



アウトドアの
Web広告
ターゲティング例
ご紹介

アウトドアのブーム

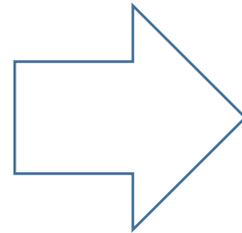
要因

グッズの小型化、軽量化による敷居の低下
従来とは違う、新しい楽しみ方の増加
キャンプ系のYoutuberなどによる認知度の増加

従来のアウトドア

楽しみ方：
キャンプイベント
登山イベント
釣りイベント

ユーザー：一部のアウトドア好き
敷居：揃えなければならない道具が多く、敷居が高い



新しいアウトドア

楽しみ方：
ソロキャンプ
おうちキャンプ
グランピング

ユーザー：男女ともに幅広い年齢層
敷居：日常でも使える道具が安く手に入り、誰でも気軽にできる

**アウトドアは多様な楽しみ方が増え、
ユーザー層は広がっている**

アウトドア関連の広告配信するうえで重要なこと

①ターゲットを年齢、性別で絞りすぎない

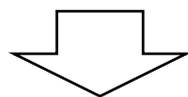
アウトドアは誰もが楽しめるものとなっており、ターゲットを絞りすぎると、潜在層に届かない可能性

②ユーザーに自分でも楽しめると思わせること (自分ごと化しやすい)

まだ、キャンプを始めたことない人に対して、「自分でもできそう」と思わせることが重要

③視覚的訴求を活かす

実際にキャンプをしている動画や画像を用いることで、イメージが付きやすい



アウトドアにおすすめのWEB広告媒体

→Instagram広告、Twitter広告、YouTube広告

アウトドア向けの広告：Instagram広告



広告概要

Facebook社が運営する画像中心のSNS・Instagramユーザーに広告を配信します。

Facebookのデータを活用し、大学名、学歴や専攻、さらには収入といったセグメントも可能。

3つの特長

- ①：Facebook社が運営しており、Facebook広告同様、登録情報の精度が高い
- ②：ビジュアルでの訴求力が強く、一般的な投稿に馴染ませることで、ユーザーに身近に感じてもらやすい
- ③：利用者が10代から20代が多く、自分の趣味の情報収集で使われる傾向

フィード広告



ストーリー広告



アウトドア向けの広告：Twitter広告



広告概要

140文字以内のつぶやきを画像や動画と組み合わせて投稿するSNSで、**10代～20代の男女が多く利用**しています。facebookと同様に、友達が「いいね・コメント」した投稿も表示されるため、情報の拡散性が強いSNSだといえます。

3つの特長

- ①：「リツイート」や「いいね」で2次拡散されれば、**費用以上の効果も発揮**
- ②：「フォロー&リツイートで〇〇をプレゼント」のようなキャンペーンを実施して、**フォロワーを増やす戦略も可能**
- ③：**特定のアカウントをフォローしている人**や、**特定のキーワードをツイートしたユーザー**に広告を配信することも可能



アウトドア向けの広告：Youtube広告



広告概要

Youtubeは、世界最大の動画共有サイトで、特に10代～20代の男女が多く視聴・投稿を行っています。また、Youtubeは、Google傘下のサービスであることから、Google検索でもyoutube動画が上位に表示されやすいため、youtubeを普段利用しない、自然検索ユーザーからのアクセスも多くなっています。

3つの特長

- ①動画が始まる前に流れる「インストリーム広告」はサイト誘導率が高い
- ②TVやPVなど既存の素材を流用し、認知底上げが可能
- ③ 5Gに移行など年々通信環境が良くなっていくとともに、動画の需要は上がっていくと予想される

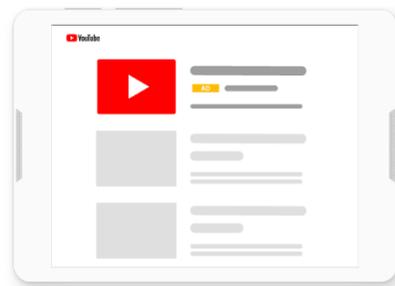
①スキップ可能な
インストリーム広告



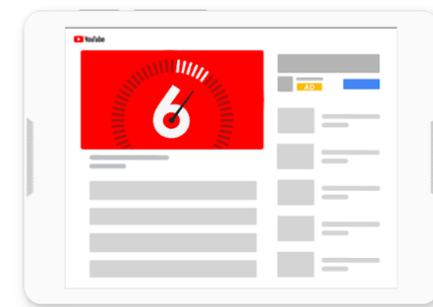
②スキップ不可のイン
ストリーム



③TrueView
ディスカバリー広告



④バンパー広告



アウトドアの ターゲティング例

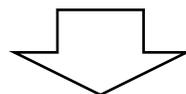
ターゲティングの例：Instagram広告



ユーザー数が多く、ターゲティング精度が高いInstagram広告で、アウトドアのターゲティングで配信できます。

ペルソナ

- ・ 関東圏に住む20代後半の女性。週末はよく友達と旅行に出かけり、スポーツをしている。
- ・ お金と時間に余裕も出てきて、新しい趣味を探している。
- ・ 会社以外のコミュニティが欲しく、職業を超えた新しいつながりが欲しい。



ユーザー属性

- ・ 性別：女性
- ・ 年齢：25-29+（1歳単位で設定可能）
- ・ 地域：関東圏

ターゲティング

利用者層、興味・関心、行動

例) スポーツ・アウトドア、よく旅行をする人、ジョギングが好きな人、料理が好きな人etc…

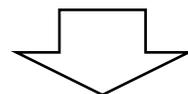
ターゲティング例：Twitter広告



「いいね」や「リツイート」などの拡散力のあるTwitter広告で、アウトドアのターゲティングで配信できます。

ペルソナ

- ・ 関東圏に住む20代後半の女性。週末はよく友達と旅行に出かけり、スポーツをしている。
- ・ お金と時間に余裕も出てきて、新しい趣味を探している。
- ・ 会社以外のコミュニティが欲しく、職業を超えた新しいつながりが欲しい。



ユーザー属性

- ・ 性別：女性
- ・ 年齢範囲：25~29-以上
- ・ 場所：関東圏

ターゲティング

- ・ キーワード：Twitter内で検索されそうなワードでターゲティング
(例：新しい趣味、キャンプやってみたい、新しいコミュニティ etc…)
- ・ フォロワーが似ているアカウント：キャンプの情報発信するアカウントを指定し、そのフォロワーにターゲティング

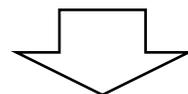
ターゲティング例：Youtube広告



Googleの膨大な行動履歴データから、アウトドアのターゲティングで配信できます。

ペルソナ

- ・ 関東圏に住む20代後半の女性。週末はよく友達と旅行に出かけり、スポーツをしている。お金と時間に余裕も出てきて、新しい趣味を探している。
- ・ 会社以外のコミュニティが欲しく、職業を超えた新しいつながりが欲しい。



ユーザー属性

- ・ 性別：女性
- ・ 年齢範囲：25~29-以上
- ・ 場所：関東

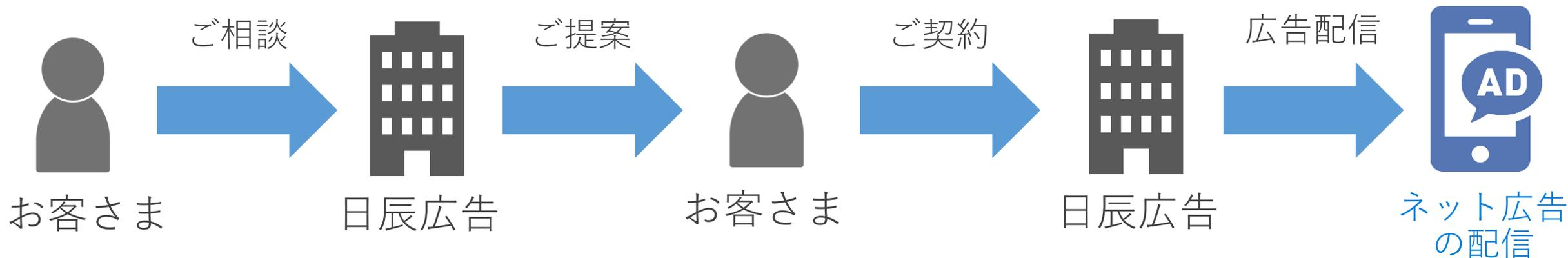
ターゲティング

- ・ オーディエンス：例) ライフスタイル趣味→アウトドアファン、購買意欲→アウトドア用品
- ・ キーワード：アウトドア おすすめ、キャンプ、スポーツ、趣味 おすすめ
- ・ トピック：例) アウトドア、レジャー旅行
- ・ プレースメント：キャンプ系You Tuberの動画

お申込み～広告配信までの流れ

ネット広告の相談をするとどうなるの？

ご相談から実施、レポートまでのフローを
分かりやすく簡潔に。



【ヒアリング】

お客様のご状況や
ネット広告の目的、
目標などをお聞きし
ます

【シミュレーション】

お聞きした目的・目標に
合わせたネット広告のプ
ランや詳細をご提案しま
す

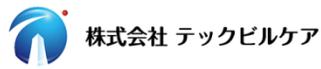
【準備】

広告配信のために必要な
キーワード登録や広告文
の設定準備を進めます

運用・分析実績

広告運用・分析実績（一部）

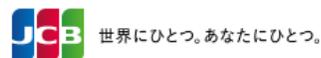
BtoB企業



BtoC企業



愛は食卓にある。



人も地球も健康に



Joyful Life



ご相談、お問合せについて

日辰広告はしつこい営業はしません

弊社はこれまで積極的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。一緒に解決策を探ることができればと思います。



【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、あらかじめご了承ください。