

新聞・看板広告VSインターネット広告

仙台第三高校 経済 G2班

1. 序論

私たちが普段利用しているインターネット広告、そのシェアはここ数年で数倍にもなっている。

今回の研究では従来の広告、即ちTVCMや新聞、看板などと、インターネットの普及によって誕生したインターネット広告が人々に与える影響の違いを調査し、どちらのほうが高い効果を発揮しているかを導き出す。また、『インターネット広告のほうがより高い効果を発揮している』と仮説をたて、従来の広告が本当に必要かどうかを考え、広告料の過払いを無くし、企業に還元することでさらなる経済の発展が期待できるのではないかと考える。

まとめ・結論

- ・現在、インターネット広告による影響が大きい
- ・今後はさらにインターネット広告による影響が大きくなる



今後、インターネット広告が大きな利益につながり、一番有効な広告媒体になる

インターネット広告の種類

枠掲載型

一つの枠につき〇〇円という両金システム。クリック数などにかかわらず一定の費用がかかる。

200万円~/一週間

インプレッション保証型

〇〇回インプレッションが発生するまで広告が掲載され続けるという料金システム。

1250万円~/一週間

クリック課金型

クリック一回につき〇〇円という料金システム。広告が表示されるだけなら費用はかからない。

5万円~/一か月

(資料一)

三種の広告媒体の年間費比較

- ・ **インターネット広告(枠掲載型)** ・ 看板広告 ・ 新聞広告



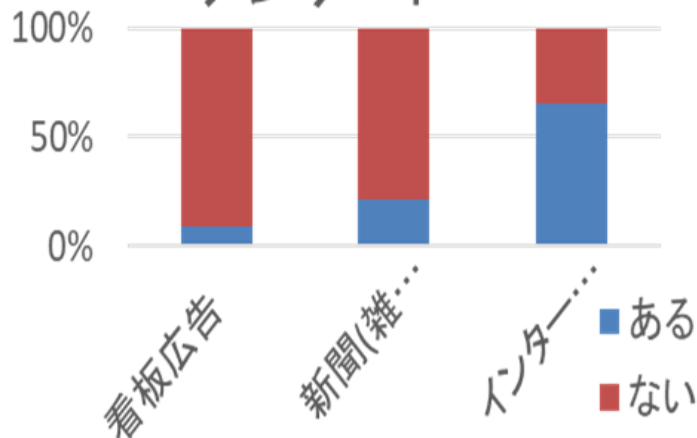
(資料二)

3. 結果・考察

文系3クラス(108人)に対し、看板・新聞・インターネット広告によって興味を惹かれ、お店の利用や、商品の購入をしたことがあるかアンケート調査を実施した。

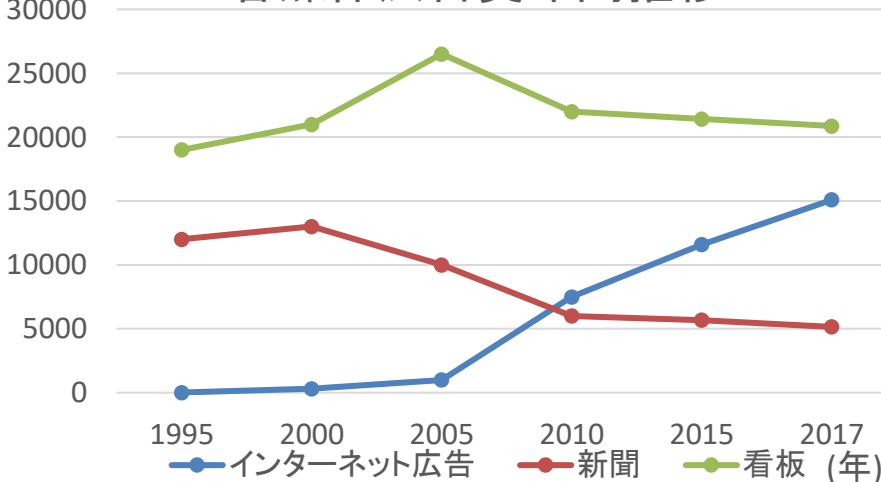
三種の広告媒体の実用効果

アンケート



(億円)

各媒体広告費年間推移



3. 結果・考察

アンケートの結果からインターネット広告による購買意欲が高いことが分かる。

さらに、各媒体の広告費推移からインターネット広告の広告費が2005年から現在にかけて他媒体に比べて大幅に上昇してきている。つまりインターネット広告の利用が他媒体より増加してきていることが分かる。このことから近い将来にはインターネット広告の利用がさらに増加し、看板広告を超え、主流の広告媒体になることが予想できる。

インターネット広告

(yahoo)

月額	2,000,000
総計	24,000,000

(円)

新聞広告 [朝日新聞] * 月一回掲載

(人事広告)

月額	1,257,000
総計	15,084,000

(円)

(記事下二段 1/2)

月額	3,071,000
総計	36,852,000

(円)

看板広告

制作費	420,000
設置費	150,000
維持費	157,000
総計	727,000

(円)

参考文献

YAHOO! JAPANプロモーション広告 <https://promotionalads.yahoo.co.jp/netad/price.html> 興和サイン <https://www.couwasign.jp/>
 広告朝日 https://adv.asahi.com/ad_info/ad_rate/ ガベージニュース <http://www.garbagenews.net/archives/2029485.html>