

## もうすぐ2020年。 その前に2010年代のPCバナー広告の出稿状況を振り返ってみた。

2019年（令和元年）12月16日  
株式会社ビデオリサーチインタラクティブ

インターネット利用状況を調査している株式会社ビデオリサーチインタラクティブ（本社：東京都千代田区、社長：遠藤 敏之[えんどう としゆき]）は、まもなく2020年を迎えるにあたり、2010年から今年までのPCバナー広告の出稿状況を取りまとめました。

今回の結果は、当社独自基準に基づいて収集・DB化した、デスクトップ・スマートフォンの動画広告やディスプレイ広告の広告統計サービス「**digiaads（デジアズ）**」（およびその前身サービス「**Web Ads Report Advance**」）をもとにまとめたものです。

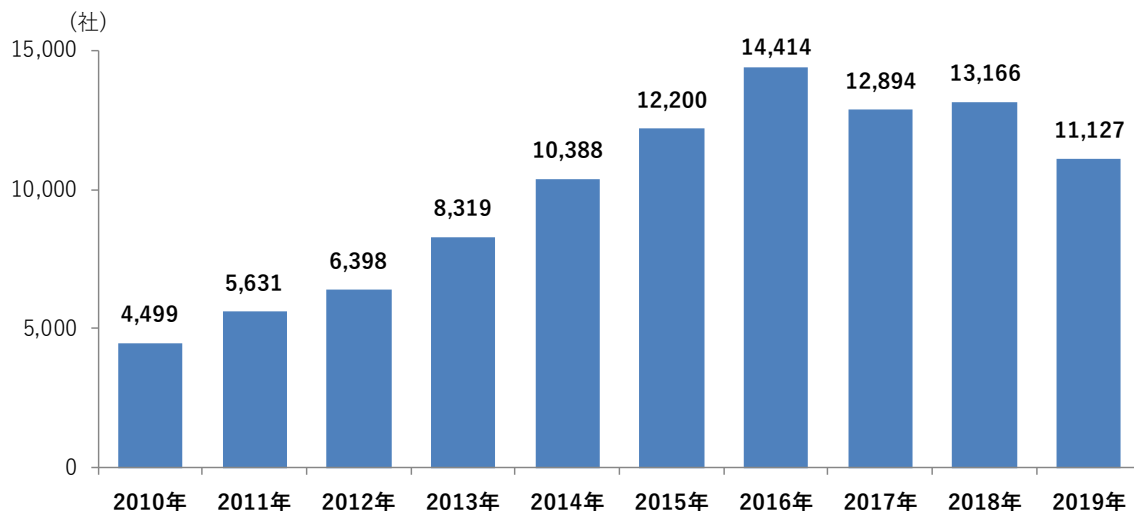
### 《 主なポイント 》

- PCバナー広告の年間の出稿社数をみると、2010年は4,499社だったが、4年後の2014年にはその倍以上の1万社を超えており、その後も1万社台を維持している。2014年は、運用型広告が伸長したことに伴い、インターネット広告市場が初めて1兆円を超えた年でもある。なお、2010年代トータルのPCバナー広告出稿社数は39,830社に至る。 【図表1】
- 2010年代の10年間トータルの推定インプレッション数を広告主別に算出すると、最もPCバナー広告の出稿量が多かったのは「サントリー」であり、「エアトリ（旧DeNAトラベル）」「カカクコム」が続いている。また、全体に占める上位20社の出稿量の割合は、23.4%を示す結果になった。 【図表2】
- 続いて、年間でのPCバナー広告出稿量上位5社をみると、年間でトップに立ったのは「サントリー」「エアトリ」がともに3回、「リクルートホールディングス」が2回、「カカクコム」「GMO コマース」が各1回となっている。また、2018年までは出稿量上位5社のうち2社以上が前年から連続してランクされているが、2019年の場合は「さとふる」の1社のみとなっている。 【図表3】
- バナー広告で訴求している商品種類別の推定インプレッションのSOV（Share of Voice）についてみると、10年間トータルでは「IT関連」が16%と最も多くを占め、「小売業・商社」「金融・保険・証券」「運輸・観光・娯楽」「食品・飲料」が10%台で続く。今年と昨年を比較すると、「運輸・観光・娯楽」（特に中分類“旅行代理業”）のシェアが伸長しており、逆に「IT関連」（特に中分類“懸賞・プレゼント情報”）が縮小しているのが目立つ。 【図表4】
- 最後に、バナー広告素材のファイル形式について、2010年と2019年を比較してみた。2010年は「GIF」が半数弱を占めていたが、今年は6%と大幅に減少しており、「PNG」「JPEG」の両ファイル形式が現在の主流となっていることがわかる。また、2010年に1/4を占めていた「SWF（Flash）」形式の素材は、2019年にはほぼなくなっている。 【図表5】

注）2019年データは、1月1日から11月30日までを集計対象としている点、ご了承ください。

【図表1】 年間のPCバナー広告出稿社数・時系列推移（2010年～2019年）

\*自社広告除く \*2019年は1月1日～11月30日を対象



【図表2】 2010年代のPCバナー広告推定出稿量上位20社（2010年～2019年計）

\*自社広告除く \*2019年は1月1日～11月30日を対象

1. サントリー	11. 日産自動車
2. エアトリ	12. ヤフー
3. カカクコム	13. GMOコマース
4. リクルートホールディングス	14. エイチ・アイ・エス
5. 楽天	15. トヨタ自動車
6. ワイジェイカード	16. ソフトバンク
7. ライオン	17. パナソニック
8. リクルート住まいカンパニー	18. NTTドコモ
9. カービュー	19. 日本マイクロソフト
10. ベネッセコーポレーション	20. イオン

【図表3】 各年のPCバナー広告推定出稿量上位5社（2010年～2019年）

\*自社広告除く \*2019年は1月1日～11月30日を対象



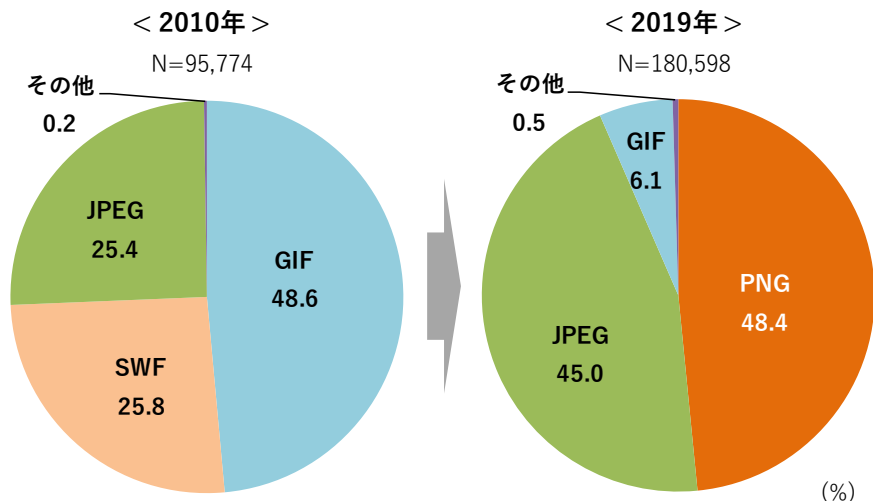
【図表4】 PCバナー広告推定出稿量 商品種類別シェア・時系列推移（2010年～2019年）

\*自社広告除く \*2019年は1月1日～11月30日を対象

	IT関連	小売業・商社	金融・保険・証券	運輸・観光・娯楽	食品・飲料	不動産・建設	輸送用機器・用品	化粧品・洗剤	その他	(%)
2010年	14	7	13	9	11	10	8	8	19	
2011年	18	7	10	10	11	10	6	7	22	
2012年	14	11	10	9	11	9	6	7	23	
2013年	12	13	11	8	13	10	5	6	21	
2014年	14	12	9	11	11	11	5	5	22	
2015年	15	13	10	14	9	8	6	4	20	
2016年	19	13	12	11	8	4	11	3	18	
2017年	22	11	15	11	8	4	9	3	17	
2018年	26	9	15	8	8	3	6	8	18	
2019年	13	13	8	18	9	7	6	4	22	
総計	16	11	11	11	10	8	7	6	21	

【図表5】PCバナー広告素材のファイル形式・2010年/2019年比較

\*自社広告を含む \*2019年は1月1日～11月30日を対象



## ◆デジタル広告統計サービス「digiads (デジアズ)」の概要

調査対象広告スペース	<スマートフォン> 主要なアプリ / Webサイトより選定した約550の広告メニューを対象 ・2018年4月より、主要ソーシャルメディア (Facebook / Instagram / Twitter) を追加 ・2018年5月より、YouTubeを調査対象に追加 ・2018年12月より、LINEを調査対象に追加 <デスクトップ> 主要メディアサイトより選定した約3,000の広告メニューを対象
調査方法	実際の機器 (スマートフォン/PC) を使用し、クローラーにて広告素材を取得しDB化
主な集計項目	・広告主名 / 銘柄名 / 素材別の推定インプレッション / 推定広告費集計機能 ・調査対象アプリ・Webサイト / 広告メニュー別の広告出稿状況集計機能 ・配信アドサーバー別の広告出稿状況集計機能

### <株式会社ビデオリサーチインタラクティブ>

株式会社ビデオリサーチインタラクティブは、インタラクティブ領域におけるメディアの媒体価値や広告効果を最大化・最適化するための業界標準データやソリューションを提供し、企業のコミュニケーション活動をサポートしています。

インターネットオーディエンス測定事業、広告統計事業、広告効果測定事業を軸に、1999年より活動しています。

### ■本件に関する報道関係の方のお問い合わせ先

株式会社ビデオリサーチインタラクティブ ビジネスデベロップメント本部  
 電話: 03-5226-3283 FAX: 03-5226-3289 メールアドレス: [info@videoi.co.jp](mailto:info@videoi.co.jp)  
 〒102-0075 東京都千代田区三番町 6-17 URL: