

広告換算値の算出基準

インターネットサイト

- 次の①～⑤の優先順位で広告換算額とする。

- ① ペイドパブリシティとタイアップ記事広告(以下、記事広告)の広告料金。記事への誘導枠がある場合は、誘導日数1日あたりの広告料金。
- ② ラージレクタングル広告の1日あたりの広告料金 × ラージレクタングル広告の換算率(※1)
- ③ スーパーバナー広告の1日あたりの広告料金 × スーパーバナー広告の換算率(※2)
- ④ テキスト広告の1日あたりの広告料金 × テキスト広告の換算率(※3)
- ⑤ 1日あたりのサイトPV(※4) × テキスト広告のインプレッション単価の中央値(※5)

(※1) ラージレクタングル広告の換算率

記事広告料金は、ラージレクタングル広告料金と比べて何パーセントに相当するか算出する。
記事広告料金 ÷ ラージレクタングル広告の広告料金を集計した中央値。(当社調査 125%)

(※2) スーパーバナー広告の換算率

記事広告料金は、スーパーバナー広告料金と比べて何パーセントに相当するか算出する。
記事広告料金 ÷ スーパーバナー広告の広告料金を集計した中央値。(当社調査 117%)

(※3) テキスト広告の換算率

記事広告料金は、テキスト広告料金と比べて何パーセントに相当するか算出する。
記事広告料金 ÷ テキスト広告の広告料金を集計した中央値。(当社調査 284%)

(※4) 1日あたりのサイトPV

株式会社NTTデータキュビット等のアクセス数調査サービスを利用して、サイトPVを調査する。

(※5) テキスト広告のインプレッション単価の中央値

テキスト広告の広告料金のインプレッション単価を集計した中央値。(当社調査 0.21円)

- 次の②～④の順位は、広告のトラフィック効果でなく、広告のインプレッション効果の高いと考えられる広告をより優先した。