

インターネット市場環境

インターネット利用者数、利用時間が増加 インターネット広告の需要は着実に拡大中

ブロードバンド化が進み

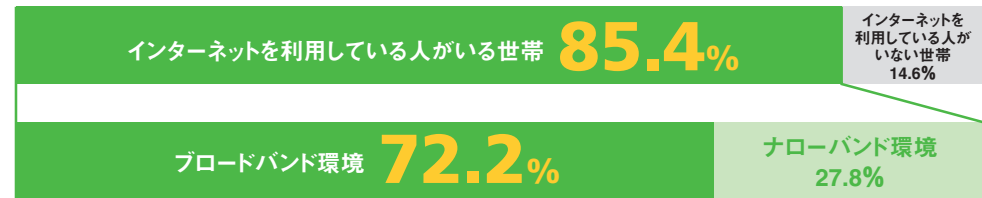
インターネットが社会のインフラとして定着。

インターネットメディアは

企業の広告出稿媒体として確立され、

市場もますます拡大しています。

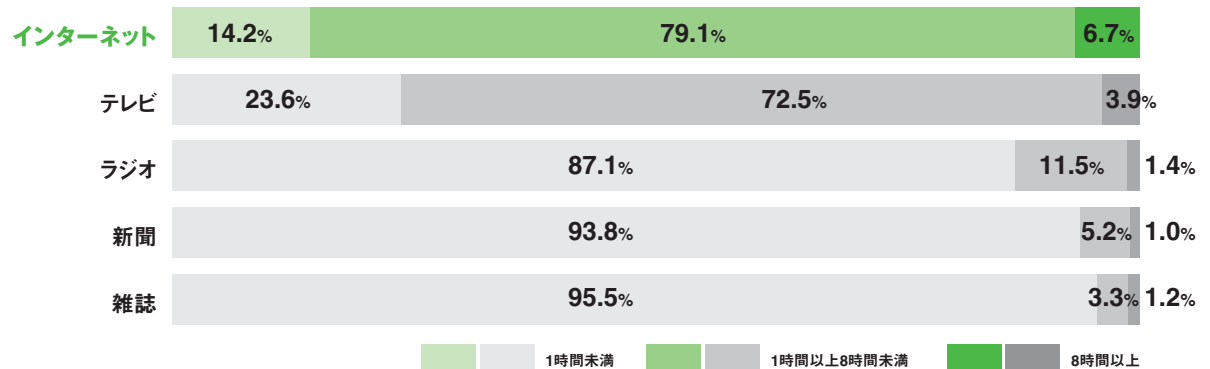
■ 2006年 インターネット世帯浸透率 (n=41,025)とインターネット利用世帯におけるブロードバンドとナローバンドの構成比 (n=23,517)



(出所:Access Media/impress R&D, 2006)

■ 1日当たりのメディア別利用時間 (マス4媒体とインターネット) (n=1,705)

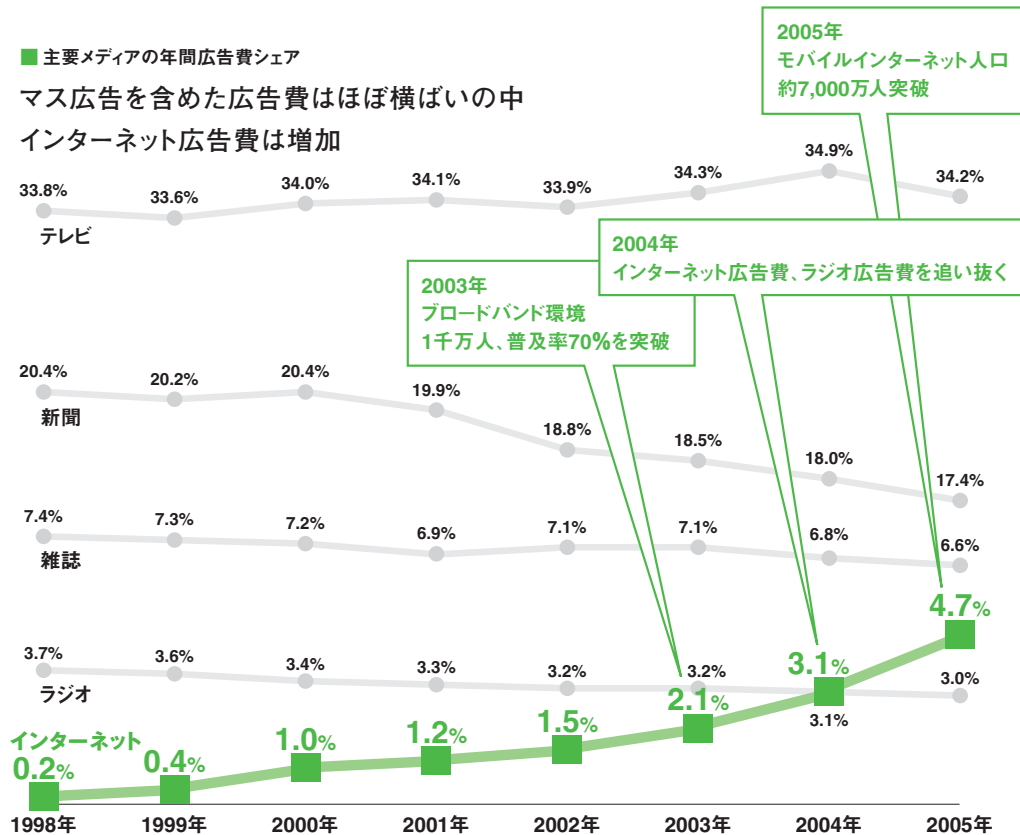
85%以上が1日1時間以上インターネットを利用



(出所:Access Media/impress R&D, 2006)

■ 主要メディアの年間広告費シェア

マス広告を含めた広告費はほぼ横ばいの中
インターネット広告費は増加



(出所:電通「2005年(平成17年)日本の広告費」2006年2月) ※各%は総広告費に対する各媒体年度別の広告費比率。小数点第2位以下は四捨五入

2005年
モバイルインターネット人口
約7,000万人突破

2004年
インターネット広告費、ラジオ広告費を追い抜く

2003年
ブロードバンド環境
1千万人、普及率70%を突破

インターネットビジネス先進国アメリカでは
インターネット広告費のシェアが拡大、
他メディアの広告費と徐々に置き換えています。

■ 2005年米国の広告費総額15兆7,623億円うち主要媒体別 広告費ランキング

テレビ	5兆9,244億円 (37.6%)
新聞	3兆1,412億円 (19.9%)
雑誌	3兆 979億円 (19.7%)
インターネット*	1兆3,796億円 (8.8%)
ラジオ	1兆2,075億円 (7.7%)

(出所:TNS Media Intelligence Reports U.S. Advertising Expenditures
及び Interactive Advertising Bureau Internet Ad Revenue Figures)

*インターネット広告費のみサイトリスティング広告が含まれているIABの数値を使用

**上記アメリカの広告費はすべて1ドル=110円にて換算

■ 2005年日本の広告費総額5兆9,379億円うち主要媒体別 広告費ランキング

テレビ	2兆 411億円 (34.2%)
新聞	1兆 377億円 (17.4%)
雑誌	3,945億円 (6.6%)
インターネット	2,808億円 (4.7%)
ラジオ	1,778億円 (3.0%)

(出所:電通「2005年(平成17年)日本の広告費」2006年2月)