

2015年10月16日

報道関係者各位

株式会社サイバーエージェント

**サイバーエージェント、動画広告に特化したオンラインビデオ総研を設立
第一弾として、企業の動画広告の利用状況に関する調査を実施**

**～大手広告主企業の2015年の動画広告出稿率は37.8%を見込み、
昨年比189%の高成長率を予測～**

株式会社サイバーエージェント(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:藤田晋、東証一部上場:証券コード 4751)は、動画広告市場の発展に寄与することを目的に、その関連する調査を行う専門組織、オンラインビデオ総研を設立いたしました。その第一弾調査として、株式会社シード・プランニング デジタルインファクト(本社:東京都文京区、代表取締役社長:梅田佳夫)と共同で、国内大手企業の動画広告の利用動向に関するアンケート調査を行いました。

昨今、急成長を遂げる動画広告市場は、2015年の国内市場規模が500億円に達する(※1)と予想されております。その急成長を背景に、当社では2014年に動画広告の制作と販売に特化した専門組織を設立、国内の市場調査やユーザー調査などを行い、動画広告における制作と販売、マーケティングに注力をしてまいりました。これら実績を踏まえ、このたびオンラインビデオ総研を設立し、広告主企業に対して、投資効果が見込める動画広告の活用方法を提供、ユーザーに対しては、より良い動画広告体験の提供を行ってまいります。

オンラインビデオ総研では、これまで行ってきた市場調査やユーザー調査、商品開発に加え、産学連携の取り組みや新しい切り口の情報発信をより強化してまいります。

なお、オンラインビデオ総研の第一弾調査として、広告主の利用動向や今後の普及に向けた課題をより正確に把握し、プロモーション効果の高い動画広告の提供を行うことを目的に、国内大手企業(※2)の動画広告の利用動向に関するアンケート調査を実施いたしました。

※1:「国内動画広告の市場調査」サイバーエージェント/シード・プランニング調べ

※2:本調査を実施した国内大手企業は、日経広告研究所「2014年度有力企業の広告宣伝費」に掲載されている大手広告主及び、年間売上500億円規模の大手企業1,650社と、ビデオリサーチインタラクティブ「Web Ads Report Advance」2014年のPCインターネット広告出稿額上位1,000社より、重複処理を行いました。

調査項目と結果は以下のとおりです。

- 【1】 大手広告主企業の動画広告の出稿率
- 【2-1】 動画広告の出稿目的
- 【2-2】 動画広告を出稿しない理由
- 【3】 2015年度の動画広告予算の予定
- 【4】 動画広告のクリエイティブ
- ◆本調査に関する、サイバーエージェント オンラインビデオ総研の見解

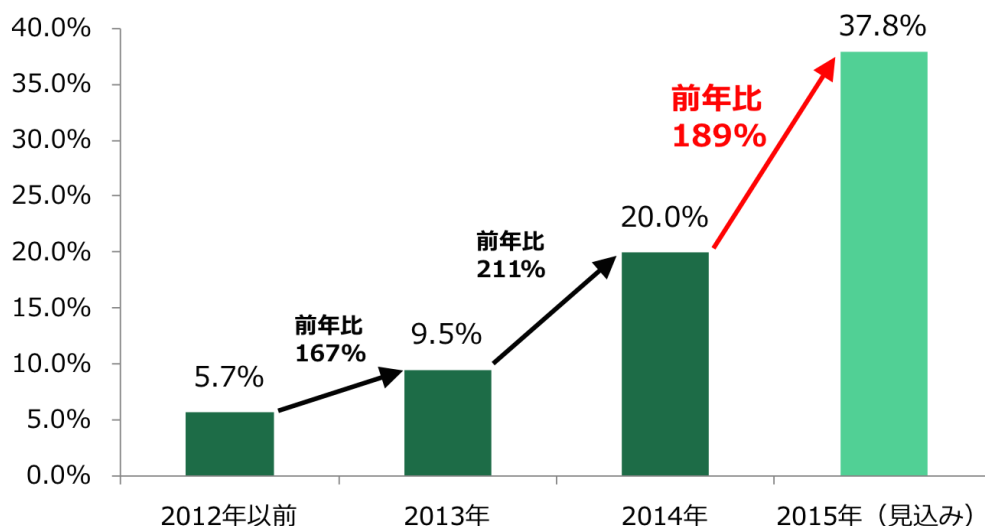
【1】大手広告主企業の動画広告の出稿率


- ・調査対象である大手広告主において、動画広告を利用している企業の比率は 2014 年時点で 20%、昨年対比 211%と出稿率が急増。
- ・2015 年の出稿率は 37.8%を見込み、今後も更なる成長が続くと予測。

<見解>

2012 年以降、昨年対比 167%、211%と高い成長率を維持しており、2015 年は昨年対比 189%となる出稿率 37.8%を見込んでいます。このままのペースで 2016 年も推移すると、全体の出稿率が 50%を越え、大手広告主企業にとって動画広告は、より身近な存在となるでしょう。

大手広告主企業の動画広告出稿率(経年変化)



オンラインビデオ総研/デジタルインファクト調べ 

SA(n=105)

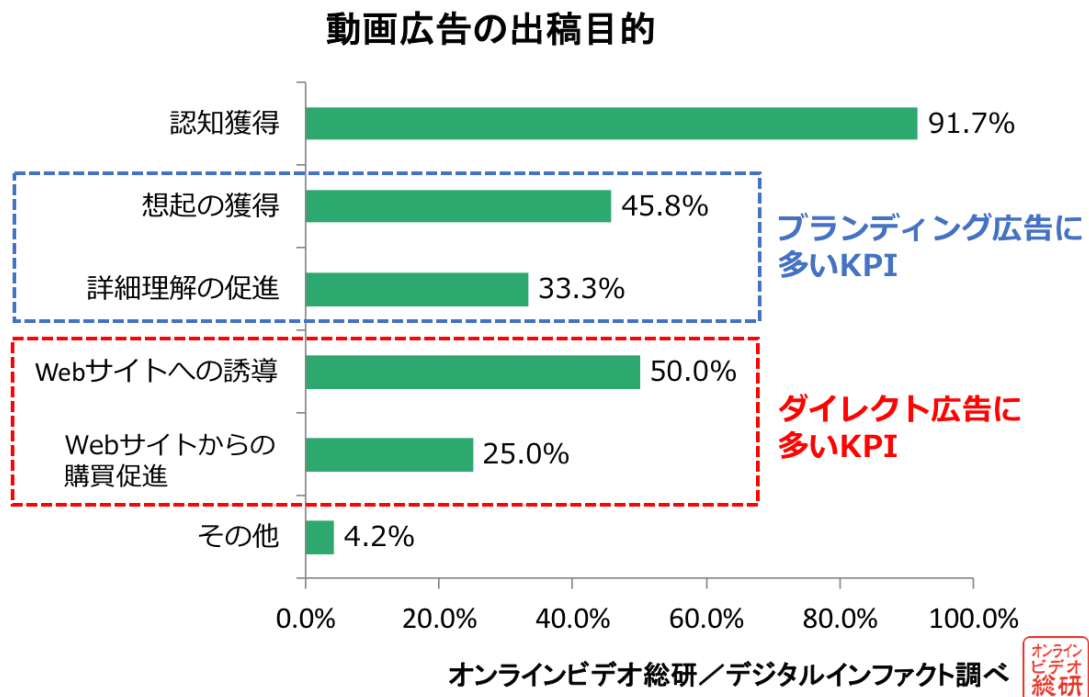
【2-1】動画広告の出稿目的

・動画広告を出稿している企業のうち、商品・サービスの「認知獲得」を出稿目的とする大手広告主企業が全体の91.7%に該当。

・続いて、商品・サービスを訴求する「Web サイトへの誘導」が、全体の50.0%に該当。

<見解>

商品・サービスの「想起の獲得」、「詳細理解の促進」は、ブランディング広告に多い KPI である一方、商品・サービスを訴求する「Web サイトへの誘導」「Web サイトからの購買促進」は、ダイレクト広告に多い KPI となります。全体の約 9 割に該当する、商品・サービスの「認知獲得」は、ブランディング広告・ダイレクト広告に関わらず、動画広告ならではの共通の指標として、一般的に認識されており、出稿目的が多様であることも特徴の一つだと考えられます。



※複数回答可

【2-2】動画広告を出稿しない理由

・動画広告を出向したことがない企業のうち、「効果が未知数」のため広告出稿を躊躇している大手広告主企業が全体の 48.1%。

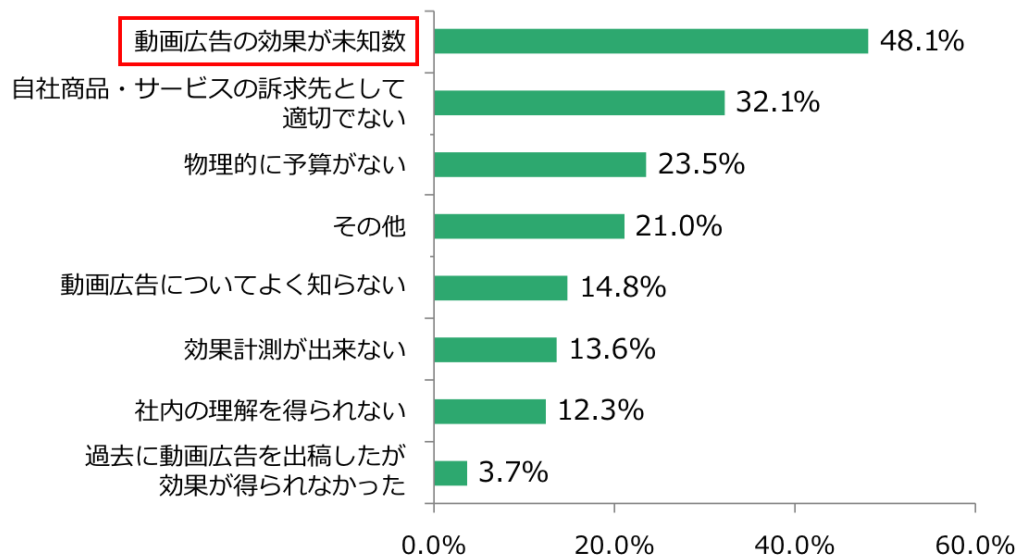
・続いて、「自社商品・サービスの訴求先として適切ではない」と考えている企業が 32.1%。

<見解>

「動画広告の効果が未知数」という回答が 48.1%。それは、動画広告を評価するための効果指標が業界内で統一されておらず、各媒体によって効果指標がばらばらであることが主要因であると考えられます。

また、前項【2-1】の「動画広告の出稿目的」が、ブランディング広告に多い KPI とダイレクト広告に多い KPI の2種類に分かれていることも、効果の判断が難しいと思われる要因の一つだと思われれます。

動画広告を出稿しない理由



オンラインビデオ総研／デジタルインファクト調べ



※複数回答可

【3】2015年の動画広告予算の予定

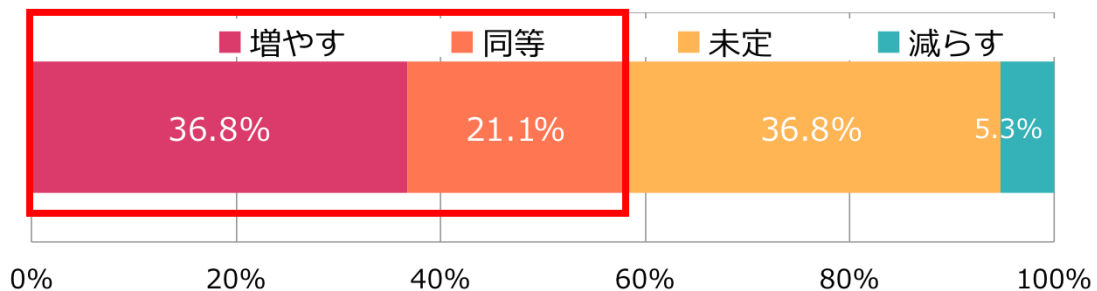
・現在、動画広告を出稿している大手広告主企業のうち、2015年の予算を「増やす」との回答は全体の36.8%。「同等」が21.1%。

「増やす」「同等」の回答は、全体の57.9%を占め、約6割が前年出稿額以上の出稿を予定。

<見解>

前項の【1】「大手広告主の動画広告の出稿率」においても、出稿率は大幅に伸びています。出稿率に加え、「出稿額」においても今後順調に増えていくと見受けられます。出稿率と出稿額が共に伸びている動画広告の市場は、今後も更なる市場規模に成長すると見込まれます。

2015年の動画広告予算の予定



オンラインビデオ総研／デジタルインファクト調べ



【4】動画広告のクリエイティブ

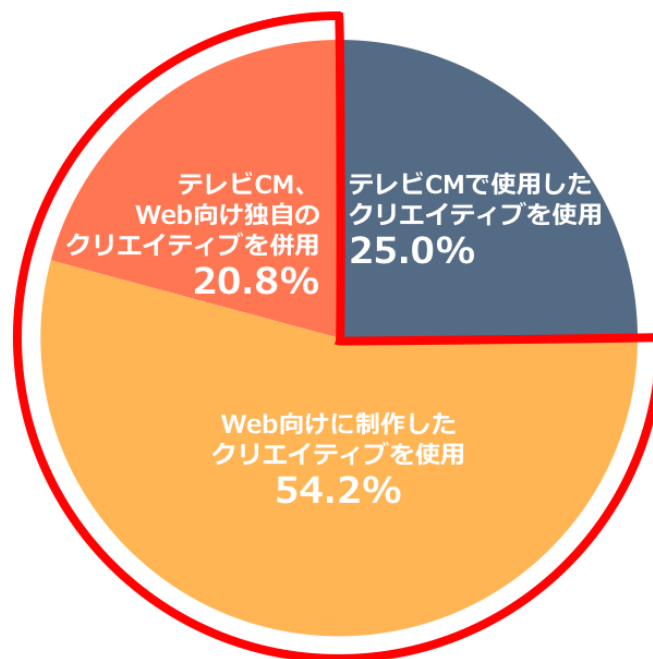
- ・Web 向けに新たにクリエイティブ制作を行うケースが最も多く、全体の 54.2%に該当。
- ・動画広告出稿時のクリエイティブは、テレビ CM 素材をそのまま流用するケースは少なく、全体の約 75%が、独自にクリエイティブ制作を行っている。

<見解>

Web 向けにクリエイティブを制作する広告主は全体の 75%で、テレビ CM の素材をそのまま使用せず、Web向けに合った独自のクリエイティブを使用し、動画広告ならではの効果を高める動きが見受けられます。

広告主からの制作ニーズは今後も高まっていくため、広告代理店や制作会社は、コストパフォーマンスを意識した Web 向けのオリジナル素材の制作体制を充実させていく流れになりそうです。

動画広告のクリエイティブ素材



オンラインビデオ総研 / デジタルインファクト調べ



◆本調査に関する、サイバーエージェント オンラインビデオ総研の見解

「2014年動画元年」といわれ、動画広告の出稿率は急増していますが、翌2015年も引き続き広告出稿率の成長は著しいです。このままの伸張で推移すると、2016年の広告出稿率は50%を越え、動画広告はより身近な存在となるでしょう。

動画広告の出稿目的は、商品・サービスの「認知獲得」が9割を占める一方で、ブランディング広告・ダイレクト広告によっても目的が異なり、足元の課題として、「効果指標が未確立」ということが挙げられます。各媒体で効果指標の定義が異なっており相互比較が難しい状況なことに加え、動画広告内だけでなく、テレビCMとの効果比較も必要とされています。そのため、早急な効果指標の確立(統一)が求められます。

オンラインビデオ総研では今後、広告主の出稿目的に応じたKPIの共通化、広告評価指標の整備を推進してまいります。その上で、広告配信の運用体制も整え、より良い動画広告を広告主のみなさまに提供し、動画広告市場の健全な発展に尽力してまいります。

■ 調査概要

調査主体: 株式会社サイバーエージェント オンラインビデオ総研

調査時期: 2015年6月～8月

調査方法: 郵送アンケート調査、Web画面で回答入力されたデータを集計

調査対象: 大手企業は、下記のデータを参照し、アンケート票の郵送先を選定。

1) 日経広告研究所「2014年度有力企業の広告宣伝費」

掲載されている大手広告主及び、年間売上500億円規模の大手企業1,650社

2) ビデオリサーチインタラクティブ「Web Ads Report Advance」

2014年1月1日～12月28日のPCインターネット広告出稿額上位1,000社

※上記1と2より、重複処理を実施。

調査機関: デジタルインファクト(株式会社シード・プランニング)

※本調査内容を転載・ご利用いただく場合は、弊社のクレジット(Copyright © CyberAgent, Inc. All Rights Reserved.)を記載してください。

■ インターネット広告に関する Web サイト「CyberAgent AD.AGENCY」

サイト URL : <http://www.cyberagent-adagency.com/>

Facebook ページ: <https://www.facebook.com/cyberagent.advertising>

※フィード登録により、最新情報のお知らせを受け取ることが可能です。



■会社概要

社名 株式会社サイバーエージェント
所在地 東京都渋谷区道玄坂一丁目 12 番 1 号
設立 1998 年 3 月 18 日
資本金 7,203 百万円(2015 年 9 月末現在)
代表者 代表取締役社長 藤田晋
事業内容 Ameba 事業、インターネット広告事業、ゲーム事業、メディアその他事業、投資育成事業

■本リリースに関するお問い合わせ

株式会社サイバーエージェント インターネット広告事業本部
広報担当 加藤
E-mail: honbu_pub@cyberagent.co.jp