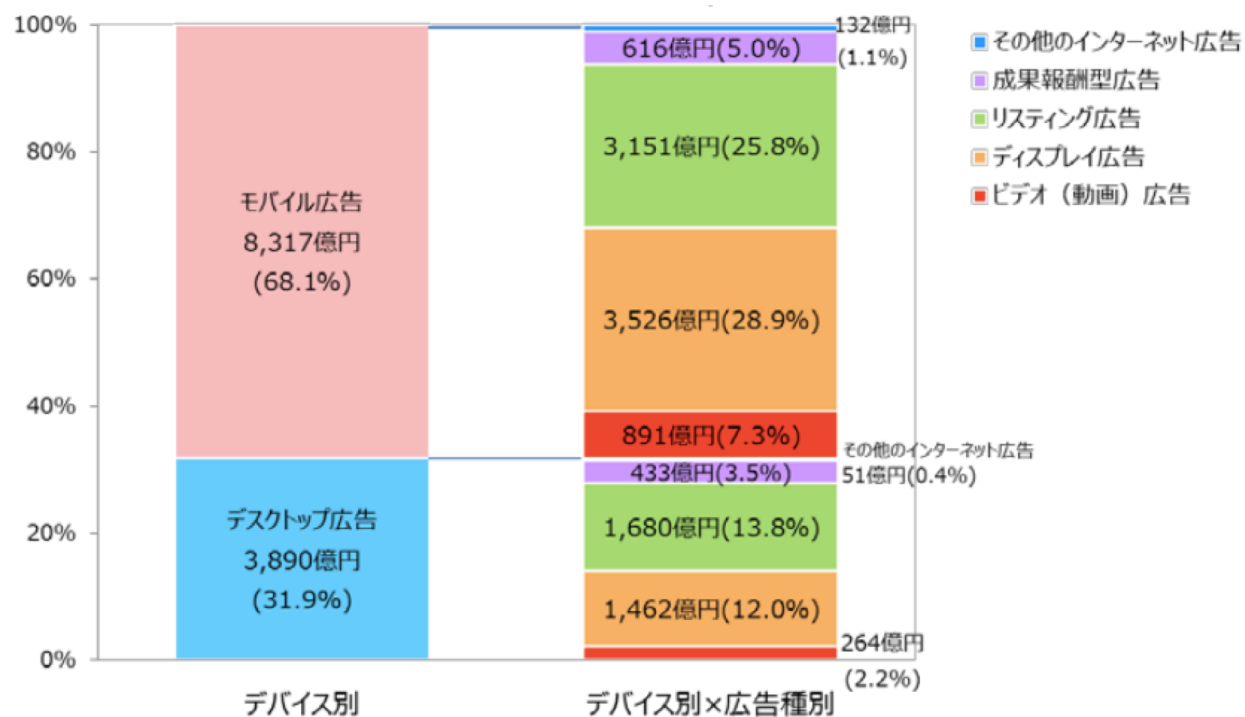
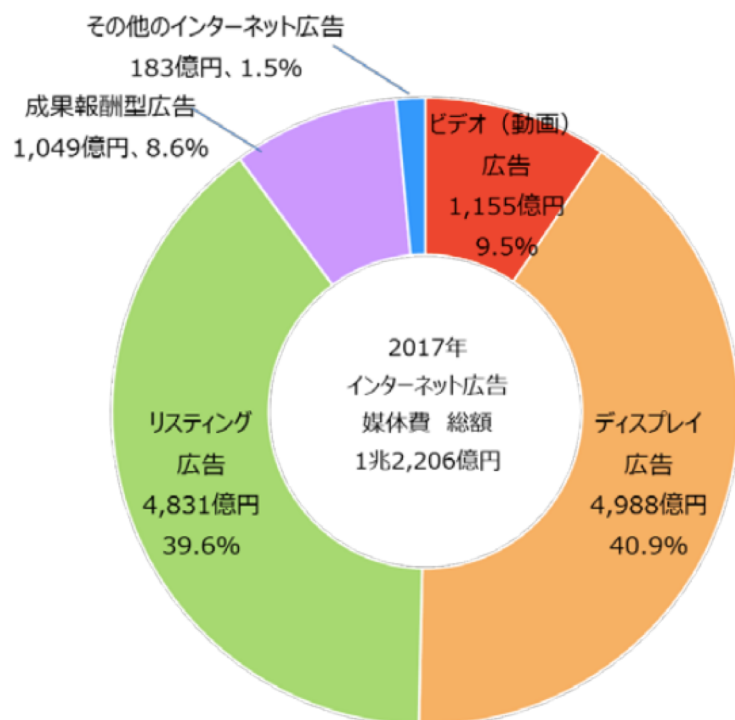




オンライン広告の適正な活用

2017年度広告種別構成比

デバイス別×広告種別構成比



ディスプレイ広告 (40.9%) とリスティング広告 (39.6%) で全体の約 80% を占める。ビデオ (動画) 広告は 1,155 億円で全体の 9.5% を占める。

過去20年間でコミュニケーションのあり方が根本的に変わってきている！

1994年
バナー広告

STAGE 1

リスティング
広告

1999年～

iモード開始

検索エンジン連動

STAGE 2

SNS広告

CGMの時代

2004年～

Facebook誕生

興味属性連動

STAGE 3

アドテクノロジー

広告の自動化

2008年～

iPhone3G発売

広告の最適化
Action連動

STAGE 4

ジオターゲティング広告



ジオターゲティング広告とは、位置情報からユーザーの居場所を解析し、セグメント化した上で配信される広告です。リアルタイムの位置情報以外にも、移動履歴を取得することで、ユーザーの興味・関心なども抽出できます。

2018年～

位置行動連動

●リスティング広告（検索連動型広告）

 Google AdWords
検索ネットワーク

 プロモーション広告
スポンサードサーチ

※アドネットワークとは？

利用すると広告主はアドネットワークに加盟する多数のWebサイトに一括でターゲティング設定し、広告を配信することが可能になる。

<https://dmlab.jp/adtech/adn.html>

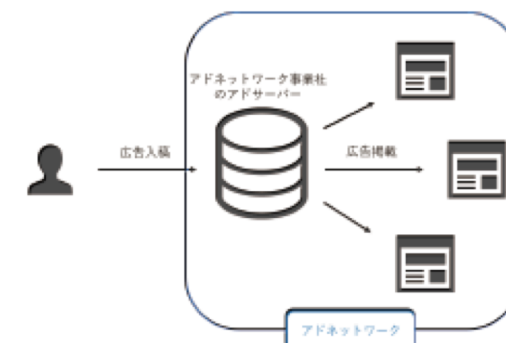
●アドネットワーク広告（ディスプレイネットワーク）

 Google AdWords

 プロモーション広告

Googleディスプレイネットワーク（GDN）

Yahoo!ディスプレイアドネットワーク(YDN)



●DSP広告 デマンドサイドプラットフォーム（Demand-Side Platform）

 MicroAd
BLADE 国内最大規模の売上シェアを誇る日本製DSP。

<https://www.microad.co.jp/services/adplatform/microad-blade/>

 Market One
<https://marketone.jp/support/index.html>

CC（カルチャ・コンビニエンス・クラブ）の持つTポイントカードデータを始め、多くのデータベースと連携された国内最大級のDSP。

 ADMATRIX
DSP
<https://www.admatrix.jp/dsp/>

国内最大規模のIPアドレスデータベースとの連携により、国内で初めて「オフィスタargeting」を実現。

※DSPとは？

複数のアドネットワークを横断的に管理できるツール。いわば広告配信の頭脳。

最近は、「富裕層向け」「オフィスタargeting」や「BtoB企業専用」「海外旅行者向け」などオーディエンスtargetingによって差別化しているケースが多い。

<https://media-radar.jp/contents/meditsubu/dsp1/>

●ソーシャルメディア広告



Facebook広告

Facebookならではの属性によるターゲティングに加えて、自社で保有しているメールアドレスを元に、Facebookユーザーに向けた広告配信が可能な「カスタムオーディエンス」が費用対効果が高いと注目されている。Instagramへの広告配信もできる。

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-48692/>

Twitter広告

タイムラインや検索結果などに広告が表示できる。10代~30代が多く利用しているため、その年代をターゲットにした広告によるアプローチも効果的。

<https://marketer.jp/twitter-ad-effect.html>

個人や企業がLINEのユーザーに向けて、お店の情報公開やLINEユーザーへのプッシュ配信、トークのやり取りなどできる。

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-28226/>

●ネイティブ広告（ネイティブアド）



グノシーアプリ内とグノシーと提携しているメディアに配信ができる。人工知能が、読んでいる記事の傾向や反応率を分析し、ユーザーごとに広告も自動で最適化して配信している。

<http://gunosy.co.jp/ad/>

●アフィリエイト広告 （成果報酬型広告）

<https://www.valuecommerce.ne.jp/>

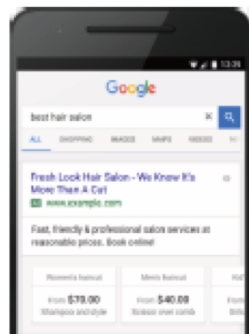
●リワード広告（アプリ広告）

 <https://smaad.net/smaad/>

アフィリエイト広告（成果報酬型広告）の一種。広告のリンク先のWebサイトで、アプリのダウンロードや、商品の購入など成果が発生すると、広告主から媒体に成果報酬が支払われ、媒体がその会員に媒体内で使えるポイントなどを付与する仕組みの広告。

<http://reward.kinugoshi.net/>

●テキスト型



●インフィード型



●ネイティブアド型



●ディスプレイ型



●インストリーム型



- 優先的に設定すべき広告表示オプション
- Google AdWords (Yahoo!プロモーション広告)
- ・ サイトリンク (クイックリンクオプション)
 - ・ 構造化スニペット
 - ・ コールアウト (テキスト補足オプション)
 - ・ 価格表示

設定すべき優先順位



手数料10%のリスティング代行 - 他社にはない週1回の細かな報告

www.net-agent.jp/リスティング/広告代理店

平均反響獲得数156%増。多種多様な業種に対応。細かな運用で成果につなげます。

上級資格保有者が運用・無料相談受付中・PremierGooglePartner・リスティング正規代理店

特長: 週1回のレポート報告、上級資格保有者が運用、手数料10%で細かな運用...

コンサルタント紹介 **サイトリンク** 実名のご支援事例
お問い合わせ

《トイレ水漏れ》費用4000円から - 【日本全国】対応の水道屋さん

www.decadesdecades.com/ 【日本全国】/24時間受付中 0120-923-426

詰まり、水漏れ等トイレのお困り事なんでもプロが対応！24時間365日受付対応中。

日本全国対応・追加工事ありまじり・最短15分で駆けつけ・水トラブルのプロが施工

サービス: トイレ、洗面台、台所、キッチン、蛇口、排水口、水道管

トイレのつまり修理 - 最低 ¥ 4,000 - 24時間365日受付・もっと見る

おしゃれ家具通販なら／家具350 - まとめ買いでさらにお得

www.kagu350.com/ おしゃれ家具/北欧デザイン

スーパーセール中！ **コールアウト表示オプション** 今すぐ進呈／オシャレ家具通販

ポイントは初回から利用OK・口コミ件数8000件以上・レビュー記入でポイントGET

サービス: 10,800円以上で送料無料、新規会員登録で500PT、後払い、コンビニ決済OK

最大80%offセール・選べるタイプ別ベッド特集・お部屋をスッキリ 収納特集

池袋のヨガ・ピラティスはドゥミ - お得な
入会キャンペーン実施中 - demi-re.jp

www.demi-re.jp/

4 / 30まで入会金+事務手数料+初月会費が0
円！駅近&快適な空間でヨガを始めよう

コース: ヨガ, ピラティス, ダンス, ストレッチズ, ...

料金プランについて 体験レッスン

価格表示オプション

フリーパス

¥12,420/月

どれだけ使っても定額

8回パス

¥10,800/月

週2ペースで効果を実感

<http://listing-strategy.com/listing/0008/>

位置情報広告とは

位置情報と時間によるオーディエンスターゲティング。

ユーザーの位置情報データから、その人の性別・年代などのデモグラフィックデータや興味関心領域、ユーザーが今何をしているのかを推測します。

位置情報履歴

ユーザーID	緯度	経度	時刻
123	35.66042	139.698393	2014/12/17 9時
123	34.038732	138.234565	2014/12/17 17時
...	...	...	...

推定



アルゴリズムによる推測データ

ユーザーID = 123	
デモグラフィック属性	
	男性
	30代
	若手キャリア系ビジネスマン
	東京都世田谷区松原一丁目在住
	既婚
	子持ち（幼児）
職業属性	
	ホワイトカラー
	年収800-1000万円
	渋谷勤務
	IT系
	月-金 9:00-19:30勤務
興味・関心属性	
	ゴルフ



ジオフェンス

リアルタイムに 『今いる人』

ユーザーが現在いる場所を
指定

ユーザーの現在位置

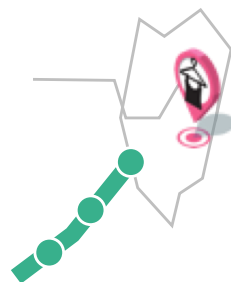


足あと

過去の履歴 『訪問した人』

ユーザーが過去いた場所を
様々な形式で指定

ユーザーの過去位置

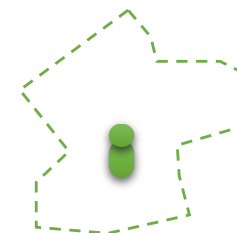


居住地

行動履歴から推定 『住んでいる人』

ユーザーが住んでいるエリア
を指定

膨大な過去位置情報から推定





これまで無理とされていた新聞折込チラシやダウンメールなど印刷物の反響データを間接的に計測し、次回の促進活動に役立てていきます。



配信だけでは終わらせない、
来店計測と最適化



例えば、デジタルチラシを見せるだけでなく、実際に来店したかどうか広告効果を可視化可能です。そのデータを元に、更なる改善を。

クリエイティブ別、デモグラ別等、
様々な切り口でレポート可能！



ただ広告媒体ごとの計測をするのではなく、どのクリエイティブが最も来店に繋がったのか、どのようなデモグラ属性のユーザーに配信するのが最適なのか、様々な切り口で最適化できます。

キャンペーン×日別

Campaign_2月	Date	IMP	CLICK	Walk-in	Walk-in rate	CPM	CTR	CPC	CPW	COST
	2018/02/01 (木)	8	1	-	0.00%	¥ 61	12.50%	¥ 0	¥ -	¥ 0
	2018/02/02 (金)	83	-	-	0.00%	¥ 68	0.00%	¥ -	¥ -	¥ 6
	2018/02/03 (土)	71	-	-	0.00%	¥ 70	0.00%	¥ -	¥ -	¥ 5
	2018/02/04 (日)	138	-	-	0.00%	¥ 58	0.00%	¥ -	¥ -	¥ 8
	2018/02/05 (月)	89	-	-	0.00%	¥ 68	0.00%	¥ -	¥ -	¥ 6
	2018/02/06 (火)	130	-	-	0.00%	¥ 68	0.00%	¥ -	¥ -	¥ 9
	2018/02/07 (水)	245,823	70	-	0.00%	¥ 83	0.03%	¥ 291	¥ -	¥ 20,368
	2018/02/08 (木)	323,497	69	1	0.00%	¥ 89	0.02%	¥ 415	¥ -	¥ 28,633
	2018/02/09 (金)	235,336	75	-	0.00%	¥ 121	0.03%	¥ 381	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/10 (土)	236,998	58	-	0.00%	¥ 121	0.02%	¥ 493	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/11 (日)	239,945	60	1	0.00%	¥ 119	0.03%	¥ 476	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/12 (月)	240,184	76	4	0.00%	¥ 119	0.03%	¥ 376	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/13 (火)	243,145	82	5	0.00%	¥ 118	0.03%	¥ 348	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/14 (水)	245,126	57	6	0.00%	¥ 117	0.02%	¥ 501	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/15 (木)	242,331	59	7	0.00%	¥ 118	0.02%	¥ 484	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/16 (金)	241,850	58	8	0.00%	¥ 118	0.02%	¥ 493	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/17 (土)	252,901	67	9	0.00%	¥ 113	0.03%	¥ 426	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/18 (日)	244,280	53	10	0.00%	¥ 117	0.02%	¥ 539	¥ -	¥ 28,571
	2018/02/19 (月)	246,376	65	20	0.01%	¥ 116	0.03%	¥ 440	¥ -	¥ 28,571

性別年齢

	Impressions		Click		Walkin		CV		CTR		Walkin Rate		CVR	
	male	female	male	female	male	female	male	female	male	female	male	female	male	female
15_19	3%	3%	4%	3%	~	~	~	~	0.04%	0.03%	~	~	~	~
20_24	6%	6%	7%	5%	6%	12%	~	~	0.03%	0.02%	0.42%	0.82%	~	~
25_29	7%	7%	7%	6%	5%	10%	~	~	0.03%	0.02%	0.36%	0.72%	~	~
30_34	6%	5%	6%	2%	5%	7%	~	~	0.03%	0.01%	0.41%	0.75%	~	~
35_39	5%	3%	5%	3%	5%	5%	~	~	0.03%	0.02%	0.46%	0.81%	~	~
40_44	4%	3%	5%	2%	4%	4%	~	~	0.03%	0.02%	0.40%	0.68%	~	~
45_49	4%	3%	5%	3%	4%	4%	~	~	0.04%	0.02%	0.41%	0.56%	~	~
50_54	3%	2%	3%	2%	3%	3%	~	~	0.03%	0.02%	0.46%	0.67%	~	~
55_59	2%	1%	2%	~	2%	~	~	~	0.03%	~	0.42%	~	~	~
60_64	1%	1%	~	~	1%	~	~	~	~	~	0.35%	~	~	~
65+	1%	1%	2%	2%	~	~	~	~	0.04%	0.07%	~	~	~	~

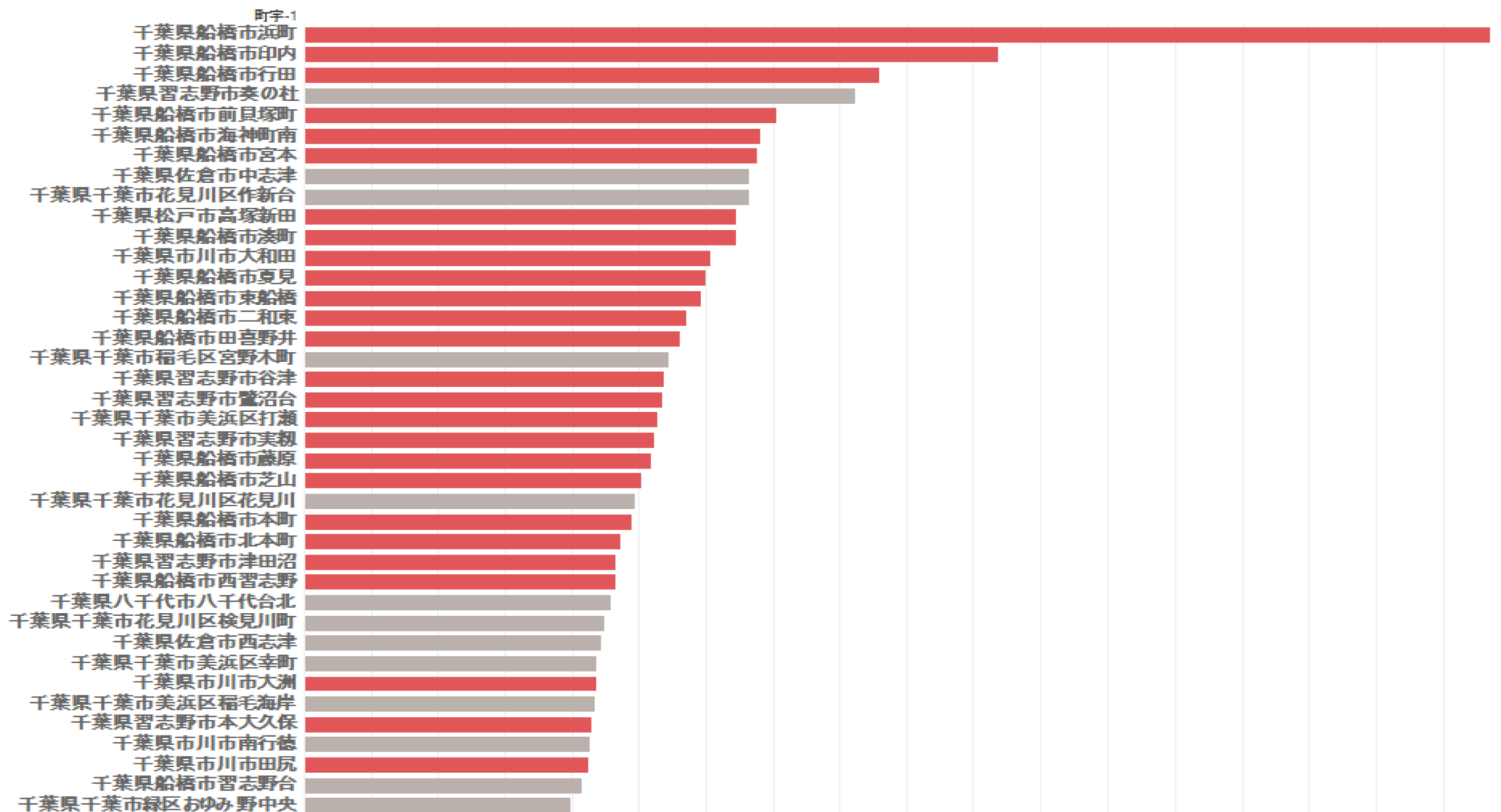
居住地（都道府県）

都道府県	Impressions	Click	Walkin	CV	CTR	Walkin Rate	CVR
東京都	18%	22.78%	9.86%	~	0.03%	0.69%	~
神奈川県	10%	15.19%	6.53%	~	0.03%	0.32%	~
大阪府	9%	11.71%	4.85%	~	0.03%	0.75%	~
愛知県	8%	8.86%	0.75%	~	0.02%	0.17%	~
埼玉県	6%	10.76%	~	~	0.04%	~	~
千葉県	5%	6.96%	~	~	0.03%	~	~
兵庫県	5%	7.59%	~	~	0.04%	~	~
福岡県	4%	6.01%	~	~	0.03%	~	~
北海道	3%	3.80%	1.06%	~	0.02%	1.05%	~
静岡県	3%	3.16%	~	~	0.03%	~	~
京都府	2%	~	~	~	~	~	~
広島県	2%	~	~	~	~	~	~
宮城県	2%	~	~	~	~	~	~
茨城県	2%	~	~	~	~	~	~
岐阜県	2%	3.16%	~	~	0.04%	~	~
三重県	1%	~	~	~	~	~	~
岡山県	1%	~	~	~	~	~	~
群馬県	1%	~	~	~	~	~	~
奈良県	1%	~	~	~	~	~	~

チラシ配布に合わせて広告配信を行うことで、エリア内の集客状況の把握が可能になります。 → チラシやDMの反響データを収集

チラシ配布エリアの検討

- ・グレーはチラシ配布していないが来店率が高いエリア



従来のオンライン広告は、ウォームリードへのアプローチのみが主になっていました。ユーザーのリアルな行動に基づいて情報を配信するジオターゲティング広告の登場によって、ホットリードへのアプローチはもちろん、将来的にホットリードになると想定されるポテンシャルリードへのアプローチが可能になりました。

見込み客の度合い

アプローチする広告手法

ホット
リード

ジオターゲティング広告



「過去1ヶ月以内に住宅展示場に行っている」など、リアルな行動まで起こしているアクションに基づいてターゲティングするのでよりホットリードを集めることができる。

ウォーム
リードリスティング広告、
インタレストマッチ広告など

検索やウェブページ閲覧などの、インターネット上のアクションを元にターゲティングして集める。

コールド
リードポテンシャル
リード

ジオターゲティング広告



コールドリードの中でも、リアルな行動をもとにプロファイルするので将来最短でホットリード化することが想定できるお客様に絞り込んで情報を配信できる。