

姫路観光コンベンションビューロー

③Instagram広告配信 攻略セミナー



株式会社merchu(メルチュ)
代表取締役 折田 楓

merchu inc.



講師プロフィール



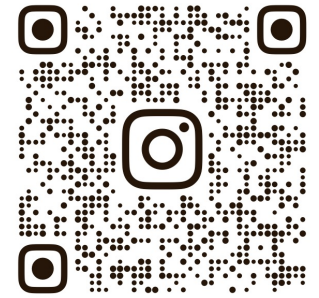
株式会社merchu 代表取締役 折田 楓

1991年11月28日生まれ 兵庫県西宮市出身 A型

専門分野: 広報・PRコンサルティング

慶応義塾大学卒業 / フランスESSEC大学留学 / フランス大手金融機関勤務

退職後、婚活サロン「mariagetutu」を実母と立ち上げ、SNSおよびWebを活用し効率的なターゲット層へのアプローチに成功。これまでの経験から、ブランディングの持つ影響力や重要性を実感し、株式会社merchuを設立。



KAEDE.MERCHU



【メディア】

Instagramプロデューサーとして出演

- サンテレビ『情報スタジオ4時! キャッチ』
- abcラジオ 高山トモヒロ『オトナの部室』

掲載各種

- 新聞「朝日新聞」 / 雑誌「MORE」 / 会報誌「神戸商工だより」

【セミナー】

「SNSの効果的な活用法」についての講演

- 神戸商工会議所を始め全国100カ所以上の民間・行政団体

「新しい働き方」についての講演

- 総務省

その他企業研修

- 有馬グランドホテル / ハリウッド化粧品株式会社 その他100以上

株式会社merchu(メルチュ)とは



お客さまの「企画広報室」としてトータルブランディング・マーケティング・プロモーション・プロデュースを手がける会社です。

SNS関連業務においては、デジタルネイティブ世代でありインフルエンサーでもあるmerchu社員が、お客さまの魅力を最大限引き出し、独自に培ったノウハウを活かしながら、コンセプトに沿ったご提案をさせていただきます。

2022年4月
Meta社のビジネスパートナーに



2019年11月
総務省テレワーク
先駆者百選選出
企業認定

2021年3月
兵庫県成長期
待企業認定



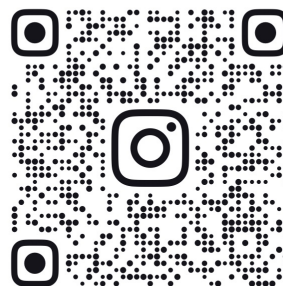
2023年2月
ひょうご女性活躍
推進企業認定

株式会社merchu(メルチュ)とは

会社名	株式会社merchu
本社所在地	兵庫県西宮市南越木岩町
設立	2017年10月5日
代表	折田 楓(おりた かえで)
事業内容	『ブランディング&マーケティング&プロモーション&プロデュース&セミナー』 SNSコンサルティング/セミナー/写真&動画撮影/デザイン制作/HP制作/自社メディア運営
従業員	20人
HP	https://merchu-inc.com
認定資格	総務省「テレワーク先駆百選」兵庫県「成長期待企業」「ひょうご仕事と生活の調和推進企業」



merchu Instagram



MERCHU.INC

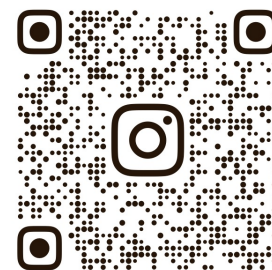
merchu HP



自社メディアKobecco

Kobecco

Kobecco Instagram



KOBECCO_CHANNEL

兵庫・神戸を盛り上げるため、日々ユーザーと共にコンテンツを企画し、発信。その他、市場調査・イベント企画・グッズ販売・店舗&企業様とのコラボレーションなど、幅広くサービスを展開。



フォロワー数：**3.2万人**

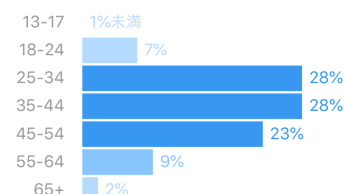
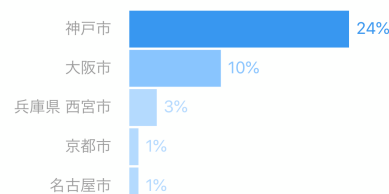
フォロワー属性：20代～40代女性、関西圏 リーチ数：月間平均25万人

Kobeccoは神戸の大好き♡を
みんなと“一緒に”楽しむアカウント
トキメキとワクワクで溢れる日常を
皆さんにお届けしています！

トップの場所 ①

市区町村 国 年齢層 ①

すべて 男性 女性



Kobecco HP



Kobeccoグッズ



有馬グランドホテル 売店「心陽」Kobeccoコーナー



Kobecco AWARD



本日の目的

**Instagram広告の効果的な
配信ノウハウを身につけて
情報発信を加速させる！**



Instagram広告とは？

Instagram広告とは、Instagram上で表示される広告のこと。Instagramは現在、世界で最も人気のあるSNSの1つであり、ユーザー数も急速に増加している。そのため、多くの企業やブランドがInstagram広告を利用して、自社の製品やサービスを宣伝し、認知拡大に取り組んでいる。



Instagram広告の強み

Instagram広告は、膨大なユーザー数を誇るMeta社のプラットフォームであるFacebookとInstagram（世界中で10億人以上のユーザーを抱えるSNS）に広告を配信することで多くのユーザーにリーチできる。広告出稿や広告管理はFacebookの広告管理ツールであるAds Managerを使用する。



Facebook

- ・ グローバル29億人 月間アクティブ利用者^{*2}
- ・ 日本2,600万人 月間アクティブ利用者^{*3}



Instagram

- ・ グローバル10億 月間アクティブアカウント^{*4}
- ・ 日本3,300万人 月間アクティブアカウント^{*5}



Meta Audience Network

- ・ グローバル10億人 月間ユニークユーザーリーチ^{*5}

Instagram広告のメリット

視覚的な
インパクト

効率的な
アプローチ

多様な
フォーマット

高い
エンゲージ
メント率

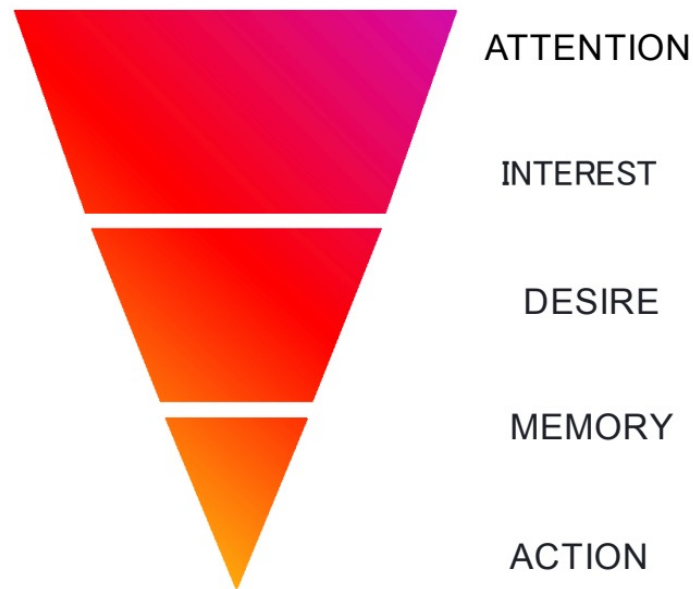
低コスト

- **視覚的なインパクトが大きい** : Instagramは写真や動画が中心のプラットフォームであるため、商品やサービスを魅力的にアピールすることができる。
- **ターゲット層へのアプローチが容易** : Instagramは年齢や性別、地域など、細かくターゲットを絞ることができるため、効率的なアプローチが可能。
- **多様な広告フォーマットがある** : Instagram広告には、フィード広告、ストーリーズ広告、キャルーセル広告など、多様なフォーマットがある。
- **高いエンゲージメント率** : Instagramは、SNSの中でも特に高いエンゲージメント率を誇る。ユーザーからの反応が多く、商品やサービスの認知度を高められる。
- **低コストで始められる** : Instagram広告は最低1日100円から始められる。

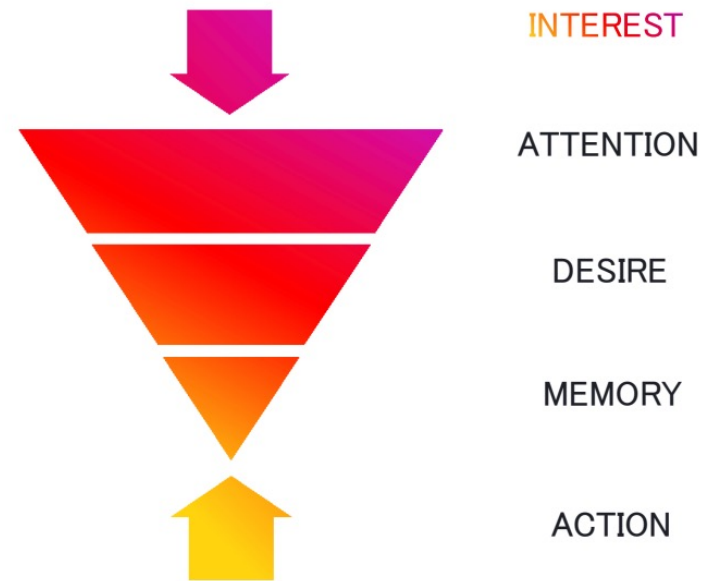
消費行動プロセスの変化

Instagramは、消費者にとって興味のあるコンテンツを優先的に表示することで、マス広告時代とは異なる消費行動プロセスを構築している。

マス広告時代の消費行動プロセス



興味が先行し、発見から意欲、
購買までの行動をシームレスに引き起こせる



Instagram広告の出稿手順

Facebookページを作成し、ビジネスマネージャアカウントを取得



Instagramアカウントをプロアカウントに変更してFacebookページと紐付け



広告クリエイティブの用意（各配置面ごとに最適化）



キャンペーンの作成



広告セットの設定



広告クリエイティブの入稿



広告の出稿を開始

Instagram広告審査の仕組み

Instagram広告を出稿する際には、配信内容が広告コミュニティガイドラインや広告ポリシーに準拠しているかどうかを判断するための審査が行われます。場合によっては、審査に人間の審査員も関与し、一定の基準に従って審査が実施されます。

広告審査の2大原則



ビジネスモデルの適切さ

そのビジネスモデルはMeta上で
宣伝するものとして適切か？



利用者の反応

その広告はユーザーエクスペリエンスを
向上させるか？

効果的なInstagram広告出稿のポイント

目的を明確にする

広告を出稿する前に、何を実現したいのか、どのような目的を持っているのかを明確にすることが重要。目的が明確であれば、広告のターゲティングやコンテンツ制作においてもより効果的に取り組める。

ターゲットを正確に設定する

広告を配信する対象となるユーザーを、性別、年齢、居住地域、興味・関心などの属性を考慮して正確に設定することが大切。ターゲティングが正確であれば、コストを抑えながら広告の配信効果を高めることができる。

魅力的なコンテンツを制作する

ユーザーにとって魅力的で興味を持てるコンテンツを制作することが広告配信の成功につながる。写真や動画、キャプションなどの要素を工夫して、ユーザーに強い印象を与えられるようなコンテンツを作成することが良い結果をもたらす。

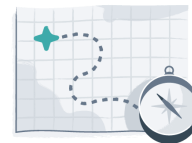
継続的に広告を改善する

広告の配信を行った後も、データを分析して改善を続けることが重要。広告の成果を定期的に評価し、改善すべきポイントを洗い出し、改善策を考える必要がある。

適切な予算を設定する

広告配信に必要な予算は、広告の目的やターゲット、配信期間などによって異なる。十分な予算を用意することで、より広い層にリーチし、広告効果を高めることができる。

Instagram広告の目的

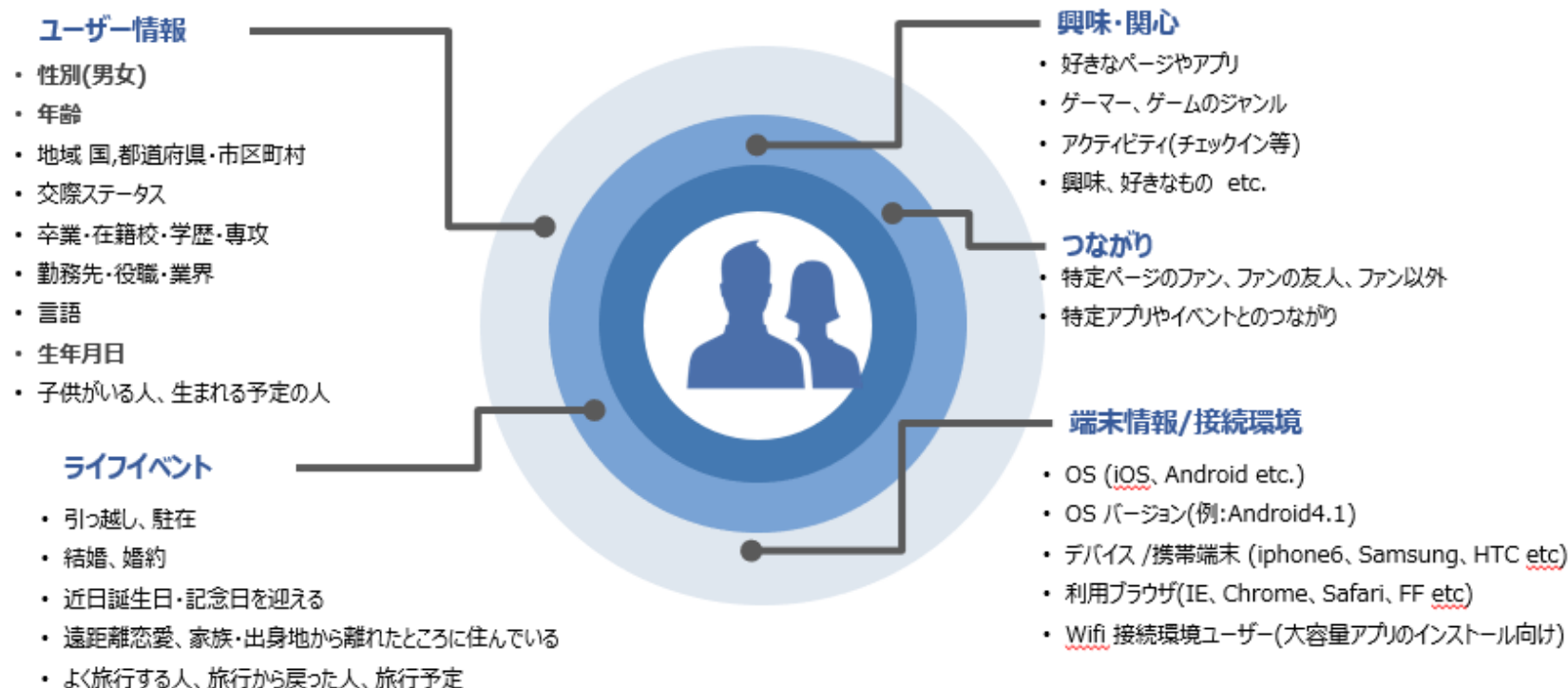


広告の目的によって、配信ターゲットやコンテンツの選択、配信時間帯の設定など、戦略的な広告展開が必要となる。

目的	目標	適したケース
認知	広告を最も覚えてもらえそうな人に広告を表示します。	<ul style="list-style-type: none">リーチブランドの認知度アップ動画の再生数アップ
トラフィック	ウェブサイト、アプリ、Facebookイベントなどのリンク先に利用者を誘導します。	<ul style="list-style-type: none">リンクのクリックランディングページビュー
エンゲージメント	動画の再生数、投稿のエンゲージメント、ページへの「いいね!」、イベントへの参加などを増やします。	<ul style="list-style-type: none">メッセージ動画の再生数アップいいね!、コメント、シェア
リード	ビジネスやブランドのリードを獲得します。	<ul style="list-style-type: none">インスタントフォームメッセージ通話登録
アプリの宣伝	アプリを新しくインストールして使い続ける利用者を見つけます。	<ul style="list-style-type: none">アプリのインストールアプリイベント
売上	商品やサービスを購入する可能性が高い利用者を見つけます。	<ul style="list-style-type: none">コンバージョンカタログ販売メッセージ

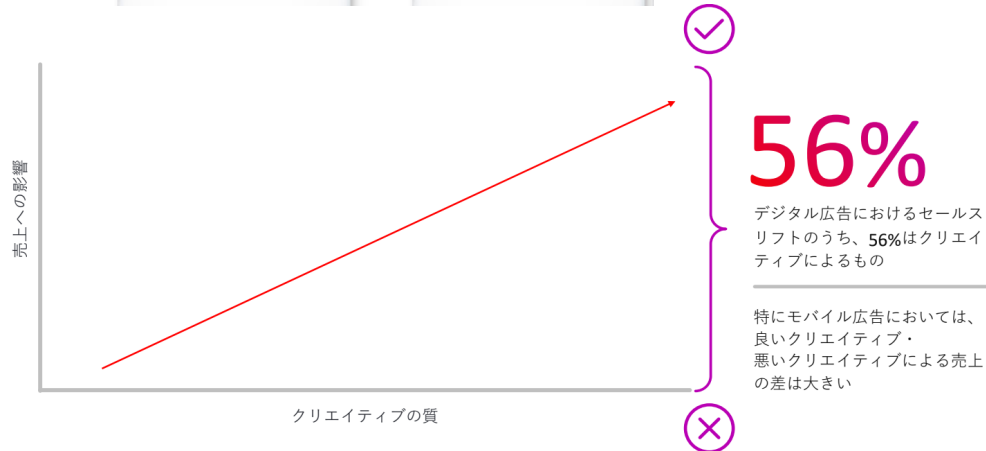
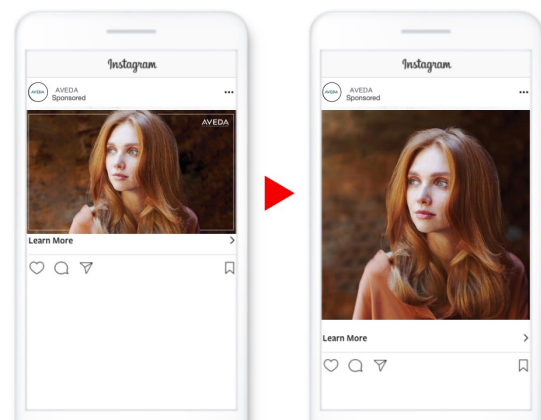
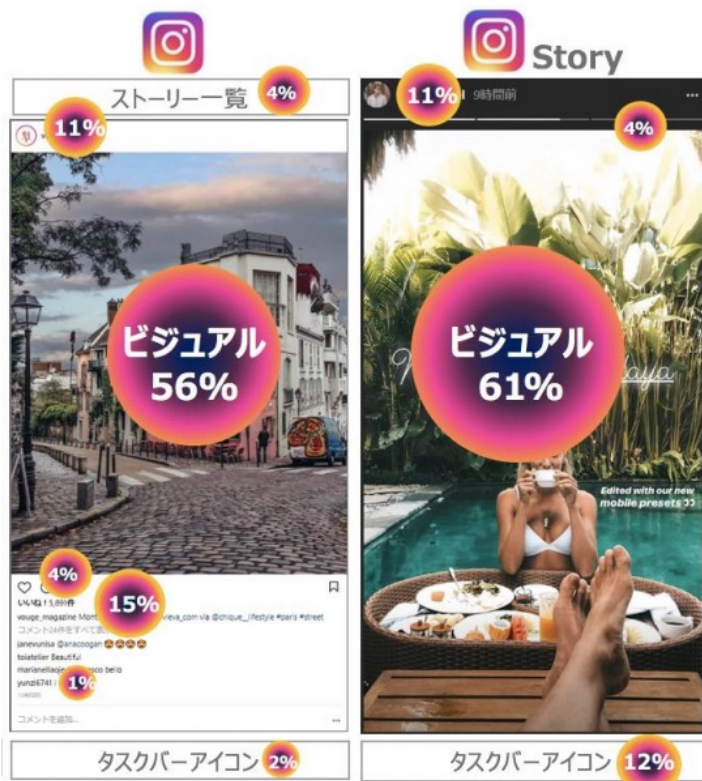
Instagram広告のターゲット設定

Instagram広告では、年齢、性別、場所、言語、家族状況などの一般的な人口統計情報に基づいて、特定の人々に広告を配信することが可能。また、ユーザーの興味関心に基づいて、関連する広告を配信することもできる。



魅力的なコンテンツ・クリエイティブ制作

Instagram広告ではクリエイティブのクオリティがパフォーマンスに直結する。Instagramでは利用時間の約6割、画像に視線が集中しているというデータが公表されている。また、Meta社の発表によるとクリエイティブの質が上がる56%の成果向上が期待できる。



魅力的なコンテンツ・クリエイティブ制作

モバイル環境での視聴に最適な動画広告コンテンツ“MFC”



Mobile モバイル



First ファースト



Contents コンテンツ

魅力的なコンテンツ・クリエイティブ制作

冒頭2.5秒のつかみが重要。スマホで見られることを想定した縦型素材。公共交通機関などでの移動中に見られることを想定し、音無しでも内容を伝えられる工夫が必要。

INSTAGRAM環境における最適なクリエイティブの3原則



冒頭2.5秒勝負
起承転結なし



縦型
(9:16 or 4:5)



音無しでも
理解できる設計

魅力的なコンテンツ・クリエイティブ制作

弊社クライアントの事例を以下にご紹介。ぜひアカウントをフォローしてクリエイティブ制作やアカウント運営の参考に。

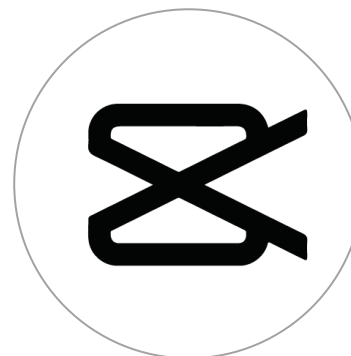


魅力的なコンテンツ・クリエイティブ制作

クリエイティブ制作の際に使えるアプリのご紹介。どれも無料で利用でき、直感的な操作ができて使いやすい。静止画やアニメーションをつけたフィード投稿用のクリエイティブ作成にはCanva、リール投稿用の動画作成にはCapcutがおすすめ。



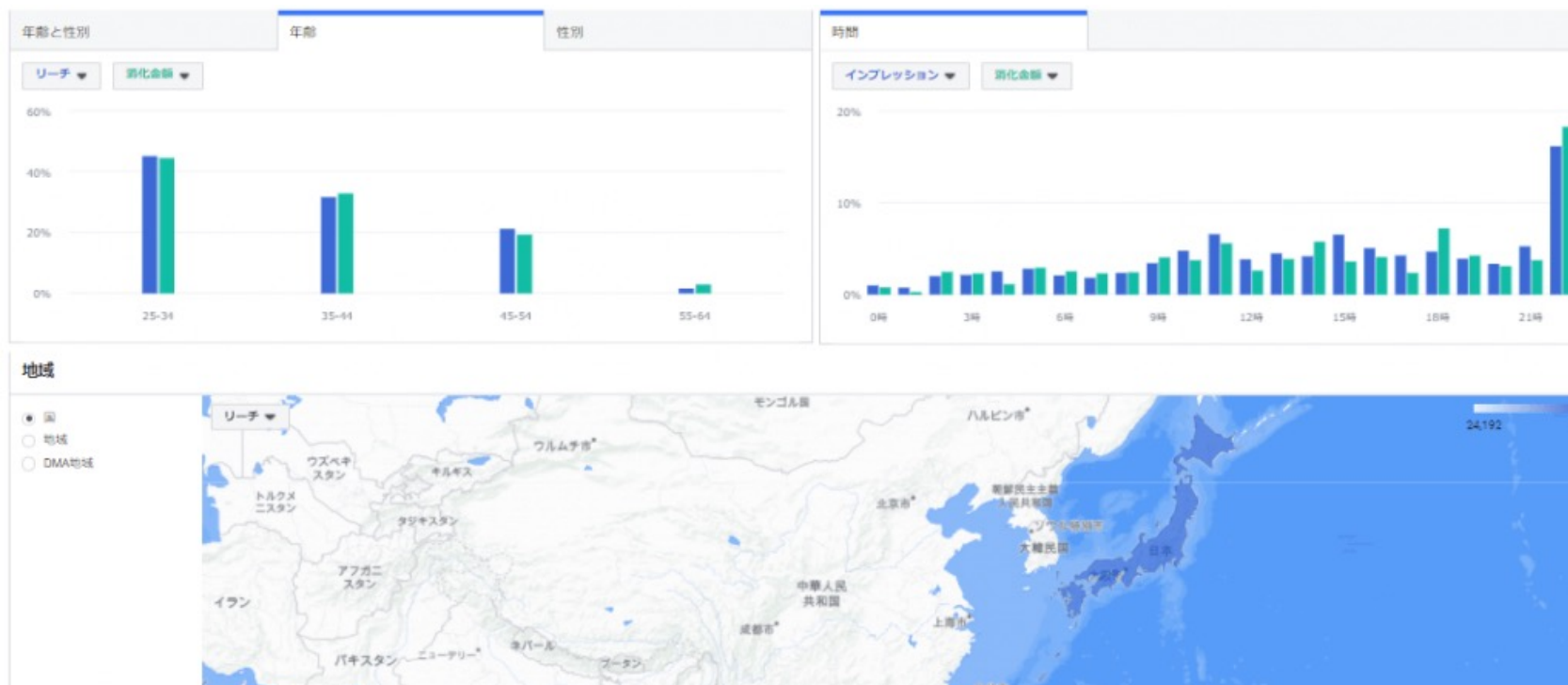
Canva



Capcut

継続的な広告の改善

Instagram広告の最大の強みは、配信パフォーマンスがすべて数値で計測可能であること。広告レポートの機能を活用して配信データを分析し、ターゲット層に対して効果的なアプローチができているかどうかをオンタイムでモニタリングすることで、費用対効果の最大化を図る。



広告配信結果の分析

Instagram広告の結果を評価する上で欠かすことのできない数値を以下にご紹介。

リーチ

広告が表示された人数(アカウント)を指します。同じ人が何度も表示された場合でも、その人数は1人とカウントされます。

インプレッション

広告が表示された回数を指します。同じ人が何度も表示された場合でも、表示回数がカウントされます。

クリック数

広告をクリックした回数を指します。広告をクリックすると、広告のリンク先に移動することができます。

コンバージョン

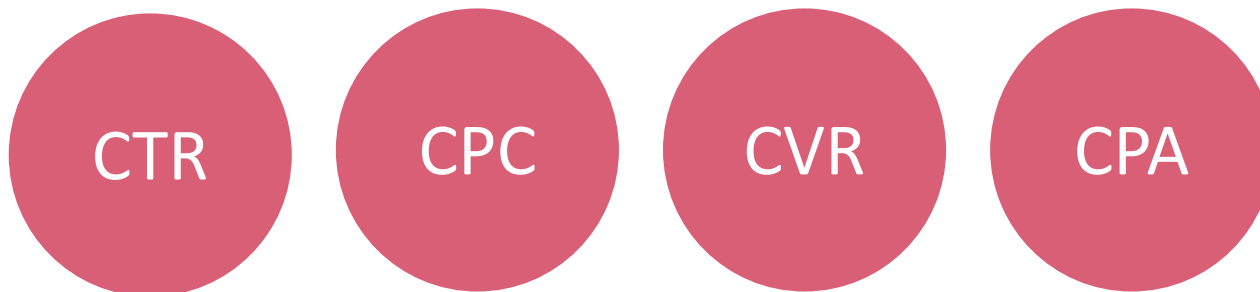
広告を見た人が、広告主が設定した目的を達成した場合の数を指します。例えば、広告主が商品購入を目的としている場合、商品を実際に購入した人数がコンバージョン数となります。

フリークエンシー

広告が表示されたアカウントの平均的な表示回数を指します。同じアカウントに広告を何度も表示した場合、フリークエンシーが高くなります。フリークエンシーが高くなると、広告の認知度が上がりますが、同じ広告が繰り返し表示されることで、ユーザーの興味を失う可能性があります。

広告配信結果の分析

Instagram広告のパフォーマンスを分析する方法はいくつかありますが、以下に代表的な指標をいくつかご紹介。広告運用の改善や効果的な広告戦略の立案に不可欠な指標。



CTR (Click Through Rate) : クリック率

広告が表示された回数に対して、実際に広告をクリックしてアクセスしたユーザーの割合。CTRが高いほど、広告が興味を持たれている可能性が高く、ターゲット層に効果的に訴求できていることを示す。

CPC (Cost Per Click) : クリック単価

広告をクリックした1回あたりの費用を表す。広告の予算設定や配信条件によって変化する。CPCが低いほど、効率的な広告運用ができていていることを示す。

CVR (Conversion Rate) : コンバージョン率

広告をクリックしたユーザーのうち、商品の購入や問い合わせなどの目的を達成したユーザーの割合を表す。広告の目的に応じたコンバージョン率の設定が重要であり、CVRが高いほど、広告の成果が高い。

CPA (Cost Per Acquisition) : 獲得単価

広告をクリックしてから購入や問い合わせなどのアクションを達成するためにかった費用を表す。CVRと合わせて分析することで、広告費用に対する効果的なコスト管理ができる。

適切な予算設定

Instagram広告の予算設定には2通りの方法がある。1つ目は「通算予算」としてキャンペーン期間全体で設定する方法。2つ目は「1日の予算」として1日間で使用する金額の上限を設定する方法。1日の予算の最低額は100円ですが、予算が少なすぎると競合とのオークションに負けてしまい、掲載順位が下がり場合によっては広告を出稿できないこともある。そのため、以下のおすすめの予算額を参考に一定の予算を確保いただきたい。

予算と掲載期間

予算 ⓘ

1日の予算 ▼ ¥2,000 JPY

実際の消化金額は日によって異なります。 ⓘ

スケジュール ⓘ

開始日時

2022/4/8 11:05

日本時間

おすすめの予算額

1日 : 1,000円 ~ 2,000円

1ヶ月 : 30,000円 ~ 60,000円

自治体や企業事例のご紹介

自治体や企業のInstagramアカウントにおいて、キャンペーン実施に合わせて認知拡大や応募者数の増加を目的とした広告配信を実施した事例を以下にご紹介。

対目標リーチ数: **250%**
応募者数: **903**



対目標インプ数: **240%**



対目標リーチ数: **300%**
対目標来客数: **120%**



まとめ



Instagram広告を活用し、
魅力的なコンテンツを
ターゲット層に効果的に
届けて、売上伸長を目指そう！