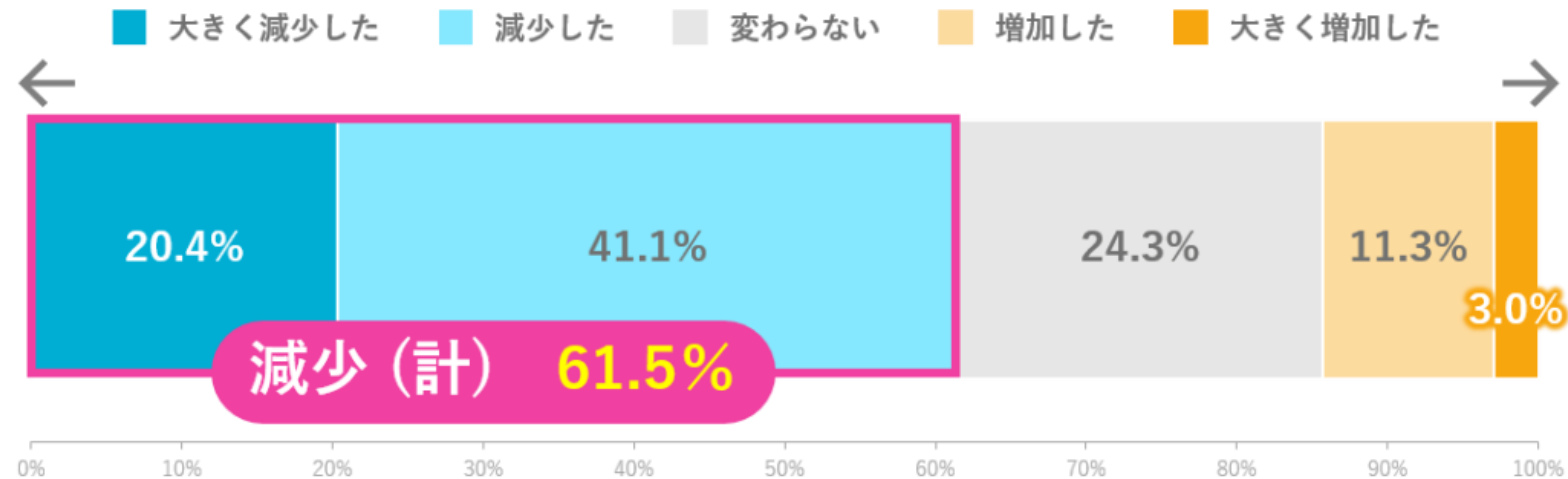


ネット広告も影響を受けている

メディアレーダー「コロナ禍と広告・マーケティング調査結果レポート」
<https://media-radar.jp/contents/meditsubu/report01/>

ネット広告の現状2

Q.2020年上期は昨年と比較してネット広告費はどうですか？



6割がネット広告費が減少と回答

CCI 「インターネット広告市場」の動向に関する調査」

https://www.cci.co.jp/news/2020_08_06/01-21/

2020年のネット広告費推定

2020年総広告費

$$= 2020\text{年名目GDP} \times \begin{array}{l} \text{名目GDPに対する} \\ \text{日本の広告費の比率} \end{array}$$

2020年ネット広告費

$$= 2020\text{年総広告費} \times \begin{array}{l} \text{総広告費における} \\ \text{ネット広告構成比} \end{array}$$

仮定

- ・広告費は名目GDPにより決まる
- ・名目GDPに対する日本の広告費の比率は過去10年間の平均と2020年も変わらない
- ・総広告費におけるネット広告構成比は過去5年間の平均増加率と2020年も変わらない

使用した数値

- 2019年名目GDP
- 2020年名目GDP予測
- 名目GDPに対する日本の広告費の比率
(2010～2019年)10年間
- 総広告費におけるネット広告構成比
(2015～2019年)5年間

電通「日本の広告費」

https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/

大和総研「第205回日本経済予測」

https://www.dir.co.jp/report/research/economics/outlook/20200522_021549.pdf

2019年名目GDP 554兆4629億円

2020年名目GDP予測 前年比▲4.4%より
530兆665億円…①

名目GDPに対する日本の広告費の比率
(2010～2019年)平均→ 1.185%…②

①・②より2020年総広告費予測 **6兆2812億円…③**

※2019年 6兆9381億円

総広告費におけるネット広告構成比

(2015～2019年) 平均2.25%ずつ増加

2019年23.9%・・・④→2020年予測26.15%・・・⑤

③・④より

2020年ネット広告費予測(構成比増加含まない)

→1兆5012億円

③・⑤より

2020年ネット広告費予測(構成比増加含む)

→1兆6425億円

結果

2019年総広告費 : 6兆9381億円

2020年総広告費予測 : 6兆2812億円 → 減少

2019年ネット広告費 : 1兆6630億円

2020年ネット広告費予測

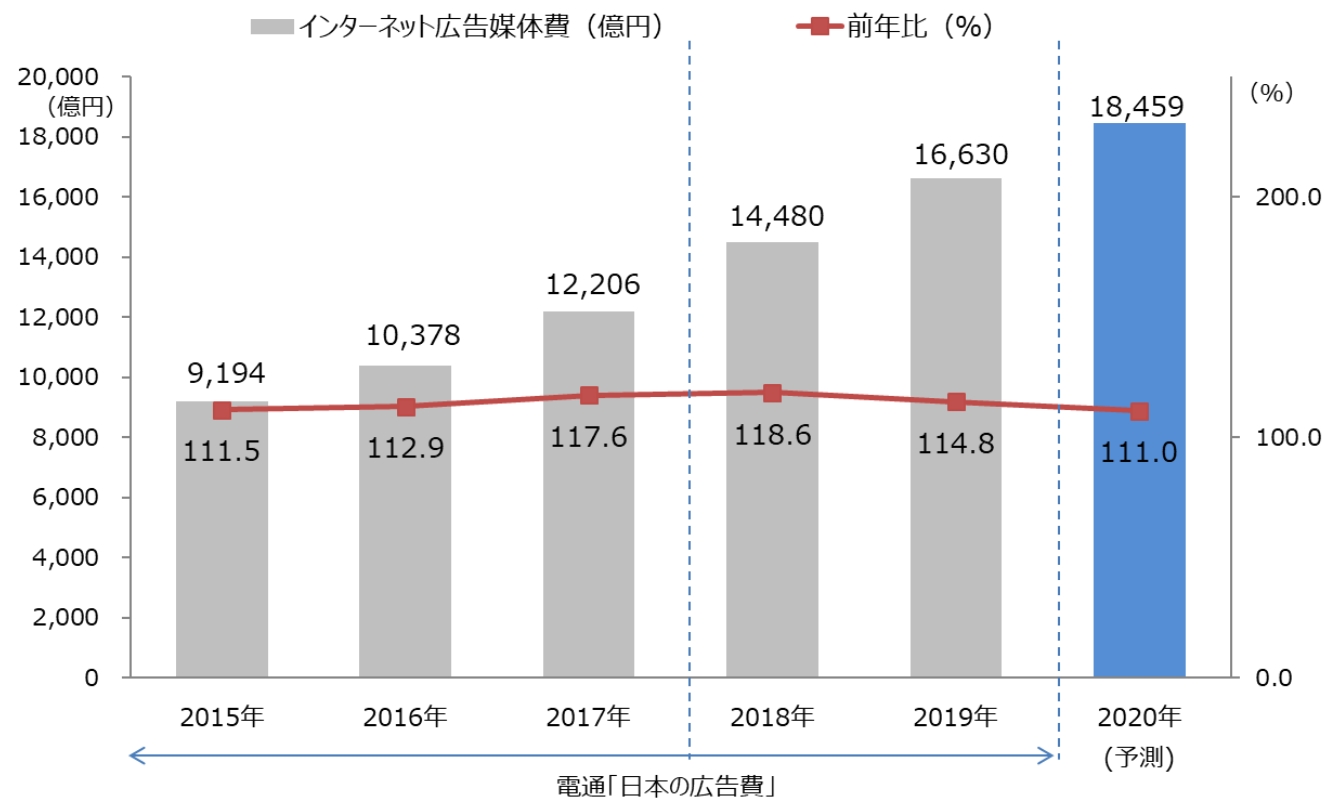
(構成比増加含まない) : 1兆5012億円 → 減少

(構成比増加含む) : 1兆6425億円 → やや減少

ネット広告の今後

	終息・開催	再流行・中止
新型コロナウイルス 東京オリンピック パラリンピック	広告量 増加	減少

広告業界、日本経済全体に大きな影響



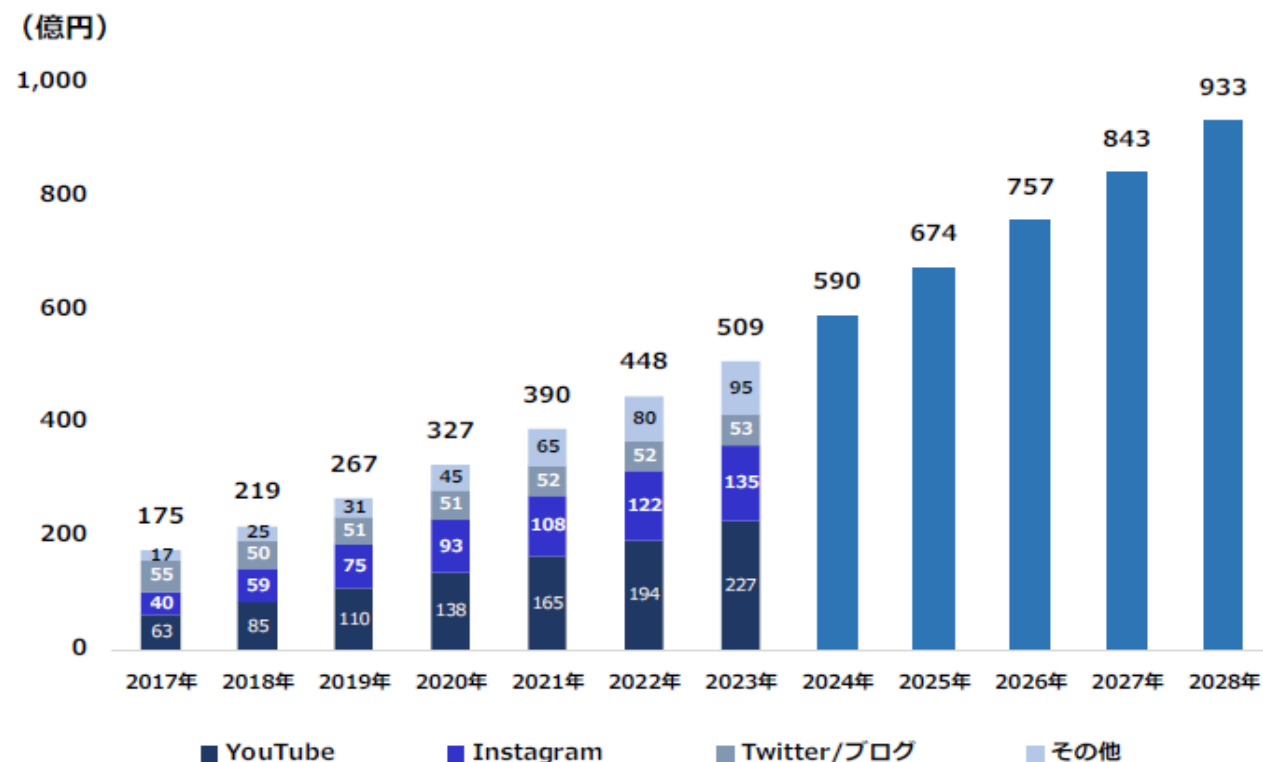
※2018年「マスコミ4媒体由来のデジタル広告費」をインターネット広告媒体費の推計対象に追加

2019年までのようにネット広告規模は今後も増加？

電通 2019年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2020/0317-010029.html>

例



インフルエンサー（YouTuber、インスタグラマーなど）の市場規模増加

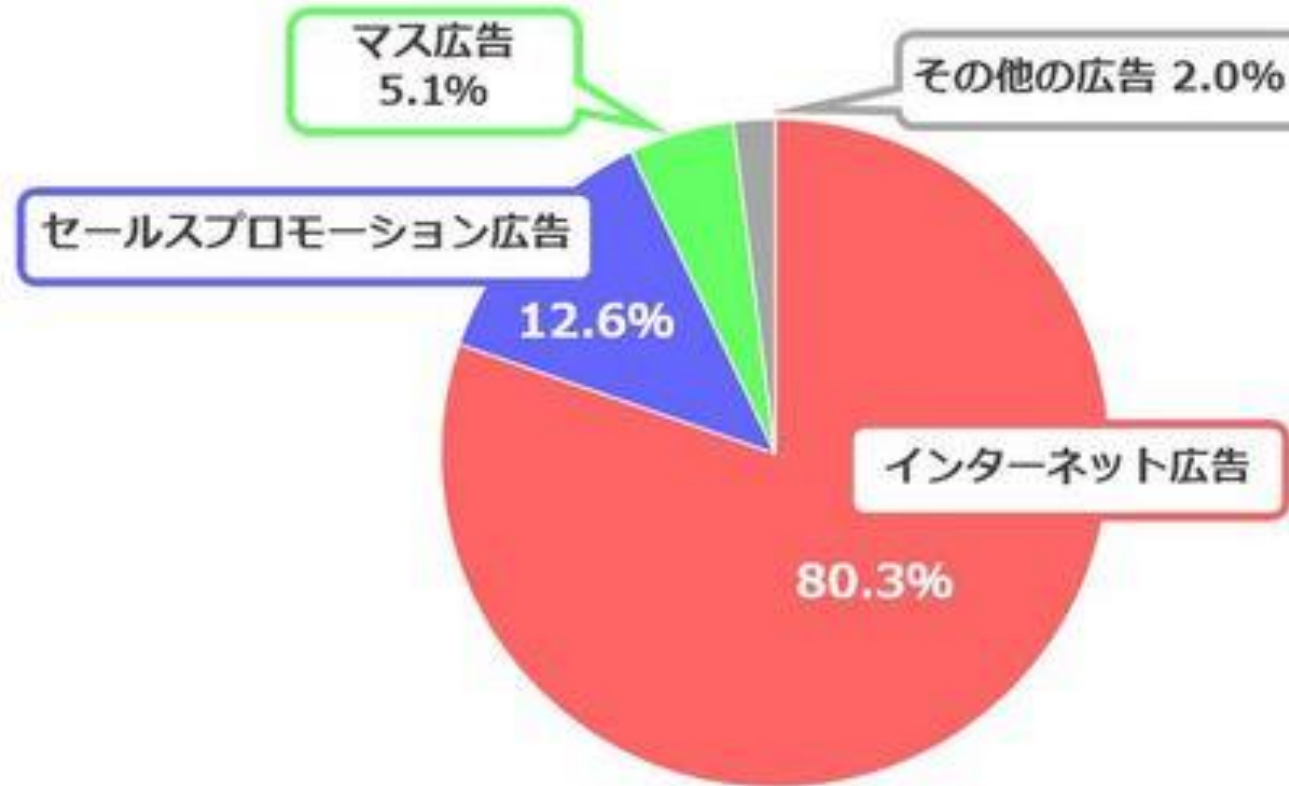
➡ ネット広告の増加

デジタルインファクト インフルエンサーマーケティング市場規模

<https://digitalinfact.com/release190328/>

【図】 消費者の生活様式の変化に合わせて
従来よりも投資を増やしたいと思う広告カテゴリー

※ n=198/単一回答



ネット広告への移行が進む!?

サイカ Withコロナにおける広告戦略に関する調査

https://www.atpress.ne.jp/releases/216585/att_216585_1.pdf

まとめ

2020年のネット広告費推定を行い、2019年よりも減少するだろうという結果を得られた。他の研究や調査は、ネット広告費の減少は新型コロナウイルスの影響によるとの結果は出されていたが、ネット広告費の具体的な数値の算出はなかった。今回、2020年のネット広告費の具体的な数値の算出は有意な研究になったと思う。

参考文献

富士通総研「インターネット広告

<https://www.fujitsu.com/jp/group/fri/report/cyber/basic/information/01.html>

電通 「インターネット広告種別の定義」

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2020/0317-010029.html>

MarkeHack 「インターネット広告のメリット・デメリット」

<http://markehack.jp/internet-advertising-merit-demerit/>

リード 「インターネット広告の特徴とは？メリット・デメリットを紹介」

<https://web-kuruma.com/1194.html>

メディアレーダー 「日本の広告費の推移グラフ（2019年まで）電通の調査」

https://media-radar.jp/contents/meditsubu/ad_cost/

電通 「2019年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2020/0317-010029.html>

Grill「2020年4月編 企業の広告宣伝活動の動向」

<https://markezine.jp/article/detail/33361>

メディアレーダー「コロナ禍と広告・マーケティング調査結果レポート」

<https://media-radar.jp/contents/meditsubu/report01/>

CCI「インターネット広告市場」の動向に関する調査」

https://www.cci.co.jp/news/2020_08_06/01-21/

電通「日本の広告費」

https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/

大和総研「第205回日本経済予測」

https://www.dir.co.jp/report/research/economics/outlook/20200522_021549.pdf

デジタルインファクト インフルエンサーマーケティング市場規模

<https://digitalinfact.com/release190328/>

サイカ Withコロナにおける広告戦略に関する調査

https://www.atpress.ne.jp/releases/216585/att_216585_1.pdf