

# WEBニュースサイト 広告換算手法

# 今までの広告換算手法の問題点



## 1. 換算できないサイトがある

Webメディアには広告枠のないサイトや、広告単価が公表されていないサイトが多数存在します。従来方式の多くは各ニュースサイトが公表している広告単価を基準に計算しているため、これらサイトに関しては換算値を算出できないという問題がありました。

## 2. TOPニュースも通常ニュースも同じ金額

記事は掲載される場所（リンク設置場所）によって閲覧人数が大きく変わりますが、従来方式では、掲載場所までを考慮していないため、TOPニュース記事も閲覧されにくい下階層に掲載された記事も全て同じ金額として換算されていました。

## 3. 異なるサイトを正しく比較できない

Webサイトには大バナー、小バナー、テキスト広告など様々な種類の広告が存在するため、テキスト広告以外を基準とする場合、サイト毎の基準広告が統一できず価値を正しく比較できませんでした。



**■見られやすいサイト・記事 = 広告換算額が高い**

==見られやすさとは? =====

- (1) サイトの読者がどれだけいるか？
- (2) 記事の掲載されている場所が見られやすいか？
- (3) 検索した時に記事が上位に表示されやすいか？

# 換算手法の詳細

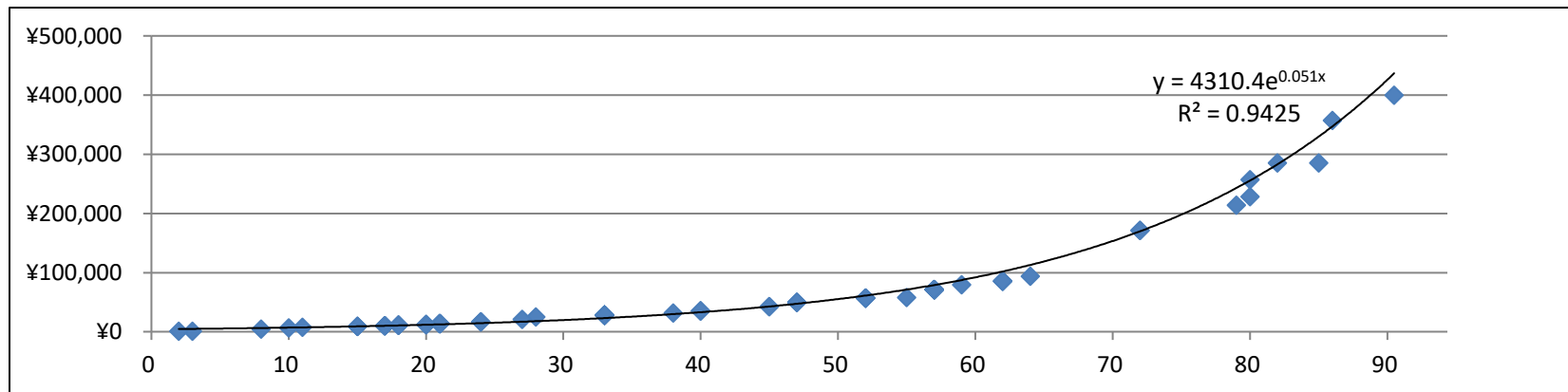
## 【TOPページのテキスト広告 = TOPニュース価値】

### 【A】 サイト価値とTOPニュース価値の関係性算出

1. 国内300サイトのTOPテキスト広告額を調査  
※TOPテキスト広告額は、WEBニュースサイトにおけるニュース記事の平均閲覧日数 = N日(非公開)として扱う。
2. 国内300サイトの価値を決定する指標を調査 (※ 1)
  - 閲覧数要素：サイト閲覧数を決定付ける指標 (PVなど)
  - SNS波及要素：各サイトの過去のSNS波及実績 (Facebookいいね数など)
3. 1 と 2 との関係性において、統計的に一番近似となる関係性 (近似曲線) を算出

### 【B】 掲載記事の広告換算手法

1. 各サイトのサイト価値を決定づける指標を抽出 (※ 1 と同様の指標)
2. 【A】 で算出した近似曲線に 1 をあてはめ、掲載サイトのTOPニュース価値を算出
3. 記事の掲載された場所 (TOPニュースから記事へ辿り着くまでの階層) を計測
4. 掲載階層により、TOPニュース価値から広告換算額を減算  
※TOPニュースと通常ニュースの閲覧数の違いは、WEBニュースサイトを運営する数社から値を取得し平均値化。  
※減算は単純な減算ではなく、【A】 の近似曲線を用いて減算



図：近似曲線