

The background features several thick, diagonal bars in white and light gray, scattered across the page. These bars are of varying lengths and orientations, creating a dynamic, abstract pattern.

Meta広告大全

Meta広告大全

1	Meta広告の概要	… P3
2	広告の種類	… P6
3	広告の配信面	… P12
4	広告出稿の手順	… P16
5	効果的なターゲティング方法	… P19
6	クリエイティブ制作	… P22
7	まとめ	… P26
8	会社概要	… P27



Meta広告の概要

Meta広告とは？

Meta社が提供する**Facebook**や**Instagram**、**Messenger**、**Audience Network**などのプラットフォームに配信できる広告サービス。

従来は「Facebook広告」「Instagram広告」と呼ぶのが主流でしたが、Facebook社がMeta社に社名変更したことに伴い「Meta広告」と呼ばれることも増えた。

／ Meta広告の主な特徴

詳細なターゲティング設定

年齢、性別、地域といった基本情報だけでなく、興味関心や行動履歴に基づいたターゲティングが可能。自社商品・サービスに興味を持ちそうなユーザーに効率よく広告を届けられる。

多様な広告フォーマット

画像、動画、カルーセルなど様々な形式で広告を展開可能。ユーザーの利用状況や好みに合わせて効果的にアプローチできる。

幅広いリーチ

複数のプラットフォームで多様なユーザー層にアプローチ可能。統一されたインターフェースで一元管理できるため、効率よく運用できる。

データに基づく最適化

Metaが持つ豊富なユーザーデータとAIを活用した自動最適化機能により、効果的な広告を配信できる。

Meta広告の主な配信先



Point!

全てのプラットフォームを設定することで、広告の目的に応じた最適な配信先に自動的に振り分けられる。特定の配信面に限定する理由がなければ、すべてを活用することを推奨。

Facebook

世界最大級のSNSで、幅広い年齢層にリーチ可能。様々な年齢層が利用しており、特に**30代以上のユーザーが多い**傾向。

豊富な広告フォーマットと配信面を利用できる。

Instagram

特に**若年層に人気**。
ユーザーの82%がInstagramをきっかけに何らかの購買行動を起こす。

写真や動画などのビジュアルコンテンツが中心のため、**商品の魅力を視覚的に伝えたい場合**に特に効果的。

Messenger

Facebookのメッセージングアプリ内に、他のユーザーとのメッセージと同じ形式で広告が表示される。

ユーザーとの**直接的なコミュニケーション**も可能。

Audience Network

Meta社提携の外部アプリやWebサイトに配信。

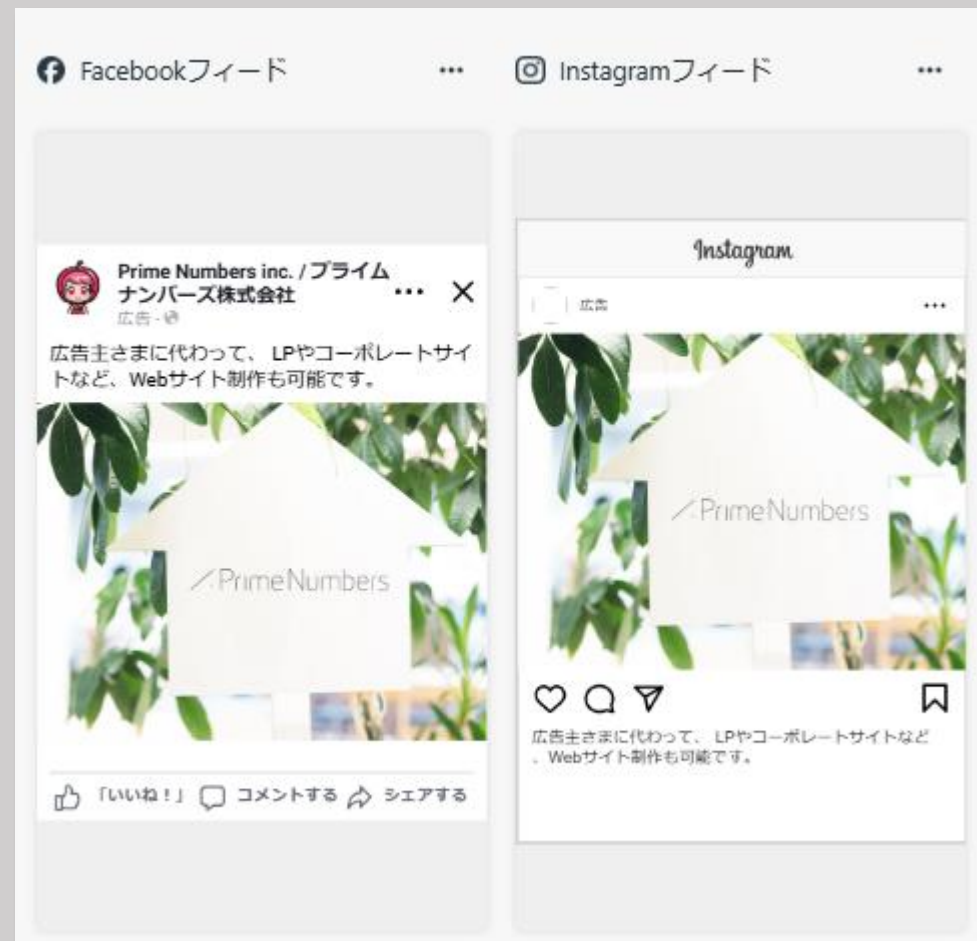
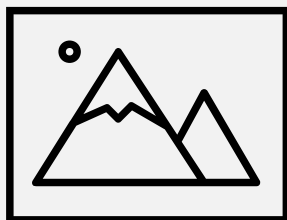
Meta独自のターゲティング技術を利用し、外部サイトやアプリにも広告を表示。リーチを拡大しながらMeta広告のターゲティング精度を活かせる。



広告の種類

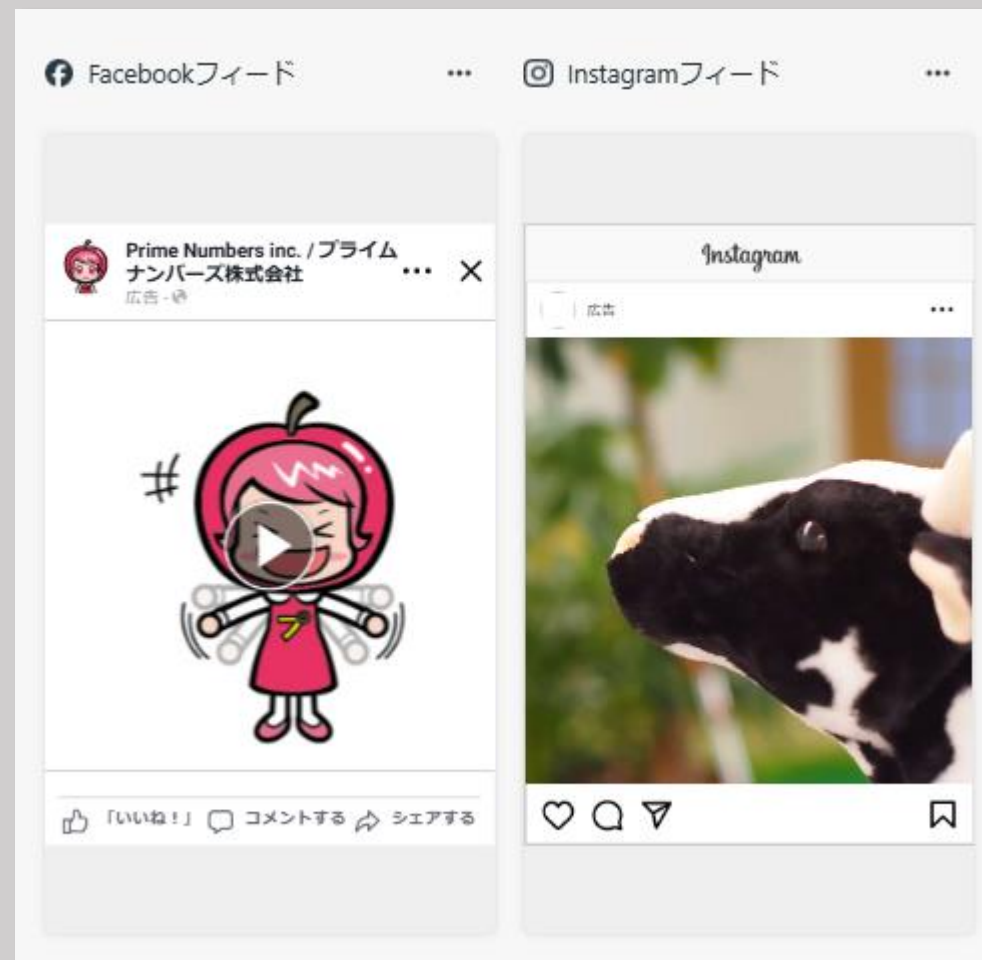
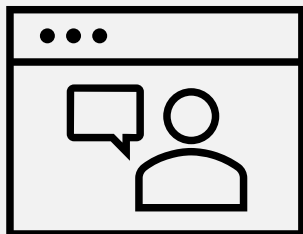
①画像広告

静止画と広告テキストを組み合わせた
シンプルな広告。
最も基本的な広告形式で導入しやすい。
鮮明な画像・簡潔なメッセージにすると
より訴求力が高まる。



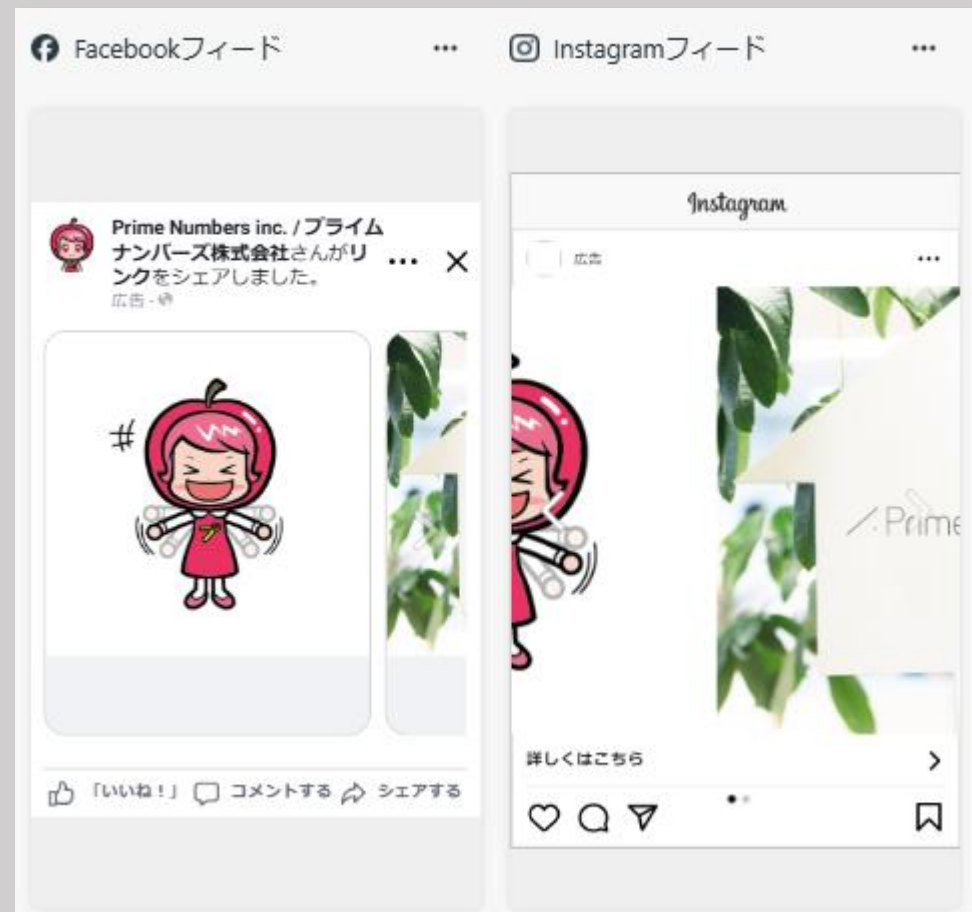
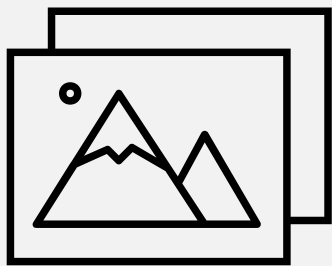
②動画広告

動画を使った広告。商品の使用方法や特徴を分かりやすく伝えられる。
短尺から長尺まで様々な尺で作成可能。
エンゲージメント率が高く、印象に残りやすい。



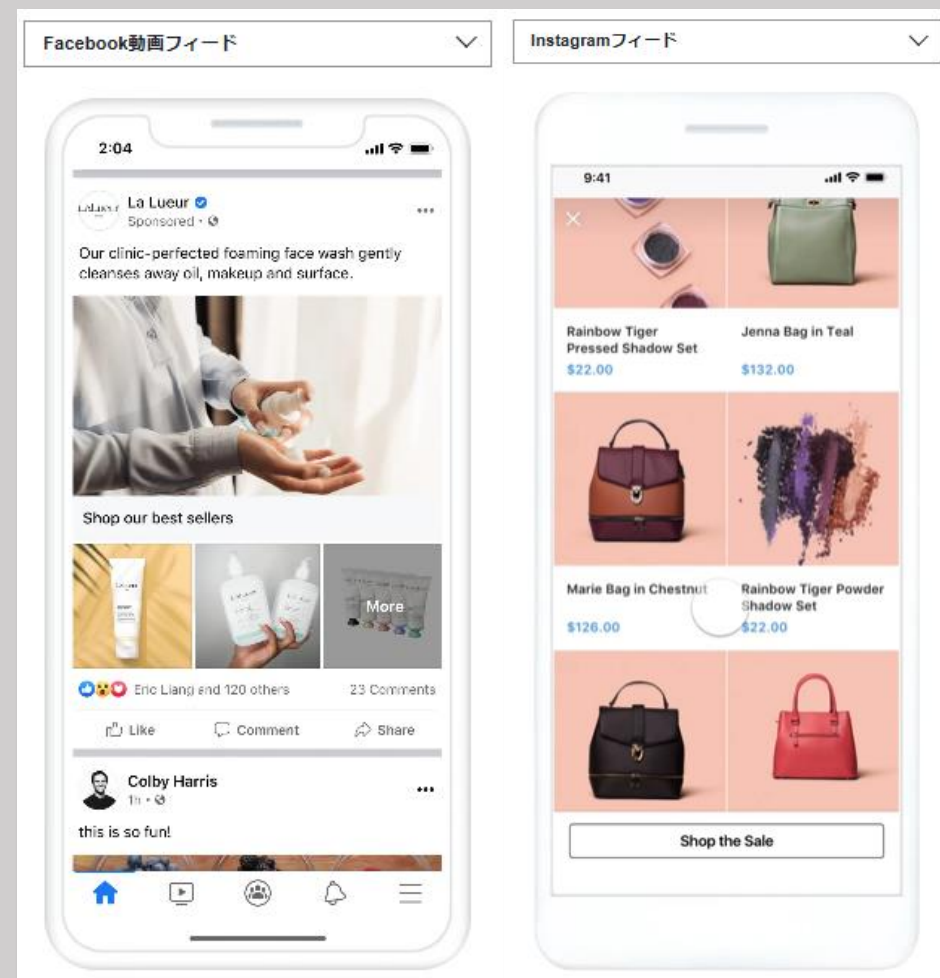
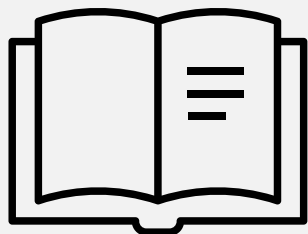
③カルーセル広告

複数の画像や動画を一つの広告にまとめ、
スワイプで閲覧できる広告。
複数の商品や特徴を一度に紹介できる。
ユーザーの興味を引き、詳細情報を提供できる。



④コレクション広告

カバー画像と複数の商品画像を組み合わせた、ECサイト向けの広告。ECサイトへのトラフィック誘導や商品販売に最適。
カタログ形式で商品を閲覧できる。



／ 広告の種類

⑤ Advantage+

ショッピングキャンペーン (ASC)

AIを活用した自動最適化型の広告。Metaの最新の機械学習モデルを活用する。

手動での細かい設定が不要で、AIが自動でターゲットやクリエイティブを最適化してくれるため、運用工数を削減しながら高いパフォーマンスを実現できる。

※特に週50件以上のコンバージョンがあるキャンペーンでAI学習が効果的に機能する



／ 配信イメージ





広告の配信面

Facebook広告の配信面

【画像】

Facebookフィード Facebookインストリーム動画
Facebook動画フィード Facebook Marketplace
Facebookストーリーズ Facebook上の検索結果
Facebookビジネス発見 Facebookリール
Facebook右側広告枠

【コレクション】

Facebookフィード Facebook動画フィード
Facebookリール Facebook Marketplace

【動画・カルーセル】

Facebookフィード Facebookインストリーム動画
Facebook動画フィード Facebook Marketplace
Facebookストーリーズ Facebook上の検索結果
Facebookビジネス発見 Facebookリール
Facebook右側広告枠 **Facebookグループのフィード※**

※複数のユーザーが集まって交流する
「グループ」のフィード

Instagram広告の配信面

【画像】

Instagram Profile Feed Instagramフィード
Instagramストーリーズ Instagramリール
Instagram発見タブ Instagram発見ホーム

【動画】

Instagram Profile Feed Instagram Profile Reels
Instagramフィード Instagramストーリーズ
Instagram発見タブ Instagramリール
Instagramショップ

【カルーセル】

Instagram Profile Feed Instagramフィード
Instagramストーリーズ Instagramリール
Instagram発見タブ Instagram発見ホーム
Instagramショップ

【コレクション】

Instagramフィード Instagramストーリーズ
Instagramリール Instagram発見タブ

その他の配信面

【画像・動画・カルーセル】

Audience Network ネイティブ：Metaプラットフォーム外のアプリやウェブサイトのデザインに溶け込むように表示される

バナー：Metaプラットフォーム外のアプリやウェブサイトの決まった広告枠に画像や動画で表示

インタースティシアル：アプリの画面遷移時などに全画面で表示

Audience Network動画リワード：アプリ内で動画広告を視聴したユーザーに対して特典を付与する形式の広告

Messengerストーリーズ：Messengerアプリのストーリーズ機能内に表示



広告出稿の手順

Meta広告出稿に必要なもの

①Facebookページ（ビジネス用）

広告主体となるビジネスページ

個人アカウントではなく、ビジネス用のページが必要

②Facebookビジネスマネージャ

広告アカウントや権限を管理するツール

複数の広告アカウントや担当者を一元管理できる

③Instagramアカウント（任意）

Instagramに広告を出す場合は連携すると便利

Facebookページと連携させると管理しやすい

④有効な支払い方法

クレジットカードや銀行口座などの支払い情報

出稿をお急ぎの方はプライムナンバーズまでお問い合わせください！運用まで代行いたします。

無料相談はこちら

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



出稿までの手順

- 1 Facebookページ（ビジネス用）の作成
- 2 FacebookページとInstagramアカウントの連携（任意）
- 3 Facebookビジネスマネージャの作成
- 4 FacebookビジネスマネージャにFacebookページを追加
- 5 広告アカウントの作成
- 6 広告マネージャより広告を入稿





効果的なターゲティング方法

効果的なターゲティング

詳細なターゲティング設定はMeta広告の強みの一つ。効果的なターゲティングを行うことで、広告の費用対効果を大幅に向上できる。

Meta広告のターゲティングは右のように3つに分類される。



／ 利用者層

人口統計（年齢、性別、地域、学歴、収入など）

学歴、ライフイベント、交際ステータス、仕事、子どもの有無など

／ 興味関心

ユーザーが興味を持っているトピックやカテゴリ

全200種類以上のターゲティングオプション

スポーツ、テクノロジー、ビジネス、フィットネスなど多岐にわたる

／ 行動

購入行動や旅行頻度、デバイス使用状況など

旅行、消費者の分類、購入行動、デジタルアクティビティなど



ターゲティングのポイント

組み合わせで精度向上：単一のターゲットだけでなく、複数のターゲットの組み合わせ（AND条件）を活用

除外設定の活用：コンバージョンしにくいユーザー層を除外し、効率を向上

オーディエンスサイズの調整：メーターが中央部に位置するよう調整（小さすぎると広告配信や最適化に影響）

類似オーディエンスの活用：既存顧客に似た特性を持つユーザーをターゲティング

リターゲティング：サイト訪問者や商品閲覧者などに再アプローチ

ターゲティング事例

結婚式場：最近婚約した人 + 25～35歳 + 特定地域に在住

育児用品：小さな子どもを持つ親 + 育児に関心のある人

高級時計：収入が高い層 + ラグジュアリーブランドに興味がある人

旅行商品：旅行頻度が高い人 + 特定の目的地に興味がある人

アプリダウンロード：特定のOS利用者 + 類似アプリのユーザー

／ クリエイティブ制作

クリエイティブ制作のポイント

効果的なMeta広告を作成するには、魅力的なクリエイティブ（広告素材）が欠かせない。

特にビジュアルが重視されるInstagramでは、クリエイティブの質が広告成果を大きく左右する。

効果的なクリエイティブの特徴

目を引くビジュアル

ユーザーの興味を引く視覚的要素を取り入れ注目を集める

簡潔なメッセージ

冗長な説明を避け、伝えたいことを簡潔に表現する

ブランドの一貫性

ロゴやカラースキームなどを一貫して使用し、統一感のあるデザインにする

行動喚起

「今すぐ購入」「詳細はこちら」など明確なCTA（Call To Action）を含める

ターゲットとの関連性

ターゲットユーザーの興味関心に合わせ、問題解決やニーズの充足を訴求

クリエイティブ制作のポイント

プラットフォーム特性に合わせる

各プラットフォームの特性に合わせたフォーマットを選択

モバイルファースト

レイアウトや文字サイズを工夫しモバイル優先のデザインを心がける

A/Bテストを実施

画像、コピー、CTAなどに複数のバリエーションを用意して効果を比較検証

最初の3秒で惹きつける

特に動画広告は冒頭で注目を集める工夫が重要

ストーリーテリング

ブランドの紹介や課題解決の過程などストーリー性のある内容にする

[詳細はこちら](https://primenumbers.co.jp/blog/snsads/metaad-ai-image/)

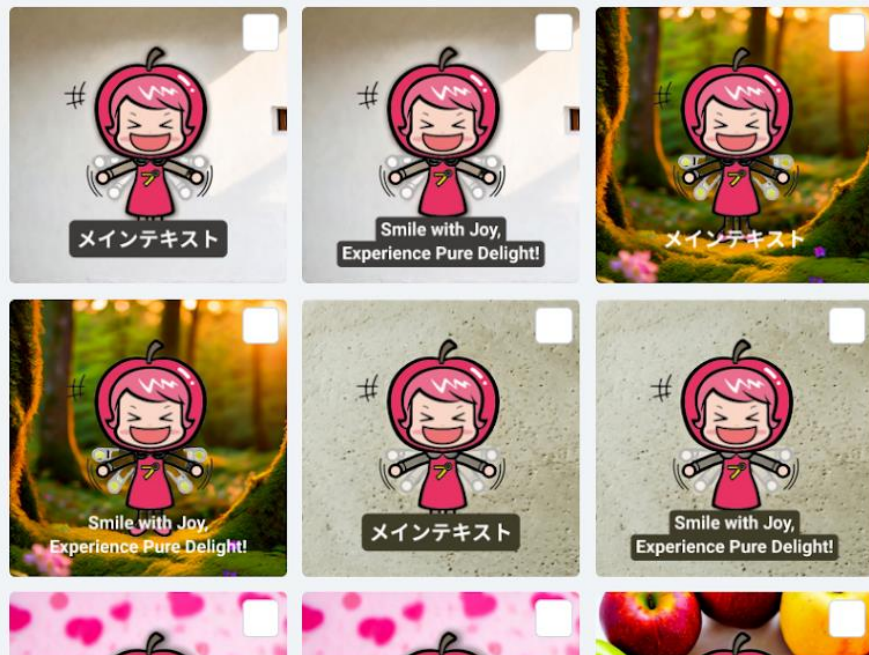
<https://primenumbers.co.jp/blog/snsads/metaad-ai-image/>

AI画像生成機能の活用

クリエイティブ制作の工数を削減する方法として、Meta広告マネージャーに搭載された「AI画像生成機能」も無料で利用できる。
この機能を使えば、元となる画像から広告に最適な画像を自動生成できる。

画像のバリエーション (0/10件) ⓘ

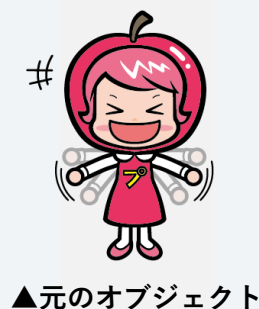
すべて選択する ☐



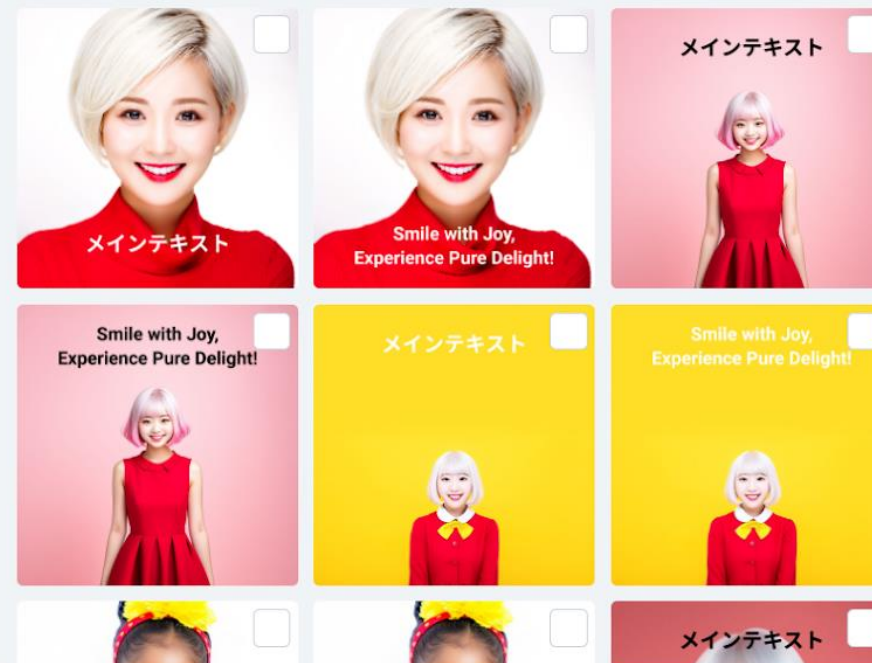
▲元のオブジェクトに背景を追加した例

画像のバリエーション (0/10件) ⓘ

すべて選択する ☐



▲元のオブジェクト



▲元のオブジェクトから新規画像を生成した例

Meta広告ライブラリの活用

自社の広告を改善するには、競合他社の広告戦略を調査・分析するとよい。Meta広告では「**Meta広告ライブラリ（Meta広告で配信中の全ての広告を閲覧できる無料サービス）**」で競合他社の広告を簡単に調査できる。Facebookアカウントがなくても利用可能。

広告ライブラリで確認できる情報

広告クリエイティブ

他社が広告で使用している画像/動画/テキスト

他社の広告の掲載情報

広告掲載期間（開始日）、広告のリンク先

その他の配信情報

配信先プラットフォーム（Facebook/Instagram/Messengerなど）

広告主の情報

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。



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 ▼

広告カテゴリ ▼

🔍 広告カテゴリを選択

🔖 保存済みの検索

[詳細はこちら](https://primenumbers.co.jp/blog/marketing-kowhow/meta-ad-library/)

<https://primenumbers.co.jp/blog/marketing-kowhow/meta-ad-library/>

配信するか迷ったら お問い合わせください。

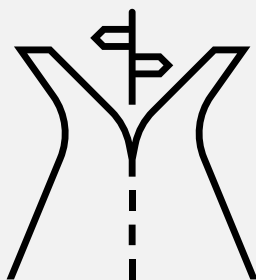
Meta広告の配信でどれだけ成果が出るのか？

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。



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！

Meta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/>

プライムナンバーズのサービス料金

弊社のMeta広告運用代行サービスの料金は原則以下の表の通りです。内容・ご予算などに応じて増減する場合があります。

料金種類	内容
広告運用手数料※	ご請求金額総額の20%
	(ご請求金額が100万円の場合、広告費80万円・広告運用手数料20万円の内訳)
クリエイティブ制作※	30,000円～
LP制作	要件に応じてお見積りいたします

入稿～運用・成果改善まで承ります！

無料見積もり依頼はこちら



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 PRIME NUMBERS
所在地	〒163-1107 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/>