

2021年（令和3年）3月9日  
一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）

## JIAA、2020年インターネット広告に関するユーザー意識調査 「定性調査」の結果を発表

### 「信頼性向上のカギは、ユーザーの本音にどう応えるか」

---

一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（所在地：東京都中央区、理事長：大久保裕一、略称：JIAA）は、2020年11月、全国のインターネットユーザー（1グループ4名×5グループ、計20名）を対象に、「2020年インターネット広告に関するユーザー意識調査（定性）」（オンラインでのフォーカスグループインタビュー）を実施し、ユーザーがインターネット広告体験から感じている本音を掘り下げ、インターネット広告の信頼性の向上に繋がるファクターを抽出し、調査結果として公表しました。

#### 1. 調査の目的

この調査は、全国5000人を対象に行った「2019年インターネット広告に関するユーザー意識調査（定量）」の結果から導き出された仮説をもとに、定量調査では把握できなかったユーザーのインターネット広告に対する繊細で複雑な意識を定性的に確認し、課題の改善に向けた施策の方向性を定めるための知見を得る目的で実施しました。

#### 2. 調査結果のポイント - インターネット広告の信頼性向上に繋がるファクター

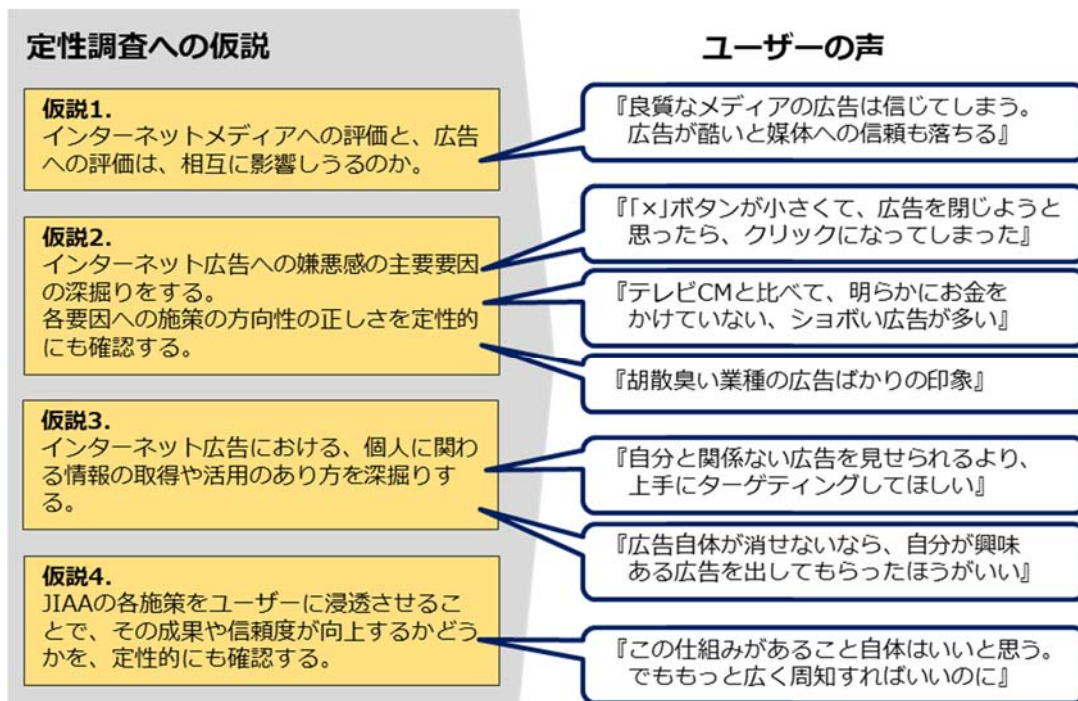
本調査の結果から、インターネット広告に対するネガティブイメージ（\*参考：2019年定量調査結果サマリー）の要因やユーザーの本音から信頼性向上に繋がる改善施策を探り、仮説に対して次のような洞察を得ました。

- ✓ インターネットメディアとインターネット広告への評価は相互に影響し得る。  
疑わしげな広告の掲載はメディアの信頼を毀損する。
- ✓ 嫌悪感の強い「広告表示のされ方」「広告の表現内容」「業種やサービス」に対する改善施策の方向性は合致している。業界ガイドライン等による取り組みの推進が有効。
- ✓ 「ターゲティング」に対しては不安感もある一方、興味関心に合った広告を望むポジティブな意見も。仕組みへの理解促進と使い方の向上がポイント。
- ✓ インターネット広告の信頼性向上には、ユーザーの本音を傾聴し、業界の施策を広く浸透させることが不可欠。認知を高める周知が必要。

定性調査の結果、インターネット広告の信頼性向上のために、JIAAの諸活動の方向性が合致していることが定量調査に続き確認されました。一方、各施策の意図や内容をユーザーに広く浸透させていく必要があることもわかりました。また、ターゲティング広告の嫌悪感は情報の取扱い以外の要因が示唆され、再考察が必要であることが明らかになりました。JIAAは、今後も継続して調査を実施し、ユーザーの率直な本音を知り、ユーザーの期待や要望に応える施策を検討し実行に努め、その施策を広く浸透させることが、インターネット広告の信頼性向上のために重要であるとの認識のもと、ユーザー視点に立った活動を推進してまいります。

※調査結果の詳細は [Web サイト](#) で公開しています。

### ■仮説とユーザーの声（調査結果より抜粋）



\*参考：「2019年インターネット広告に関するユーザー意識調査（定量）」結果サマリー

2019年の定量調査では、ユーザーの6割がインターネット広告の役割やメリットを理解しており、9割が広告を受容していることが明らかになった。その反面、インターネットメディアへの高い評価に比べてインターネット広告に対する評価は低く、「しつこい/不快」「邪魔な/煩わしい/うっとうしい」といったネガティブなイメージを持つユーザーがいずれも3割を超えた。そのネガティブイメージの要素は「広告の表示のされかた」が最も多く5割を超え、次いで「広告の表現内容」「ターゲティング」「業種やサービス」の順にそれぞれ約4割から嫌悪感を感じる要因として挙げられた。また、ユーザーの6割が情報を取得されている事実を認識しているものの、情報活用不安を感じているユーザーは8割にのぼった。一方で、ターゲティング広告の「インフォメーションアイコン」や「オプトアウト」の各施策に対しては一定の評価が得られており、理解されれば信頼度が20～30%アップすることが同時に確認された。

### 3. 調査概要

「2020年インターネット広告に関するユーザー意識調査（定性）」

調査主体 : JIAA ユーザーコミュニケーション委員会

調査エリア : 全国

調査対象者 : 20～49歳男女のインターネットユーザー（Webリクルート）

調査方法 : フォーカスグループインタビュー（オンライン実施）

グループ構成 : 1グループ4名×5グループ 全20名

「インターネット広告へのリテラシー×利用デバイス」4グループ  
+女子大生1グループ

調査時期 : 2020年11月7日（土）～8日（日）

#### 【一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（JIAA）について】

一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会（Japan Interactive Advertising Association：略称 JIAA）は、1999年5月にインターネット広告推進協議会として発足したインターネット広告の業界団体です。設立以来、デジタルコンテンツやネットワークコミュニケーションを支える経済的基盤であるインターネット広告の社会的責任を認識しながら、ビジネス活動の環境整備、改善、向上を推進しています。現在、インターネット広告の媒体社、広告会社など275社が集まり、消費者保護の観点に基づいたガイドラインの策定、より円滑なビジネス推進のための標準的ルールを整備や調査研究、業界内外への普及啓発などの活動を行い、インターネット広告の健全な発展と社会的信頼の向上に取り組んでいます。

〈本件についての問い合わせ先〉

一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（JIAA）事務局

担当：柳田・藤原

〒104-0061 東京都中央区銀座7丁目13-5 NREG 銀座ビル7階

TEL. 03-6278-8051 FAX. 03-6278-8052 E-mail: sec@jiaa.org

<https://www.jiaa.org>