

EC売上UPの虎の巻

Meta広告

広告クリエイティブについて

Meta広告のクリエイティブの種類

Meta広告は主に4つのクリエイティブのフォーマットがあります。目的や配置によって使い分けて活用しましょう。

シングル画像広告

- 魅力的なビジュアルを持つ画像で、リンク先のウェブサイトなどに誘導します。

動画広告

- 動きと音声で注目を集められるのが動画です。短い動画の中で商品の特長を強調して紹介したり、画像よりも情報量を多く与えることができます。

カルーセル広告

- ひとつの広告で最大10枚の画像や動画を表示します。それぞれに別のリンクを設定できます。

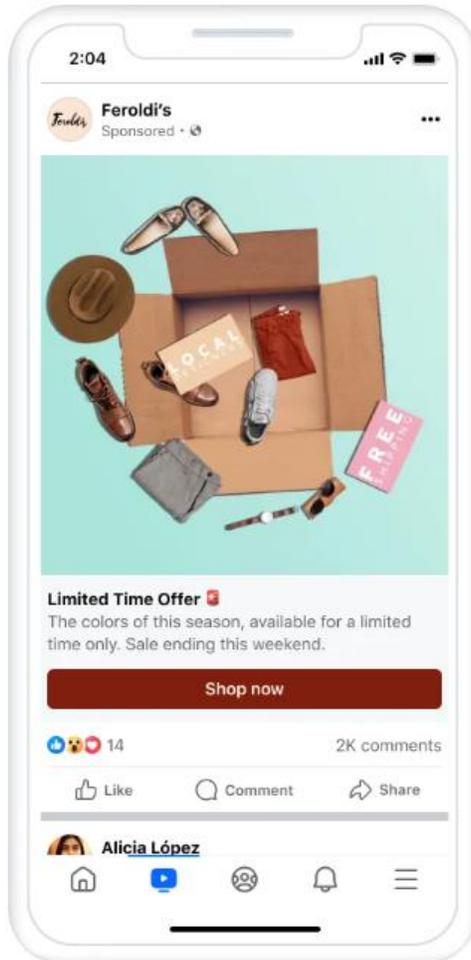
コレクション広告

- 広告を見る人に合わせて商品カタログのアイテム画像を使用しサイトに誘導します。

シングル画像

最もシンプルなクリエイティブです。主な目的は、ブランドやサービスへの関心を高める・商品の認知度を高める・メッセージをシンプルに伝えることです。

シングル画像広告例



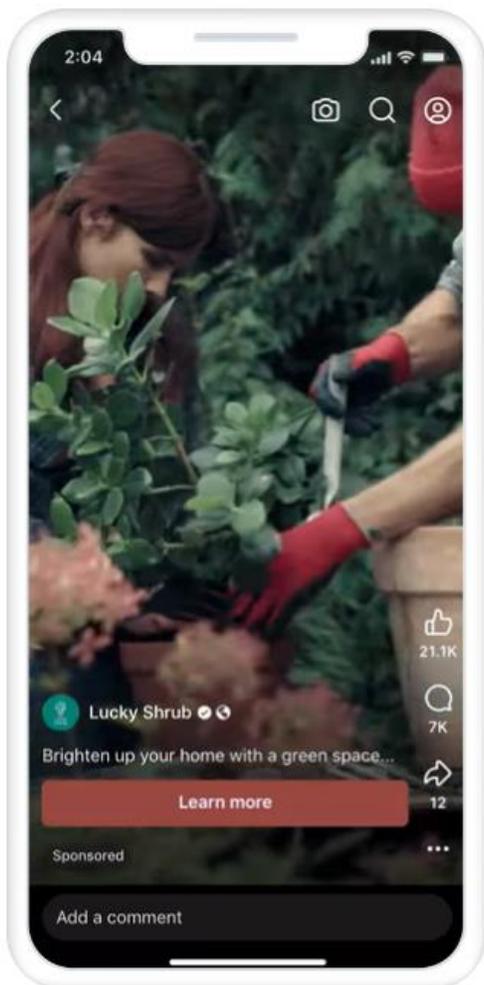
概要

- 画像広告は、Facebook、Messenger、Instagram、Audience Networkといった複数の配置に表示されます。配置とフッターの有無に応じて複数のアスペクト比に対応しています。
- 各配置に応じて、推奨されているアスペクト比を使用しましょう。
- できる限り解像度が高い画像を使用しましょう。
- 画像内でテキストが占める割合は20%以下にしておくと、審査落ちなどのリスクを免れやすくなるでしょう。

動画

動画を使って製品、サービス、ブランドを紹介できます。主な目的は、製品、サービス、ブランドを新しい方法で紹介する・関心を一瞬で引きつける・1つに絞ったメッセージを伝えることです。

動画広告例



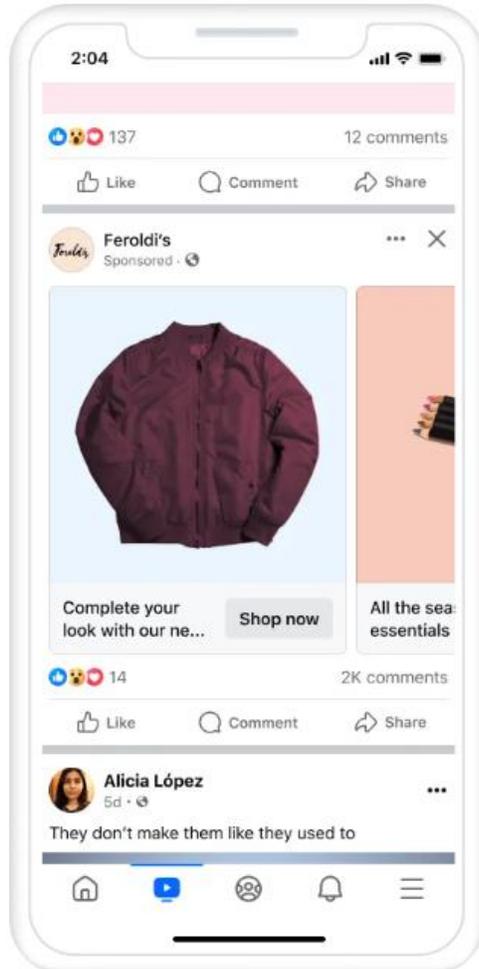
概要

- シングル画像広告と同じく、複数の配置に表示されます。配置とフッターの有無に応じて複数のアスペクト比に対応しています。
- 冒頭の3秒で、どんな方法でもよいのでひきつけましょう。あっと驚くようなメッセージを持ってきたり、逆にじらしたりすることで動画を最後まで見てもらいましょう。
- 15秒以内にするると最後まで視聴される可能性が高くなります。機械学習上は有利に働きますが、短い動画が必ず長い動画より良いパフォーマンスをすることは限りません。
- 無音で閲覧しているユーザーも多いので、無音でも楽しめるコンテンツにしましょう。

カルーセル

複数の画像を使用して、様々な商品を紹介したり、1つの商品の複数の側面を紹介できるのがカルーセル広告です。

カルーセル広告例



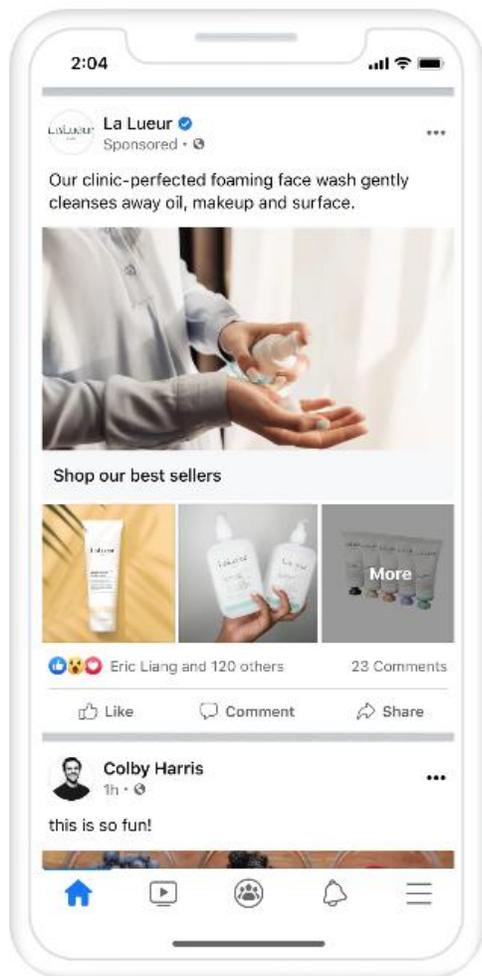
概要

- 様々な角度からユーザーに訴求できるように複数の画像を使用します。
- それぞれに違うリンクを設定することができるので、どれか一つでも興味を引くことができれば誘導に成功します。
- 1つの商品を何枚にも分けて設置することで、複数画像を横にスクロールすることを宇賀ナス効果を生みます。
- 商品の紹介⇒使用方法⇒結果のように、使用した際のイメージが湧きやすくなるような構成にすることもできます。

コレクション

コレクションでは、大きなカバー画像またはカバー動画が表示され、カタログの商品セットから取得されたいくつかの小さい商品画像が添えられます。

コレクション広告例



概要

- 使用するにはカタログのセットアップが完了している必要があります。
- フィードでコレクション広告のカバー画像(または動画)をタップすると、フルスクリーンのインスタントエクスペリエンス(プラットフォーム上の簡易LPの役割)が表示され、そこから商品詳細に移動できます。
- 商品画像をタップした場合は、商品詳細ページに直接移動します。
- ただし、広告の配置によって動作が異なることがあります。

広告ガイドの活用

どの配置に対して、どのフォーマットが適しているのかわからなくなることがあると思います。広告ガイドを利用すれば、各配置でのプレビュー、要件と推奨事項を常に確認できます。

広告ガイド表示例

画像

Facebookフィード



フィードは、Facebookホームページの中央に表示される近況アップデート、写真、動画などのリストのことで、内容は常に更新されます。フィードには、友達、ページ、グループ、および広告主からの最新情報と投稿が表示されます。

フィードで画像フォーマットを使用して、商品やサービス、ブランドを新しい方法で紹介できます。見る人の注意を瞬時に引きつけるために、動きや音声を使って商品ならではの特徴やブランドストーリーを伝えましょう。

以下の各推奨事項について、詳しくは①をご覧ください。

デザインの推奨事項

- ファイルタイプ: JPGまたはPNG^①
- アスペクト比: 1.91:1~1:1^①
- 解像度: 1,080 x 1,080ピクセル以上^①

テキストの推奨事項

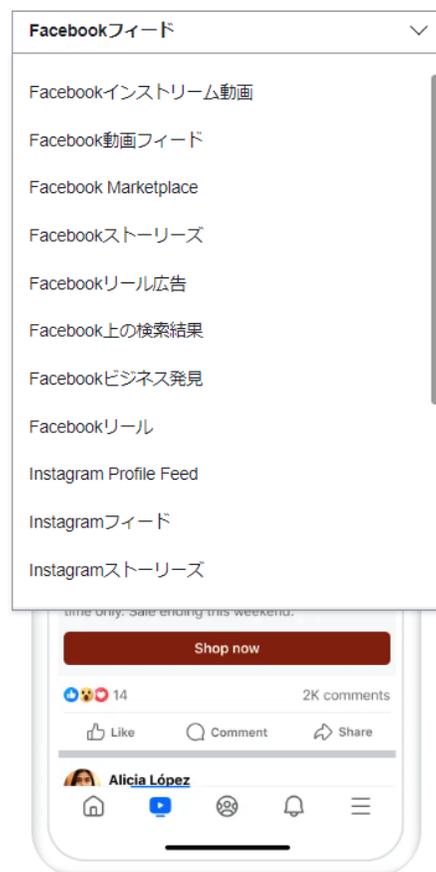
- メインテキスト: 80文字以内^①
- 見出し: 27文字以内^①

技術要件

- 最大ファイルサイズ: 30MB
- 最小幅: 600ピクセル

配置を選択する

配置を選択して、利用可能な目的を確認します。



概要

- <https://www.facebook.com/business/ads-guide/update> で確認できます。
- どのキャンペーンの目的で、どの広告フォーマットが利用できるか、どのサイズで作成すればよいのかなど、広告の要件に必要な要素のほとんどすべての項目を把握できます。

広告ライブラリの活用

どんなクリエイティブを作ろう？競合など他の企業はどんな広告を出しているんだろう？それを確認できるのが広告ライブラリです。

広告ライブラリ

広告ライブラリ

Metaテクノロジーで現在掲載されているすべての広告を検索できるほか、以下も検索できます：

- 過去7年間に掲載された社会問題、選挙または政治に関連する広告
- 過去1年間にEU内のいずれかの地域で掲載された広告

広告を見つけるには、キーワードまたは広告主を検索します。

[新機能を見る](#)



広告を検索

検索を開始するには、地域を設定して広告カテゴリを選択してください。検索のアドバイスを見る

日本 ▼ [すべての広告] [キーワードまたは広告主で検索]

日本 ▼ [すべての広告] [ZOOTOWN] [保存済みの検索]

ZOOTOWN

広告主ページ情報

検索結果: 約28件

キーワード [ZOOTOWN] [フィルター] [検索を保存]

広告ID	広告主	広告内容	広告ID	広告主	広告内容
2133722869440	ZOOTOWN	緑色のイヤホン	820964897235	ZOOTOWN	赤色のイヤホン
116320591381637	ZOOTOWN	サンダル	116320591381637	ZOOTOWN	サンダル
116320591381637	ZOOTOWN	サンダル	116320591381637	ZOOTOWN	サンダル
138347217568917	ZOOTOWN	赤色のイヤホン	138347217568917	ZOOTOWN	赤色のイヤホン

概要

- FacebookページやInstagramアカウント、キーワードで検索し、他者の公開されている広告を確認することができます。
- アカウント停止になった広告は、配信した履歴があっても閲覧することができません。
- クリエイティブとメインテキストなど、広告の表面の情報を閲覧できますが、予算や、キャンペーン目的などの詳細は閲覧できません。
- あくまで競合調査と、ユーザーとしてこの広告を見たとき自分ならこう感じるということ、自社の広告作成に活かしましょう。

お問い合わせ

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00~18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求

https://proteinum.co.jp/contact_zoho_hp/

ご支援実績（導入事例）

<https://proteinum.co.jp/works/>