

事例付



# Web広告を始めるときに見る資料

2022年12月版

## 会社概要

弊社は渋谷で創業49年となり、お客様からのご紹介を中心に、数多くのお客様とのお付き合いさせていただいております。

先代の頃は新聞・雑誌などのマス広告が中心でしたが、現在の代表となる海老名康が第二創業した時点でインターネット広告のみの広告運用代理店となっています。

**広告ありきではなく、あくまでも顧客視点に立ち、さらには様々な案件規模・業種・業界や、目的に合わせて、最適な広告メニューをご提案いたします。**

### 代表プロフィール



#### 代表取締役 海老名 康

横浜市立大学・商学部・経営学科卒業。  
Webマーケティング会社・イトクロにて博報堂など広告代理店を担当。

その後、総合広告代理店・NTTアドに勤務し、日本郵政グループ「かんぽ生命」や「ゆうちょ銀行」などのクライアントをAEとして担当し、各種キャンペーンの提案および実施に関わる。

2014年に日辰広告代表取締役に就任。

### 会社概要

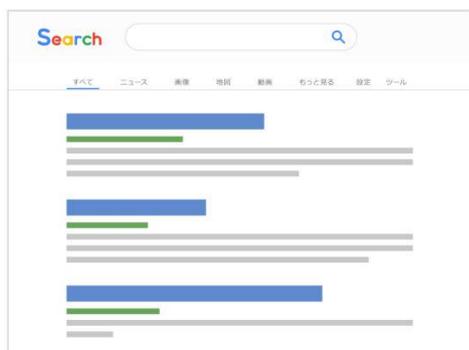
商号	日辰広告株式会社
設立	1972年8月
所在地	東京都渋谷区渋谷1-1-10
TEL	03-6805-1283 (代表)
従業員	16名 (インターン含む)
事業内容	新規ビジネスモデルの構築支援 Web広告の運用管理 SEO等コンテンツマーケティングシステム/アプリ開発 SNS運用 Webサイトのデザイン・制作

# Web広告とは

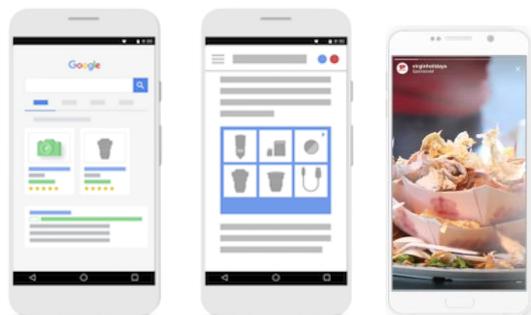
Web広告は、インターネット上に掲載するプロモーション手法の総称で、パソコン・スマートフォン・タブレットに広告を掲載できます。

**お客様のウェブサイトの人々を誘導し、  
購入・お問合せなど、様々なアクションを促すことができます。**

検索連動型広告（リスティング）



動画広告（YouTube等）



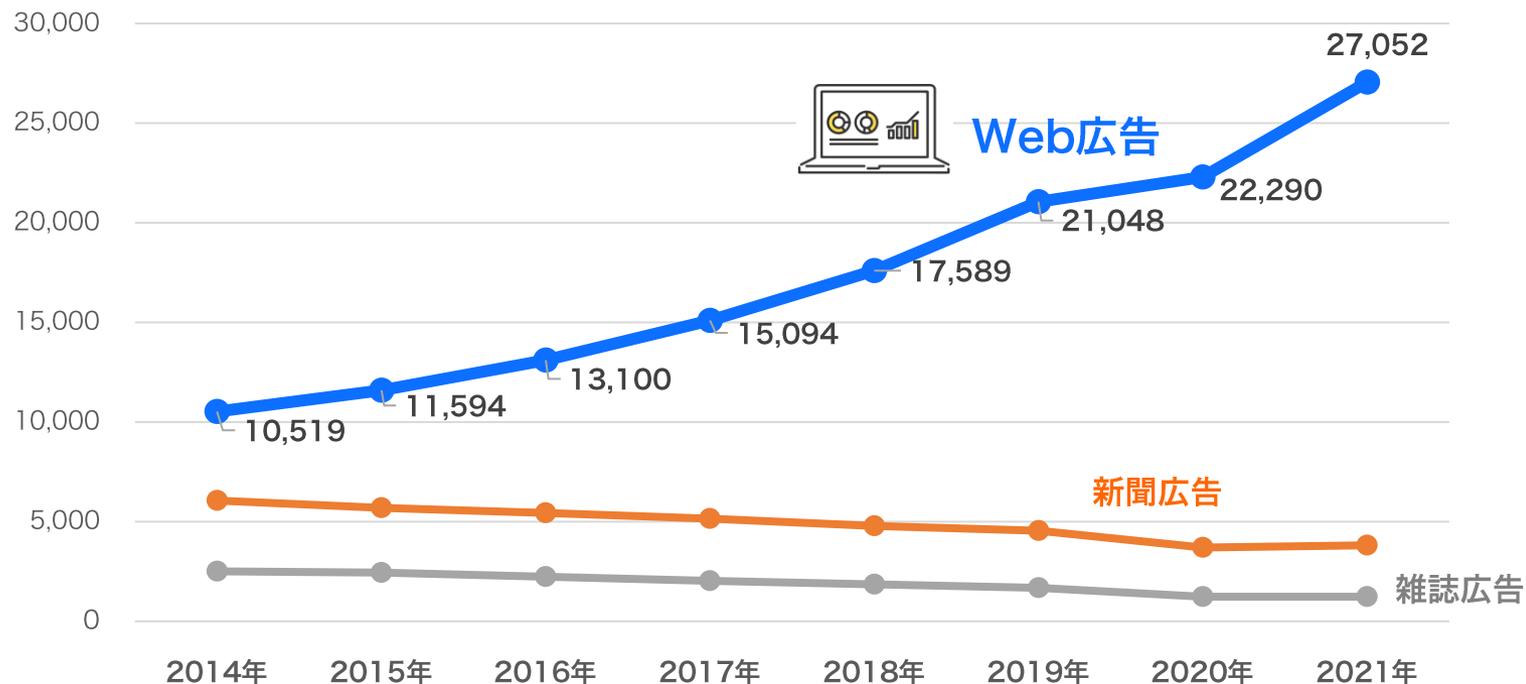
## なぜWeb広告なのか？

読む人が減っているため、新聞広告や雑誌広告は年々広告費が下がっていますが、逆に年々ユーザー増えているインターネット業界の広告費は増加し続けています。

**多種多様なユーザーにアプローチできる  
最もメジャーな広告メディアはWeb広告だと言えます。**

### Web広告と新聞・雑誌広告の広告費推移

単位：億円



※データ引用元：電通「日本の広告費」

# Web広告でできること

Web広告は、交通広告や雑誌広告などの4マスメディアには不可能な、柔軟な広告配信設定が魅力です。

予算やターゲットに応じた最適な設定をすることで、少額な予算でも、ターゲットに効率的に広告を届けることが可能です。

広告をする時に  
よくある悩み

広告費の調整



多くの広告費は出せないのので、  
まずは月30万から始めたい



正確なターゲット設定

子供がいる30代前後の親に  
広告を配信したい



効果検証



バナーを2つ出して、どちらが  
クリック率が高いか検証したい



Web広告なら実現できます

# 交通広告・雑誌広告とWeb広告の比較



	雑誌広告・交通広告	Web広告
メリット	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 記憶に残りやすく 何度も反響を得られる</li><li>・ Web広告に比べ信頼性が高い</li><li>・ 視認性が高い</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 数値で効果を把握できる</li><li>・ 少ない金額からでも実施可能</li><li>・ 年齢・性別・エリアなどを細かくスポット指定できる</li></ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 修正が困難</li><li>・ スピード感に欠ける</li><li>・ 金額が高い</li><li>・ 数百万円以上などの最低金額がある</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 掲載の満足感がない</li><li>・ 掲載実績となりにくい</li></ul>

# Web広告の種類

Web広告は、Google、Yahooのリスティング広告をはじめ、インスタグラムやLINEなどのSNS広告など様々な広告メディアがあります。



それぞれのメディアに強みや特徴があり、  
**広告の目的や、ターゲットに合わせて最適な広告媒体を選ぶことが重要です。**

## Web広告メディアの種類

### リスティング広告



Google 広告

### SNS広告

FACEBOOK

TikTok Ads



### ディスプレイ広告



Google 広告

### その他

YouTube



SmartNews Ads

# Web広告の活用イメージ



すてき！

ターゲット：30代・女性  
興味関心：コスメ・スキンケア  
広告の目的：アクセサリーの販売促進



Web広告媒体  Instagram



ECサイトとの連携が強く、  
30代の女性ユーザーも多い  
Instagramで広告配信



こんなのが  
欲しかった

ターゲット：40代～・男性  
デモグラ：高所得者  
広告の目的：高級自動車の認知



Web広告媒体 **FACEBOOK**



年収セグメントができ、  
40代のビジネス層の利用も多い  
Facebookで広告を配信

## 広告運用って具体的にどういうことをするの？

Web広告は、配信開始後に管理画面で配信成績を確認しながら、  
入札単価の変更や、ターゲットの絞り込みなど  
**細かい調整や変更をしながら効率化するのがWeb広告の最大の特長**と言えます。

### 広告配信中の運用例（リスティング広告）

- ・ 入札単価の調整
- ・ 配信エリアの絞り込み
- ・ 広告表示オプションの追加
- ・ 広告文の追加
- ・ 除外キーワードの設定

意外と細かい作業を行っているんだ

### Googleリスティング広告の配信画面

キャンペーンタイプ	クリック数	表示回数	クリック率	平均クリック単価	↓ 費用	コンバージョン
検索						
検索	1,385	11,919	11.62%	¥ 218	¥ 301,318	22.00



Web広告の効果を得るためには、上記のような日々の細かい運用の調整を行うため、  
**効果を発揮するにはWeb広告に関する知識や経験が必要になります。**

# Web広告運用は自社でやる？それとも運用会社に任せる？

Web広告の運用について、以下の点で迷われる会社さんも多いかと思います。

- ・ 自社でWeb広告運用を行うのか
- ・ Web広告運用会社に依頼するのか

それぞれにメリット・デメリットがあるので、よくお考えになって運用を開始すると良いでしょう。



## Web広告運用を**自社**でおこなう方が**良い**場合

### ① 予算が少ない場合

運用手数料は予算に関わらず発生するので、(あくまでも目安ですが)30万円以下の場合、自社での広告運用も検討したほうが良いでしょう

### ② 高度な専門知識が必要な場合

プロモーションする業界や商品に、専門知識があった方が**良い**場合は、登録するキーワードや広告文にも影響するので、自社で行った方が**効率的**かも知れません。

## Web広告運用を**運用会社**に任せたほうが**良い**場合

### ① 広告配信の分析や考察を行いたい

自社で広告配信した場合、分析や考察がおざなりになってしまうケースが多いです。運用会社は納品物の一部として、きちんと分析・考察するので、**広告配信成績**を振り返ることが可能です。

### ② 予算が多い／運用期間が長い場合

意外に思われるかも知れませんが、**広告予算**が多い、**運用期間**が長いときは運用会社に任せたほうが**結果的には**上手くいくケースが多いです。これはWeb広告の性質上、データ母数が大きいほど**効率化**でき、運用会社はそのノウハウに長けている為です。

# Web広告開始までの流れとご準備いただくもの

Web広告を、運用会社に依頼する時に必要なものは大きく2つです。

## ①ご予算

## ②広告遷移先のWebサイト

上記以外は、運用会社が用意するので特に必要になるものではありません。

予算とサイトがあれば出来るんだ!



## Web広告の配信開始の流れ

広告入稿

広告出稿

遷移

### ①広告用アカウント作成

広告素材

広告文

バナー

動画

キーワード



広告アカウントを作成し、運用会社がアカウント内で広告素材を入稿します

### ②予算の発生

花屋 誕生日

フラワーギフトのお届けなら

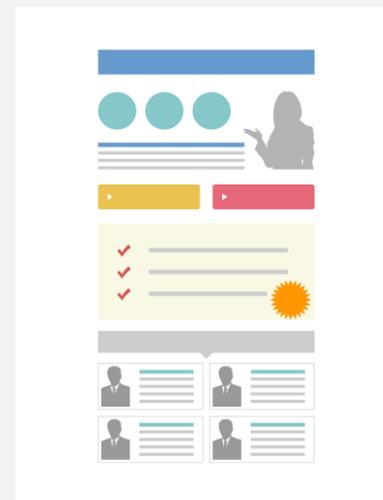
広告 example-business.com

あなたの大事な人の記念日にお届け - 当日配送可



広告をクリックされた時や動画が視聴されたタイミングで料金が発生します

### ③Webページへ遷移



広告をクリックされたら、指定したのサイトやLPに遷移します

## 広告運用会社は運用だけして終わり？

運用会社にWeb広告を依頼した場合、  
**広告配信後に報告レポートが送られます。**

また、配信規模によっては報告会が組まれることがあります



### Excelで報告レポート



- ・クリック最適化案件の場合
- ・運用が単一媒体のみの場合
- ・少額でのご依頼の場合(都度ご相談)

### PowerPointで報告資料



- ・一定予算規模以上の場合
- ・CV獲得案件の場合
- ・運用が複数媒体にまたぐ場合
- ・その他広告主様のご都合に合わせて作成

広告運用会社に広告配信を任せるメリットの一つとして、  
**定期的に広告配信の成績を分析し、振り返ることができます。**

# 日辰広告の広告運用 特長



# 特長① 配信ターゲットを細かく設定し結果にこだわります

## ①配信ユーザーを細かく設定

想定されるペルソナに沿って、今回配信すべきユーザーのデモグラフィック情報(年齢、性別、仕事、子供の有無など)や、興味・関心を洗い出します。また、プロモーションを実施する中で、商品・サービスに興味を持ったユーザーのリストを収集し、優先的に広告を掲載します。

属性セグメント

×

訪問者リスト

×

訪問者類似ユーザー

×

興味・関心カテゴリー

## ②運用中の細かい修正とご提案

運用中の除外キーワード設定や単価調整、またオーディエンスの拡張など運用中の細かい修正にこだわっています。

また、月初のタイミングで広告文の追加や、LPの修正案まで広告だけでなく、Webマーケティング全般でのご提案をしております。



## ③クリエイティブの最適化

タイプの異なる2パターン以上のクリエイティブを同時並行で配信し、クリック率の高いクリエイティブに最適化を行います。運用から制作まで社内で一貫して対応可能なため、クリエイティブにおいても、分析→課題→改善のPDCAサイクルを素早く回すことができます。

クリエイティブA/Bテストの実施

運用から制作まで社内で一貫して対応

# 特長② わかりやすいご報告・レポートにこだわります

## 詳しく、分かりやすいご報告資料

ご予算に応じて、ご報告のタイミングで「エクセル版」や「パワポ版」などのご報告レポートをお送りします。具体的には、以下の指標となります。

### ■エクセル版レポートの指標

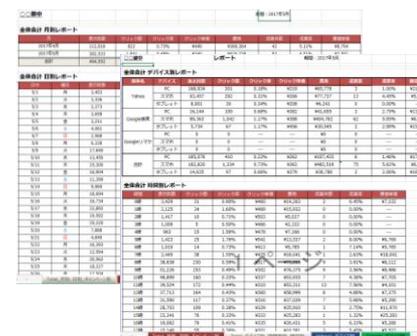
日別・プレースメント別・動画別の基本数値(表示回数/視聴回数/平均視聴時間/クリック数/CV数/CV単価など)

### ■パワポ版レポートの指標

ユーザーの興味・関心別分析/時間帯・曜日別分析/動画別分析/プレースメント別分析/今後の運用方針/など



パワポ版レポート例



エクセル版レポート例

※実際のレポート内容は、要ご相談となります。

## 特長③ 少額からお受けします

### 発注下限金額を設けていません

わたしたちWeb広告の業界では

「100万円以下は受けません」

という料金設定の運用会社もありますが、

**日辰広告は下限金額を設けていませんし、初期費用もありません。**



なぜならWeb広告の一番の良さであり特長は**柔軟な予算設定**であり、

出来る限り多くのお客様にWeb広告の効果を実感いただきたいと考えているからです。

ただしWeb広告のもう一つの良さは**日々調整しながら効果を上げる**ことなので、

予算が少なすぎたり、効果が出ないからと言ってすぐにやめると、

むしろ予算をムダにしてしまうことにもなりかねません。

ご予算については、お話をしながら最適な額を一緒に決めていければと思います。

# Web広告の配信事例





## 会社説明会等の申込数増加施策

会社説明会・カジュアル面談の申込を増やすため、Facebook広告とLINE広告を実施しました。Facebook広告は刈取目的、LINE広告は認知目的として行いました。カジュアル面談については、CMの放映開始に合わせて配信しました。説明会を定期的で開催しているため、広告文の日付変更も定期的に行いました。

### 広告の目的

会社説明会・カジュアル面談の申込数の最大化

### 広告媒体

Facebook広告、LINE広告

### 期間、予算、エリア

2022/4/1～、約730万円、関東・関西・東海地方

### 運用中の課題

CPAを目標値以内に収める

### 改善したポイント

成績の悪いバナーを停止し、良いバナーに寄せました。  
また、広告グループごとの予算比率は、成績に応じて柔軟に変更しました。



### Facebook広告

表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	費用	CV数	CV率	CPA
2,561,477	12,401	0.47%	¥524	¥5,047,260	395	3.28%	¥15,972

## YouTube 高校受験用学習塾の認知・問い合わせ獲得施策

関西圏・東海圏に40校展開されている高校受験用個別塾のプロモーションを行いました。  
 他のWeb広告施策と並行して、認知獲得を目的としたYouTubeインストリーム広告を配信しました。  
 問い合わせ獲得施策においては、元々インストリーム広告をご希望されていましたが、クリック単価が低く、CVの取りやすいVACを提案し、VACをメインに実施しました。

広告の目的

学習塾の認知獲得

広告媒体

YouTube広告

期間、予算、エリア

2022年8月～、約300万円、関西圏

運用中の課題

配信ボリュームが少ない

改善したポイント

「受験対策」「個別指導」に興味関心のある人というようにターゲットを広く設定しました。  
 また、プレースメントターゲティングとして、高校受験を目指す親子が見るであろうチャンネルを設定しました。



### キャンペーン別成績

表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	費用	CV数	CV率	CPA
585,770	2,132	0.36%	¥140.7	¥300,056	157	7.36%	¥1,911

# 広告運用・分析実績（一部）

## テクノロジー・通信



## 金融・ファイナンス



## 運輸・公共



## 素材・商社



## 資本財・その他



## 消費・サービス



※上記の運用実績には弊社との直接取引と、広告代理店経由での運用案件を含みます。

## お客様からの声



学校法人(大学)様

### Web広告は初めてでしたが、丁寧に教えてくれました

今までは新聞折り込みチラシで集客を行っており、Web広告は全く未経験だったのですが、担当の方からWeb広告について丁寧に教えてもらい、個人的にも勉強にもなりました。Web広告実施以降、講座申し込み状況の成績が上がったので、引き続き継続的にお願いしようと考えています。



大手学習塾様

### まめに電話やメールで連絡をいただき、スムーズに実施できています

昨年の9月に日辰広告にお願いして、継続的にWeb広告の実施をお願いしています。実際の数値にも満足していますし、小まめに電話やメールで運用状況をご報告してもらえるので非常に助かっています。また、広告だけでなく、広告の受け皿となるWebページの改善など、Webプロモーション全体を考えて、意見をしてくれるので参考になります。



編集メディア様

### ご提案の部分からご協力していただき、非常に助かっています

クライアントがWeb広告に興味を持っていたのですが、社内でWeb広告の実施経験がなく、日辰広告に問合せしたのがきっかけでした。日辰広告はWeb広告運用に関しても、コミュニケーションに関しても、きめ細かく丁寧に対応してくれる印象です。また以前、社内で提案する際の資料作成やシミュレーション作成など手伝っていただき、非常に心強いパートナーと感じています。

# ご相談・お問合せについて



## まずは気軽にご連絡ください

弊社はこれまで強引な営業手法で業績を伸ばしてきた会社ではありません。実際に売上や実績が伸びたお客さまから、新たなお客さまをご紹介いただき、徐々にお客さまが増えていった経緯があります。

まずは一度、現在考えていることを整理する意味でも気軽にご相談ください。  
**一緒に解決策を探すことができれば嬉しい**です。



### プロモーションや売上増加に関するご相談

- ・メールでのご連絡先：info@nissinko.net
- ・お電話でのご連絡先：03-6805-1283

※現在、新型コロナの影響でリモートワークを実施しており、お電話でのご相談が承れない可能性もありますので、あらかじめご了承下さい。