

インターネット広告 基礎講座

自己紹介

プロフィール

よねこ

現役Web業界の人です。
Webデザイナー&ディレクターです！
サイトの作成からディレクションまで
行うWebのなんでも屋さん。
※たまにイベントの企画&運営もやっています。

Illustrator歴：10年～

PhotoShop歴：10年～

WordPress歴：10年～

Web業界歴：10年以上



プロフィール



新卒～4年半

ラーメン屋さんで42店舗分の
広報ツールデザインを担当

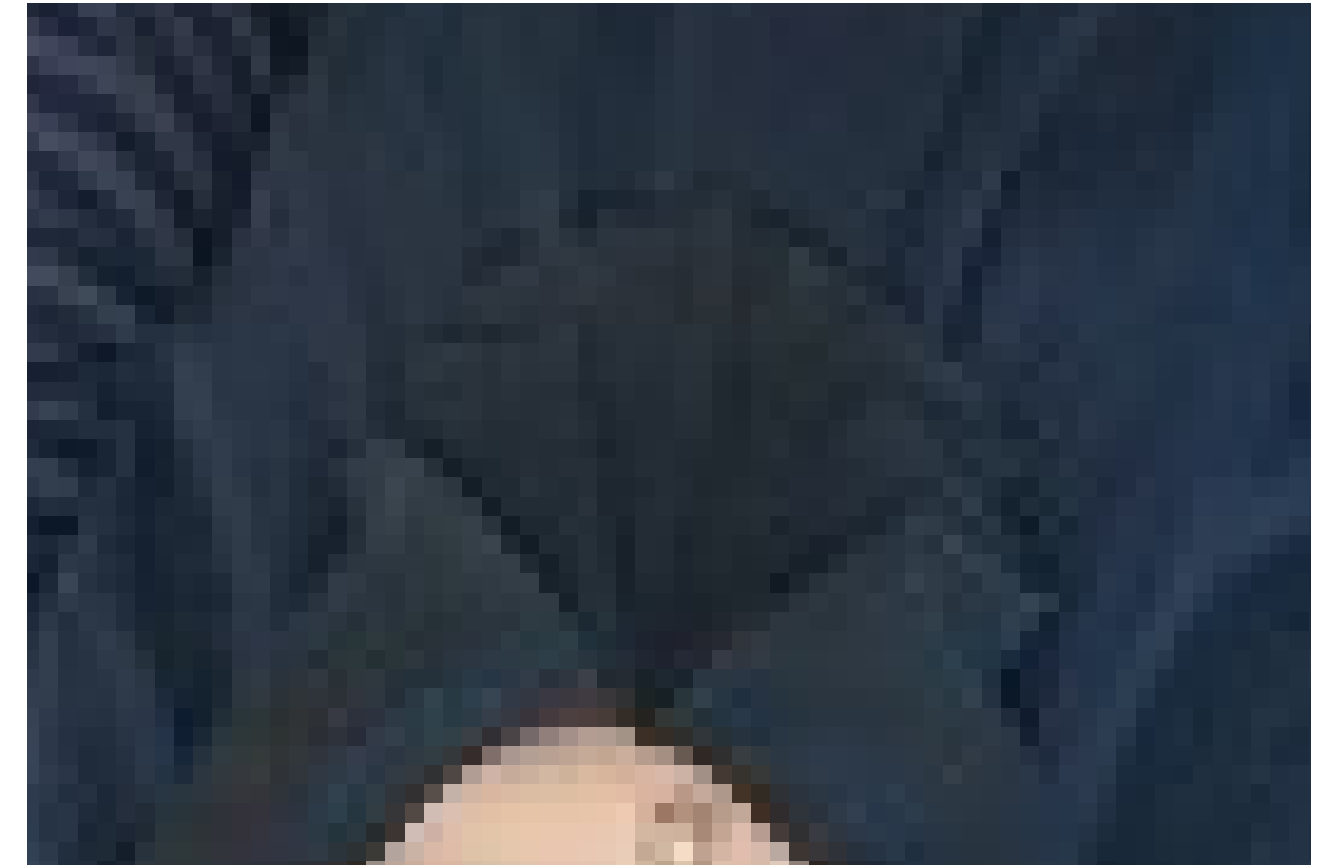
- ・ 販促チラシデザイン
- ・ グランドメニュー作成
- ・ のぼり/タペストリ/
値引きチケット/デザイン



上京～33才

Web業界でWEBデザイナー&
ディレクターとしてお仕事

- ・ Web制作(デザイン・コーディング)
- ・ SEO内部施策専門コーディング
(数百サイト)
- ・ 大手企業の広告クリエイティブ制作
- ・ Webディレクション
- ・ Webコンサルティング



34～現在

ベンチャー界隈でお仕事しながら
以下のことをやっている

- ・ Webを活用してマネタイズしている
人へのアドバイス/サポート
- ・ デザイン&技術サポート

今日の目次

- 1.リスティング広告体験談①
- 2.はじめに～インターネット広告について～
- 3.広告の種類と基礎講義 ※おまけあり
- 4.頂いた質問への回答
- 5.リスティング広告体験談②(参加者限定)

リステイング広告 体験談①

わたしとリスティング広告

もともとSEOアフィリエイトで収益をあげていたが、アルゴリズム変動等により、検索結果の順位が変動してしまい、サイトの売上が下火になってきていたので意を決して広告を始める。



2020年6月17日 リスティング広告デビュー。

取り扱っていた商品

スキンケア化粧品

メイク用品

女性向け美容商品

男性向け美容商品

コンプレックス商材(ダイエット・育毛など)

その他

はじめに

インターネット広告と
インターネット利用度の現状

日本の総広告費

2019年（1～12月）の日本の総広告費は、新たに「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」と「イベント」領域を追加推定し、通年で〇〇〇〇〇〇円



いくらでしょうか

日本の総広告費

2019年（1～12月）の日本の総広告費は、新たに「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」と「イベント」領域を追加推定し、通年で6兆9,381億円。

6兆9,381億円

※なお、前年同様の推定方法では6兆6,514億円（前年比101.9%）となり、8年連続のプラス成長だった。

日本の広告費の分類

日本の広告費は大きく

「マスコミ4媒体広告費」

「インターネット広告費」

「プロモーションメディア広告費」

に分類しています。

総広告費におけるそれぞれの構成比は、

マスコミ4媒体が37.6%

インターネットが30.3%

プロモーションメディアが32.1%です。

マスコミ4媒体のうちテレビメディアは
26.8%でした。

**2014年以来2桁成長を続ける
インターネット広告の構成比が、
テレビメディアの構成比を上回りました。**



日本の広告費の分類

インターネット広告は

日本の広告費は大きく

「マスコミ4媒体広告費」

「インターネット広告費」

「プロモーションメディア広告費」

に分類しています。

(テレビ・新聞・雑誌・ラジオ)

すでに**4大メディアを凌駕**しており、

総広告費におけるそれぞれの構成比は

マスコミ4媒体が37.6%

インターネットが30.3%

プロモーションメディアが32.1%です。

もはやインターネットは

現在のプロモーションにおいて

マスコミ4媒体のうちインターネットは

26.8%でした。

2014年以降2桁成長を続ける

インターネットの構成比が

テレビメディアの構成比を上回りました。

無視することはできない存在となった。

Information & Communications
Statistics Database

情報通信統計データベース

関係情報

最新の統計データをご紹介します。

[情報通信白書](#)

[統計関係リンク](#)

[調査研究報告書](#)

公表年で検索

選択してください▼

キーワードで検索
(全年版くし刺し検索)

ここに検索語句を

[HOME](#) : [関係情報](#) : [情報通信白書](#)

情報通信白書

最新の情報通信白書を公開しています。

特集テーマ

5Gが促すデジタル変革と新たな日常の構築

情報通信白書令和2年版

[情報通信白書令和2年版 ポイント](#) 

[情報通信白書令和2年版 概要](#) 

[情報通信白書令和2年版 HTML版](#)

[情報通信白書令和2年版 PDF版](#) 

分野別データ

情報通信に関する
分野別データを掲載。

基本データ

情報通信に関する
基本データを掲載。

統計調査データ

総務省の実施する
情報通信に関する
統計調査のデータを掲載。

図表2 媒体別広告費<2017年~2019年>

媒体	広告費	広告費 (億円)			前年比 (%)		構成比 (%)		
		2017年	2018年	2019年	2018年	2019年	2017年	2018年	2019年
総広告費		63,907	65,300	69,381	102.2	106.2	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		27,938	27,026	26,094	96.7	96.6	43.7	41.4	37.6
	新聞	5,147	4,784	4,547	92.9	95.0	8.1	7.3	6.6
	雑誌	2,023	1,841	1,675	91.0	91.0	3.2	2.8	2.4
	ラジオ	1,290	1,278	1,260	99.1	98.6	2.0	2.0	1.8
	テレビメディア	19,478	19,123	18,612	98.2	97.3	30.4	29.3	26.8
	地上波テレビ	18,178	17,848	17,345	98.2	97.2	28.4	27.3	25.0
	衛星メディア関連	1,300	1,275	1,267	98.1	99.4	2.0	2.0	1.8
インターネット広告費		15,094	17,589	21,048	116.5	119.7	23.6	26.9	30.3
	マス四媒体由来のデジタル広告費		582	715		122.9		0.9	1.0
	新聞デジタル		132	146		110.6		0.2	0.2
	雑誌デジタル		337	405		120.2		0.5	0.6
	ラジオデジタル		8	10		125.0		0.0	0.0
	テレビメディアデジタル		105	154		146.7		0.2	0.2
	テレビメディア関連動画広告		101	150		148.5		0.2	0.2
	物販系ECプラットフォーム広告費			1,064					1.5
プロモーションメディア広告費		20,875	20,685	22,239	99.1	107.5	32.7	31.7	32.1
	屋外	3,208	3,199	3,219	99.7	100.6	5.0	4.9	4.6
	交通	2,002	2,025	2,062	101.1	101.8	3.1	3.1	3.0
	折込	4,170	3,911	3,559	93.8	91.0	6.5	6.0	5.1
	DM (ダイレクト・メール)	3,701	3,678	3,642	99.4	99.0	5.8	5.6	5.3
	フリーペーパー・電話帳	2,430	2,287	2,110	94.1	92.3	3.9	3.5	3.1
	POP	1,975	2,000	1,970	101.3	98.5	3.1	3.1	2.8
	イベント・展示・映像ほか	3,389	3,585	5,677	105.8	158.4	5.3	5.5	8.2

(注) 2019年の総広告費は、「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」(1,064億円)と「イベント」(1,803億円)を追加推定した。前年同様の推定方法では、6兆6,514億円(前年比101.9%)となる。

図表2 媒体別広告費<2017年~2019年>

媒体	広告費	広告費 (億円)			前年比 (%)		構成比 (%)		
		2017年	2018年	2019年	2018年	2019年	2017年	2018年	2019年
新聞		63,907	65,300	69,381	102.2	106.2	40.0	41.0	40.0
新聞・ラジオ・テレビ・インターネット		27,938	27,026	26,094	96.7	96.6	44.1	41.4	31.3
新聞		5,147	4,784	4,547	92.9	95.0	8.1	7.3	6.6
雑誌		2,023	1,841	1,675	91.0	91.0	3.2	2.8	2.4
ラジオ		1,290	1,278	1,260	99.1	98.6	2.0	2.0	1.9
テレビメディア		19,478	19,123	18,612	98.2	97.3	30.4	29.3	28.8
地上波テレビ		18,178	17,848	17,345	98.2	97.2	28.4	27.3	25.0
衛星メディア関連		1,300	1,275	1,267	98.1	99.4	2.0	2.0	1.8
インターネット広告費		15,094	17,589	21,048	116.5	119.7	23.6	26.9	30.3
インターネット由来のデジタル広告費			582	715		122.9		0.9	0.9
新聞デジタル			132	146		110.6		0.2	0.2
雑誌デジタル			337	405		120.2		0.5	0.6
ラジオデジタル			8	10		125.0		0.0	0.0
テレビメディアデジタル			105	154		145.7		0.2	0.7
テレビメディアデジタル(動画広告)			101	150		148.5		0.2	0.7
物販系ECプラットフォーム広告費				1,064					1.5
プロモーションメディア広告費		20,875	20,685	22,239	99.1	107.5	32.7	31.7	32.1
屋外		3,208	3,199	3,219	99.7	100.6	5.0	4.9	4.6
DM (ダイレクト・メール)		3,701	3,678	3,642	99.4	99.0	5.8	5.6	5.3
ラジオ・テレビ・電話報		2,430	2,207	2,110	94.1	92.9	3.9	3.5	3.1
POP		1,975	2,000	1,970	101.3	98.5	3.1	3.1	2.8
イベント・展示・映像ほか		3,389	3,585	5,677	105.8	158.4	5.3	5.5	8.2

4,547億円

1,675億円

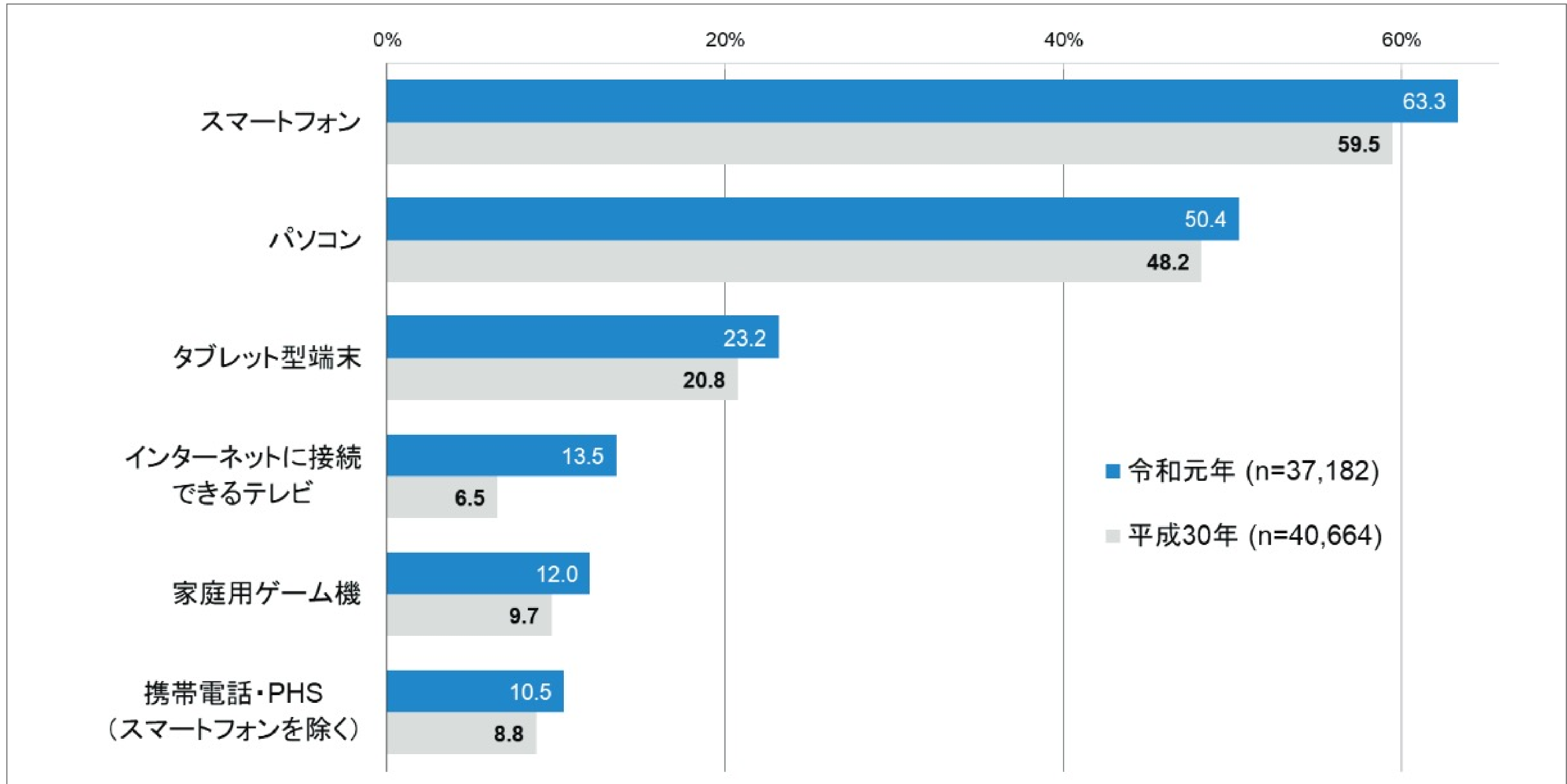
1,260億円

1兆8,612億円

インターネット広告費 2兆1,048億円

(注) 2019年の総広告費は、「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」(1,064億円)と「イベント」(1,803億円)を追加推定した。前年同様の推定方法では、6兆6,514億円(前年比101.9%)となる。

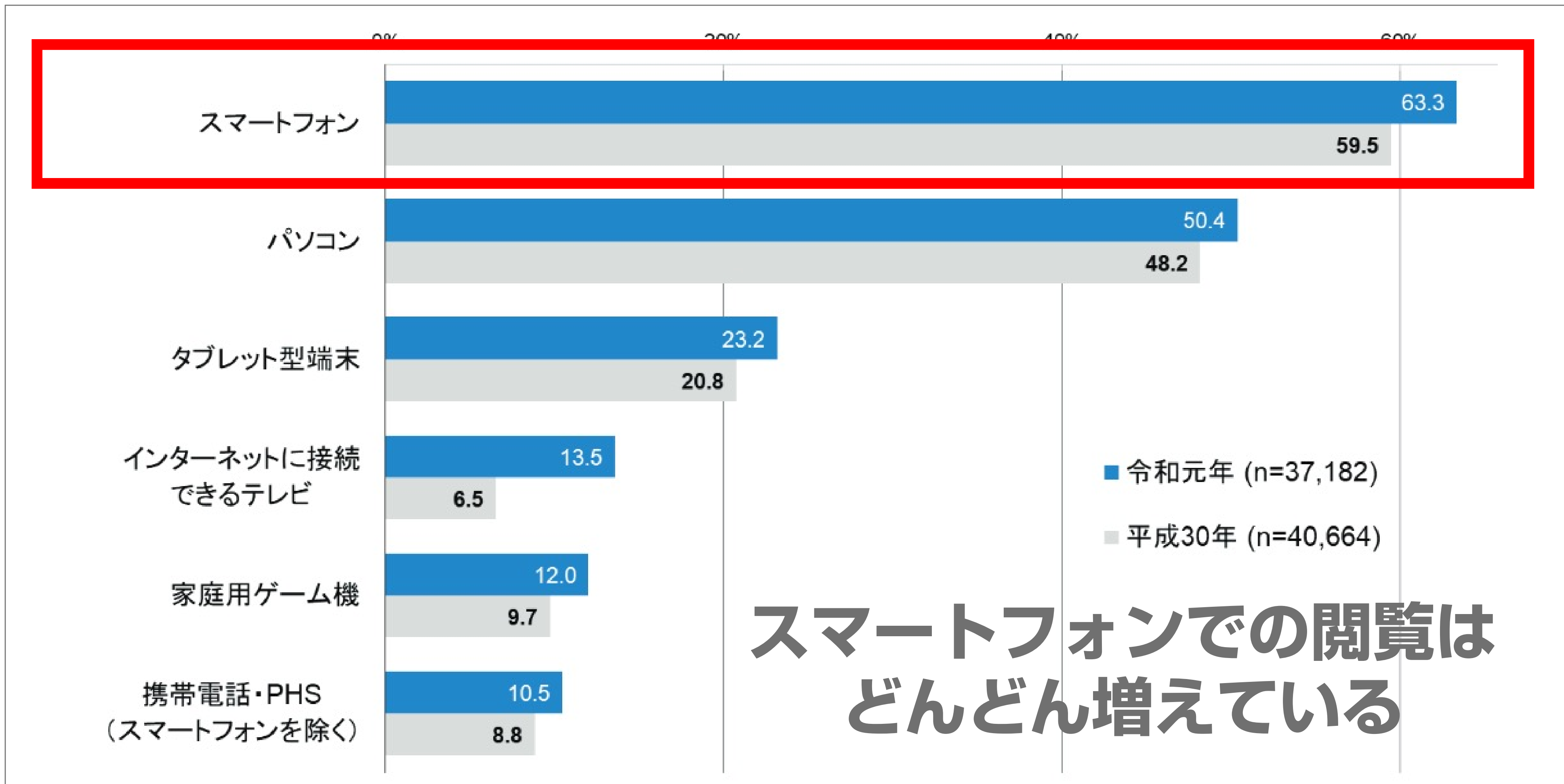
インターネット利用端末の種類



総務省の実施する情報通信に関する統計調査のデータ 令和元年 令和元年調査 (令和02.05.29公表)

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/200529_1.pdf

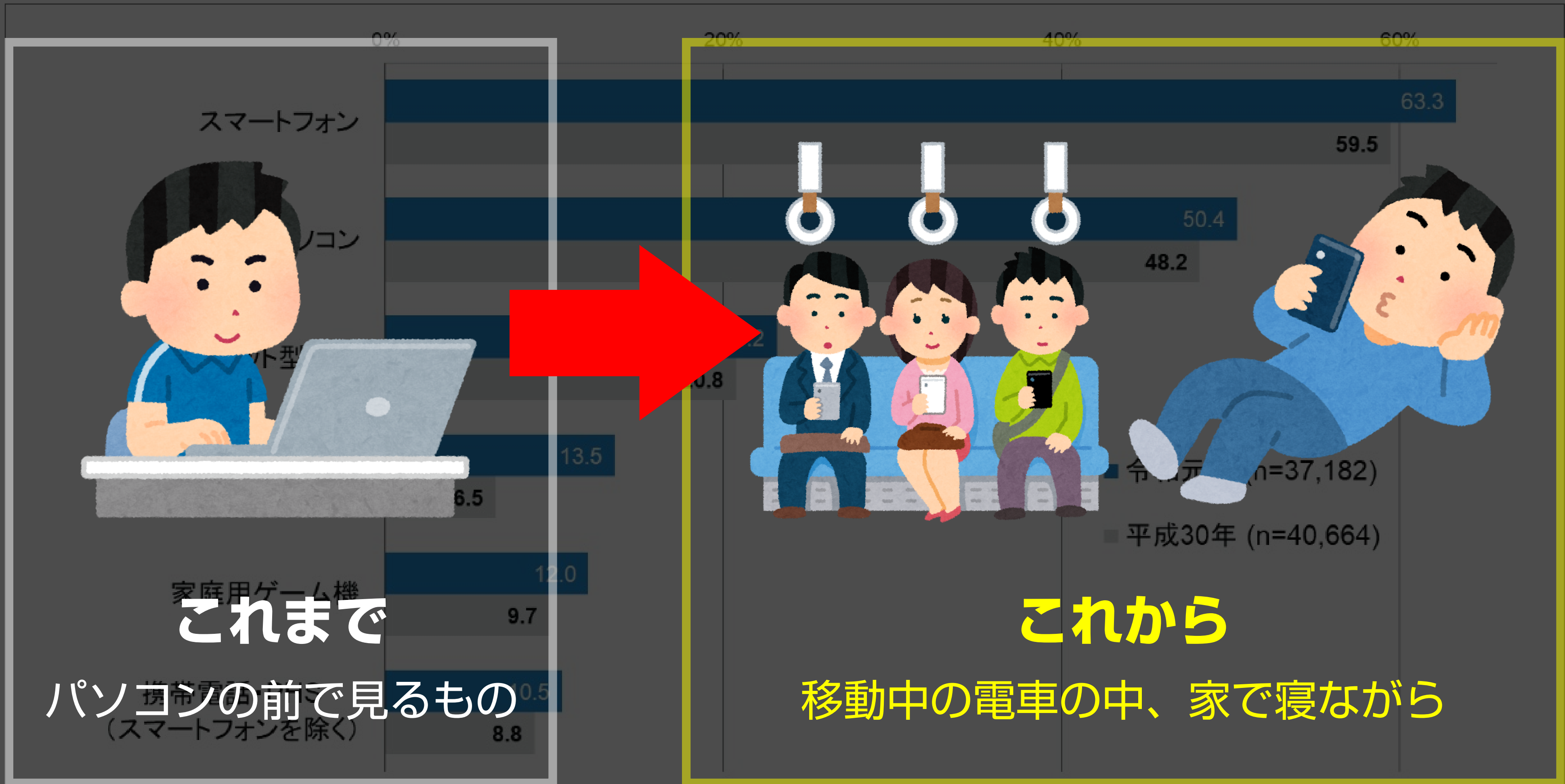
インターネット利用端末の種類



総務省の実施する情報通信に関する統計調査のデータ 令和元年 令和元年調査 (令和02.05.29公表)

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/200529_1.pdf

スマートフォンが主流になると広告は…



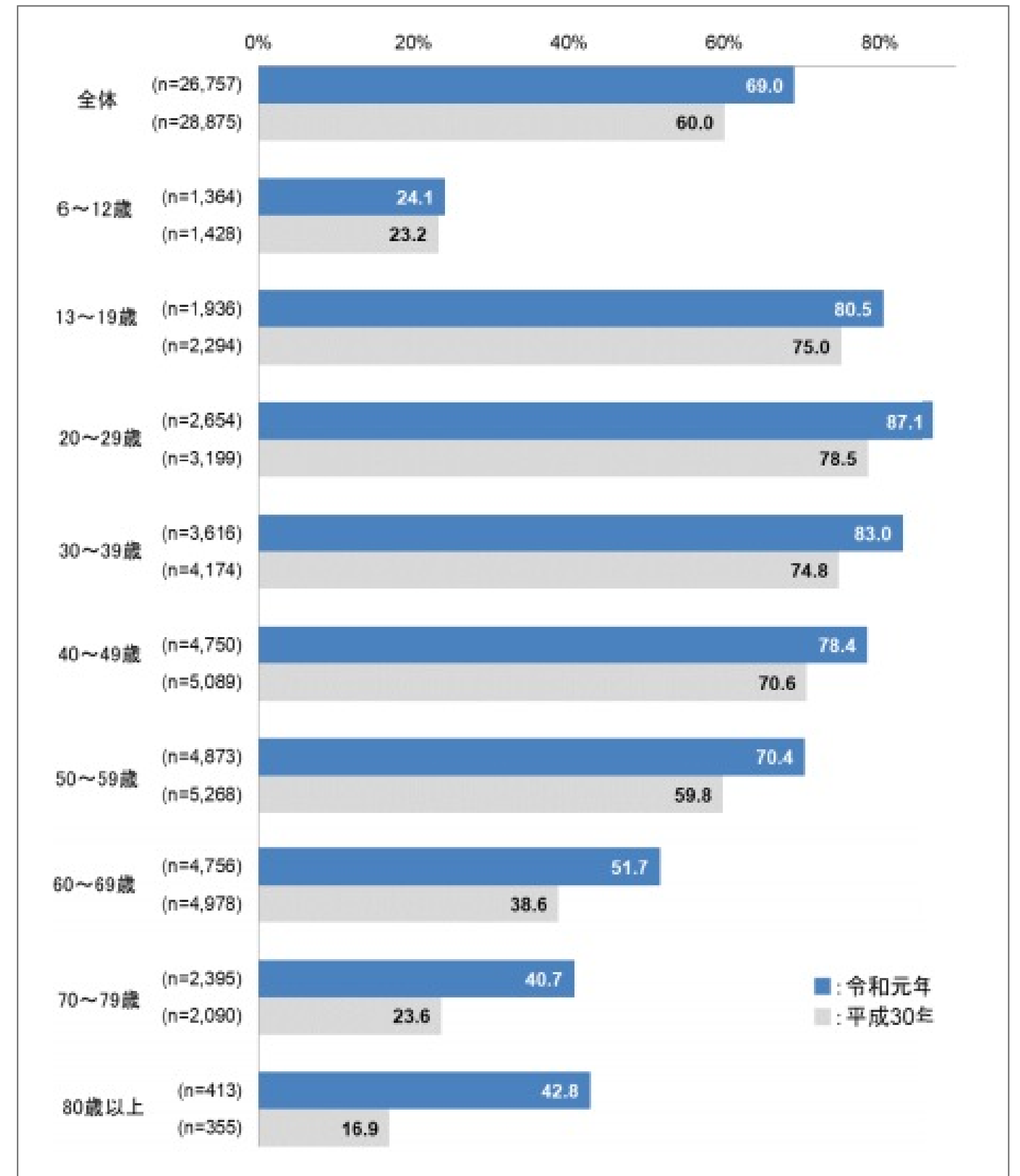
総務省の実施する情報通信に関する統計調査のデータ 令和元年 令和元年調査 (令和02.05.29公表)

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/200529_1.pdf

スマートフォンの普及によって

SNSの利用者は
すべての年齢層において

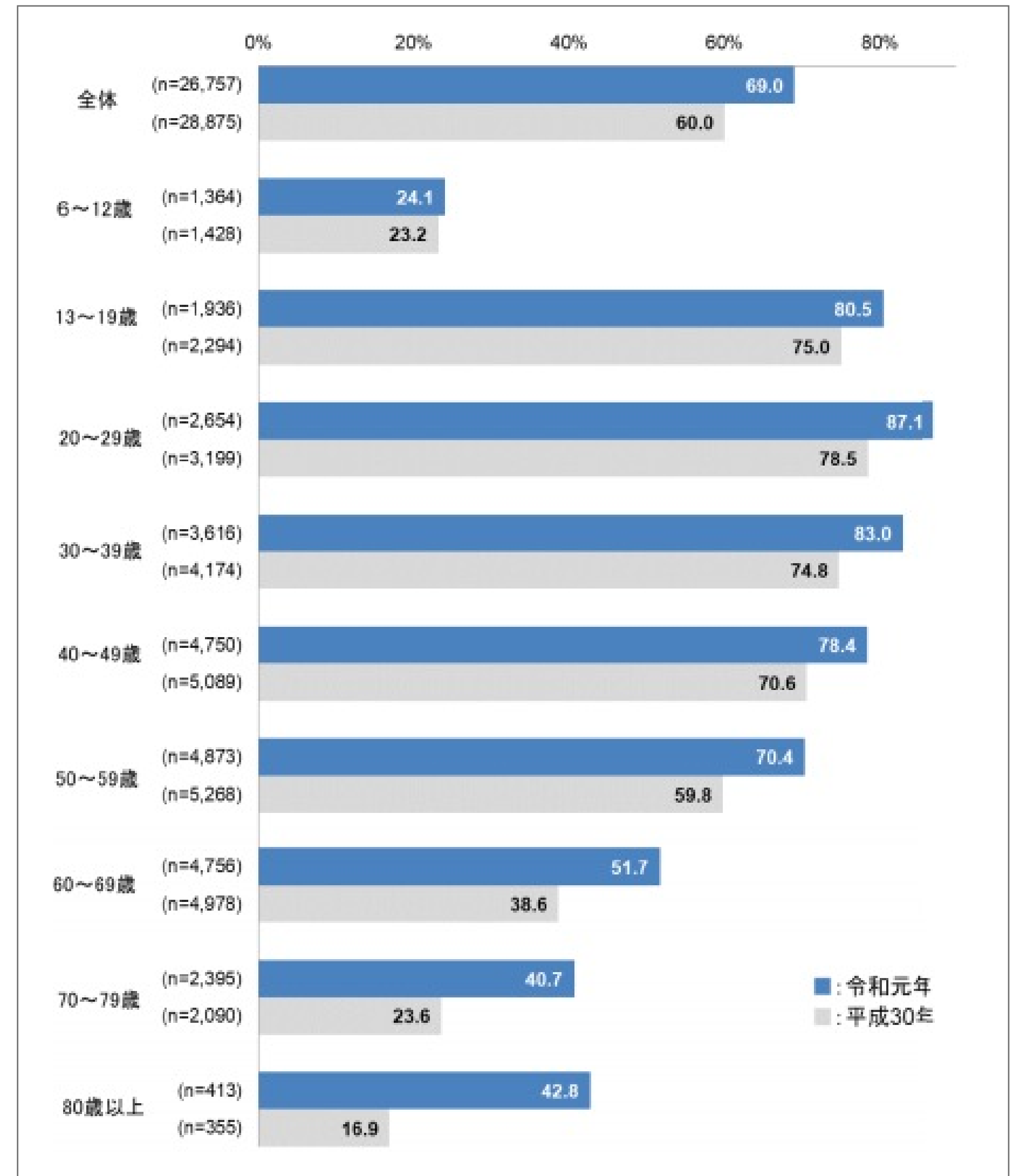
急増



スマートフォンの普及によって

インターネットで利用する
機能・サービスの中でも

SNSは
何%くらいの人
が使っている？

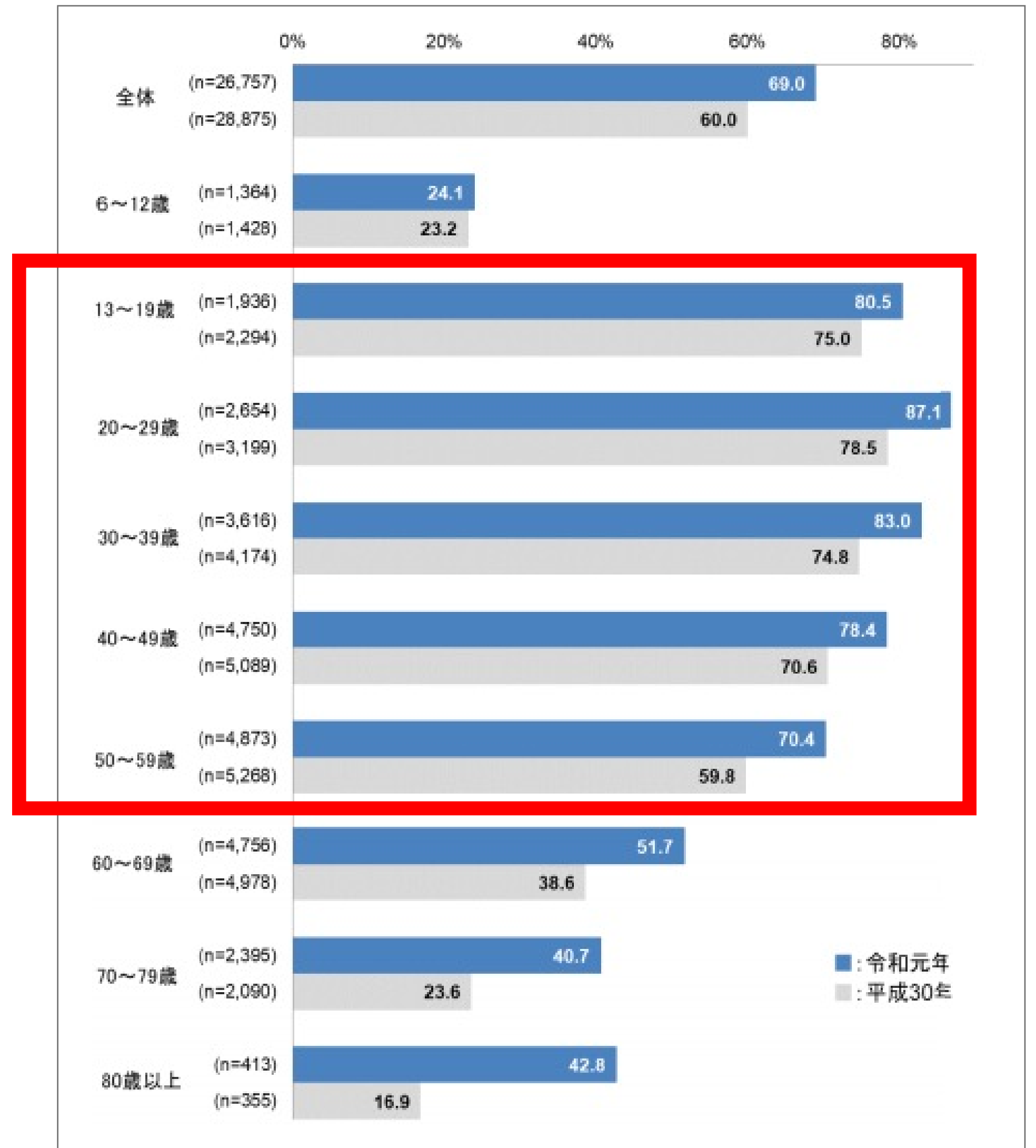


スマートフォンの普及によって

インターネットで利用する
機能・サービスの中でも



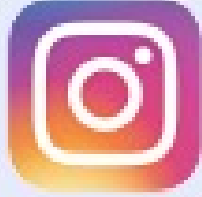


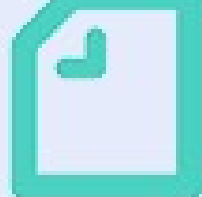
SNSは全体で
69%

※13歳～59歳まで
70%を超えています



【2021年1月版】







人気ソーシャルメディアのユーザー数

	国内月間アクティブユーザー	ユーザー層	特徴
	8,600万	全世代が利用 幅広い	<ul style="list-style-type: none">・インフラ化したメッセージツール・プッシュ通知を使った情報発信・LINE APIを使った自社サービス連携
	4,500万	20代が多い 平均年齢は35歳	<ul style="list-style-type: none">・リアルタイム性と情報拡散力・興味関心でつながる・短文のコミュニケーション
	3,300万	10代と20代で半数以上を占める	<ul style="list-style-type: none">・雑誌感覚・ビジュアル訴求・フィードとストーリーズの使い分け・ハッシュタグからの流入
	2,600万	登録者数は20代と30代が多い	<ul style="list-style-type: none">・実名性が高くリアルなつながりを反映・ビジネスシーンでの活用・コンテンツの自由度が高い
	950万	10代と20代で半数以上を占める	<ul style="list-style-type: none">・さくっと見られる短尺動画・豊富な動画編集機能
	6,300万 登録者数 (260万)	非公開	<ul style="list-style-type: none">・コンテンツの販売が可能・コンテンツの自由度が高い・会費制コミュニティ機能 (サークル)

【2021年1月版】

人気ソーシャルメディアのユーザー数

SNS広告が伸びている

	国内月間アクティブユーザー	ユーザー層	特徴
	8,600万	全世代が利用 幅広い	<ul style="list-style-type: none"> ・インフラ化したメッセージツール ・プッシュ通知を使った情報発信 ・LINE APIを使った自社サービス連携
	4,500万	20代が多い 平均年齢は20代	<ul style="list-style-type: none"> ・リアルタイム性と情報拡散力 ・男性関係が広がる ・短文のコミュニケーション
	4,300万	20代で女性が多い	<ul style="list-style-type: none"> ・雑誌感覚のフェイェットル ・フィードとストーリーの使い分け ・ハッシュタグからの流入
	2,000万	登録者数10億 30代が多い	<ul style="list-style-type: none"> ・中々性が多くリアルなつながりを反映 ・コンテンツの自由度が高い
	950万	10代と20代が多い	<ul style="list-style-type: none"> ・短くして楽しめる短尺動画 ・豊富な画面編集機能
	6,300万 登録者数(260万)	非公開	<ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツの販売が可能 ・コンテンツの自由度が高い ・会費制コミュニティ機能(サークル)

SNSで繋がっている人から

もたらされた情報は、他のメディアよりも

共感と信用を得られやすい傾向があり

プロモーションへの活用も進んでいます

インターネット広告 について

インターネット広告の種類

- **リスティング広告** (Google広告、Yahoo広告)
- **ディスプレイ広告**
- **SNS広告** (Facebook, Instagram, Twitter等)
- **YouTube広告**
- **アフィリエイト広告**
- **タイアップ(ネイティブ)広告**

ネット広告を利用する前の準備事項

1.ランディングページ

流入先となるウェブページ

2.クレジットカード

3.各種アカウント

例) Googleアカウント … google広告・Youtube広告

yahoo!アカウント … Yahoo広告

Facebookアカウント … Facebook広告・Instagram広告

4.広告のクリエイティブ

バナー画像、動画広告、テキスト等

ネット広告の心得

1. 予算や配信期間をきちんと設定&管理する
2. 管理画面で現状を確認し、課題を見つけ
改善を繰り返す
3. 配信する広告のクリエイティブも都度変更する

ネット広告で成功するには
「試す」こと、「続ける」こと