

各 位

2020年3月6日
株式会社インプレス**「5G」により注目が高まるスマホ動画で成果を上げる！
『動画広告“打ち手”大全』を3月6日に発売**

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亨）は、YouTube、Instagram、Facebook、Twitterにおける動画広告のプランニングや制作・運用ノウハウの解説書『動画広告“打ち手”大全 ネット広告の新時代を勝ち抜く施策設計 最強の戦略74（できるMarketing Bible）』を2020年3月6日（金）に発売します。

**■ネット広告はもう、動画を避けて通れない！ 先駆者のノウハウを凝縮**

YouTubeなどの動画共有サービス、Instagram、Facebook、TwitterといったSNSをはじめ、ネットのさまざまなメディアにおいて、動画は身近な存在として定着しています。2020年にサービス開始が予定される新世代の移動通信システム「5G」により、動画はさらに定着し、広告の手段としても避けては通れないものになると見込まれます。

しかし、動画広告は、静止画のネット広告と勝手が違う部分が多くあります。気にはなっていないでも取り組む機会を持てずにいたり、実施しても思うような成果を上げられずにいたりする企業も少なくないでしょう。

本書では、動画広告と動画コンテンツにいち早く取り組み、経験を積んできた著者が、動画広告で成果を出すための施策の設計方法から制作工程の進め方、改善の考え方まで、運用の全体にわたるノウハウを、実践的な74の“打ち手”として提供します。

■動画広告は「設計」が肝。ネット広告経験者による舵取りが鍵に

ひとくちに動画広告と言っても内容や予算規模はさまざまです。本書では静止画によるネット広告施策の経験がある運用担当者が中心となって、動画制作は外注し、既存の施策で制作したランディングページの素材などをもとに動画広告を始めるといふ、初めての施策として取り組みやすい状況を主に想定し、解説を進めていきます。このような施策では、予算を抑えつつ、従来の広告の経験も生かしながら、改善を繰り返して成果を上げていくことが可能になります。

動画の制作には費用も工数もかかるため、動画広告施策では、制作を開始する前の「設計」を十分に行うことが肝になります。設計の手順に加え、施策を評価する指標や広告配信先のメディアなど、設計のために必要な知識についても、本書で理解を深めることができます。

8

評価の指標は メインとサブで

ビジネス成果と視聴傾向や反応の両面で評価する

広告を評価する指標を、目的にあわせて設定します。動画広告では目的の達成を見る「メイン指標」と、動画の視聴率や反応の傾向を見る「サブ指標」で多面的な評価を行っています。

5つの目的と指標の設定例を覚える

動画広告施策の目的を設定したら、施策を評価するための指標も設定します。指標は施策の目的に応じて変わり、目的によっては、数値化して評価できない部分もあります。それでも、関係者間で話し合うことを含めて成果を判断し、改善や次の施策につなげていくことが大切です。ここでは、下図に示す代表的な施策の目的5つと、対応した指標の設定例を覚えてください(※8-1)。

動画広告の代表的な目的(※8-1)

※1 コンバージョン
「CV」とも称される。商品の購買やサービスの会員登録など、マーケティング施策や広告で目指す改善のこと。

※2 態度変容
広告などとの接触によって、ブランドや商品に対する態度が変化すること。

※3 認知
ほかのものよりも好むこと。ここでは観る商品の中から自社商品に好意を持ってもらうこと。

※4 ランディングページ (LP)
広告からリンクして、最初にアクセスするWebページ。商品の詳しい紹介や、購入の案内などを行う。「Landing Page」の略で「LP」とも。

動画広告施策における設計の考え方や制作の進め方を、図解を交えてわかりやすく解説します。

◇このような人におすすめです

- ・動画広告にこれから取り組みたいマーケターや広告運用担当者、広告代理店の担当者
- ・動画広告に取り組んだ経験があり、より大きな成果を上げたいと考えている人
- ・動画広告施策の全体像を理解したいマーケティングや広告の責任者
- ・動画広告の運用面でのノウハウを身に付けたい動画制作者

◇本書に収録している“打ち手”の例

- ・動画広告施策は「設計」で決まる ～動画の制作は急がず、言語化と合意形成を入念に
- ・覚えておくべき3種の制作技法 ～制作技法ごとの得意な表現や費用感を理解する
- ・YouTubeでは4種の広告を使い分ける ～施策の目的にあった入札戦略の広告を選ぶ
- ・SNSの配信先は相性を考慮して選ぶ ～受け入れられる動画やターゲティングの違いを把握する
- ・フリークエンシーキャップでブランド毀損を防ぐ ～表示と視聴で上限を設定して適切な頻度を目指す
- ・初回の絵コンテは運用者が作る ～表現したい内容をまとめ制作者にボタンタッチする
- ・さらなる拡大にはOOH広告 ～交通機関や店舗などにも動画広告を展開する

■目次

Chapter 1	準備	動画と広告の常識を更新せよ
Chapter 2	施策の基礎設計	共有可能な言葉で方向性を定める
Chapter 3	広告配信設計	手段の理解と選択が成功の鍵に
Chapter 4	企画と制作	迷わず完成に導く「型」を知る
Chapter 5	拡大	動画が変えるコミュニケーション

■書籍情報



動画広告“打ち手”大全 ネット広告の新時代を勝ち抜く施策設計 最強の戦略74 (できるMarketing Bible)

著者：鈴木雄翔・高橋俊輔

定価：本体2,500円＋税

電子版価格：2,500円＋税 ※インプレス直販参考価格

発売日：2020年3月6日（金）

判型：A5変型

ページ数：288ページ

ISBN：978-4-295-00804-0

- ◇Amazonの書籍情報ページ：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295008044/>
- ◇インプレスの書籍情報ページ：<https://book.impress.co.jp/books/1119101027>
- ◇書影（高解像度）ダウンロード：<https://dekiru.net/press/500804.jpg>

■著者プロフィール



鈴木 雄翔（すずき ゆうか）

株式会社Viibar マネージャー 広告プランナー

運用型広告を軸にデジタルマーケティングの設計やオペレーションに従事。前職のアナグラム株式会社では多様なビジネスの課題解決や成果追求を行う。動画によるコミュニケーションや広告クリエイティブの可能性を突き詰めるべく、2017年7月にViibarへジョイン。2018年より広告運用組織の長として、動画を活用した広告施策のプランニングやディレクションを行う。



高橋 俊輔（たかはし しゅんすけ）

株式会社Viibar COO 動画プロデューサー

新卒でNHKに入局後、ディレクターとして番組制作に従事。報道番組やドキュメンタリー番組の制作を経て、SNSとテレビを融合させた番組開発を推進。2014年4月にViibarへジョイン。動画制作や動画メディアなどネット動画に関する事業の立ち上げを担当。2018年より動画事業の全体責任者として、事業開発・運営を行っている。

株式会社Viibar（ビーバー）

「動画の地平をひらき、世の中をポジティブに。」をミッションに掲げ、「動画サービス」並びに「動画SaaS」を展開し、技術と新しい仕組みで企業と個人の動画活用を支援している。

<https://viibar.com/>

■「できるMarketing Bible」シリーズについて

「できるMarketing Bible」シリーズは、マーケティングや販促・営業・広報などの業務に携わるプロフェッショナルのために、最前線で活躍する著者のノウハウをまとめた解説書です。どのような場面でも本書を開けば“打ち手”となる施策や手法が見つかり、実務に活用できます。これまでに以下の3冊を発売しており、本書『動画広告“打ち手”大全』は同シリーズの第4弾となります。

ネット広告運用“打ち手”大全：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295003204/>

リードビジネス“打ち手”大全：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295003190/>

Amazon広告“打ち手”大全：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295005622/>

以上

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,500 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：唐島夏生、証券コード：東証1部 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「旅・鉄道」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

TEL：03-6837-5034 E-mail：pr-info@impress.co.jp URL：<https://www.impress.co.jp/>