

お客様と共に次の今を創る。



広告効果を最大化させるための WEB 広告 運用代行サービスガイド

WEB 広告の優れた特徴	P3	広告メディアごとの特性の違い	P12
WEB 広告のターゲット	P4	東洋が行う広告運用のながれ	P13
WEB 広告の 3 つの種類	P5	運用代行サービスの内容について	P14
検索連動型広告	P6	選べる 3 つの運用代行サービスプラン	P15
検索連動型広告の長所と短所	P7	広告運用の手数料について	P16
ディスプレイ広告	P8	広告の運用実績：教育（音楽教室）	P17
ディスプレイ広告の長所と短所	P9	広告の運用実績：ライフスタイル（引越し）	P18
動画広告	P10	ご契約内容について	P19
動画広告の長所と短所	P11	さいごに	P20

WEB 広告の優れた特徴

WEB 広告には従来の広告にはない、様々な機能が備わっています

① ターゲティング



年齢や性別、地域、興味関心やWEB サイトでの閲覧・検索履歴から詳細なセグメントが可能。

② 効果測定



広告の表示回数やクリック数、商品やサービスの購入回数が把握可能。

③ チューニング



配信途中でも画像や広告文などを変更し、最適化が可能。

④ 費用



比較的少額で始められるほか、費用の無駄も発生しづらいため効率的な告知が可能。

⑤ 効果



SEO 対策と比べ時間をかけずに効果を発揮することが可能。

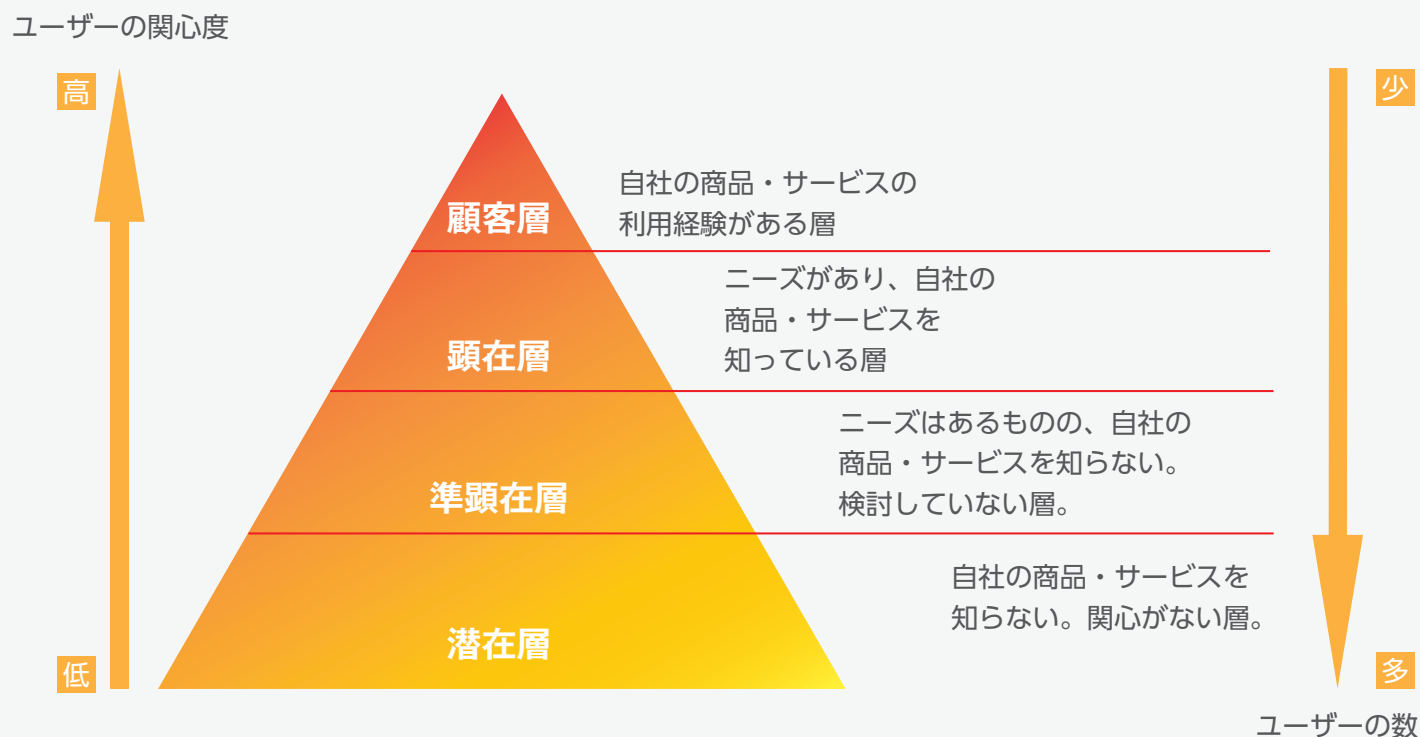
⑥ フォーマット



顧客やコンテンツに合わせ最適なデバイスやフォーマットを決めることが可能。

WEB 広告のターゲット

自社の商品・サービスにどれだけ関心があるかによってターゲットは異なります



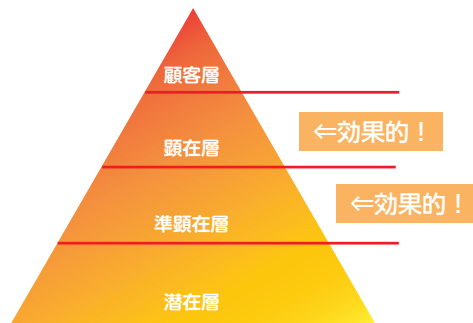
ユーザーは関心の低い方から「潜在層」「準顕在層」「顕在層」「顧客層」に分けられます。
「潜在層」の方がユーザー数は多く、「顧客層」に近づくほどユーザー数が少なくなります。
WEB 広告では、まず「どの層に向けて広告を配信したいか」を明確にする必要があります。

WEB 広告の 3 つの種類

それぞれの広告ごとに得意とするターゲット層があります！

① リスティング広告

検索エンジンの検索結果ページに
テキスト広告を表示

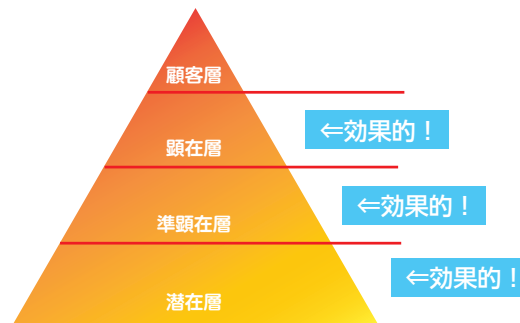


ターゲット：準顕在層・顕在層

主な媒体：Google 広告 YAHOO! JAPAN 広告

② ディスプレイ広告

Web サイトやアプリの広告枠に
画像や動画広告を表示

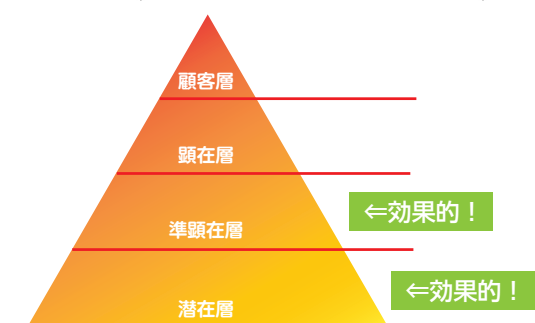


ターゲット：潜在層～顕在層

主な媒体：Google 広告 YAHOO! JAPAN 広告 LINE facebook Instagram SmartNews

③ 動画広告

Youtube などで動画の視聴中に
動画広告を配信



ターゲット：低関心層・潜在層

主な媒体：YouTube

検索連動型広告

検索エンジンで検索したキーワードに基づいて表示される文字ベースの広告

実際に検索を行っているユーザー（＝顕在層）に広告が表示されるので、商品・サービスの購入を促すことに優れています



例 「札幌 中古車」と検索した場合

自動車に関連した広告が表示

中古車を探すならぜひココで | 東洋自動車 sample

www.yahoo-sample.jp

札幌、札幌近郊で中古車を探すなら当社にお任せください。

実績数が豊富・サービス内容が豊富・WEB からご注文

[サービス一覧](#) - [実績紹介](#) - [東洋自動車](#)が選ばれる理由 - [採用情報](#)

TEL : 011-792-9110

広告表示

広告表示オプション

■ 広告の入力可能文字数

タイトル 1 : 30 文字以内

タイトル 2 : 30 文字以内

広告文 : 80 文字以内

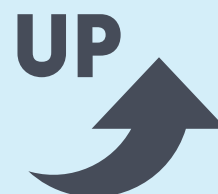
※ 文字数は半角で 1 文字、全角で 2 文字
カウントされます

検索連動型広告の長所と短所

■ 検索連動型広告の長所



顕在層のユーザーに
ダイレクトに訴求



短期間で広告効果が
現れる



**商品・サービスの
購入**に繋がしやすい



改善が行いやすく
細かな調整が容易

■ 検索連動型広告の短所



潜在層のユーザー
に対しては効果が低い



クリック単価が
やや高め

ディスプレイ広告

WEB ページや動画、アプリなどに表示される画像ベースの広告

商品・サービスの存在を知らないユーザーへの認知のきっかけになることが可能です



ユーザーがページを閲覧



広告画像に目が留まる



興味を持つ！

例 ディスプレイ広告の表示例



■ 広告の表示箇所

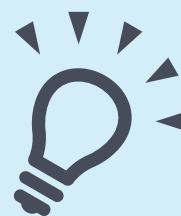
- ・各広告メディアの提携サイト
- ・各広告メディアの提携アプリ
- ・SNS

ディスプレイ広告の長所と短所

■ ディスプレイ広告の長所



潜在層ユーザーへの
アプローチに効果的



ユーザーの興味・関心を
喚起できる



圧倒的な表示回数

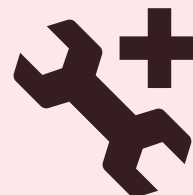


リスティング広告よりも
クリック単価が安い

■ ディスプレイ広告の短所



商品・サービスの
購入率はリスティング
広告より低い



改善箇所が見えづらく
最適化が難しい

動画広告

動画ならではの情報量で商品・サービスの存在を強力に告知

短時間で大量の情報を伝えたい時などに適しています



ユーザーが動画を閲覧



動画の再生前や再生中に広告が表示



動画ならではの情報量で認知拡大

例 動画広告の
表示例



スマートフォン



PC



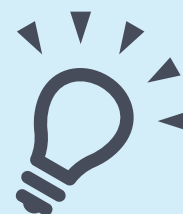
TV 画面

動画広告の長所と短所

■ 動画広告の長所



短時間で大量の情報を
伝えられる



ユーザーの興味・関心を
喚起できる



高クオリティの動画は
話題になる（＝バズる）
可能性がある



低単価で大量の
視聴回数を稼げる

■ 動画広告の短所



広告の種類によっては
スキップされて視聴
されない可能性がある



静止画広告よりも
制作費用がかかる

広告メディアごとの特性のちがい

区分	広告メディア	長所	短所	主なユーザー層	その他
検索	 Google 広告	① CV 率が高い ② 広告費の無駄が少ない	① クリック単価が高い ② 潜在層へのリーチは弱い	30 ～ 40 代男女	画像表示機能など、 広告オプションも豊富
検索	 YAHOO! 広告	① CV 率が高い ② 広告費の無駄が少ない	① Google 検索より高単価 ② 潜在層へのリーチは弱い	① 40 代以上男女 ② PC ユーザー	一部ビジネスマンのように PC を頻繁に扱う層には効果的
ディスプレイ	 Google 広告	① リーチ力が非常に強い ② 潜在顧客を掘り起こせる	① CV 率が低い ② 広告費の無駄が出やすい	30 ～ 40 代男女	直帰率も高い傾向にあるため LP には工夫が必要
ディスプレイ	 YAHOO! 広告	ページ信頼度の高い Yahoo ! に広告が表示できる	Google ディスプレイよりも クリック単価が高い	① 40 代以上男女 ② PC ユーザー	一部ビジネスマンのように PC を頻繁に扱う層には効果的
ディスプレイ	 facebook	① 画像の訴求効果が高い ② 高年齢層への訴求力が強い	クリック単価が比較的高い	40 ～ 50 代男性	スライドショーやの作成や 複数画像の同時配信が可能
ディスプレイ	 Instagram	① 画像の訴求効果が高い ② CV 率が高い	クリック単価が比較的高い	30 ～ 40 代女性	Facebook 広告との同時配信で 広告効果を改善できる
ディスプレイ	 LINE	リーチ力が Google ディスプレイに次ぎ高い	画像の表示領域が他メディアと 比較して小さい場合が多い	20 ～ 40 代女性	広告審査に最も時間がかかる
動画	 YouTube	リーチ力が全メディア中 最も高い	動画制作費用が発生する	20 ～ 40 代男女	クリックによる HP への遷移は あまり望めない

東洋が行う広告運用のながれ

お客様と二人三脚、ともに走りながら目標達成をめざします！

お客様の現在地を明確にしたうえで最適な広告プランをご提案。

お客様が広告運用に対する不安を抱かぬよう、全力でサポートいたします。

① ヒアリングとシミュレーション



運用担当者がヒアリングを行い、お客様のお悩みを理解します。そのうえで、広告の目的と届けるべきターゲット、目標を検討。
最後にシミュレーションをご提出いたします。

② 運用中のレポート提出



難解な専門用語を廃した見やすく、わかりやすいレポートをご提供。広告運用の現状を過不足なくお伝えし、今後の課題と改善案を検討します。

③ 改善を繰り返して目標達成へ



レポートの作成、課題抽出、改善策の実施。これを繰り返すことで、最終的な目標値を達成することができるよう、お客様と二人三脚で取り組んでまいります。

運用代行サービスの内容について

① アカウント設定



各種広告のアカウントを開設し
目標の達成に最適な構築を行います。

※初回のみ費用が発生します

② シミュレーション作成



設定予算でどのくらい広告効果
が得られるかを算出します。

③ 広告文設定



各広告に必要な広告文を作成し
ます。効果を最大化するテクニ
ックや禁止事項への配慮まで
しっかり取り入れます。

④ 広告画像作成



ディスプレイ広告の場合、画像
の作成も承ります。広告文同様、
効果を最大化できるよう工夫を
行います。

⑤ コンバージョン測定



商品・サービスの購入といった
WEB 上で計測可能な数値が測
定できるよう設定を行います。

⑥ レポート作成



運用開始後、定期的にレポートを
作成し現在の状況と今後の改善点
を探りながら目標達成をめざします。

選べる3つの運用代行サービスプラン

内容	スタートプラン	ベーシックプラン	プレミアムプラン
アカウント開設作業（初回のみ）	¥30,000	¥30,000	¥30,000
最低出稿金額	¥50,000～	¥100,000～	¥300,000～
最低契約期間	なし	なし	なし
運用管理費	25%	25%	20%
シミュレーション作成	○	○	○
広告文作成	○	○	○
広告バナー作成	1枚当たり¥5,000	1枚当たり¥5,000	3枚まで無料作成
レポート作成	○	○	○
運用改善	○	○	○
月次報告会	×	○(1か月に1回)	○(1か月に1回)

広告運用の手数料について

■ WEB 広告費用の内訳

アカウント開設費	広告費	運用手数料の割合	運用手数料
¥30,000 (初月のみ)	¥50,000 ~	25% (スタートプラン・ベーシックプラン)	¥12,500 ~
	¥300,000 ~	20% (プレミアムプラン)	¥60,000 ~

＼ベーシックプラン適用／

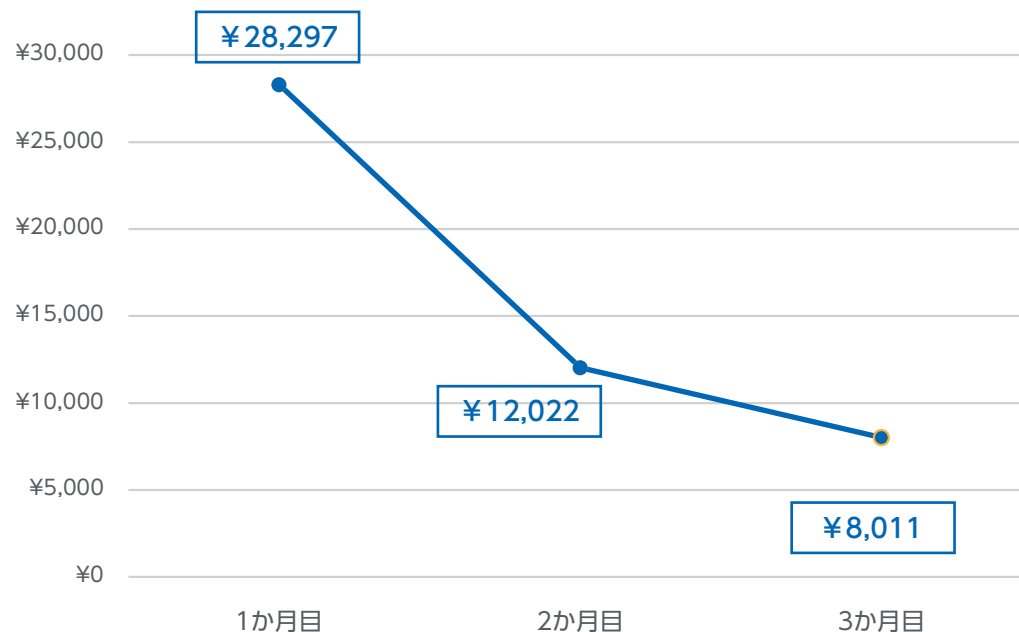
広告費 ¥120,000/ 月 の場合	アカウント開設費	広告費	運用手数料	合計	
	¥30,000 (初月のみ)	¥120,000	¥30,000	初月	¥180,000
				2 か月目以降	¥150,000

＼プレミアムプラン適用／

広告費 ¥400,000/ 月 の場合	アカウント開設費	広告費	運用手数料	合計	
	¥30,000 (初月のみ)	¥400,000	¥80,000	初月	¥510,000
				2 か月目以降	¥480,000

広告の運用実績：教育（音楽教室）

■ 申込み獲得単価の推移



目的

WEB サイトからの申込件数増加

ターゲット

音楽教室への受講を検討する
子ども、若しくは大人

戦略設計

- ① 商材ごとの獲得率を踏まえた予算設定
- ② 申込率の高いキーワードの徹底的な選定

改善策

- ① 商材別の獲得率を算出
- ② 検索語句と登録キーワードの照会

改善行動

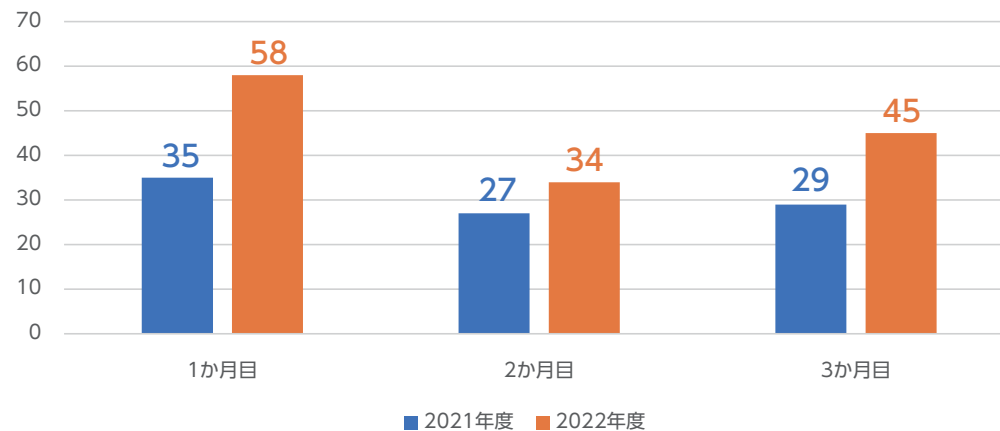
- ① 商材別の獲得率により予算を調整
- ② 申込への関連度が薄い語句を除外

結果

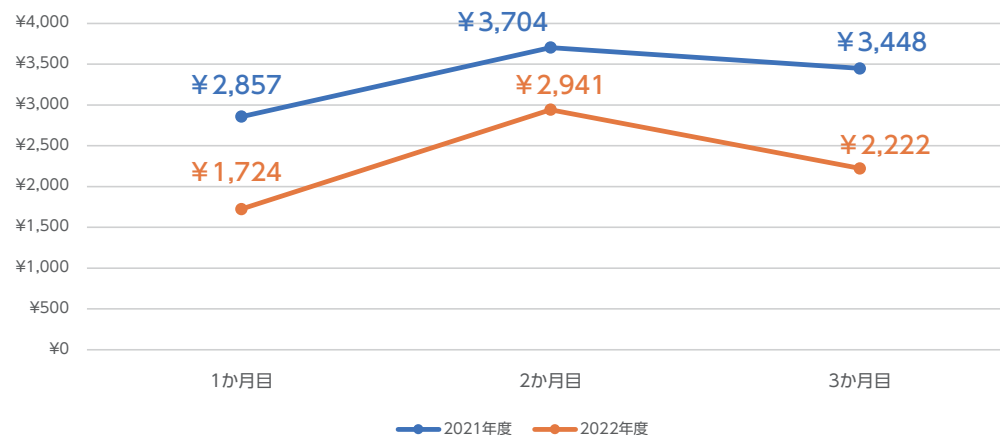
受注単価 ¥28,297 ⇒ ¥8,011
約 72% の削減に成功

広告の運用実績：ライフスタイル（引越し）

■ 申込み獲得件数の推移（前年度との比較）



■ 申込み獲得単価の推移（前年度との比較）



目的

WEB サイトからの申込件数増加

ターゲット

引越しを検討しているユーザー

戦略設計

- ① 申込率の高いキーワードの徹底的な選定
- ② 繁忙期と閑散期とで予算分配を変更

改善策

- ① 検索語句と登録キーワードの照会
- ② 申込単価を基にした適切な予算設定

改善行動

- ① 申込への関連度が薄い語句を除外
- ② 獲得単価の変動とともに予算を変更

結果

前年度より獲得件数、獲得単価
共に大きく改善

ご契約内容について

- ・アカウント開設費は各広告メディアごとにご請求させていただきます。
- ・運用代行サービスの費用は、一つの商品・サービスの1ドメインに対する費用となっています。
また、同一のドメインであっても商材が異なる場合は改めて初期設定用の費用を頂戴させていただきます。
- ・月額 of 広告費に未消化分が発生した場合は、翌月に繰り越して運用致します。原則として返金はいたしません。
- ・運用代行サービスは広告効果を確実に保証するものではありません。予めご了承ください。
- ・業種、販売する商品やサービスの内容、ご希望の目標値、対象となるウェブサイトの内容によっては運用代行をお受けできない場合がございます。



この度は本資料をご覧いただきありがとうございました。
ご不明な点やご質問は下記よりお気軽にお問い合わせください

東洋株式会社 デジタルマーケティング事業部

degima@toyo-grp.co.jp

TEL:011-792-9110