



有限会社ポップアート
取締役社長 津野 将志
<https://popart-2nd.com/>



Contents

You Tube広告フロー

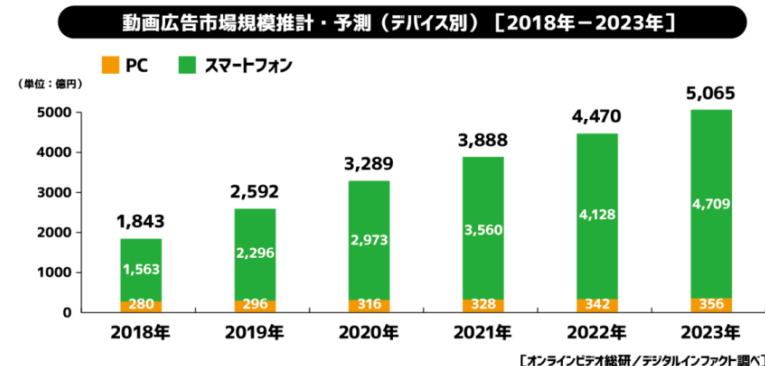
・YouTube広告とは	・・・1P
・YouTube広告の種類	・・・2P
・YouTubeインストリーム広告のメリット	・・・3P
・YouTubeインストリーム広告アンケート	・・・4P
・YouTubeターゲティング可能な項目	・・・5P
・YouTubeインストリーム広告のメリットまとめ	・・・6P

動画広告と言えば、YouTube 動画の最初に出てくる5秒の短い広告を思い浮かべる人が多いのではないのでしょうか。YouTubeは他の動画プラットフォームに比べ、ユーザー数が格段に多く利用者層も幅広いため、安価で動画広告を配信するのであればYouTube広告を一番におすすめします。

動画広告市場とYouTube 利用者数率の増加

近年、右肩上がりの動画広告市場。YouTube や TikTok といったプラットフォームの伸びもありますが、広告配信面の増加や広告フォーマットの種類も増え、動画広告のクリエイティブ作成のハードルが下がったことも要因としてあります。

左記は、2019年12月にサイバーエージェントが発表した、動画広告の市場調査のデータです。2018年の過去のデータから2023年にかけて予想データもあり、今後も伸びてくる市場であると捉えられます。



YouTube認知度・利用率(年代・男女ごと)

表1.スマホ・ケータイ所有者のYouTube認知率・利用率調査

[調査対象：全国・15～79歳男女・単一回答]

	認知率	利用率			
男女全体	96.2	64.0			
男性	認知率	利用率	女性	認知率	利用率
男性10代	97.9	77.5	女性10代	100.0	78.8
男性20代	97.4	79.0	女性20代	99.3	82.1
男性30代	97.2	78.5	女性30代	98.0	72.1
男性40代	97.8	75.3	女性40代	98.8	62.5
男性50代	97.8	64.6	女性50代	97.7	53.2
男性60代	96.6	57.3	女性60代	93.2	48.0
男性70代	88.7	45.1	女性70代	88.5	40.3
男性全体	96.3	67.7	女性全体	96.2	60.3

YouTube利用率(都道府県単位)

表2.都道府県別スマホ・ケータイ所有者のYouTube利用率調査

[調査対象：全国・15～79歳男女・単一回答]

	利用率		利用率		利用率		利用率		利用率
北海道	62.5	埼玉県	64.3	岐阜県	62.0	鳥取県	52.3	佐賀県	73.2
青森県	51.4	千葉県	62.7	静岡県	66.7	島根県	56.0	長崎県	59.2
岩手県	65.8	東京都	65.6	愛知県	65.3	岡山県	55.4	熊本県	67.0
宮城県	61.5	神奈川県	67.4	三重県	59.2	広島県	61.5	大分県	58.9
秋田県	72.1	新潟県	63.7	滋賀県	67.9	山口県	66.2	宮崎県	60.3
山形県	60.8	富山県	52.9	京都府	68.5	徳島県	70.4	鹿児島県	54.1
福島県	70.3	石川県	62.2	大阪府	64.5	香川県	63.9	沖縄県	68.4
茨城県	68.5	福井県	69.6	兵庫県	63.6	愛媛県	51.9		
栃木県	64.5	山梨県	65.6	奈良県	65.4	高知県	64.4		
群馬県	57.4	長野県	57.3	和歌山県	72.1	福岡県	67.6		

YouTube 広告

動画対応の全7種で配信

TrueViewインストリーム広告

①スキップ可能②スキップ不可



動画の再生前後や途中に流れる広告です。
①は5秒でスキップすることができます。
②15秒間は必ず再生される広告です
①課金方式:CPV (動画が1回再生されるごとに課金)

③TrueViewアクション広告



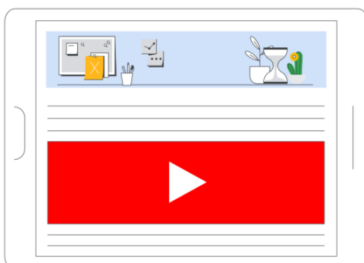
動画の再生前後や途中に再生されます。
、ユーザーの行動を促す「Call To Action」ボタンが動画に重なる形で置かれており、「詳しくはこちら」などのボタンが表示されており、ユーザーの行動促進に向いています。
課金方式:CPA (Cost Per Acquisition / 設定したコンバージョンが達成されるごとに課金)

④TrueViewディスカバリー広告



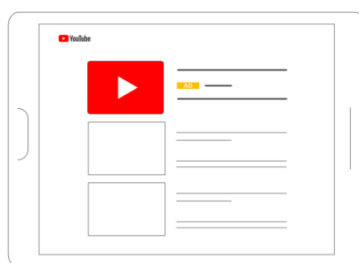
YouTubeの検索結果や関連動画、モバイル版YouTubeのトップページに表示される広告です。
動画のサムネイル (動画の表紙となる静止画) をクリックすることで、広告が再生されます。
「広告」と書かれた黄色いマークが目印です。
課金形式:CPC (Cost Per Click / クリックされるごとに課金)

⑤バンパー広告(6秒)



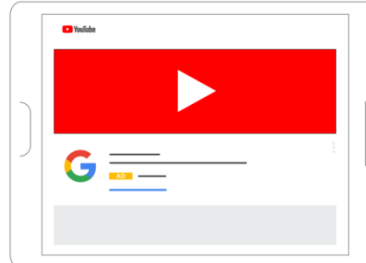
動画の前後や途中に再生される6秒のスキップできない広告。スキップできないため、ユーザーに最後まで動画を見てもらえます。
課金方式:CPM (Cost Per Mille / 広告が1,000回表示されるごとに課金)

⑥アウトストリーム広告



YouTubeではなく、Google広告と連携しているサイトやアプリなどに配信されるモバイル専用の広告です。YouTubeを利用しないユーザーにも動画広告を見せることができ、認知度向上に役立ちます。アウトストリーム広告は、ミュートの状態で表示されるため、音声が無くてユーザーに興味を持ってもう工夫が必要です。課金方式:vCPM (viewable Cost Per Mille / 広告面積の50%が2秒以上1,000回表示されるごとに課金されます)

⑦マストヘッド広告



YouTubeホーム画面上部に表示される広告です。ユーザーの視界に入りやすく、認知向上に高い効果。通常の広告設定はできず、Googleの営業担当者を通じての予約制でのみ利用できます。固定の日別単価制、もしくは広告が見られた回数に応じて課金されます。

事業の動画を
You Tubeで効果的に活用！



今回はTrueView
インストリーム広告①
スキップ可能な広告を
ご提案させていただきます。

■メリット
5秒からスキップ可能
5-14秒までにスキップした
場合費用はかからない
15秒再生されて初めて費用発生

1. 良心的な料金システム

→ 15秒間視聴した場合課金、15秒未満の動画であれば最後まで視聴した場合課金

2. 関心のあるユーザーのみをターゲット

→ 5秒後にユーザーは広告をスキップ可能。見たいと思った関心を持ったユーザーのみをターゲット。

3. 特定のターゲットセグメントだけにリーチ



特定のターゲットセグメントだけにリーチ

年齢/性別/興味関心/地域のターゲットが可能のため、TV 離れの激しい 20 代 をターゲットすることも可能

4. リマーケティングでユーザーに再アプローチ

リマーケティングを活用することで、動画を視聴したユーザーリストの作成が可能。興味・関心のあるユーザーに再アプローチ。



動画広告

- TrueView インストリーム動画広告
リマーケティング対象: 課金が発生したユーザー
- TrueView インサーチ/インディスプレイ/インスレート
リマーケティング対象: 動画を再生したユーザー

※いずれも動画広告向けAdWordsで設定可能

通常動画

- 特定の動画を視聴したユーザー
- チャンネル内のいずれかの動画を共有したユーザー
- チャンネル内の特定の動画を共有したユーザー など

※いずれも動画広告向けAdWordsで設定可能

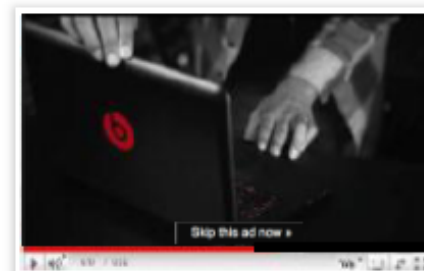
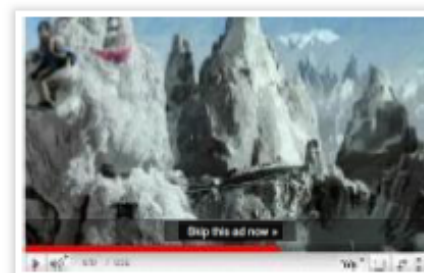
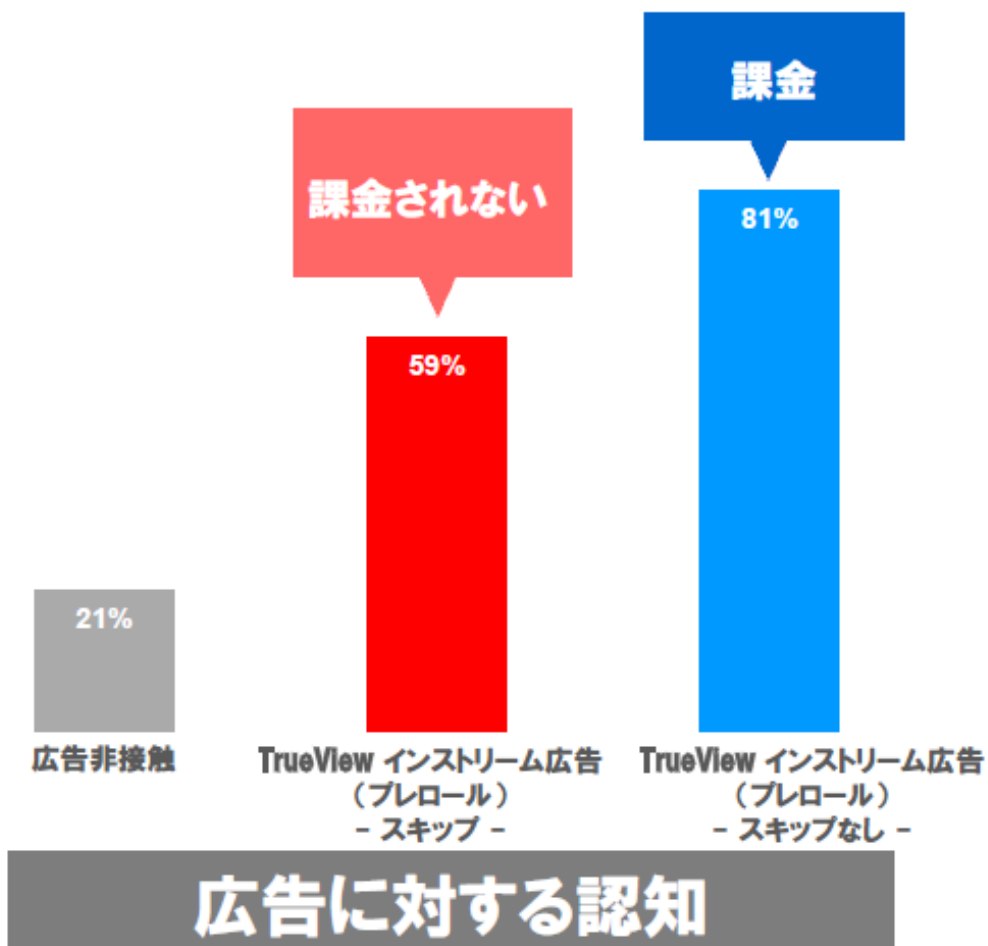
チャンネル

- チャンネルを訪れたユーザー
- チャンネル登録したユーザー
- 登録解除したユーザー

※いずれも動画広告向けAdWordsで設定可能

YouTubeでの
リマーケティング

TrueView インストリーム動画広告は スキップをしたユーザーに対してもインパクトがある



YouTubeターゲティング可能な項目



概要	動画の冒頭に表示。5秒でスキップするか、ユーザーが選択
機能	関連すると思われる動画に表示される（設定可能）
課金方法	30秒以上の視聴で課金（30秒未満の場合は最後まで視聴した場合）

■年齢・性別

YouTubeアカウントに登録されている年齢区分や性別をもとに、セグメントを絞って配信できるので、商品やサービスのターゲット層にだけ配信できます。

- ・年齢:18-24 25-34 35-44 45-54 55-64 65- 不明
- ・性別:男性 女性 不明

■地域

都道府県や市区町村、指定地点からの半径指定など、地域を絞って配信ができるので、実店舗や提供地域が限られているサービスでも無駄なく配信可能です。

- ・国 / 都道府県 / 市区町村 / 半径指定

■ジャンル(トピック・インタレスト)

YouTubeユーザーの興味関心や、掲載されている動画のジャンルやカテゴリを絞って配信することができるので、自社サービスに興味がありそうなユーザーに絞って配信することが可能です。

- ・トピック

選択したカテゴリに関連性の高い動画再生ページに広告を掲載することができます。

- ・インタレスト

ユーザーのサイト閲覧履歴などからユーザーの興味を分析し、選択したカテゴリに興味を持つユーザーに対して広告を掲載することができます。

■キーワード

YouTube内での検索ワードに連動して広告配信が可能なので、自社サービスに関連性のあるキーワードに対して出稿することが可能です。

■視聴端末(PC/モバイル/タブレット)

視聴端末やOS毎に配信を絞ることが可能です。自社サービスと親和性の高いユーザーが視聴するであろう端末や環境に限定して配信することができます。

- ・OS(android / BlackBerry / iOS / webOS / Windows Phone)、
- 端末のモデル(メーカー単位 および 主要機種単位)、
- 携帯通信会社(au / Docomo / Softbank)

■その他

上記のターゲティングの他にも、曜日や時間帯、視聴回数、対象言語など、色々な項目でターゲティングや絞り込みが可能です。

動画広告のメリット

適切なターゲット、絶妙なタイミングで御社の魅力をアピール

POINT.1

ユーザーが視聴した場合にのみ料金が発生

動画広告は、ユーザーが広告を視聴した場合にのみ料金が発生するため、広告主様のビジネスに興味がないユーザーへの宣伝でコストを無駄にすることはありません。



- ・広告が5秒間表示された後、動画コンテンツに進むか広告の続きを見るかを選択できます。
- ・料金は広告が15秒間再生された場合のみ、15秒未満の広告は最後まで再生された場合にのみ発生します。

POINT.2

理想的なユーザーにアプローチ

ユーザーが誰であるか、どこに住んでいるか、何に興味があるかなどに基づき、ターゲットを絞り込むことができます。たとえば、東京都在住の18〜34歳の男性や、旅行に興味がある女性を対象にするなどです。

POINT.3

さまざまな端末に表示

出先でスマートフォンやタブレット、またはパソコンを利用しているユーザーにも、動画広告を通じてアプローチできます。YouTube動画の25%は、携帯端末で再生されています。



POINT.4

成果を確認

YouTube が無料で提供しているアナリティクス ツールを通じ、どのようなユーザーが広告を視聴しているか、広告に対してどのような操作を行っているかを把握できます。



POINT.5

ファンを増やす

広告を通じて動画の共有やチャンネル登録者を増やすことができ、お客様と交流する機会が生まれます。

