

2010年6月25日

日経 BP 社 日経ネットマーケティング
株式会社ディーター コミュニケーションズ

2010年企業のモバイル広告利用動向調査

企業のモバイル広告費の増加傾向が続く

2009年度的一般消費者向け商品・サービスを扱う企業のモバイル広告出稿は27.5%に

日経 BP 社「日経ネットマーケティング」、株式会社ディーター コミュニケーションズは、日本国内で1億 1300 万台（2010年5月TCA調べ）普及している携帯電話を利用したモバイル広告について、企業のモバイル広告の利用動向調査を共同で実施した。日本国内の上場企業および有力未上場企業の計4221社を対象に、2010年4月にアンケートを実施し、642社が回答した。回収率15.2%。調査結果より、以下の5つのポイントを確認した。なお、2009年4～5月にも同様の調査を実施しており、今回が2回目の調査となる。

「企業のモバイル広告利用動向」の5つのポイント

【ポイント】 モバイル広告費を「増やす」企業は増加し15.1%、「減らす」は、前年の9.7%から3.1%に減少。

【ポイント】 全体で13.7%、BtoC企業（後述）では27.5%の企業がモバイル広告を出稿。

【ポイント】 モバイル広告の魅力は、特定のユーザーに対して訴求ができることなど。

【ポイント】 店舗への誘引などを目的としたモバイル広告出稿も増加し、流通・小売業の利用が増加傾向に。

【ポイント】 モバイル広告出稿企業では、常設サイトに加えキャンペーンサイトも開設している企業が増加。

【広告宣伝費の配分区分】

BtoC企業：一般消費者対象の商品・サービスを扱っており、広告宣伝費を一般消費者対象の商品・サービスにより多く配分している企業（BtoC商品、BtoB商品に同じ配分している企業も含む）。

BtoB企業：企業対象の製品・サービスを扱っており、広告宣伝費を企業対象の製品・サービスにより多く配分している企業

【ポイント】 モバイル広告費を「増やす」企業は増加し15.1%、「減らす」は、前年の9.7%から3.1%に減少。

2009年度の広告費を「100」としたときの2010年度の広告費は、回答企業全体平均で「100.43」。前回調査時が「86.10」であったのと比較して、2010年度広告費は2009年度とほぼ同程度を見込む企業が多く、復調傾向にあると言える。【図1-1】。

媒体についての増減では、モバイル広告とPC広告（パソコン向け広告）を合わせたデジタル広告全体では「減らす」は7.4%（前回：18.0%）、「増やす」が26.6%（前回：20.7%）。PC広告は「減らす」は9.3%（前回：18.3%）、「増やす」が26.5%（前回：21.0%）。モバイル広告は「減らす」は3.1%（前回：9.7%）、「増やす」が15.1%（前回：13.1%）となり、前回調査結果と比較してPC、モバイルともに、「減らす」の割合が減少し、「増やす」の割合が増加していた。【図1-2】。

【ポイント】 全体で13.7%、BtoC企業では27.5%の企業がモバイル広告を出稿。

2009年度は回答企業全体の13.7%（前回：11.9%）がモバイル広告を出稿。BtoC企業では27.5%（前回：24.4%）

と前回より3.1ポイント増加している【図2-1】。

モバイル広告出稿企業が出稿したサイトは、「一般のポータル・検索サイト」が45.5%（前回：66.0%）と、もっとも高い割合となっていたが、前回より20.5ポイントと大きく割合が減少した。続いて、「携帯キャリアのポータル」が40.9%（前回：35.8%）と高い割合を示し、5.1ポイント増加した。また、「SNSサイト」も38.6%と高い割合となった【図2-2】。

【ポイント】モバイル広告の魅力は、特定のユーザーに対して訴求ができることなど。

モバイル広告出稿企業からみたモバイル広告の魅力は「ターゲットを絞り込みやすい」が43.2%（前回：37.7%）、「費用が手ごろ」が43.2%（前回：32.1%）、「他媒体で到達できない層にアピール可能」が27.3%（前回：24.5%）を挙げた企業が多かった【図3-1】

PC広告出稿企業のPC広告に対する効果指標は、「クリック数」が58.0%（前回：55.1%）、「CTR（クリック率）」が40.9%（前回：39.0%）、「CPC」が35.9%（前回：36.4%）、「掲載広告のimp」が35.2%（前回：39.6%）の順となった。

モバイル広告出稿企業のモバイル広告に対する効果指標は、「CPC（クリック単価）」が48.9%（前回：45.3%）、「クリック数」が47.7%（前回：52.8%）、「CTR（クリック率）」が43.2%（前回：47.2%）、「掲載広告のimp」が42.0%（前回：47.2%）の順で多かった。

特に「CPC（クリック単価）」では13.0ポイント、「応募者数・会員登録者数」では9.5ポイント、「掲載広告のimp」では6.8ポイント、モバイルがPCの割合を上回っており、ユーザーの誘引、視覚面での効果がモバイル広告に期待されていることがわかる【図3-2】。

【ポイント】店舗への誘引などを目的としたモバイル広告出稿も増加し、流通・小売業の利用が増加傾向に。

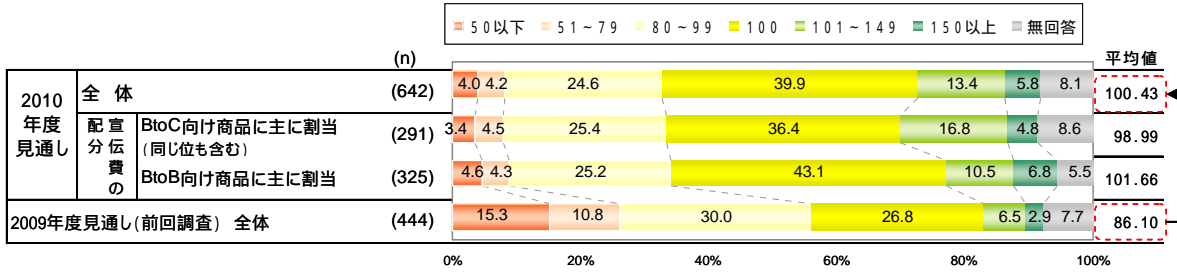
モバイル広告で訴求した内容は、「商品・サービスの内容」が70.5%（前回：66.0%）、「キャンペーン告知」が50.0%（前回：50.9%）、「会員登録促進」が22.7%（前回：24.5%）の順で多かった。「ゲーム・着信メロ等ダウンロード」は4.5%（前回：17.0%）と、前回調査時より12.5ポイント減少した。また、「店頭への誘引」が12.5%（前回：7.5%）、「クーポン・割引情報」が11.4%（前回：5.7%）と高い伸び率を示し、モバイル広告から店舗などへの誘引を目的として利用している企業が増加していると考えられる【図4】。

【ポイント】モバイル広告出稿企業では、常設サイトに加えキャンペーンサイトも開設している企業が増加。

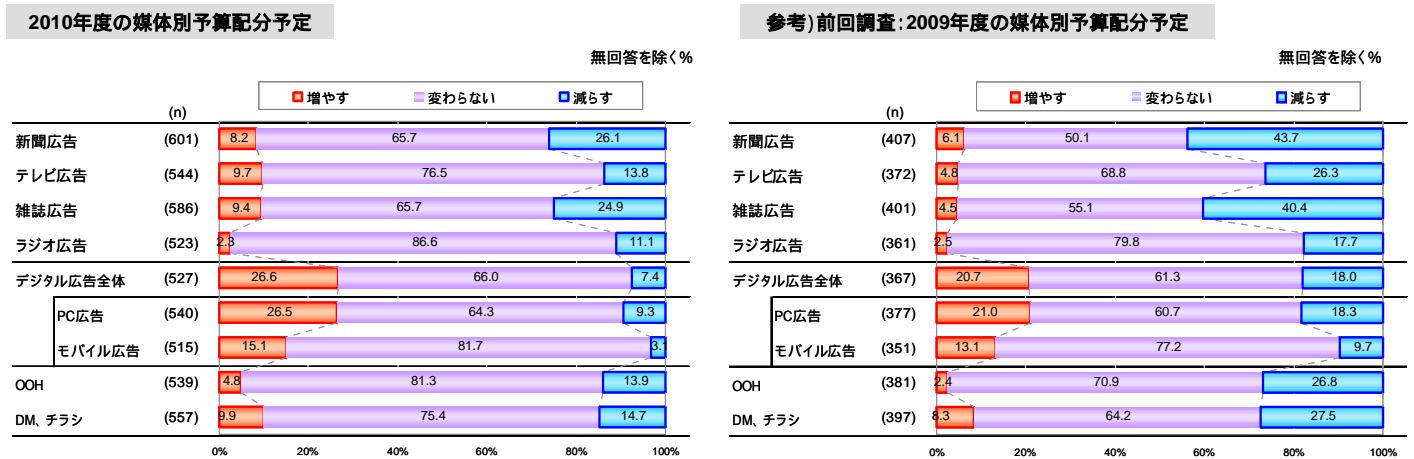
企業のモバイル常設サイト保有率は回答企業全体では27.6%、BtoC企業では52.2%と、BtoC企業では半数以上の企業が開設している【図5-1】。モバイル広告出稿企業では、常設サイト、一時的サイトの両方を開設している企業は44.3%（前回：26.4%）となっており、前回より17.9ポイント増加している。目的に応じて、サイトの使い分けがなされていることが推測される。

BtoC企業でモバイルサイトを開設している企業では、モバイルサイトへの強化・投資を「今後強化投資予定」とした企業は67.5%（前回：61.5%）となっており、モバイルサイトへの投資を増加させる企業の割合は増加している【図5-2】。

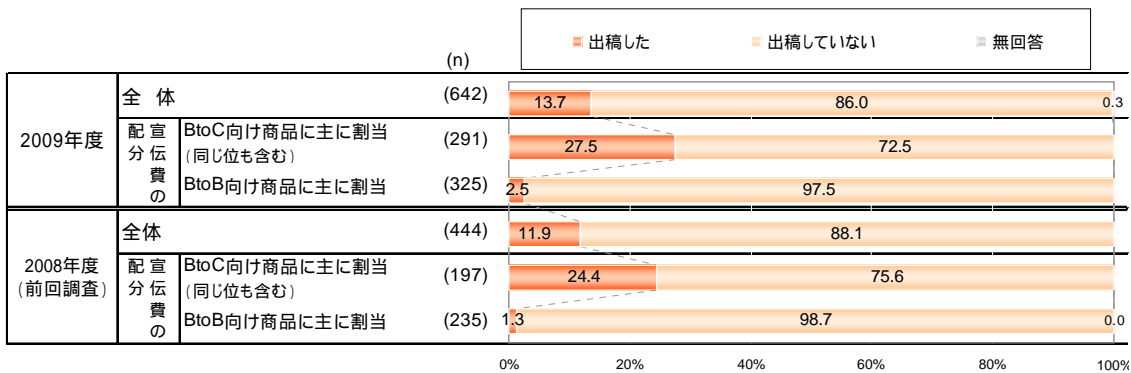
【図 1-1】 2009 年度の広告・宣伝費総額を「100」としたときの 2010 年度の広告・宣伝費総額



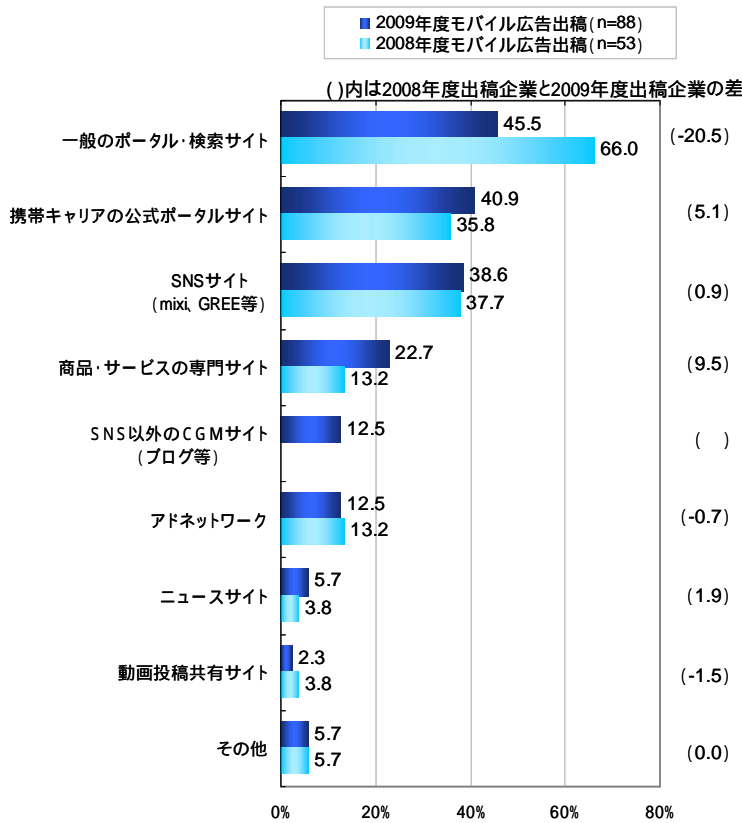
【図 1-2】 2010 年度の媒体別予算配分予定



【図 2-1】 2009 年度 モバイル広告の出稿状況

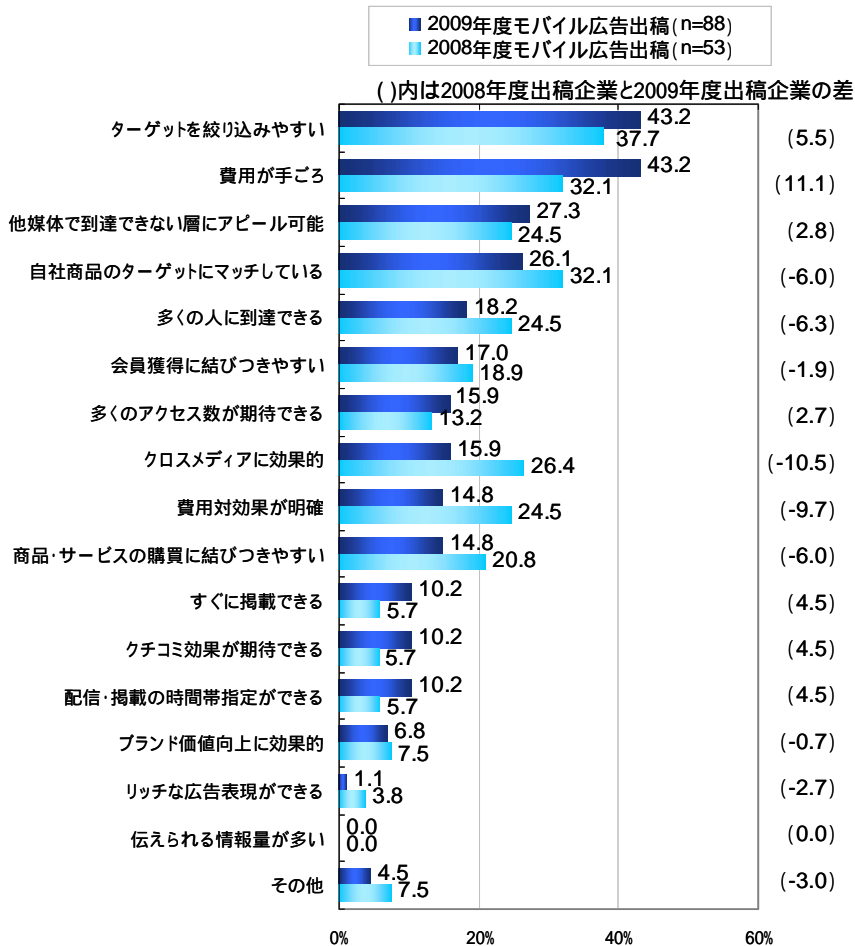


【図 2-2】 2009 年度モバイル出稿企業が出稿したサイト

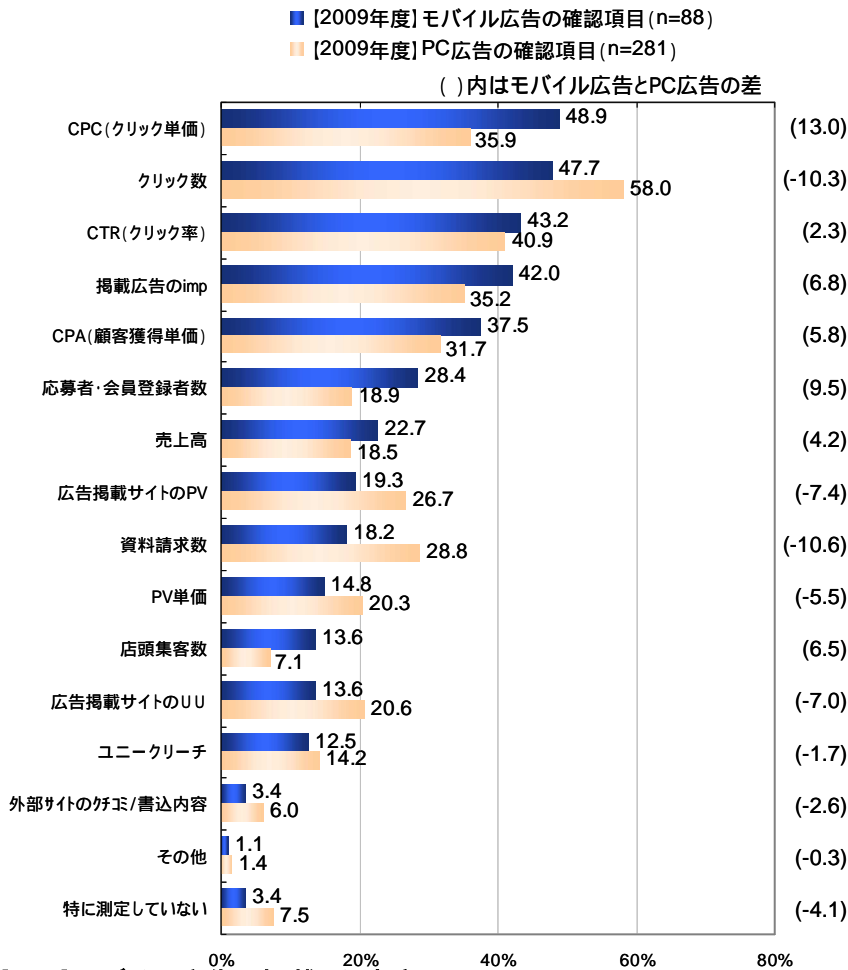


「SNS以外のCGMサイト(ブログ等)」は2010年調査新設項目
 2008年度選択肢「携帯キャリアの公式ポータルサイト」「一般のポータル・検索サイト」「商品・サービスの専門サイト」
 「ニュースサイト」「動画投稿共有サイト」「SNS・ブログ・掲示板などCGM」「アドネットワーク」

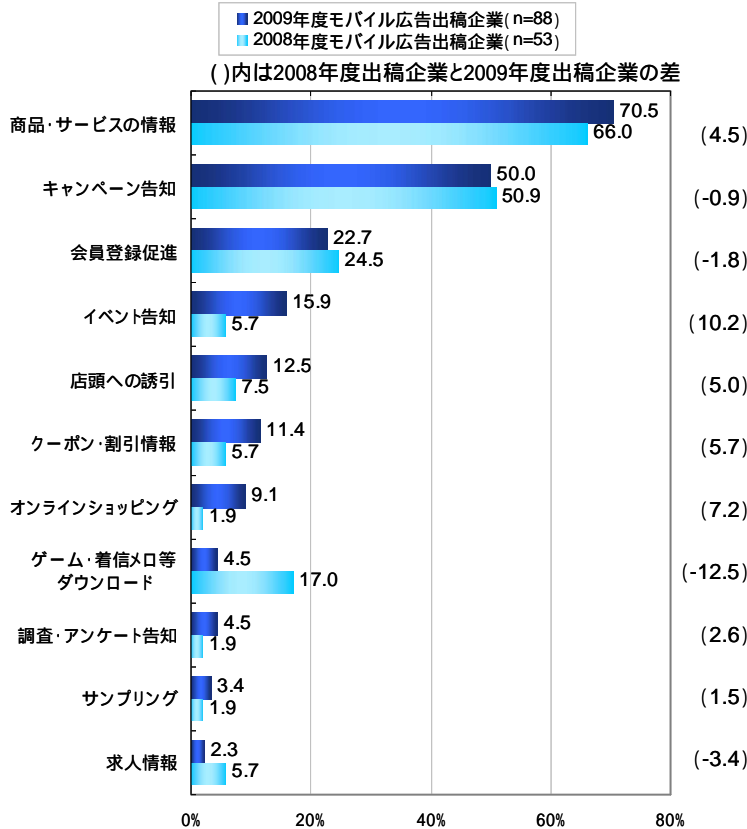
【図 3-1】 モバイル広告の利点、魅力



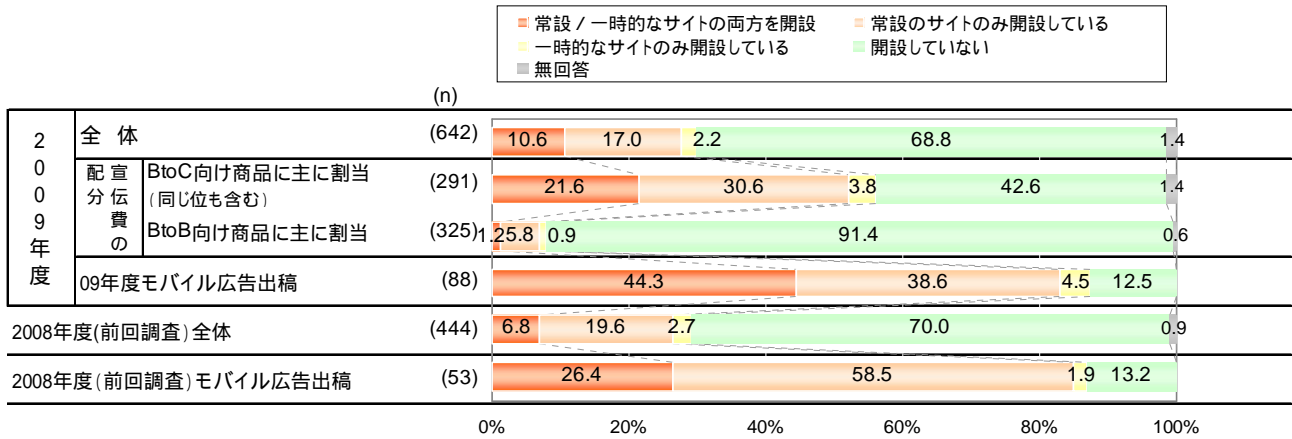
【図 3-2】出稿企業によるモバイル広告とPC 広告の効果指標の比較



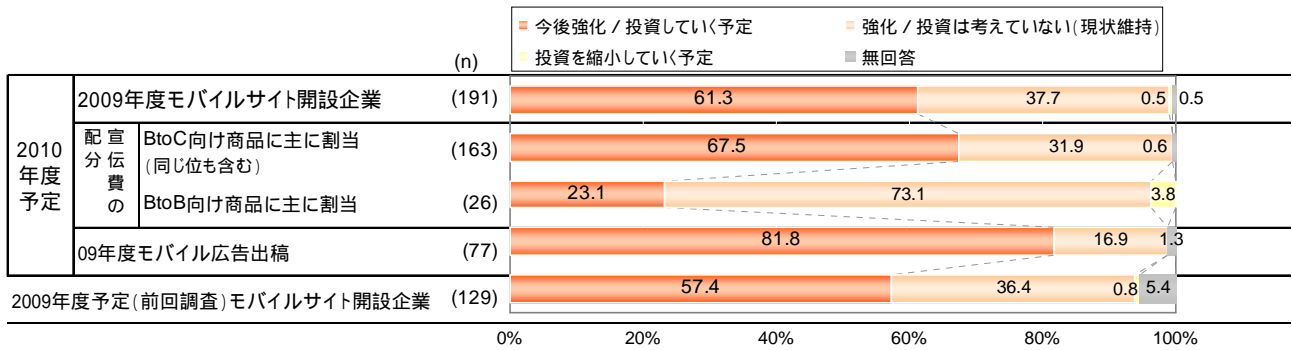
【図 4】モバイル広告で掲載した内容



【図 5-1】 モバイルサイト開設状況



【図 5-2】 モバイルサイト既開設企業ノモバイルサイトへの強化・投資予定



< 調査概要 >

調査実施期間 : 2010年4月7日～4月30日(文面締切) 最終回収締切:5月13日
調査方法 : 郵送調査、web調査
調査対象企業 : 国内の上場企業及び有力未上場企業 4,221社
回収サンプル数 : 642件 (回収率:15.2%)
調査会社 : 株式会社日経 BP コンサルティング

< 調査主体 >

日経 BP 社 日経ネットマーケティング(<http://netmarketing.nikkeibp.co.jp/>)
所在地 : 〒108-8646 東京都港区白金 1-17-3
TEL : 03-6811-8173
代表者 : 編集長 渡辺 博則
事業内容 : 企業の経営企画、販売促進、通販・EC、営業支援、広告・宣伝などに携わる実務担当者を対象とした月刊ネットマーケティング専門誌。イベント「NETMarketing Forum」や、Web サイト「NETMarketing Online」などを展開。誌面・ネット・イベントの三位一体で情報提供する

株式会社ディーツーコミュニケーションズ(<http://www.d2c.co.jp/>)
所在地 : 〒105-0021 東京都港区東新橋 1-9-2 汐留住友ビル 18階
TEL : 03-6252-3100
代表者 : 代表取締役社長 宝珠山 卓志
事業内容 : メディア事業、メディアレップ事業、モバイルソリューション事業など
モバイルマーケティングビジネス全般