

# 4大SNS広告の概要



／ PrimeNumbers

# 目次

|            |       |    |
|------------|-------|----|
| X(Twitter) | ..... | 3  |
| Meta       | ..... | 7  |
| LINE       | ..... | 14 |
| TikTok     | ..... | 19 |



# 1. X(Twitter)



/. Prime Numbers



— プライムナンバーズ株式会社 —

# X廣告

## 運用代行サービス概要

## Prime Numbers

## X (Twitter) とは

その情報発信の気軽さから「今なにをしているか」「今なにが起きているか」を投稿するユーザーが多く、テレビの感想や電車の遅延情報などリアルタイムの情報を取得することに優れている。

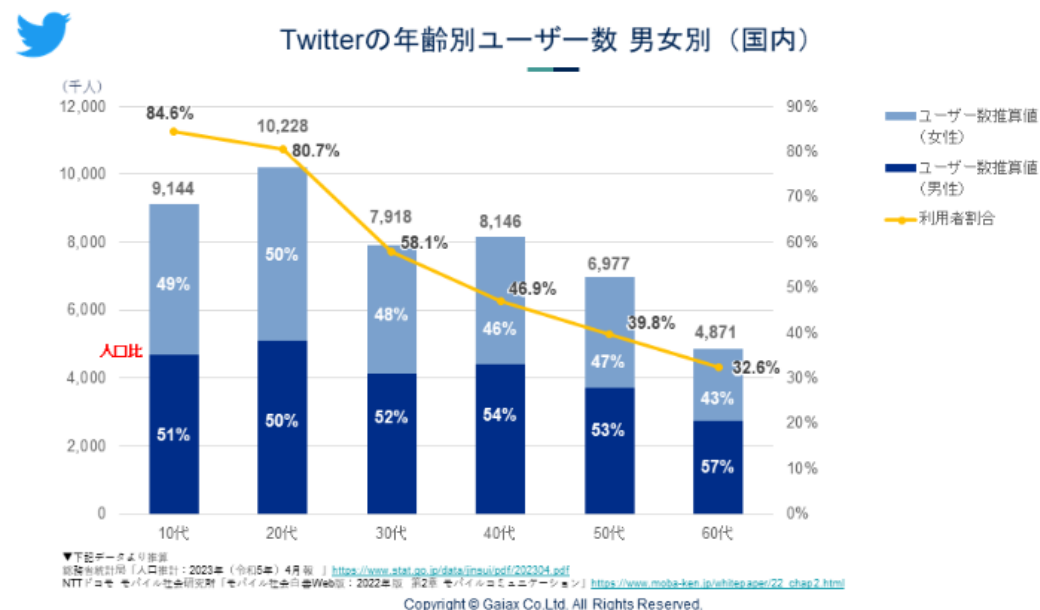
SNSの中でも特に情報の拡散力が高く一番バズりやすい(拡散されやすい)媒体。

ユーザー

国内月間アクティブユーザー総数：4,500万人（2017年10月）

年齢：10～20代が多いものの、30代以上も一定数利用している。

性別：男女比はほぼ1:1





# X(Twitter)

## 広告配信面

### ①タイムライン

自分がフォローしているアカウントのポストが表示される、ユーザーがメインで見ている場所。通常のポストの間に、投稿と同じ形式の広告を配信できる。ユーザーが目で追う導線上に広告が表示されるため、**認知獲得が期待できる**。

### ②トレンド（純広告）

今起きているニュースや、ポストでよく使用されるトレンドワードを表示している場所の1枠が広告に設定されている。**1日1社限定で配信できる枠**で、出稿するには**数百万円必要**となる。







# X(Twitter)

## X広告ならではのターゲティング

### ①キーワードターゲティング

設定したキーワードを含むポストを投稿したユーザー・検索したユーザー・設定したキーワードが含まれるポストをいいねしたユーザーをターゲティングできる。  
ニッチなキーワードも設定可能。

### ②フォロワーターゲティング

指定したアカウントをフォローしているユーザーをターゲティングできる。

競合他社のアカウントをフォローしているアカウントなどをターゲットとすることで、将来的に顧客になり得るユーザーに絞って広告を配信できる。

※同様のターゲットは他のSNS広告では設定できない。

## 広告を利用すべき場面

自社のファンを増やすためX (Twitter) アカウントのフォロワーを獲得したい、キャンペーン情報などのポストを拡散したいなど、

**サイトに遷移しなくても広告目標を達成できるケース**ではX (Twitter) を利用するとよい。

※X(Twitter)内のやり取りをすることが主な目的であるため、ポストからWebサイトに遷移することや、遷移先のWebサイトで購買行動をとることは少ない傾向にある。

## 2. Meta



/. Prime Numbers



# Facebook

サービス資料はこちら！



## Facebookとは

実名登録制であることが特徴のSNS。

利用者は自身の正確な情報を登録しておりターゲティングはその登録情報をもとに行われるため、**ターゲティングを正確に行うことができる。**

所属会社名・部署名などの情報を登録しているユーザーが多く、**ビジネス上のコミュニケーションを取るために利用している人も多い。**

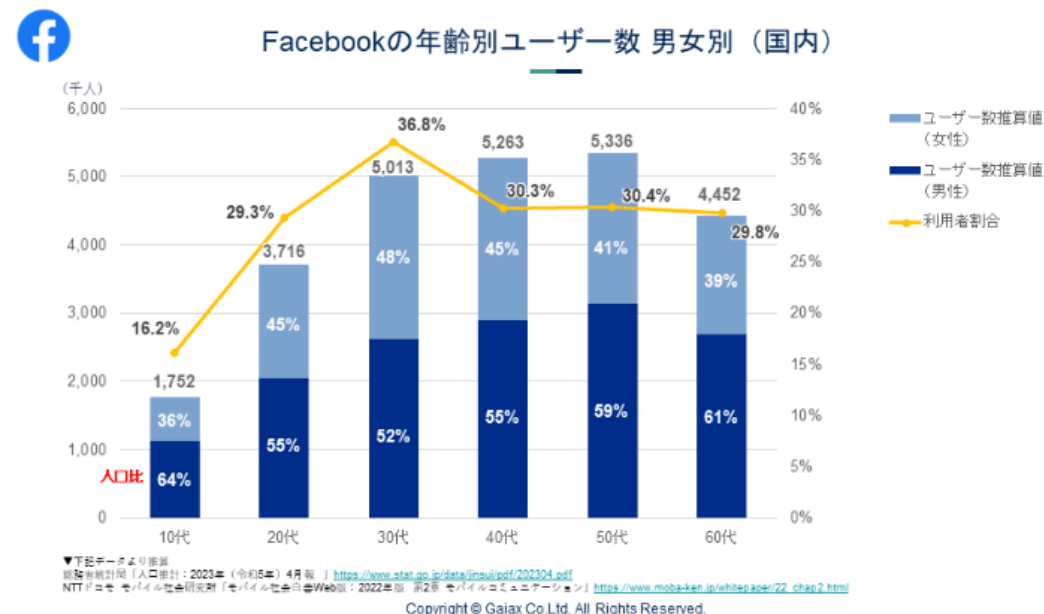
そのため**BtoB向け商材に向いている。**

## ユーザー

**国内月間アクティブユーザー総数：2,600万人（2019年7月）**

**年齢：10～20代の利用者数が少なく、30代以上がメイン。**

**性別：男女比はほぼ1:1だが、若干男性の方が多い傾向がある。**







# Instagram

サービス資料はこちら！



## Instagramとは

テキストより画像や動画を使ったコミュニケーションを重視していることが特徴のSNS。

X (Twitter) やFacebookと異なり、SNS内拡散は難しい。Instagram公式のデータによると「Instagramで広告を見るとブランドへの興味が高まると回答した利用者の割合」は50%とされており、SNSの中では**ユーザーが購買行動を起こしやすい媒体**だと言える。

InstagramはFacebookを運営しているMetaの傘下にあるサービスのため、広告のターゲットなどはFacebookと同様のシステムを利用できる。

Facebook広告のターゲティングの信頼性の高さはInstagram広告にも共通する。

## ユーザー

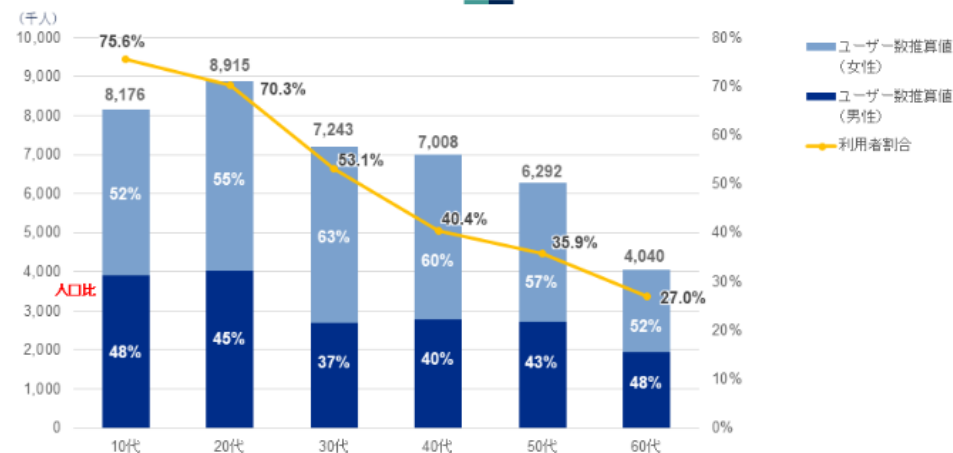
国内月間アクティブユーザー総数：3,300万人 (2019年6月)

年齢：10～20代の利用者がメインだが、30代・40代も一定数利用している。

性別：女性の方が多い傾向にある。



Instagramの年齢別ユーザー数 男女別 (国内)



▼下記データより算出  
総数推定値「人口統計：2023年（令和5年）4月 版」<https://www.stat.go.jp/data/insui/pdf/202304.pdf>  
NTTドコモ 電パイル社会研究所「電パイル社会調査Web版：2022年版 第2巻 電パイルコミュニケーション」[https://www.moba-ken.jp/whitepaper/22\\_chap2.html](https://www.moba-ken.jp/whitepaper/22_chap2.html)  
Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.



# Facebook・Instagram共通

## 広告配信面

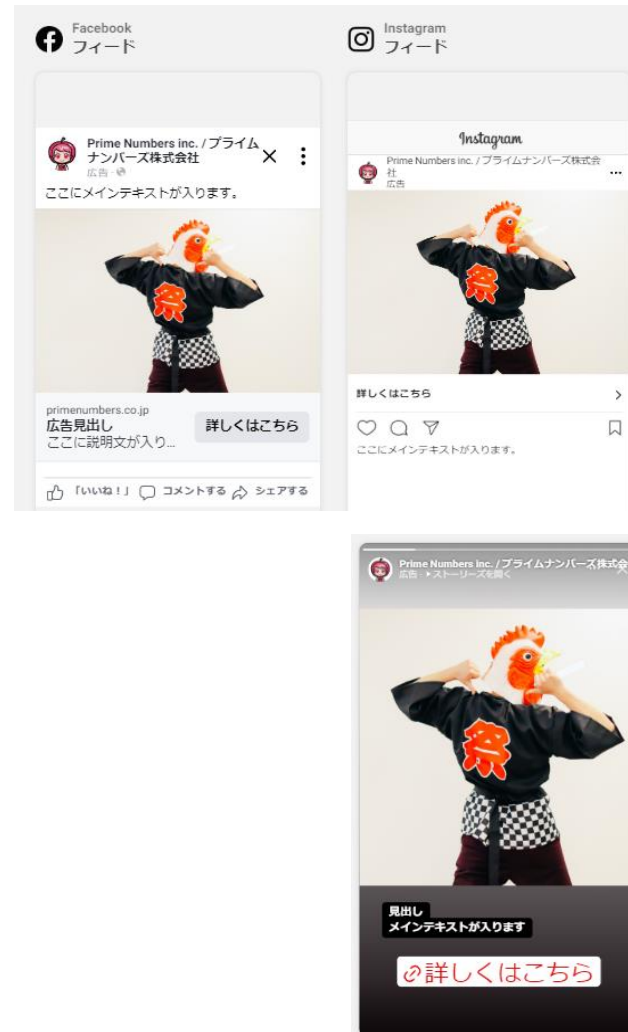
### ①フィード

Facebook・Instagramにログインして最初に表示される場所。フォローしている人の投稿が表示される。通常の投稿に混ざって広告が表示される。

### ②ストーリーズ

画像や動画を投稿できる場所。投稿した画像や動画は投稿後24時間で自動的に消える。フォローしたアカウントが投稿したストーリーズに挟まれる形で広告が表示される。  
※広告は24時間で消えることはない。

Facebook・Instagramの他にもMessengerと呼ばれるメッセージ機能にもストーリーズがあり、広告の配信面となっている。





# Facebook・Instagram共通

## 広告配信面

### ③リール

縦型の短い動画を投稿できる場所。

縦向きにスクロールすることで、次々と動画を閲覧することができる。

広告は通常の投稿の前後に混ざって配信される。

リールに投稿された動画はInstagramでは発見ホーム、Facebookではフィードにも表示される。

### ④検索結果

検索バーにキーワードを入力した際に検索結果に表示される。

### ⑤Messenger受信箱

Messengerの受信箱において、送受信したメッセージと並んで表示される広告。

ロゴ・会社名・小さな画像を表示できる。

### ⑥広告メッセージ（Messenger）

Messengerを通じて利用者にクーポンや最新情報などを直接送ることができる。

### ▼リール







# Instagramのみ

## 広告配信面

### ①発見ホーム

Facebook・Instagramの画面下部に表示される虫眼鏡マーク（🔍）から閲覧できる場所。

フォローしていないアカウントの投稿がユーザーの興味関心に合わせて表示される。

広告は**2×2のタイル**として行動を促すフレーズとともに表示される。

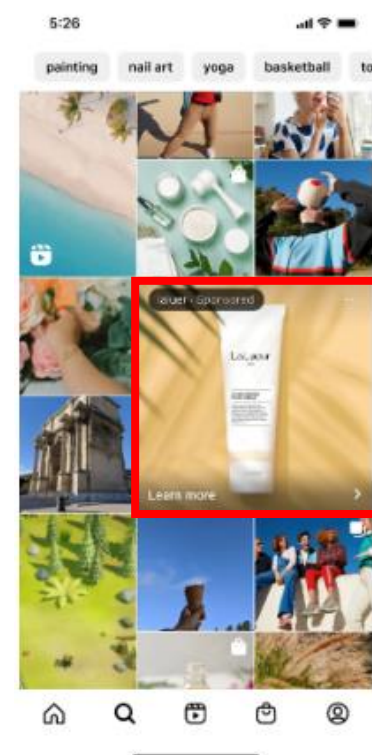
画像部分をタップするとフィードに広告が表示され、行動を促すフレーズをタップすると広告主が設定したリンク先に遷移する。

### ②発見フィード

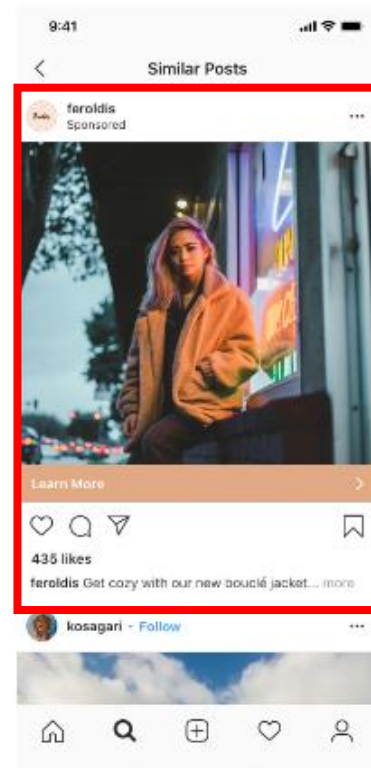
ユーザーが発見ホームから通常の投稿を開きスクロールして閲覧している際に、通常の投稿の前後に混ざって広告が配信される。

アカウント名をタップすると広告主のInstagramページに、行動を促すフレーズをタップすると広告主が設定したリンク先に遷移する。

### ▼発見ホーム



### ▼発見フィード





# Facebook・Instagram共通

## 主な広告配信ターゲット

### ①ユーザー属性

年齢、性別、地域、言語をターゲティングできる。

### ②利用者層

学歴、ライフイベント、交際、仕事、子どもがいる人、ファイナンス（米国のみ利用可能）をターゲティングできる。

### ③興味関心

スポーツ・アウトドア、テクノロジー、ビジネス・業界、フィットネス・ウェルネス、レジャー施設、家族と交友関係、買い物・ファッション、興味・アクティビティとそれぞれの小カテゴリーの中から、商材に合うものを設定可能。

### ④行動

旅行、消費者の分類、購入行動、記念日、海外駐在者、モバイルデバイスユーザー、デバイスの使用時間、デジタルアクティビティ、サッカーとそれぞれの小カテゴリーの中から、商材に合うものを設定可能。

### ⑤カスタムオーディエンス

ウェブサイトを訪れたことがある人など、すでに自社サービスと何らかのやりとりをしたことがある人をターゲティング可能。

## 広告を利用すべき場面

**Facebook**：ビジネスのコミュニケーションに使われることもあるため、**BtoB向けの商材で認知の獲得・申し込みや購入などの獲得を増やしたい場合**に適している。

**Instagram**：若年層がメインユーザーであり購買行動を起こしやすいSNSであるため、**若年層に向けた商品購入促進を目的とする場合**に適している。

# 3. LINE



/. Prime Numbers





# LINE

サービス資料はこちら！



## LINEとは

チャット形式で気軽にメッセージや画像・動画などをやりとりできるSNS。日本国内では最大のユーザー数を持っており、2023年3月時点で9,500万人の利用者がいる。他のSNSは利用していなくてもLINEは利用しているというユーザーも多い。

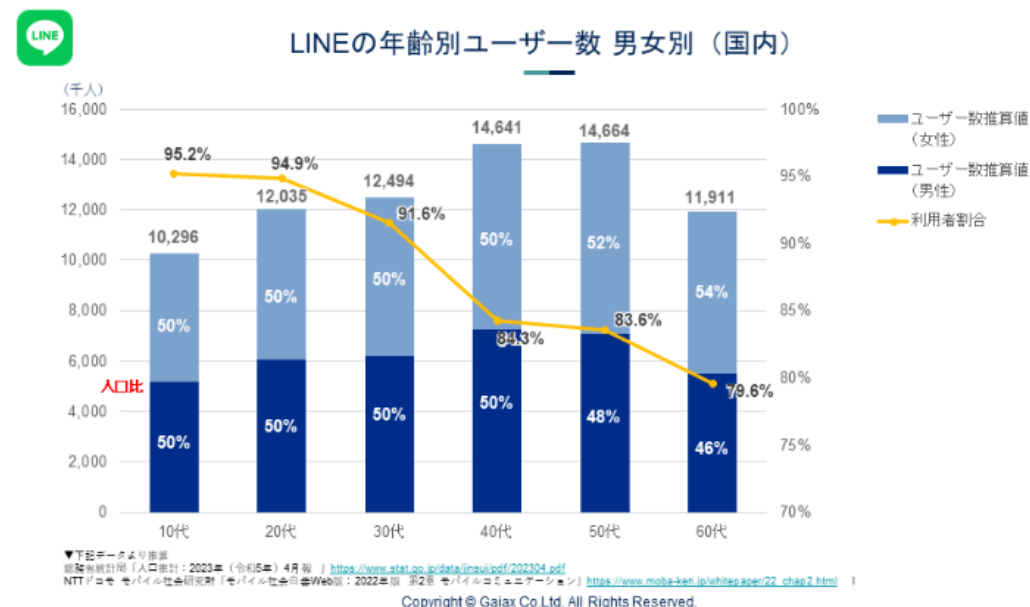
メールや電話に代わる主な連絡手段として用いられており、**生活インフラと化している。**

## ユーザー

国内月間アクティブユーザー総数：9,500万人（2023年3月）

年齢：全世代で利用率が高く、30代では90%に達している。

性別：男女比はほぼ1:1





# LINE

## 広告配信面

配信面は自由に選択可能。

### ①トークリスト

メッセージをやり取りしているアカウントの一覧の上部に表示される。

ユーザーが最も閲覧する機能のため、多くのユーザーにリーチすることができる。

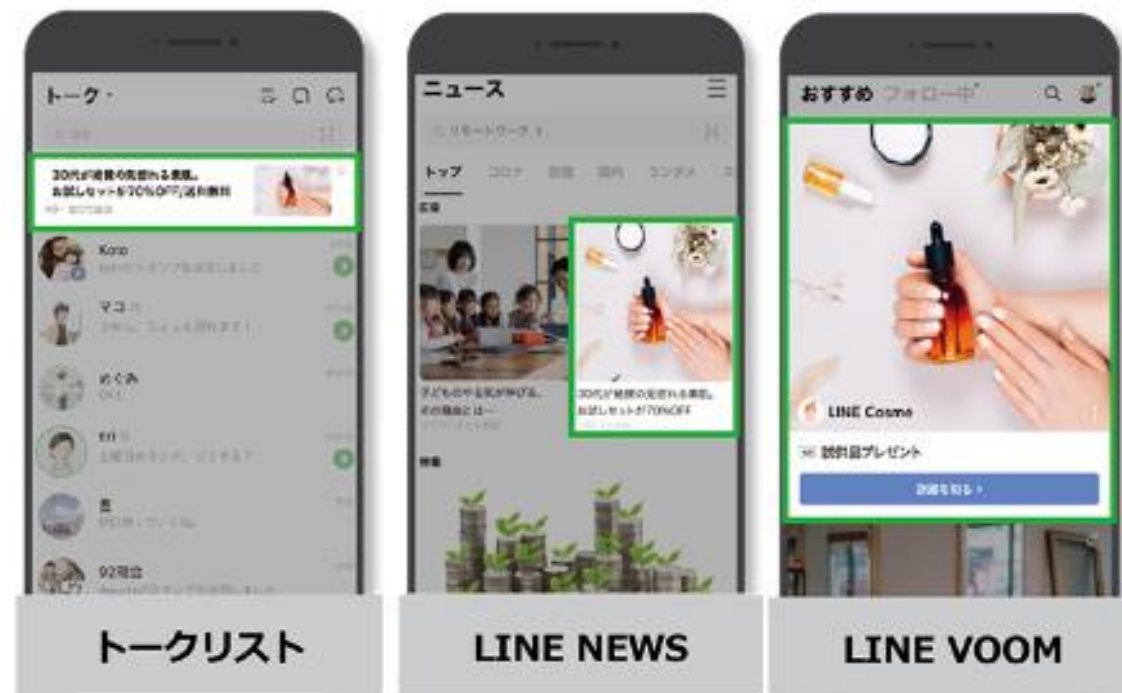
### ②LINE NEWS

アプリ内でニュース記事を閲覧できるコンテンツ。画面下部の「ニュース」ボタンから閲覧できる。ニュース記事の間の広告枠に広告を配信できる。

### ③LINE VOOM

主にショート動画などのコンテンツを投稿・閲覧できる場所。

友だち登録しているLINEアカウントや興味関心に合わせておすすめされた動画が表示される。通常の投稿の前後に混ざって広告が表示される。





# LINE

## 広告配信面

### ④ホーム

友だちリストやグループ、ファミリーサービスなどLINE内のさまざまなサービスの入り口となる場所。

### ⑤ウォレット

LINE Payを用いて支払いや送金をしたりギフトを送ったりする際に開くページ。

### ⑥LINEショッピング

ファッションや雑貨をはじめ、スポーツ、インテリア、家電、コスメなど約1,800ショップから、LINEアプリ上で商品を購入できるショッピングサービス。

### ⑦LINEネットワーク

10,000を超えるアプリ(2022年8月時点)にリーチできるモバイルアドネットワーク。LINE広告を通じて、電子書籍、ゲーム、SNS、ニュース・天気など、さまざまなジャンルの3rd party アプリへ広告配信できる。



ホーム



ウォレット



LINEショッピング





# LINE

## 主な広告配信ターゲット

### ①ユーザー属性

年齢、性別、地域をターゲティングできる。

### ②OS

【すべて】・【iOS】・【Android】の3つから選択可能。

### ③趣味関心

「ゲーム」「旅行」「映画」「ショッピング」など24種類のカテゴリ・350個の項目から、商材に合うものを設定可能。

### ④行動

「テレビの視聴頻度」「キャリアの変更」「ゲームプレイタイプ」「購買経験」など33個の項目から商材に合うものを設定可能。

### ⑤属性

「配偶者」「子供」「携帯キャリア」「推定収入」「勤務している業種」などユーザー属性に関わる8つのカテゴリ、53項目から商材に合うものを設定可能。

### ⑥オーディエンス

広告主の保有している顧客情報などのデータや、ユーザーの実行動からオーディエンスを作成してターゲットに設定可能。

## 広告を利用すべき場面

利用者がとても多く年齢層も幅広いため、**対象をあまり絞らずWebを使って多くの方にブランドや商品の認知をしたい場合**に向いている。

# 4. TikTok



/. Prime Numbers



# TikTok

サービス資料はこちら！



## TikTokとは

モバイル向けショート動画のプラットフォームで、誰でも簡単に動画を作成・投稿、閲覧できるSNS。

縦型の動画を誰でも投稿でき、画面を上からスワイプすることでそれらの動画を次々と閲覧できる点が特徴。

## ユーザー

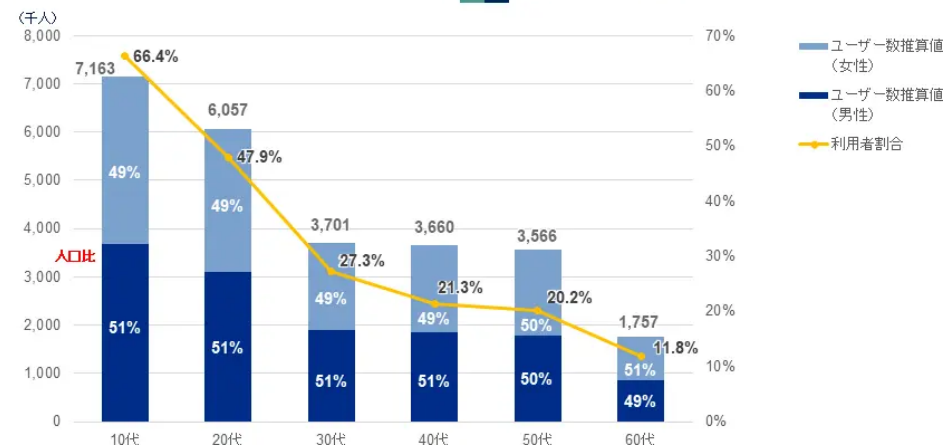
国内月間アクティブユーザー総数：2,700万人（2023年9月）

年齢：若年層の利用率がかなり高い。

性別：男女比はほぼ1:1



TikTokの年齢別ユーザー数 男女別（国内）



▼下記データより推定  
総務省統計局「人口統計：2023年（令和5年）8月報」<https://www.stat.go.jp/data/lineup/pdf/202308.pdf>  
総務省情報通信政策研究所「令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000887959.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000887959.pdf)  
Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.





# TikTok

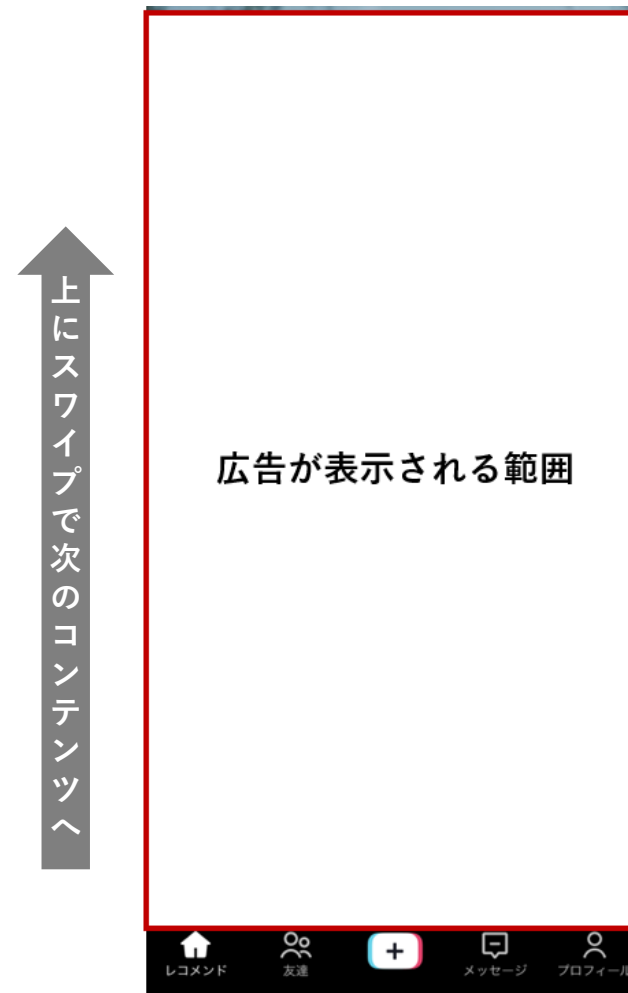
## 広告配信面

広告が配信されるのはユーザーの動画が流れるタイムラインで、他のコンテンツの間に挟まれる形で配信される。

広告動画も通常の投稿と変わらず縦型のフル画面に表示される。

また、広告も通常のコンテンツと同様画面を上をスワイプすることでスキップできる。

興味を持ったユーザーのみ視聴し、その分だけ課金される。





# TikTok

## 主な広告配信ターゲット

| ターゲティング          | 詳細                                      |
|------------------|-----------------------------------------|
| ロケーション           | 広告を配信する地域<br>国/都道府県単位で設定可能              |
| 性別               | 男/女/無制限 から選択                            |
| 年齢               | 13-17/18-24/25-34/35-44/45-54/55以上 から選択 |
| 言語               | 41ヵ国語から選択                               |
| 購買力              | 無制限/高い購買力 で選択                           |
| デバイス             | OS、システムバージョン、デバイスモデル、通信環境、キャリア等を選択      |
| 興味               | 特定のコンテンツへの興味に基づく                        |
| 動画とのインタラクション     | 過去15日間にTikTokでエンゲージした動画に基づく             |
| クリエイターとのインタラクション | TikTokでフォローまたは視聴したクリエイターに基づく            |
| ハッシュタグとのインタラクション | 過去7日間にTikTokで視聴したハッシュタグに基づく             |

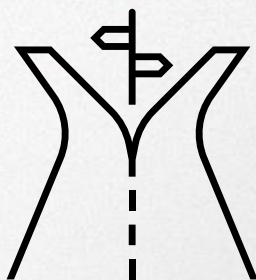
## 配信するか迷ったら お問い合わせください。

SNS広告の配信でどれだけ成果が出るのか？

少ない予算でも成果が出るのか？

気になったら弊社にお気軽にご相談ください。

配信メニューの選定やシミュレーションの作成など、  
貴社の状況に合わせたお手伝いをいたします。



SNS広告・Web広告のお悩みはプライムナンバーズまで

無料相談受付中！

SNS広告を始めたい方も、配信中の広告の成果にお悩みの方も、  
下記のリンクよりプライムナンバーズにお気軽にご相談ください。  
広告運用のプロが貴社の広告の課題を見極め、成果の改善をお手伝いいたします。

お気軽に  
ご相談ください

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>



# 各媒体のサービス資料

クリックでダウンロードページに飛びます





# 会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供します。

|      |                                           |
|------|-------------------------------------------|
| 社名   | プライムナンバーズ株式会社<br>PRIME NUMBERS            |
| 所在地  | 〒163-1107<br>東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階 |
| 電話番号 | 03 - 6276 - 0568                          |
| 資本金  | 5,000,000円                                |
| 代表者  | 小林 大輔                                     |
| 設立   | 2012年10月3日                                |

## 無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

## 広告運用サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

## Web制作サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>