

平成 25 年度 卒業論文研究計画書  
『容認されるインターネット広告とは』

2013 年 7 月 12 日

酒井麻衣子ゼミ

21011055 遠藤綾華

## 1. 背景

PC やスマートフォンの普及、そして“一家に一台”から“一人に一台”の時代となった今、インターネットの利用率はますます増えている。インターネット世帯利用率は、90 年代では平均 10%程度であったのに対し、2001 年頃から急激に伸び、現在では 85~90%の世帯でインターネットが利用されている。これに伴い、インターネット広告の市場が盛んになっている。電通の発表によれば（参考②）、昨年インターネット広告媒体費は 6,629 億円であり、一昨年の大震災によって市場が鈍化した影響もあるが、前年比 107.1%となった。今やインターネット広告も様々な形を変え、ターゲティングを利用したリスティング（検索型広告）や SNS（ソーシャルネットワークサービス）を利用した O2O（オンライン to オフライン）など、日々消費者へアプローチを続けている。

しかし、これらのインターネット広告を打つ上で、インターネット上の閲覧や買い物、さらには SNS における反応など、消費者の動向をなんでもかんでも記録している。このようなビッグデータの活用に、プライバシーやセキュリティなどの問題点も挙げられている。さっき EC サイトでチェックした商品が、まったく別のサイトでも表示されているなど、「自分の情報が知らないうちに利用されている」という現状に“怖い”と感じる人も多い。さらに、近年“オンラインプライバシーの崩壊”を巡り、世界的に議論が高まっている。欧州連合（EU）と米連邦取引委員会（FTC）は Facebook などで使用されている追跡技術の範囲について詳しい調査を進めており、EU 当局は 2012 年から web サイトに対し、「自身のコンピューターに cookie が保存されること」を利用者に通知するように義務づけている。昨年 3 月には、オプトの子会社である Platform ID が“行動ターゲティング広告”の配信拒否を利用者側が簡単にできるようにした。このように、個人の行動や発言がインターネット上でデータとして取得され、広告に活用されていることに対し、プライバシーを懸念する声は増える一方である。

また、インターネット広告（特に、スマートフォン用サイトやアプリ内広告）に関して「邪魔」「なんの広告なのかわからない」「間違えて押してしまう」などの否定的な意見も多い。実際にハーバードビジネススクールパブリッシングが発行した『携帯端末への広告表示は嫌われる』（2013）では、「モバイル広告は容認できない」と回答した人が優に 2 割に達していたようだ。（参考③）また、インターネット広告の中でも SNS 上の広告のほう

が容認されやすいといった特徴や、同じ SNS でも Twitter と Facebook では消費者の受け取り方やシェアされる記事が異なるなどの特徴もあるようだ（参考④）。

## 2. 目的

この論文では、消費者に“拒否されないインターネット広告”、および、クリックや購入など“効果のあるインターネット広告”とはどんなものを明らかにし、インターネット広告のありかたについて考察する。

## 3. 研究方法

質問紙調査（WEB）を行い、消費者に拒否されず、告知や購入に繋がっているインターネット広告はどのようなものなのかを明らかにする。また、媒体（EC サイトやポータルサイト、SNS など）や、消費者のインターネット等に関する意識・行動によっても需要性に違いがあるのか、あるとすればそれはどんな違いなのか、などを明らかにする。

## 4. 調査概要

質問紙調査

調査対象：10～40代 100～200名

調査方法：アンケート調査（WEB）

調査内容：インターネット広告の受容について

- ・インターネットの利用状況
- ・各 SNS の利用状況
- ・各広告への意識
- ・広告を閲覧後の行動
- ・プライバシー／セキュリティに関する意識

## 5. 参考文献

- ① 『社会実情データ図録』 インターネット人口普及率推移とデジタル・デバインド状況  
<http://www2.ttcn.ne.jp/honkawa/index.html> （最終アクセス：2013/07/12）
- ② 『電通』 出版／統計データ>>2012年 日本の広告費>>インターネット広告  
<http://www.dentsu.co.jp/> （最終アクセス：2013/07/12）
- ③ 『広告が変われるか』 DIAMOND ハーバードビジネスレビュー発行（2013/07/01）
- ④ Social Media Experience  
<http://socialmediaexperience.jp/> （最終アクセス：2013/07/12）