さんにち NIE ワークシート

山梨日日新聞

年　　組　名前：

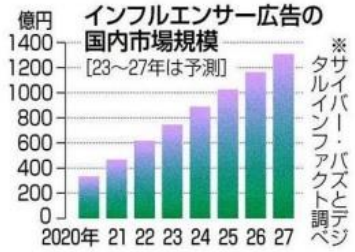
問1
インフルエンサー広告とは、どのような広告のことを言いますか。

問2
なぜ、インフルエンサー広告が、急増していますか。
その理由を答えてください。

インフルエンサー広告倍増

数年で雑誌抜く可能性

交流サイト（SNS）で多数のフォロワーを持つ「インフルエンサー」を使った広告の国内市場規模が2023年に741億円と、20年の2倍超に拡大する見通しであることが17日、民間企業の調査で分かった。今後数年で雑誌の広告を抜く可能性がある。企業が隠れて宣伝するステルスマーケティング（ステマ）増加も懸念され、国は規制強化に乗り出した。



サイバー・バズとデジタルインファクト（東京）が調査した。27年には1302億円になると予測している。電通の調べでは、22年の雑誌広告は東京五輪・パラリンピック効果の反動が出て前年比6・9％減の1140億円だった。

インフルエンサー広告の鍵となる拡散力などを独自にデータ化したのがAnyMind Group（エニーマインドグループ）だ。十河宏輔最高経営責任者（CEO）は「企業に最適なインフルエンサーを紹介する仕組みを作った」という。

紹介先の一つである化粧品のコーセーは宣伝効果を高く評価し、年間延べ千人のインフルエンサーを起用。必ず「PR」のタグを付けるなど、ステマ批判による「炎上」対策にも気を配る。

ツイッターで「タフ子ちゃん」の名前で活動するインフルエンサーの女性（24）は「私が薦めた商品をフォロワーさんに『まねして買って良かった』と言われるのがうれしい」と話す。収入は「同世代の5倍くらいかも」と言う。

市場拡大の弊害も懸念される。インフルエンサー広告は最近、SNSで「案件」の隠語で呼ばれ、1件で数百万円の報酬もあるとされる。サイバー・バズの三木佑太取締役は「個人でも参入しやすく、ステマ防止のルールが守られていないことも多い」と指摘する。

消費者庁は広告であることを明示せず一般の口コミを装うステマを、景品表示法が禁じる不当表示の類型に新たに指定した。23年10月から施行し監視を強める。

（2023年6月18日付 山梨日日新聞5面）

問3
ステルスマーケティングについて、説明してください。

問4
インターネット上の広告から、商品を購入する時には、何に注意しなければいけないと思いますか。

教育目的以外の無断転載 複製および頒布は禁止します
Copyright © 2023 山梨日日新聞社 THE YAMANASHI NICHINICHI SHIMBUN.