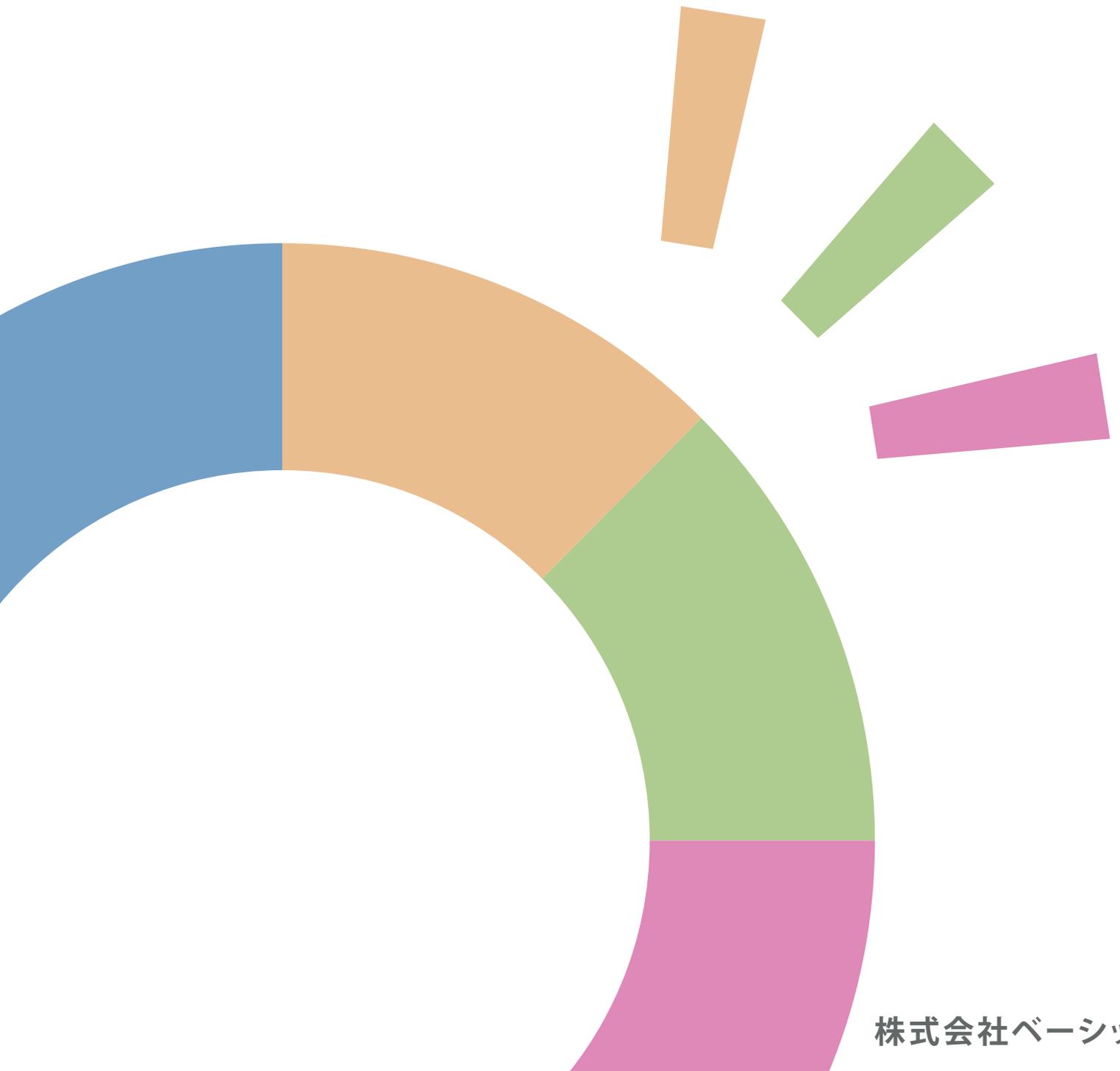


ferret  ne

今さら聞けない！

# Facebook広告の基本と 掲載のために必要な4つのステップ



SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）という言葉を目にしたことが無いという人は居ないのではないのでしょうか。通勤電車やお昼休憩の時間、寝る前のちょっとした時間など、至るところで私たちはSNSに触れています。

SNSはそれほどに私たちの生活に溶け込んでいますが、中でも世界最大の規模を誇るのがFacebookです。Facebook広告は、そのFacebook利用者に対してアプローチすることができる広告です。

今回は、利用者や利用シーンが増えるにつれてその有効性を増しているFacebook広告について、基本データなどを整理した上で、Facebook広告を出稿する方法を解説します。

Web広告を出稿したことが無い方にとっては少し敷居が高く感じられてしまうかもしれませんが、これから説明する4つの基本ポイントさえ押さえれば問題なく出稿することができます。Facebook広告は中小規模ビジネスとの相性も良い広告です。本書があなたのFacebook広告デビューの一助となれば幸いです。

お問い合わせはこちら

<https://ferret-one.com/contact>

## ▶Facebookの基本データ

---

まずFacebookそのものの基本データを整理していきます。

### MAU（月間利用者数）

日本におけるFacebookのMAU（月間利用者数）は2,700万人。※2017年6月時点  
つまり日本人の4~5人に1人程度が月に1回以上アクセスしている計算になります。

### 年代別ユーザー数

日本の年代別ユーザー割合は30~40代が最も大きいボリュームゾーンになっていると推計されていますが、それ以外の年代でも満遍なく、500万人以上のユーザー数が存在していると言われています。

この「どの年代でも満遍なく」というのがFacebookの大きな特徴のひとつです。

多くのSNSは、年代や性別などの属性データに偏りがあるものです。

Twitterなら10代~30代中心、Instagramなら10代~20代の女性中心、Pinterestなら女性中心といった具合です。どの年代でも満遍なくユーザーが存在するということで、広告媒体としては非常に自由度の高い配信が可能になるので、あらゆるビジネスにとってパフォーマンスの高い配信が出来る可能性を秘めています。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

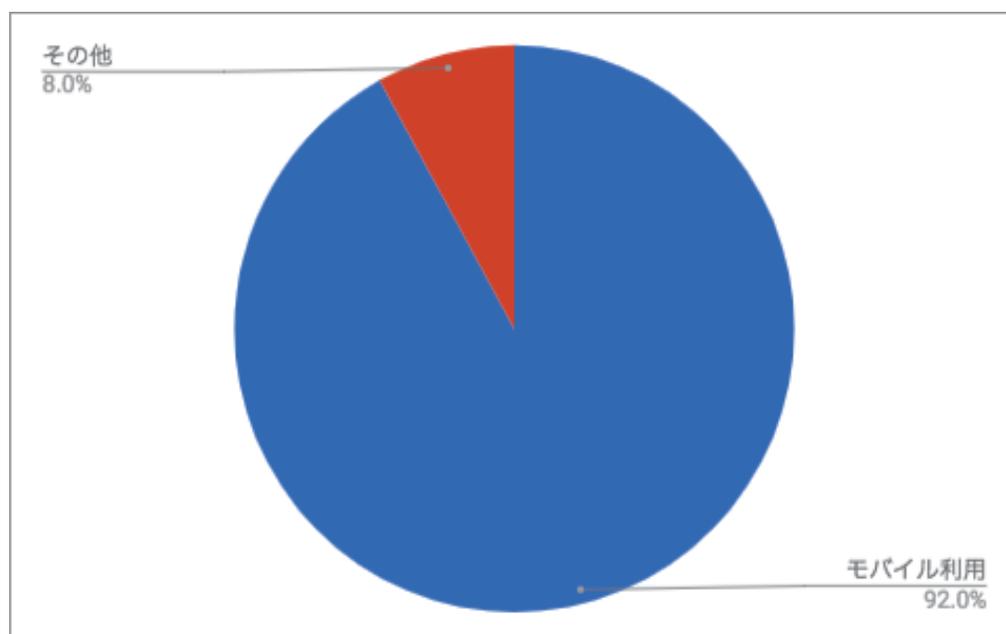
などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebookの基本データ

---

### デバイス比率

Facebook利用に用いられているPCやスマートフォンといったデバイス（機器）の比率を見てみましょう。こちらはPC:スマートフォン/タブレット=1:9となっており、スマートフォン/タブレットから利用しているユーザーが多くなっています。これはSNS全般にも言えることですが、スキマ時間を使って気軽に利用しているユーザーが多いということですね。



データ参考URL <http://jp.techcrunch.com/2016/04/21/facebook-japan/>

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告とは

---

この章では、Facebook広告の基本的な仕組みについてご説明します。

### 掲載される場所

まずFacebook広告が掲載される場所についてご説明します。

Facebookのフィード（投稿が流れてくるところ）に、灰色の文字で「広告」という表示がついた投稿が流れてくるのを見たことはありませんか？



投稿内の左上のところに、うっすらと「広告」の文字がありますね。

これがFacebook広告です。このように、通常の投稿と大きく変わらない自然な形で表示されるのがFacebook広告の特徴のひとつです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいのか分からない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告とは

---

### 課金形式

次に広告掲載料の課金形式についてです。

Facebook広告には下記2つの課金形式があります。

#### ①インプレッション課金

インプレッションとはビューのようなものであり、広告が初めて利用者のニュースフィードなどに表示されるか、右側広告枠に表示されるとインプレッションとしてカウントされます。そのカウント数に比例して課金されるシステムです。

#### ②クリック課金

クリック課金は広告が利用者のニュースフィードや右側広告枠に表示され、かつ広告がクリックされたタイミングで課金されるシステムです。

### 優先的に配信する条件を指定できる

Facebook広告では、広告を配信する際に価値を置くポイントを指定できます。

たとえば、Webサイトのリンククリック数を最大化したい場合は、

「リンクのクリック数に最適化」と指定することで、その広告に記載されているリンクに対するクリック率が高いと想定されるユーザーに対して優先的に配信されるようにできます。

同様にして「インプレッション数に最適化」や「コンバージョン数に最適化」することで、それぞれの目的に対して最適化された配信が実現します。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告とは

### 広告管理のための階層概念

Facebook広告にはアカウント構造と呼ばれる階層の概念があります。  
広告キャンペーン>広告セット>広告の順で階層が深くなり、それぞれで設定できる項目や機能が異なります。

下記にそれぞれの階層で出来ることをまとめていますので、ご参照ください。

	広告の目的	スケジュール	予算	入札	広告素材	レポート出力
広告キャンペーン	✓					✓
広告セット		✓	✓			✓
広告				✓	✓	✓

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告の特徴

ここまで、FacebookとFacebook広告の概要についてご説明しました。  
この章では、最も一般的なWeb広告のひとつであるリスティング広告やディスプレイ広告と比較する形でFacebook広告の特徴をご説明します。  
Facebook広告の特徴を表すキーワードは「ターゲティング」です。

### メリット：ターゲティング精度が高い

Facebook広告の最大の利点は、そのターゲティング精度です。  
Facebookは実名制のSNSです。実名、つまり個々人のリアルのデータを基にしたターゲティングができるので、匿名のユーザーに対する配信よりも細かく精度の高いターゲティングが可能なのです。

たとえば、あなたが愛知県名古屋市に店舗を構える自転車屋さんで、高価格帯の商品を売りたいと考えているとしましょう。その場合、リスティング広告やディスプレイ広告では、「自転車」で検索したユーザーであったり、あなたのビジネス用のホームページに訪れたことがある人に対して配信するといった、比較的ざっくりとした配信が一般的です。

一方、Facebook広告では下記のような詳細な条件指定でのターゲティングができます。

- ・愛知県名古屋市に住んでいて（物理的な距離が近い）
- ・サイクリングに関するFacebookページにいいね！をしている  
（興味関心の親和性が高い）
- ・30代の（高価格帯商材にも手が届く）
- ・男性（サイクリング人口の性別による偏りを考慮）

このようにターゲティングすれば、あなたのビジネスと相性の良い（購買に至る可能性が高い）と考えられるユーザーに対してのみ広告を配信することができますよね。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ  
どうやればいいのか分からない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告の特徴

---

### デメリット：リーチを広げづらい

一方で、幅広いユーザーにリーチさせるのは苦手としています。

当然ながらFacebookに登録しているユーザーがFacebookやFacebookと提携している Audience Network ※1 に滞在している間みの配信となるため、それ以外の場所や人に対して配信リーチを広げることができません。

※1 Facebook Audience Network

URL : <https://www.facebook.com/business/help/788333711222886>

したがって、ズバリ狙いたい顕在層のユーザーにのみ配信するのには適しているが、顕在層からリーチを広げた潜在層のユーザーに対して配信する際には、FacebookだけでなくGoogleやYahoo!のディスプレイ広告なども検討することをおすすめします。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告の種類を知ろう

Facebook広告には沢山の種類がありますが、ここでは弊社ferretの読者さまやferret Oneご利用者さまに多い中小企業の方に向け、中小企業で使われることの多いメニューをご紹介した後、ご参考までに少し上級者向けのメニューについても簡単にご紹介します。

### Page Like Ads（いいね！獲得広告）

文字通り、Facebookページへのいいね！を獲得するための広告です。普段から定期的に自社Facebookページに投稿している方でしたら、毎回の投稿のリーチを広げることが目的として実施すると有効です。逆にあまりFacebookページへの投稿をしないという場合は、他のメニューを実施する方がおすすめです。

### Link Ads（リンク広告）

広告に記載したリンクのクリックを獲得するための広告です。Facebookから自社のホームページに誘導したいという場合に有効です。自社のホームページを持っていない場合や、誘導先のホームページに自信がないというような場合にはあまり有効でない場合が多いです。

### Photo Ads（写真広告）

広告に添付した画像への反応を獲得するための広告です。自社ビジネスの認知を拡大したいという場合に有効です。Facebookでは1回のいいね！あたり、平均で6人程度の友達にリーチが広がると言われています。

参照: <https://www.facebook.com/business/learn/facebook-create-ad-page-post-engagement>

このメニューでは、写真のクリック/タップや、投稿へのいいね！を促すことで、自社ビジネスを広く周知させることができます。

一方でこのような特性上、直接の購買やお問い合わせを狙うことは難しいです。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告の種類を知ろう

Facebook広告には沢山の種類がありますが、ここでは弊社ferretの読者さまやferret Oneご利用者さまに多い中小企業の方に向け、中小企業で使われることの多いメニューをご紹介した後、ご参考までに少し上級者向けのメニューについても簡単にご紹介します。

### Lead Ads（リード獲得広告）

文字通り、リード（見込み顧客）を獲得するための広告です。

ナーチャリング（顧客育成）するための見込み顧客の数を増やしたい場合に有効です。

一般的にリードを獲得する場合には、各種広告などから自社ホームページに誘導

した後、専用のフォームに個人情報を入力、送信してもらう必要がありますが、

このメニューはFacebook内でフォーム送信まで完結するものとなっている上、

あらかじめFacebookに登録されている情報は自動入力された形になっているため

入力の手間が省けることから、高い獲得効率が期待できます。

ナーチャリング前提の実施となるので、ナーチャリングの仕組みを持っていない

場合にはあまり意味のあるメニューとは言えません。

### Video Ads（動画広告）

動画を配信するための広告です。動画はブランディングや認知拡大のために

強力な効果を発揮すると言われていますが、動画を用意するという自体の

ハードルがやや高いため、実施できる企業は限られているかもしれません。

### Mobile App Ads（アプリインストール広告）

スマートフォンやタブレット用のアプリインストールを獲得するための広告です。

スマートフォンユーザーが90%以上を占めるFacebookとの相性が良いメニューと

して知られていますが、アプリを開発していることが前提となるため、

動画広告と同じくややハードルが高いかもしれません。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告を出稿するには？

---

Facebook広告を出稿するために必要なものと、すべきことを簡単に整理します。

### 必要なもの

必要なものは下記の2つです。

- ・ Facebookページ

広告を配信するためのFacebookページは必須となっています。

広告を配信したい自社ビジネス用のFacebookページを選びましょう。

- ・ クレジットカードかPayPal

広告料の支払い手段としていずれかが必須となっています。

一般的に自社のクレジットカードを登録するケースがほとんどです。

### To do

上記2つが用意できたら、次にすべきことは下記の4つです。

step1: 広告メニューの選択

step2: クリエイティブの設定

step3: ターゲティングの設定

step4: 予算/掲載期間の設定

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告を出稿するには？

### step1:広告メニューの選択

4.Facebook広告の種類を知ろう でもご紹介した、広告メニューを選択します。



### step2:クリエイティブの設定

実際に配信する広告クリエイティブを設定します。

広告クリエイティブに入れるべき要素は下記です。

- ・ 画像
- ・ テキスト
- ・ 見出し
- ・ ニュースフィードリンク説明文
- ・ アクションボタン



ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

## ▶Facebook広告を出稿するには？

### step3:ターゲティングの設定

広告クリエイティブを配信する対象のターゲティングを設定します。

ここでは3.Facebook広告が有用な理由 で使った自転車屋さんを例にご説明します。

- ・愛知県名古屋市に住んでいて
- ・サイクリングに関するFacebookページにいいね！をしている
- ・30代の
- ・男性

オーディエンス  
広告を配信するターゲットを設定してください。詳しくはこちら。

新規作成 保存済みのオーディエンスを使用 ▼

カスタムオーディエンス ① **ビジネスをすでに知っている人を広告のターゲットに**  
カスタムオーディエンスを作成して、連絡先やウェブサイトへのアクセス者、アプリユーザーに広告を配信できます。カスタムオーディエンスを作成。

地域 ② この地域のすべての人 ▼

米国  
米国

次を含める: ▼ | 地域名を入力してさらに追加 | 参照

地域の一括追加...

年齢 ③ 18 ▼ - 65+ ▼

性別 ④  すべて  男性  女性

言語 ⑤ 言語を入力...

詳細ターゲット設定 ⑥ 以下のいずれかの条件に一致する人がターゲットになります ⑦

利用者層、趣味・関心、行動を追加 | おすすめ | 参照

除外

より低いコンバージョンの単価でコンバージョンを増やすことができる場合に趣味・関心を拡大する。 ⑧

つながり ⑨ つながりの種類を追加 ▼

このオーディエンスを保存

オーディエンスが少々広すぎます。

潜在リーチ: 225,000,000人  
現在ターゲット設定は、興味・関心を拡大できるように設定されています。 ⑩

1日の推定結果  
リーチ  
1,800~11,000(合計: 160,000,000) ⑪

コンバージョン  
5~33(合計: 78,000) ⑫

1日間のクリックコンバージョンウィンドウ

推定値は、過去のキャンペーンデータ、入力された予算、マーケットデータなどの要素に基づいています。この数値は、あくまで指定された予算でのパフォーマンスの大まかな推定値で、結果を保証するものではありません。これらの推定は役に立ちましたか？

### step4:予算/掲載期間の設定

#### 予算と掲載期間

広告で使用する予算と配信する期間を設定してください。詳しくはこちら。

予算 ① 1日の予算 ▼ ¥2000  
¥2000 JPY

実際の消化金額は日によって異なります。 ②

掲載期間 ③  広告セットを今日から継続的に掲載する  
 開始日と終了日を設定

1週間あたりの最大予算は¥14,000です。

詳細オプションを表示する ▼

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



有賀 之和 (ありが ゆきかず)  
株式会社ベーシック 取締役

ここまでお読みいただきまして、ありがとうございました。  
Facebook広告に限らず、運用型広告全般に言えることですが、一度配信を開始して終わりにしてしまうのではなく、継続的に広告の進捗をチェックし、改善策を打ち続けることが大事です。

そしてホームページ集客の効果を最大化させるためには、広告だけでなく他の施策も並行で進めていくことが必要です。これは具体的にはSEOやコンテンツマーケティングと呼ばれる手法などを指していますが、私たちはまさにそのSEOに強いホームページ作成やコンテンツマーケティングに特化した「ferret One」というサービスを提供しています。

こちらのferret Oneですが、中小企業を中心に200社以上の導入実績があります。もし現状、満足いくホームページ集客が出来ていないという場合は、ぜひお気軽にご相談ください。ご相談はいつでも無料で承っております。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど  
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや  
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や  
価格について聞いてみたい

無料相談のお申し込み

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。