

広告って「どうやったら」効果が出るの？



**効果的な広告の
要素**を大解説

おまかせください！

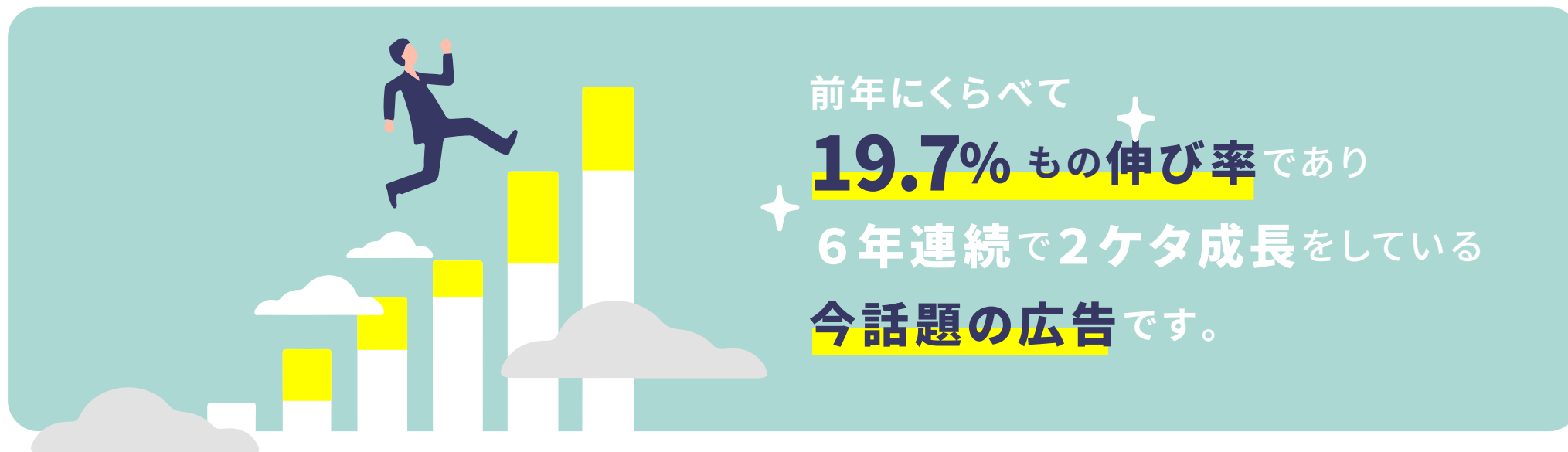


BOOSTING ONLINE BUSINESS

■ WEB 広告って？	4
■ ディスプレイ広告（画像広告）	5
■ 画像（クリエイティブ）とは	7
■ 訴求（テキスト）とは	8
■ 成果の高い訴求 6 選	9
■ よくある商材の効果的な訴求・クリエイティブ 5 選	16
■ 広告の成果の良し悪しの見分け方	22

WEB 広告が地上波テレビ広告の広告費を超えました！

現在広告業界の中で最も成長していると言われている WEB 広告は、電通の調査によると 2019 年について地上波テレビ広告の広告費を超えました。



本資料では、現在伸び率の高い WEB 広告を効果的に使ってもらうためのノウハウを載せておりますので、ぜひご活用ください。

WEB 広告とは「インターネットの**媒体上**に掲載される**広告**」のことです。

- 広告枠を持つウェブサイト
- 検索エンジンの検索結果ページ
- メール
- SNS など



あらゆる WEB 媒体に掲載され

「インターネット広告」

「オンライン広告」

「デジタル広告」

と呼ばれることもあります。

パソコンのみならず、タブレットやスマートフォンの普及により

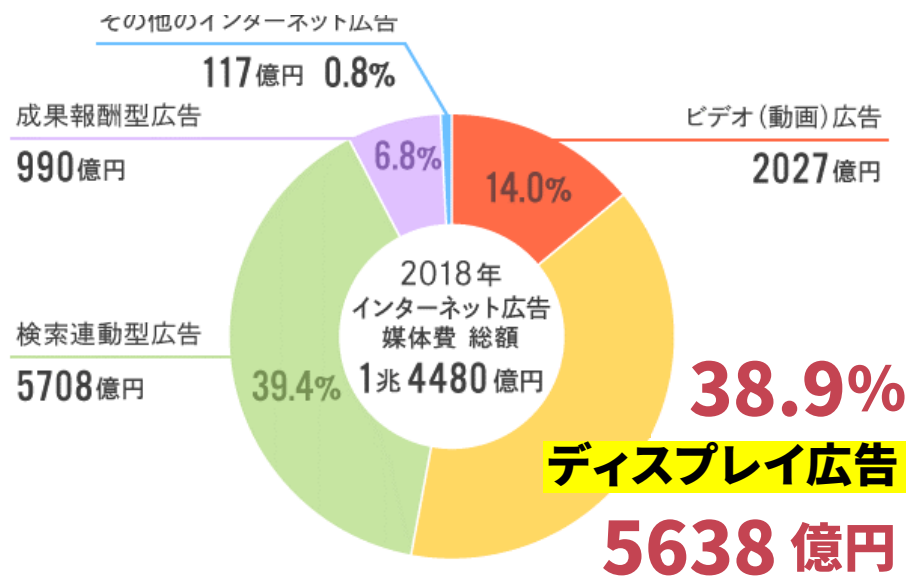
現在最注目の**広告媒体**になります。



本資料では、クリエイティブや訴求によって
成果の出やすい画像広告を中心にご紹介します。

WEB サイトやアプリ上にテキスト形式やバナー形式で表示される広告

インターネット広告媒体費の 広告種別構成比



出典：電通 (2021) 2020 年 日本の広告費

電通によると WEB 広告では、リスティング広告と並んで「ディスプレイ広告」の構成比が大半をしめています。

「ディスプレイ広告」とは、WEB サイトの広告枠に表示される WEB サイトやアプリ上にテキスト形式やバナー形式で表示される広告のことです。

「ディスプレイ広告」はテキストだけでなく、画像などの視覚的な印象をユーザーに与えることができるため、ブランディングに適しています。

また、WEB 広告の中でも比較的簡単に配信をする事ができ効果も高いため是非取り入れたい広告の一つです。

「ディスプレイ広告」は基本的に**2つの要素**で構成されます。

1



クリエイティブ
(画像)

2



訴求文
(テキスト)

「ディスプレイ広告」は比較的簡単に配信ができる広告ではありますが、

2つの要素の**クオリティーによって**
成果が変わることも多くあります。

ディスプレイ広告において**クリエイティブ**はとても**大事な要素**の一つです。

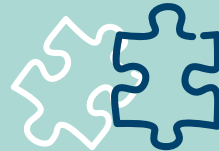
1



ひと目でインパクトがある
かつ、わかりやすいもの

ディスプレイ広告は
まじまじとみられることは少ないです
ひと目で分かるような画像だと
クリック率・購入率は高くなります

2



商品に合わせた
トーンやデザイン

× 水着の商品なのに冬の様な色合い
× 20代向けの商品なのに 40代の写真
など商品に合っていない画像や色合い
を使うのは成果が悪くなります

3

70%OFF!
本日のみ!

文字数は多すぎず
数字などわかりやすい物

ディスプレイ広告は
長い時間見られるものではない為、
テキストもわかりやすく
印象に残るような数字や一言だと
成果が高くなります

「広告・宣伝」などを使い、消費者の**購買意欲**に訴えかけることを言います。



ここでは、**基本的な 6 つの訴求**を紹介します。



① 限定訴求

④ 権威型訴求

② 価格訴求

⑤ 解決型訴求

③ トレンド訴求

⑥ 贅沢訴求

▶「期間限定」の商品

▶「ネット限定」

など「今しか買えない」
と思わせる訴求

人はどうしても期間が空いてしまうと、

購入に至りにくくなってしまうため

「今すぐ買わないと」と思わせ

すぐに行動に移すような訴求にすると効果的です。



価格を気にするお客様に対して有効的な訴求になります。

▶「破格〇〇円」

▶「ここだけの価格〇〇円」

など自社の販売価格や
市場価格より安い点を強調

他より安く売っている点を強調する事により、

購入する可能性が高くなります。

しかし、逆に価格訴求をしすぎてしまうと

単価の安い商品しか買われなくなってしまうこと

もあり、**うまい訴求のバランス**が必要です。



世の中の**流行り**や**トレンド**が好きな方に有効な訴求です。

▶「話題の」「評判の」

▶「大ブレイク中の」

▶ など今流行っていることが
ひと目でわかるキーワード

今流行っていることがひと目でわかる

キーワードを入れることで、

買ってみようと思わせることができます。



ブランドやネームバリューによって**安心感を与える訴求**です。

▶「会社名」

▶「ランキング1位」

など商品やネットショップが
信用できることを伝える

どんなに値段が安くても、信用できないショップ
では買われないことも多いです。

知名度が低い会社でも会社名を入れることで
安心感が生まれ、他の会社との差別化によって
効果が出る事もあります。



健康サプリ

1日1粒で

必要な栄養すべて補える

〇〇〇〇上半期
サプリランキング



.COREKARA

ユーザーの**不満**や**困りごと**に対しての**問題を解決する**ための**訴求**になります。

▶ 「問題の解決」

どのような問題が
どのように解決するか

売っている**商品やサービスによって、**

どのような問題がどのように解決するかを

完結に書いてあることで、

購入する可能性が増えます。



品質・上位価格という観点で少し**高級志向**の方に向けた**訴求**になります。

▶「付加価値のある商品」



開発ストーリーや
こだわりをアピール

商品にまつわる裏側の開発ストーリーや
商品の中で特にこだわっているポイントなど、
付加価値のあるサービス商品であることを
アピールすることで効果が高くなります。



訴求やクリエイティブが大事なのは
わかったけど、結局
「どんな広告」を作成すればいいか
わからない!という方



今回は、そんなあなたに!

8,000社以上マーケティング支援実績のある「株式会社これから」で、よく使う商材別効果的な訴求5選

- ① アパレル
- ② ジュエリー・アクセサリー
- ③ 化粧品
- ④ 食材
- ⑤ 家具・インテリア

を特別にお見せいたします!

※2021年9月時点

TXT



▶ おすすめの訴求内容

- ・セール
- ・特集（アイテムカテゴリー、柄や色等）
- ・インフルエンサー、芸能人愛用
- ・素材（コットン等、肌や自然に優しい素材）
- ・コーデで見せる
- ・雑誌に掲載
- ・再入荷

▶ おすすめワード

「トレンド」「先取り」

「褒められ〇〇」「着るだけで〇〇」

■ クリエイティブ

- ・着用画像
- ・季節にあった画像

サイズ感やデザインがしっかりと見える画像
だとなお良し！



TXT

▶ おすすめの訴求内容

- ・ SNS で話題
- ・ インフルエンサー、芸能人愛用
- ・ 金属アレルギー対応
- ・ ギフト

▶ おすすめワード

「特別な」
「自分へのご褒美に」
「大切なあの人に」
「自分を輝かせる」
「指先から (リング)」

■ クリエイティブ

画像だけでも効果が高いこともある。
ギフト用の箱と一緒に画像や着用画像も
効果が高い。



TXT

▶ おすすめの訴求内容

- ・ SNS で話題
- ・ インフルエンサー、芸能人愛用
- ・ 無添加
- ・ パーソナルカラー（ブルベ、イエベ）
- ・ ネガティブ
（肌荒れ、まつげが下がる、リップが落ちる等）
- ・ リニューアル

▶ おすすめワード

「大人から子供まで」「いつもと違う」「さりげなく」
「褒められ〇〇」「魔法の〇〇」「リピ確定」

■ クリエイティブ

商品が使われている画像や
テクスチャーなどの質感等の方が
商品パッケージより効果が高いことも。



TXT

▶ おすすめの訴求内容

- ・〇〇産
- ・メディアで紹介、芸能人もお墨付き
- ・〇分間に〇個売れる、即完
- ・老舗、高級感
- ・健康訴求

▶ おすすめワード

「ご褒美」
「よくばり」

■ クリエイティブ

おしゃれな画像を使うのはもちろん、その中に
ある程度の説明や効果を伝えるのも効果的。
他の商材に比べてテキストでの訴求が強い。

※基本的なクリエイティブのおすすめに
当てはまらないこともあるため注意が必要！



TXT

▶ おすすめの訴求内容

- ・○○風インテリア（韓国風、南国風、北欧風）
- ・自分だけの空間づくり
- ・安全

▶ おすすめワード

「トレンド」

「便利すぎる」

「置くだけで○○」

■ クリエイティブ

ブランディングが大事なため、
ネットショップと広告とのトンマナを
しっかり合わせることが大事。
会社名を入れて安心感信頼感を出すのも効果的！



広告の良し悪しは基本的に3つで確認します。



上記3つの要素を元に、少しずつクリエイティブや訴求を変えることで効果的な広告運用をすることが可能です。

※コンバージョンとは、ウェブサイトへの購入、アクセス、資料請求など事前に決めている目的に至ること。ネットショップでは購入にすることが多い



今回はディスプレイ広告で**より効果の出やすい作成方法**についてご紹介しました。

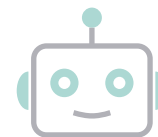
ディスプレイ広告は**出すのは簡単ですが**

少しの**クリエイティブの違い**や、**訴求によって成果が変わります**ので

本記事を参考に是非広告作成に取り組んでみてください。



AdSISTとは、1日**500円**から効果的に
広告を運用できる**自動集客ツール**です。



1



ネットショップと
自動連携!

YAHOO! JAPAN
facebook Instagram

手間なく商品をアピール

2

たったの
5分で集客開始!
面倒な**設定も不要**



3



1日 **500円**から!

いつでも**低リスクで集客**を!

AdSIST

選ばれる
4つの理由

4

ネットショップの
プロの頭脳フル活用



「広告を始めたいけど、自分でやるのはちょっと ...」と思った方

AdSIST

で配信**はじめて**みませんか?

登録はこちらから ▶

- 沿革
- 2012. 01 株式会社これから設立
WEB 制作事業を開始
 - 2012. 04 大阪支社開設 従業員を 15 名増員
 - 08 カラーミーショップ認定代理店
 - 2014. 04 EC 支援企業ベスト 100 制作部門受賞
 - 2015. 01 事業拡大に伴い、東京本社移転
 - 04 EC 支援企業ベスト 100 制作部門 2 期連続受賞
 - 05 カラーミーショップ大賞 2015 制作会社賞を受賞
 - 10 MakeShop 特別代理店に認定
 - 2016. 01 株式会社ナインピースをグループ化
 - 07 事業拡大に伴い、本社を新宿御苑へ移転
 - 09 Google パートナーに認定
 - 11 カラーミーショップ公認エキスパート認定
 - 2017. 02 Yahoo!MS 正規代理店に認定
 - 03 LINE@ 正規代理店に認定
 - 11 弊社 佐藤がキングオブコントで準優勝
 - 2018. 02 取締役を 4 名に増員
 - 06 Google プレミアパートナーに認定
 - 07 福岡支社開設
 - 10 Yahoo! シルバーパートナーに認定
 - 2019. 03 これから KIDS 開設
 - 06 AdSIST をリリース
 - 09 第三者割当増資を実施
 - 10 事業拡大に伴い、本社を四谷三丁目へ移転
 - 2020. 04 名古屋支社開設

- 概要
- 会社名 株式会社これから
 - 設立 2012 年 1 月 5 日
 - 資本金 115,000,000 円（資本準備金含む）
 - 決算月 12 月
 - 従業員数 135 名（2021 年 4 月末時点）
 - 取締役 代表取締役 今泉 雄介
 - 事業内容 取締役 川村 拓也、美甘 典輝、西 正浩
安島 正人、向 徹（2021 年 5 月末時点）
WEB 制作
WEB 広告運用代行
WEB コンサルティング
ネットショップ運営
AdSIST の開発・運営
これから KIDS

■ 受賞実績



■ TOKYO



■ NAGOYA



■ OSAKA



■ FUKUOKA



COREKARA

ネットビジネスを**底上げ**するドヘンタイ集団

BOOSTING
ONLINE BUSINESS