YOUTUBE広告
動画戦略
徹底紹介

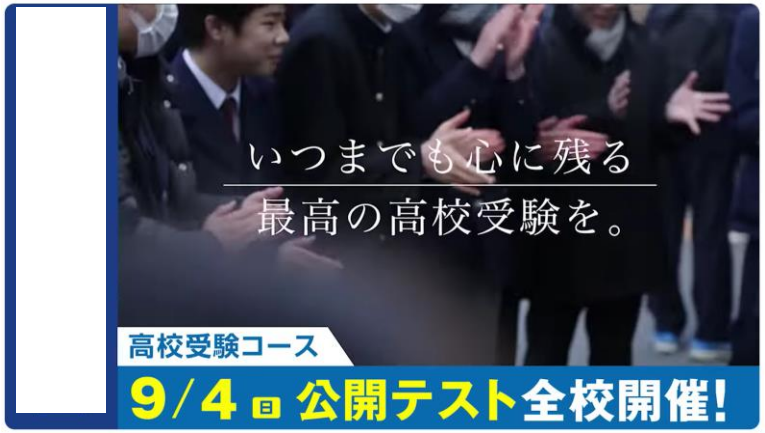
NISSIN

事例①：教育系（関西圏の塾・教室）プロモーション

YouTube

受験を控えたお子様がいらっしゃる関西エリアの親御さんに向けて広告配信。
YouTube広告動画では、保護者層を狙って「合格実績の訴求」を中心としている。**特に受験シーズンにおいては、スピード勝負であるため、合格実績をタイムリーに動画化して掲載**することで、さらなる獲得拡大に活かしている。

目的	入塾申し込み・資料請求の獲得 （シーズンによっては夏期講習申し込みも含む）
メニュー	YouTube広告 （ビデオアクションキャンペーン）
広告予算	200~300万円/毎月（繁忙期は~500万円に拡大）
結果（YDA）	Click数：約23,776回　CPA：約3,200円 CV数：約423件　CVR：約1.77％
ターゲット	受験を控えたお子様がいらっしゃる親御さん
ポイント	エリア×訴求ごとに配信キャンペーンを細分化し、 毎月100前後の広告キャンペーンを配信中。 市区町村や塾の商圏エリアを意識してターゲティング することでCVRを高く維持している。



事例②：B2Bイベントプロモーション

YouTube

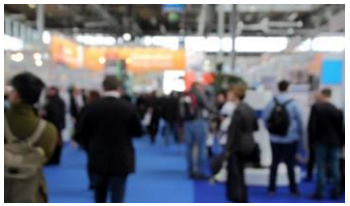
オフィスIT化促進の認知獲得およびITイベントへの集客を目的としてYoutubeにて動画広告を展開。
既に準備されていたテレビ用の動画素材をもとにカスタマイズしYoutubeやSNS媒体にて配信。

目的	①IT化オフィス推進のための認知獲得 ②上記①のイベント開催への誘導（集客）
メニュー	YouTube広告 （スキップ可能なインストリーム広告）
広告予算	200~250万円/単発
結果	表示回数 約197万回 視聴回数約18万回/視聴単価 8.3円 クリック数 約1,500回
ターゲット	35歳～男女/BPR推進などに興味関心
ポイント	リアルイベント開催のため、配信エリアを細かく検証。 アクセスや参加対象企業の拠点などを考慮して、 沿線ごとのターゲティングを工夫。

動画広告配信

LP

イベント

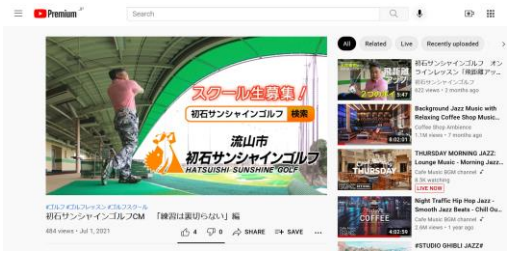


事例③：店舗系（ゴルフ練習場）プロモーション

YouTube

ゴルフ場の認知獲得および集客のためYoutubeにて動画広告を展開。
用意されていた動画素材を元にYouTube広告に適した形（6秒動画）にカスタマイズし、
Youtubeでバンパー広告を配信しました。

目的	①ゴルフ場の認知獲得／②ゴルフ場への誘導（集客）
メニュー	YouTube広告 （バンパー広告）
広告予算	10~20万円/毎月
結果	表示回数 約15万回 視聴回数約11万回/視聴単価 0.9円 クリック数 約30回
ターゲット	30歳～男女/千葉県エリア/ゴルフに興味関心
ポイント	限られた予算の中でターゲットへの接触回数を 最大限高めるため、バンパー広告（6秒）を提案。 1視聴あたりのコストを抑えて実施できた。



動画広告配信

GDOサイト

ゴルフ場

Youtubeを筆頭になぜ動画広告に取り組む必要があるのでしょうか？
その**理由は大きく4つ**あります。

ポイント	詳細
1.動画広告の成長	動画広告は2027年度には1兆円到達見込み
2.若者のテレビ離れ	10代から30代は、テレビの視聴時間よりも 動画サービスの利用時間の方が多い
3.CTV(コネクティッドTV)普及	2025年にはテレビ視聴時間と同等になると予測され、 幅広い世代にリーチが可能なたため、テレビCMに 取って替る存在に
4.縦型動画(スマホ視聴)の普及	スマホの規格に合わせた縦型動画による訴求が 画面占有率が高く、訴求力が強い

なぜ動画広告をやるべきなのか施策概要

Youtubeを筆頭になぜ動画広告に取り組む必要があるのでしょうか？
その**理由は大きく4つ**あります。

ポイント	詳細
1.動画広告の成長	動画広告は2027年度には1兆円到達見込み
2.若者のテレビ離れ	10代から30代は、テレビの視聴時間よりも 動画サービスの利用時間の方が多い
3.CTV(コネクティッドTV)普及	2025年にはテレビ視聴時間と同等になると予測され、 幅広い世代にリーチが可能なたため、テレビCMに 取って替る存在に
4.縦型動画(スマホ視聴)の普及	スマホの規格に合わせた縦型動画による訴求が 画面占有率が高く、訴求力が強い

なぜ動画広告をやるべきなのか施策概要

Youtubeを筆頭になぜ動画広告に取り組む必要があるのでしょうか？
その**理由は大きく4つ**あります。

ポイント	詳細
1.動画広告の成長	動画広告は2027年度には1兆円到達見込み
2.若者のテレビ離れ	10代から30代は、テレビの視聴時間よりも 動画サービスの利用時間の方が多い
3.CTV(コネクティッドTV)普及	2025年にはテレビ視聴時間と同等になると予測され、 幅広い世代にリーチが可能なたため、テレビCMに 取って替る存在に
4.縦型動画(スマホ視聴)の普及	スマホの規格に合わせた縦型動画による訴求が 画面占有率が高く、訴求力が強い

なぜ動画広告をやるべきなのか施策概要

Youtubeを筆頭になぜ動画広告に取り組む必要があるのでしょうか？
その**理由は大きく4つ**あります。

ポイント	詳細
1.動画広告の成長	動画広告は2027年度には1兆円到達見込み
2.若者のテレビ離れ	10代から30代は、テレビの視聴時間よりも 動画サービスの利用時間の方が多い
3.CTV(コネクティッドTV)普及	2025年にはテレビ視聴時間と同等になると予測され、 幅広い世代にリーチが可能なたため、テレビCMに 取って替る存在に
4.縦型動画(スマホ視聴)の普及	スマホの規格に合わせた縦型動画による訴求が 画面占有率が高く、訴求力が強い

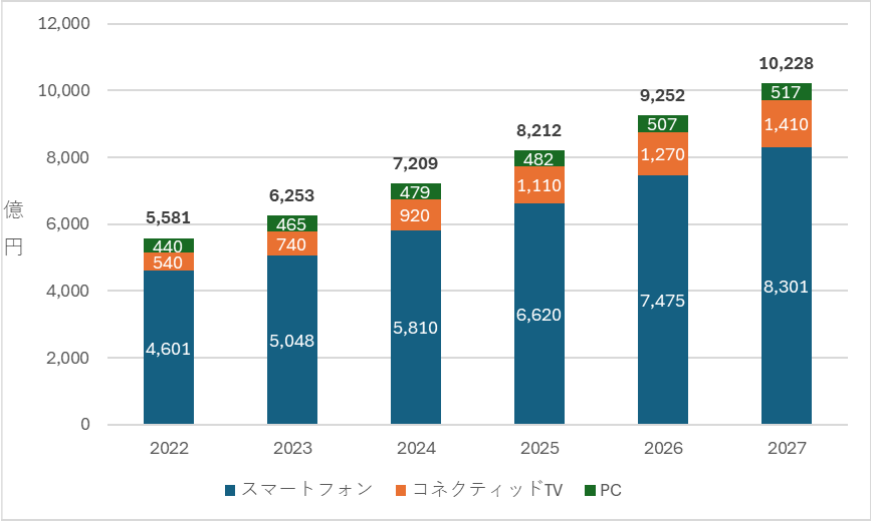
動画広告に取り組むべき4つの理由 -1・2-

2023年度の動画広告市況は、スマートフォン向け動画広告需要は
昨年対比109.7%の5,048億円にのぼり、動画広告需要全体の81%を占めています。
2025年には8,212億円、2026年には1兆228億円に達する見通しです。

また、若い世代がテレビを観なくなっている為、
テレビ広告では若い層に効果的にアプローチしづらくなっています

1.動画広告の成長

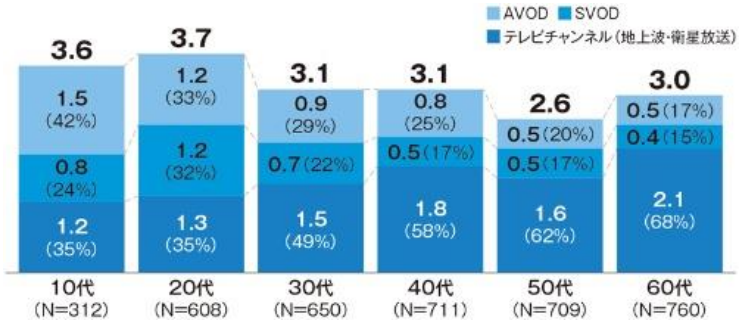
動画広告市場規模推計・予測
<デバイス別>



出典：サイバーエージェント/デジタルインファクト調べ
https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=29827

2.若者のテレビ離れ

動画視聴サービスの
1日当たりの平均利用時間



AVDO：広告型動画配信サービス
SVOO：サブスクリプション型動画配信サービス

出典：ボストンコンサルティング　第1回メディア消費者行動調査(2022年12月)

10～30代はテレビの視聴時間よりも、
動画サービスの利用時間の方が多い

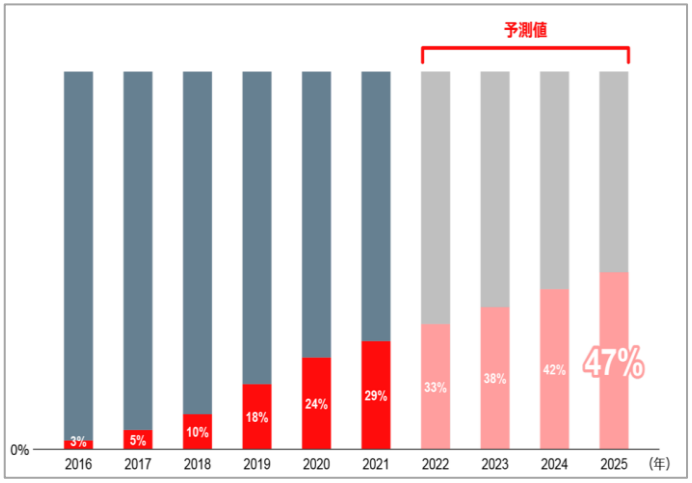
動画広告に取り組むべき4つの理由 -3・4-

2025年には動画とTVの視聴時間はほぼ同じになると予測され、
幅広い世代にリーチが可能なたため、テレビCMに代替する可能性が高いです。

またスマホの画面サイズに合わせた**縦型動画は画面占有率が高く**、
スマホ閲覧時間が長くなっている現代人に対して訴求力が強いです。

3. CTVの普及

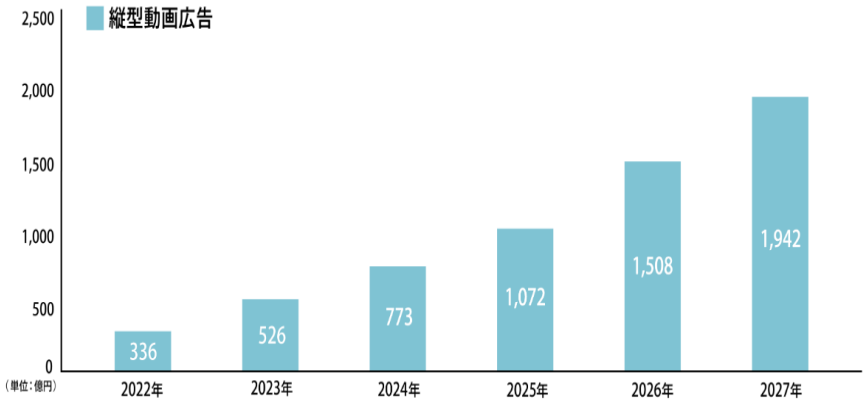
2025年にはテレビ視聴時間と
同等になると予測



スマートテレビ上での動画配信視聴時間
赤：CTVの視聴時間
青：地上波放送の視聴時間

4.縦型動画の普及

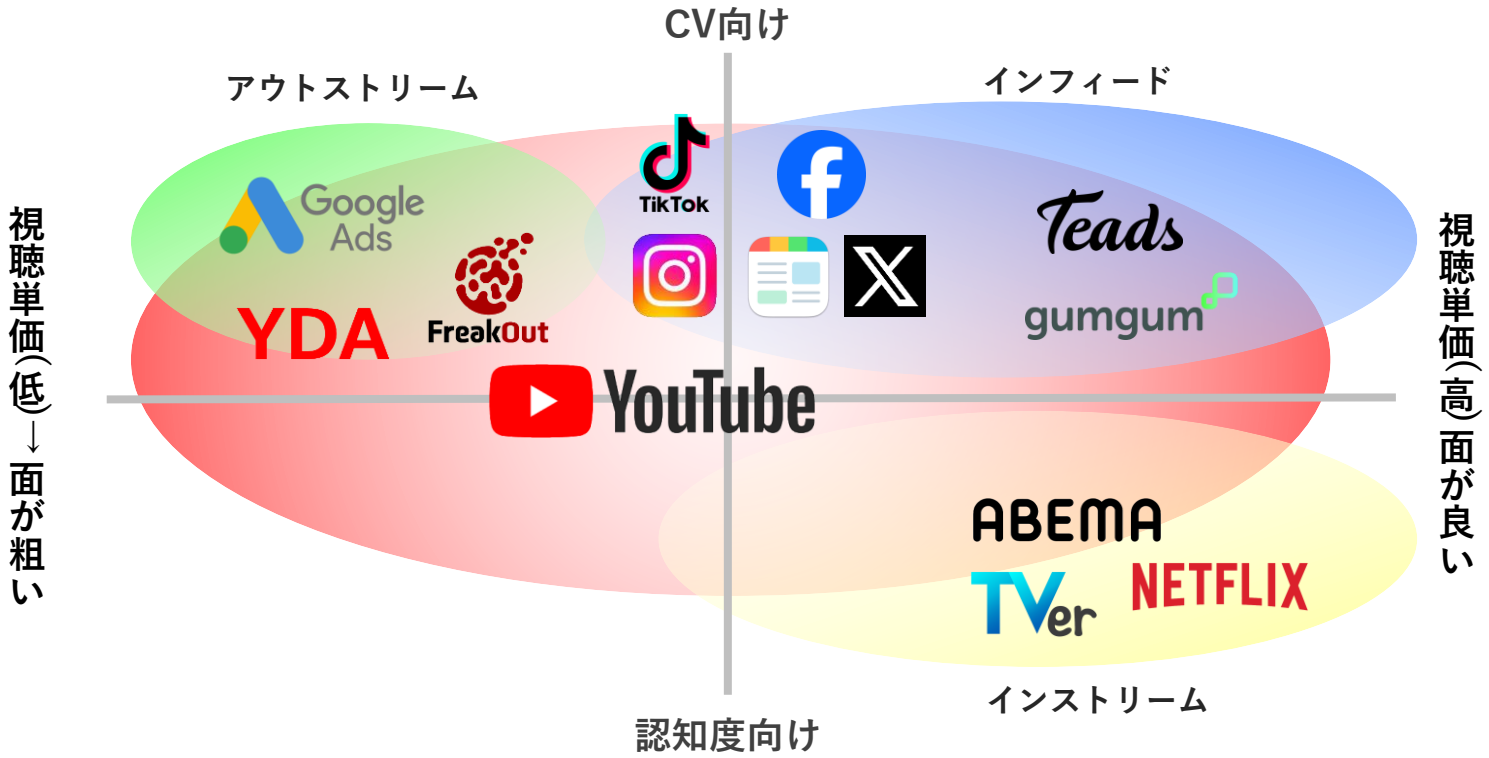
縦型動画(TikTok、YouTubeショート等)
はSNSで主流となり急激に伸びている



動画広告メディアの選定

Web広告の動画は**ターゲットの人たちに知ってもらうこと（認知）がメイン目的**
ただし動画の種類により強みが異なり、**目的に沿って具体的な媒体を選定する必要がある**
その中でもyoutubeは、網羅性が高く動画広告では鉄板の媒体である。

インストリーム	TVerなど動画プラットフォームはテレビのCMと同様の効果が期待できる
インフィード	特定ユーザーにでアプローチでき、クリック率が高く、CVも狙える
アウトストリーム	クリックを促すことでCVを獲得でき、バナーに反応しない人も狙える



YouTube利用者は45～64歳は2680万人以上と同世代人口の79%以上を占め、
視聴する年齢層が広がり**7,120万人の月間ユーザー**を抱える。
また幅広い目的の元広告配信が可能であり、**動画広告のマスト媒体**である

最大の動画プラットフォーム

YouTube

「YouTube Brandcast 2023」によれば23年は22年より視聴者数で1.7%増えている。特に45～64歳は2,680万人以上と、同世代人口の79%以上を占め、視聴する年齢層が拡大していることがわかっている。

幅広い目的に沿う手法

YouTubeの目的別アプローチ

YouTube広告は、**認知からCVまでのさまざまな目的をカバー**し、低予算からスタートして視聴単価を抑えることができるため、動画広告で欠かせない媒体である

3つの特長

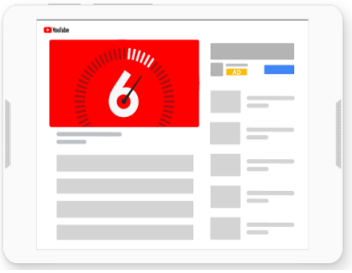
①動画が始まる前に流れる**「インストリーム広告」はサイト誘導率が高い**
②TVやPVなど既存の素材を活用し、認知の底上げが可能
③VAC（動画アクションキャンペーン）を利用し、**CV獲得に特化することも可能**

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

③インフィード動画広告

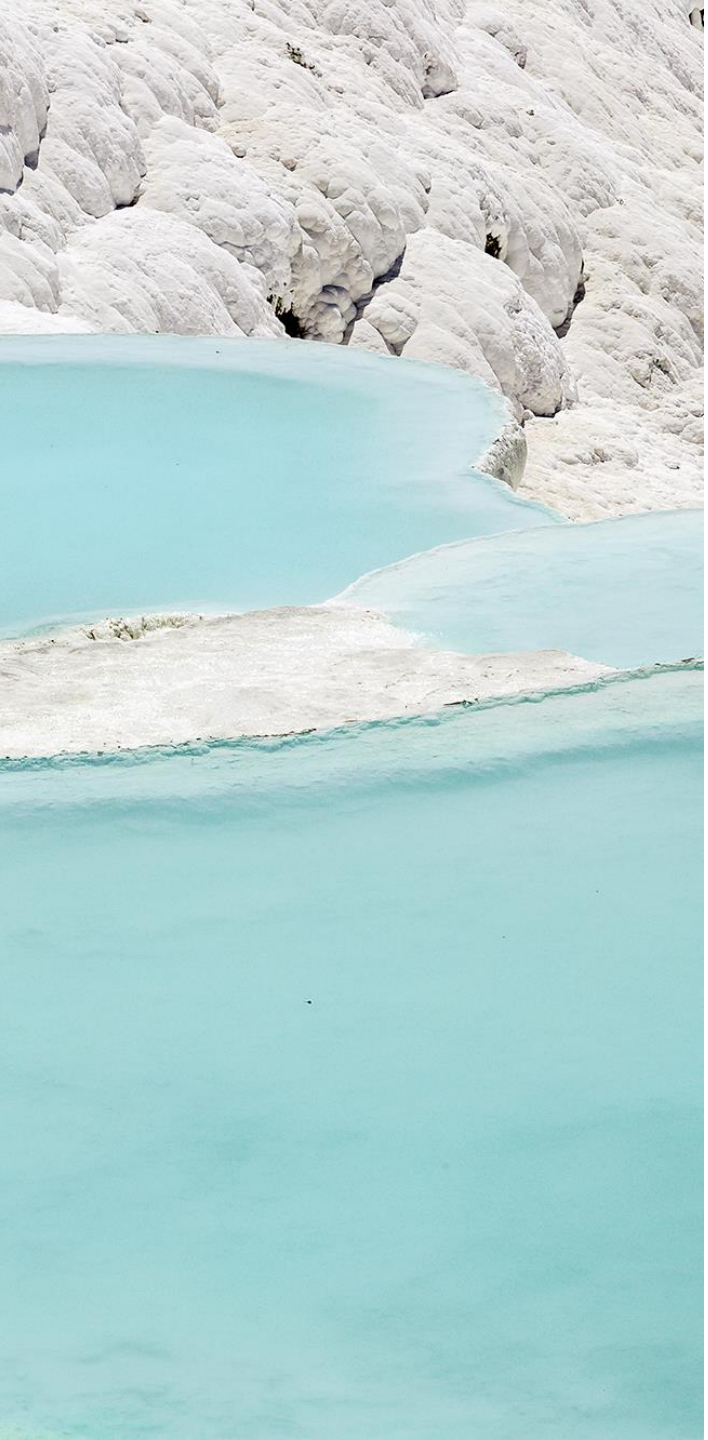
④バンパー広告



①スキップ可能な インストリーム広告（VAC広告）

②インフィード動画広告 （VAC広告）

③Google動画パートナー （VAC広告）



NISSIN

広告のための動画をつくろう

Video Ads Plans

動画制作＋広告
パッケージプランのご紹介

動画制作パッケージプラン(認知ブランディング向け)

認知目的ではTVerとYouTubeを掲載面として選択し、
対象とするターゲットに対して社名認知・ブランディングから、
商品サービスの理解を狙う動画を制作いたします。

動画制作費＋広告費

制作費7万円＋広告費23万＝30万

提供素材や提携素材を活用し、
横型動画１本＆縦型動画1本を作成します
※広告費には広告配信マージンが含まれます

YouTube

表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	費用	視聴率	視聴数	視聴単価
57,692	69	0.12%	¥4,333	¥300,000	60.00%	34,615	¥8.67

※CVの定義は一般的な問い合わせの獲得を想定
※上記の数値はあくまで想定数値であり、実際の結果とは異なります

動画制作パッケージプラン(成果刈取り向け)

刈取り目的プランではYouTubeとMetaのメディアを活用し、
CV最大化ならびにCPA最適化を狙います。
刈取り特化型の動画を制作いたします。

動画制作費＋広告費

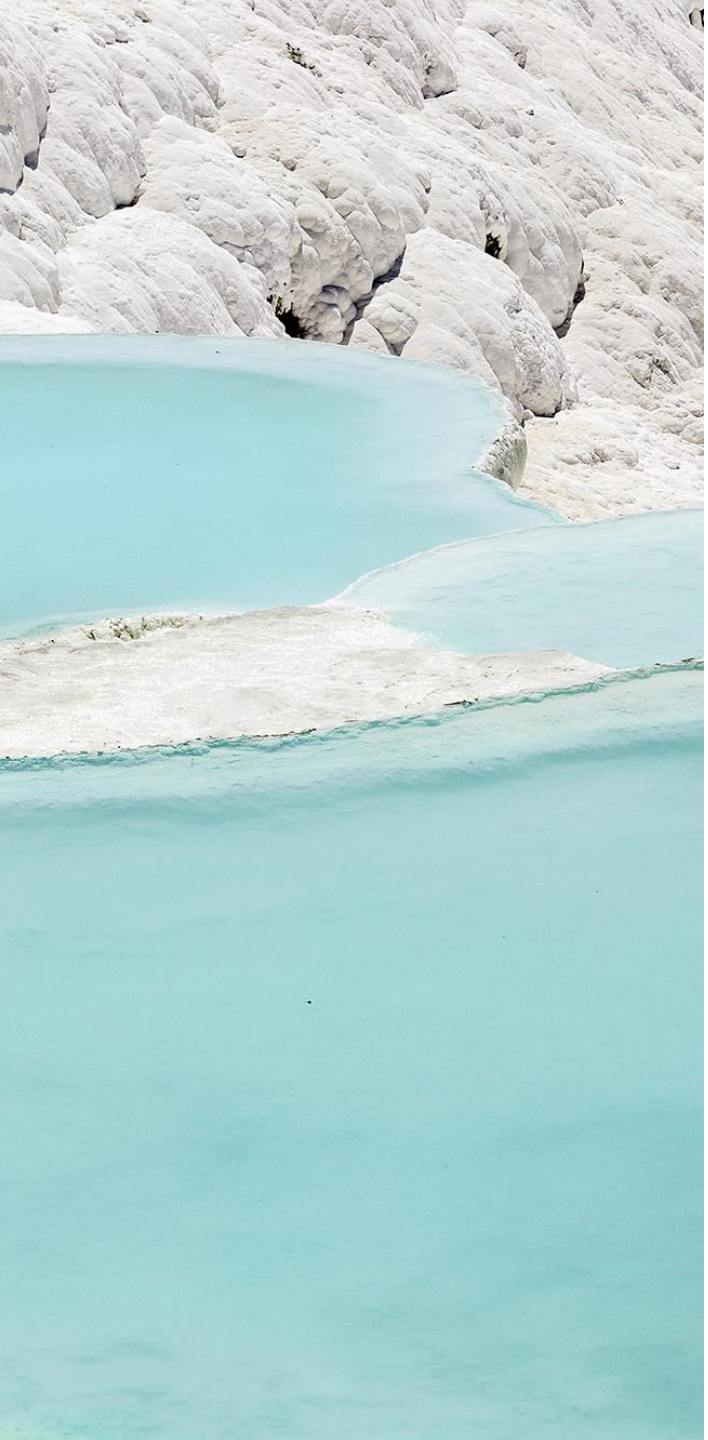
制作費5万円＋広告費25万＝30万

提供素材や提携素材を活用し、
①縦型動画３本 or ②縦型動画2本＆スクエア1本、を作成します
※広告費には広告配信マージンが含まれます

YouTube

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	視聴率	視聴数	視聴単価
281,250	563	0.20%	¥533	¥300,000	8	1.50%	¥35,556	10.00%	28,125	¥10.67

※CVの定義は一般的な問い合わせの獲得を想定
※上記の数値はあくまで想定数値であり、実際の結果とは異なります



NISSIN

広告のための動画をつくろう

About video production

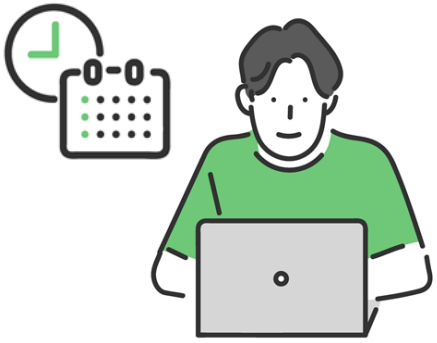
動画制作の特長やスケジュール

Web広告用動画の制作について

動画制作は費用がかかる印象ですが、広告用動画は気軽に始められることも重要です。
わたしたちは提携素材を活用して、コストパフォーマンス高い
クオリティの動画をスピーディーに制作することができます。

日辰広告の動画制作の特徴

スピード



デジタルマーケティングの一つのカギは、
実行から改善までの速さです。
動画制作は通常は2～3カ月かかりますが、
弊社は**最短10日、通常で1～2週間**で広告用
動画として十分な品質で制作し、気軽にス
タートできることを目指しています。

広告運用視点

弊社は広告運用代理店として約15年ほどのノ
ウハウを活かし、**広告視点の動画制作**を心が
けています。
「キレイな動画」ではなく、広告目標のため
の動画を作ることをモットーにしています。

動画制作は、素材をいただいてから**最短10営業日で制作が可能**です。
つまり制作から広告出稿まで約3週間前後で実施が可能です。

ヒアリングシート記入
素材のご支給

ヒアリングシート記入
動画に使用する素材のご提供

※不明の場合は、LPやHPの素材を拝見し、弊社からご依頼いたします

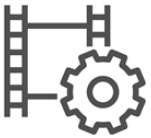
素材確認

素材の確認

素材が不足している場合は、相談させていただきます。
※素材があまりにも不足している場合は、制作をお断りする場合がございます。

7営業日

動画制作



原則7営業日で制作

動画をご確認後、微修正をいたします。

3営業日

微修正・校了

原則3営業日でご確認

※修正は文言など軽微な修正に限らせて

3営業日

媒体へ入稿

YouTube

各出稿媒体に動画規定を合わせ、入稿いたします

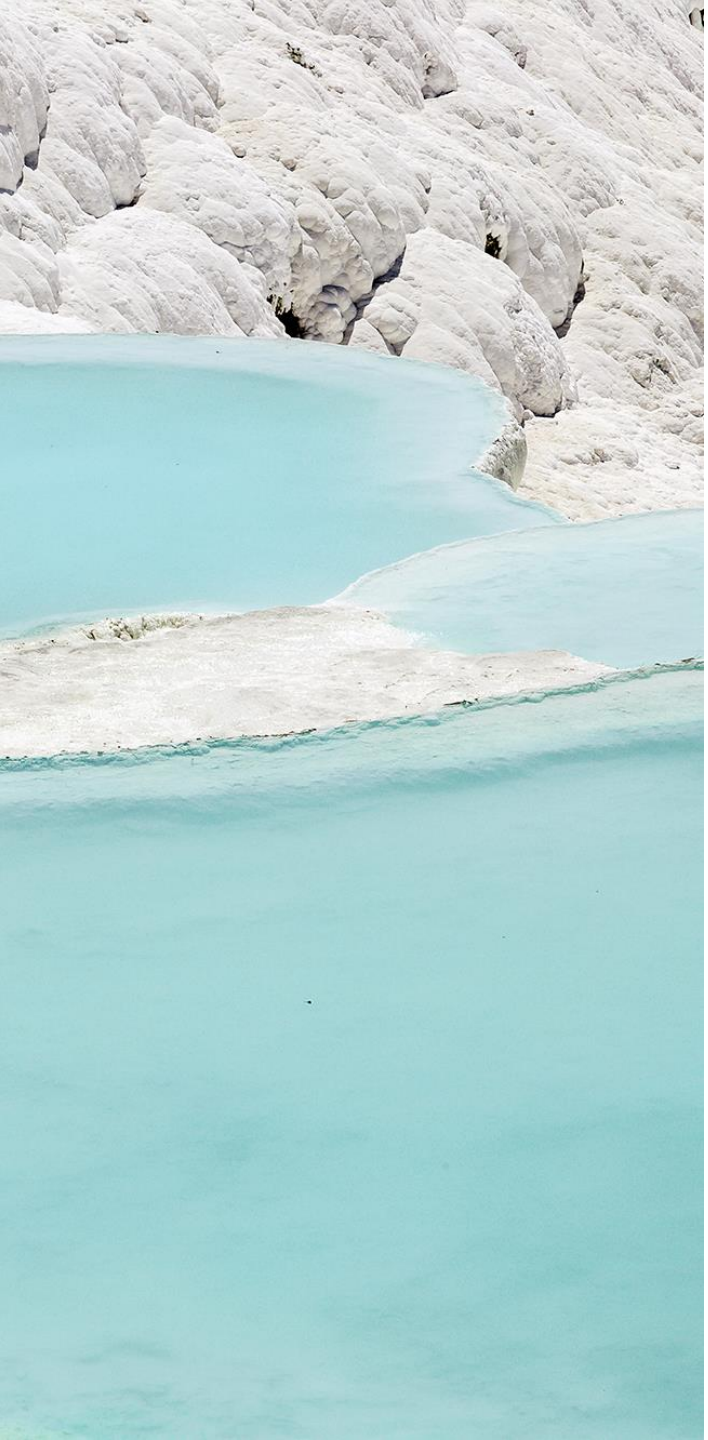
5〜7営業日

広告配信

審査通過後、動画を配信いたします。
※ご相談に応じます

レポートご報告

広告配信後、レポートを提出いたします



NISSIN

広告のための動画をつくろう

video sample

動画制作事例（サンプル）

広告用動画サンプル（人事・B2B系）

1

※オプションで人のナレーション付けています

2

※サンプル動画URL

① https://www.youtube.com/watch?v=ADIbYMnsqoc

② https://www.youtube.com/shorts/tqlHFVTWZkQ

1

2

3

※サンプル動画のURL
①https://youtube.com/shorts/DKbTNb57KO4
②https://youtube.com/shorts/zdwfd4k8mqA
③https://youtube.com/shorts/Kg4ozlBh7HU

広告用動画サンプル（採用系）

1

2

3

※サンプル動画のURL

①https://youtube.com/shorts/_wccBFImEiM?feature=share

②https://youtube.com/shorts/S3qlaC4peoo?feature=share

③https://youtube.com/shorts/-Td0J2-2uO0?feature=share

1

※オプションで人のナレーション付けています

2

3

※サンプル動画のURL
①https://www.youtube.com/watch?v=Jzg6c38jicg
②https://www.youtube.com/shorts/uJjI9YT_abE
③https://youtube.com/shorts/ZtL66qeakzA

1

2

3

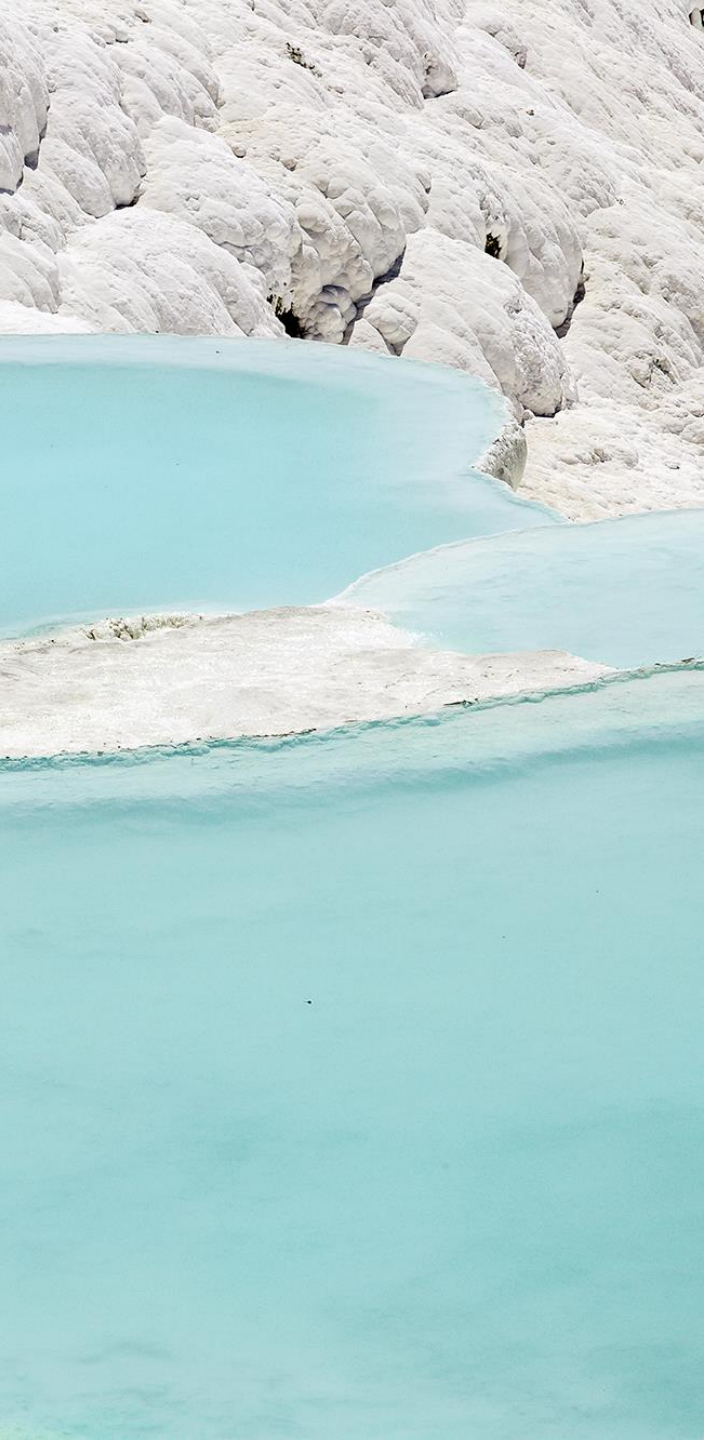
※サンプル動画のURL
①https://youtube.com/shorts/TkIHGRv_GoY
②https://youtube.com/shorts/_91MIbn6emI
③https://youtube.com/shorts/KNRFyhOpqMs

Appendix：制作した動画の権利関係について

制作した動画の権利は弊社に帰属します。
上記金額は弊社が配信する広告のWebプロモーションの使用範囲内での
使用を想定したものです。
他の用途で制作した動画等を使用される場合や著作権の譲渡をご希望の場合は、
以下の金額にて承っておりますので、お気軽にご連絡いただければと思います。

▼二次使用料（※例：広告の為に作成した動画を、採用サイトでも利用する）
制作費用の70％

▼著作権譲渡
制作費用の2倍



NISSIN

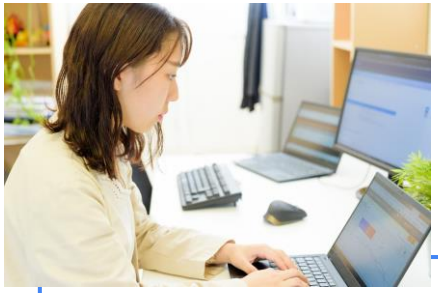
広告のための動画をつくろう

Achievements・company profile

主な実績・会社概要

会社概要

商号	日辰広告株式会社
本店所在地	東京都港区三田3-14-13
代表者	海老名 康
資本金	1,600万円
設立日	1972年8月
事業内容	広告代理事業、人材紹介業など



代表取締役 海老名 康　プロフィール

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、広告代理店・NTTアドで
日本郵政グループ「かんぽ生命」「ゆうちょ銀行」
などのクライアントを担当し、各種キャンペーンの
提案、実施に関わる。
2013年に日辰広告代表取締役に就任。

日辰広告の取引実績一例

機械・電機など

EPSON EXCEED YOUR VISION
hp
maxell Within, the Future
CASIO
I-O DATA

IT・Web関連

FUJITSU
Rakuten
大塚商会
SB C&S
TDCSOFT
ANY COLOR

資源・エネルギー・素材

YOKOGAWA
LAPP GROUP
伊藤忠エネクス

運輸・物流

KEIKYU 京急電鉄
JR東海
びゅうトラベル
栗林商船株式会社

食品・農業

人も地球も健康に Yakult
愛は食卓にある。 kewpie
つくる人から笑顔に。 YOSHIKEI

メディカル・消費財

KOSÉ
SK-II
la prairie SWITZERLAND
Dr.Ci:Labo
SBI Medic
医療法人社団 美星会東京表参道BeLumiクリニック BeLumi clinic
ガーデンクリニック 池袋院・新宿院・品川院・横浜院・名古屋院・大阪院・福岡院

金融・B2B

JCB
MUFG 三菱UFJ信託銀行
nikko am Nikko Asset Management
楽! ラクス
MS&AD INSURANCE GROUP
GMO PAYMENT SERVICE
GMOクリック証券
SBI 日本少短
MACROMILL a Macromill Group company
SBJ銀行 SHINHAN BANK JAPAN

建設・不動産

飯田グループホールディングス アイディホーム株式会社
株式会社 テックビルケア
Vortex innovation in investment
vertex
Hanabishi Real Estate 花菱不動産株式会社
日本コンクリート工業株式会社 NIPPON CONCRETE INDUSTRIES CO., LTD.

娯楽・エンタメ・メディア

NIKKEI
BANDAI NAMCO
マイナビ
産經新聞社
文藝春秋
SEA PARADISE
SB Creative
BOAT RACE
観音崎京急ホテル
MARUHAN
SUN MUSIC サンミュージック・アカデミー

流通・外食

TOWER RECORDS
OIOI
EDWIN
dinos
PARCO
Chiyoda
SAGISAKA 広めよう! サイクルライフ
okadaya okadaya online shop
KINTO

行政・官公庁

法務省 MINISTRY OF JUSTICE
OYO 応用地質
横浜市 City of Yokohama
公益財団法人 東京しごと財団
公益社団法人 福岡県薬剤師会 Fukuoka Pharmaceutical Association
公益財団法人 日本生産性本部 JAPAN PRODUCTIVITY CENTER
Be a Great Small. 中小機構
犬山市 Inuyama City

生活・公共サービス

KIT 金沢工業大学 学生を元気にさせる大学!
金沢大学 KANAZAWA UNIVERSITY
家庭教師のトライ
武蔵野大学 Musashino University
河合塾
Benesse
こどもちゃれんじ
ベネッセの英語教室 BE studio
YUMI KATSURA

※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。

4つの事業領域

①Web広告

日辰広告は、Web広告の運用から第二創業をスタートさせた会社です。リスティング広告、ディスプレイ広告、SNS広告など、大手を含めてどこにも負けない広告運用力を有しています。

②Webサイト分析 / コンサル

日辰広告は、Web広告の配信に留まらず、Webサイトへの流入分析、課題ページの発見と改善案、さらにはWebサイトのPDCAサイクルの分析など、統合的Web解析・改善提案に関して高い技術力と、豊富な実績を有しています。

③サイト / LP制作

日辰広告では、広告効果を最大限に発揮するWebサイトやランディングページ (LP) の制作に強みを持っています。上記に挙げたWeb広告運用やWebコンサルで培った知識と経験をサイト制作に活かしています。

④Webメディア

日辰広告は、複数のメディアを運営しており、月間10万PVを超えるWebメディアの制作実績もあります。

7つの強み

①AGILE(アジャイル)思想

日辰広告では、運用効率を上げ成果を出すため、アジャイルというシステム開発での思想を取り入れています

②広告運用力

自社システム運用や最新のトレンドを絡めつつ、丁寧で質の高い運用を実現しています

③コミュニケーション

運用するだけが仕事ではなく、あくまでも顧客ありきの仕事なのでコミュニケーションを重視しています

④分析レポート制作

様々な顧客や代理店からも高い評価をいただく、丁寧で分かりやすい分析レポートを作成しています

⑤データ分析 / 連携

運用にとどまらず、様々なデータ連携を実現しています

⑥運用実績

実は有名・大手企業の案件を担当しています

⑦専門性

広告運用に必要となる様々な資格を取得しています

MISSION

顧客にとって替えの効かない
デジタルマーケティング・ブレーンになる

お客様のコミュニケーション上の課題解決に、デジタルマーケティングの力で少しでも実現できるよう、誠意をもってお手伝いすることがわたしたちの社会上の役割です。

Vision

日本でいちばんチャレンジングな
デジタルマーケティング会社になる

急激に変化・進化していく業界において、私たちも常に革新的であり続け、変わること自体を愉しんでいきます。