

【事例付き】

富裕層向け広告の基礎知識

商材の特徴とおすすめ媒体



はじめに

富裕層向け商材・富裕層ユーザーの行動の特徴

ターゲットを「富裕層」とする主な商材

もちろん下記以外の商材でも、富裕層をターゲットとすることで成果が改善する可能性がある。消費行動の特徴を踏まえると、富裕層をターゲットにすべき商材が見えてくる。

- ・ 高級車
- ・ 分譲マンションや戸建て住宅（別荘）
- ・ 海外旅行（ツアー、リゾートホテル）
- ・ グルメ（アルコール飲料、高級レストラン、高級食材）
- ・ ゴルフ関連（会員権、ゴルフクラブ、ウェア、小物・アクセサリー）
- ・ 服飾品（ジュエリー、腕時計、鞆、アクセサリー）
- ・ 資産運用サービス

など

富裕層ユーザーの特徴

参考ページ：[2024年度「国内富裕層意識・購買行動調査」](#)

／ ①購入までの検討期間が短い

「生活・消費に関する価値観」のアンケート項目「これだと思う商品に出会ったら迷わず購入することがよくある」に「当てはまる」と回答した人の割合は、**富裕層が65.5%、一般消費者が48.4%と大きく差がついている。**

富裕層は一般消費者に比べて購入までの検討期間が短い傾向にある。**広告をクリックしてそのまま商品を購入する可能性が一般消費者より高いと考えらる。**

「高品質」を売りにした商品を訴求する場合に富裕層をターゲットとすると、購入を決めてもらいやすくなる。

／ ②自分に合っている・サポートが充実している商品を求める

同アンケートの項目「自分にあう商品・サービスを提案してほしい」「自分向けにカスタマイズできる商品・サービスに魅力を感じる」「接客やサービスを受けるときのサポートの充実度を重視している」に「当てはまる」と回答した富裕層は約6割にのぼる。**富裕層のユーザーは値段よりも質を求めていることがわかる。**

商品を訴求する際には低価格であることよりも**特別感・サポートの充実をアピールすると効果的。**オーダーメイドのサービスや、パーソナルジムなど、自分に合わせた商品が受け取れるサービスが特に向いているだろう。

富裕層ユーザーの特徴

参考ページ：[2024年度「国内富裕層意識・購買行動調査」](#)

／ ③日用品をECサイトで購入する割合が高い

富裕層も一般消費者も、日用品の購入は店舗が中心であることに変わりはない。

しかし富裕層は一般消費者よりも「（ラグジュアリー品以外の飲料・日用品を）ECで購入する」と回答した割合が1割以上高いというアンケート結果が出ている。

高級品や贅沢品でなくても、日用品のECサイトのターゲットを富裕層に設定すると成果が良くなるかもしれない。

／ ④住宅を所有していることが多い

保有資産に関するアンケートにおいて、富裕層の約6割が「自宅一戸建て・マンション」を保有していることがわかっている。

広告媒体によってはユーザーの住宅所有状況を「住宅所有」「賃貸」などから選択することもできるため、**富裕層にアプローチしたい場合は住宅を所有している人に絞ると精度が上がると考えられる。**



富裕層向けのWeb広告

主要媒体とおすすめのターゲティング

①Google広告

商材にかかわらず配信を検討したい媒体。

広告の形態には、主に検索結果にテキスト形式の広告を掲載する「検索広告」と、Webサイト（パートナーサイト）などに画像形式の広告を掲載する「ディスプレイ広告」がある。

※おすすめのターゲティングは右記

■世帯収入

上位10%～下位50%までの間を10%刻みで設定

■住宅所有状況

オーディエンスセグメントの編集から

ユーザーの属性>住宅所有状況>住宅所有 カテゴリを選択

■興味関心

大カテゴリ	小カテゴリ
フード、ダイニング	グルメ
ライフスタイル、趣味	バー、ナイトクラブ好き
ライフスタイル、趣味	ビジネスのプロフェッショナル
乗り物、交通機関	高性能車ファン、高級車ファン
旅行	旅行好き
買い物好き	高級ブランド好き
銀行、金融	投資マニア

■購買意向

大カテゴリ	小カテゴリ
アパレル、アクセサリ	宝石、時計
アパレル、アクセサリ	ハンドバッグ
アパレル、アクセサリ	財布、ブリーフケース、革製品
不動産	商業用不動産
不動産	居住用不動産
旅行	ホテル、宿泊施設
自動車、乗り物	自動車
金融サービス	投資サービス

②Yahoo!広告

商材にかかわらず配信を検討したい媒体。
Google広告と併用する場合も多々ある。

広告の形態はGoogle広告とほぼ同じで、
検索広告とディスプレイ広告がメイン。

※おすすめのターゲティングは右記

■年収と資産

個人年収と世帯年収、世帯資産を指定

■興味関心

大カテゴリ	小カテゴリ
ショッピング	高級ブランド好き
旅行	旅行好き
ライフスタイル、趣味	高級車好き
グルメ、料理	食通

■購買意向

大カテゴリ	小カテゴリ
アパレル、アクセサリ	時計、宝石
旅行、交通	海外旅行
旅行、交通	航空チケット
旅行、交通	船、フェリー、クルーズ
旅行、交通	ホテル、宿泊施設
自動車、バイク	自動車
不動産	不動産購入
不動産	注文住宅

③Meta広告

Meta広告には、Facebook広告とInstagram広告が含まれる。それぞれのタイムラインやストーリーズ・ショッピング欄などにある広告枠に、画像形式の広告が表示される。

両方で異なるのは配信面のみで、入稿画面やターゲティングは共通。

※おすすめのターゲティングは右記

■利用者層

学歴/ファイナンス/住宅/ライフスタイル/ライフイベント/子供がいる人/交際/仕事のジャンルのカテゴリから選択

大カテゴリ	小カテゴリ 1	小カテゴリ 2
仕事	業界	IT意思決定者
仕事	業界	ビジネスの意思決定者
仕事	業界	会社の収益:1000万ドル超
仕事	業界	会社の収益:100万ドル~1000万ドル

■興味関心

大カテゴリ	小カテゴリ 1	小カテゴリ 2
スポーツ・アウトドア	スポーツ (スポーツ)	ゴルフ (スポーツ)
ビジネスと産業	起業家精神 (ビジネスと金融)	—
ビジネスと産業	経営 (ビジネスと金融)	—
ビジネスと産業	個人金融 (銀行)	投資(ビジネスおよび金融)
ショッピングとファッション	ファッション小物 (アクセサリー)	ハンドバッグ (アクセサリー)
ショッピングとファッション	ファッション小物 (アクセサリー)	ジュエリー (アパレル)
ショッピングとファッション	ファッション小物 (アクセサリー)	ドレス (アパレル)
趣味や活動	旅行 (旅行・観光)	クルーズ (旅行と観光事業)
趣味や活動	旅行 (旅行・観光)	ホテル (宿泊施設)
趣味や活動	車両 (輸送)	自動車 (乗り物)
趣味や活動	車両 (輸送)	ボート (水上バイク)

■行動

大カテゴリ	小カテゴリ 1
旅行	頻繁に海外旅行をする人

④LINE広告

LINEは主要なコミュニケーションツールとして普段使いする人がかなり多いSNS。

他のSNSではアプローチできない層にも届く可能性があるため、配信を検討すべき。

※おすすめのターゲティングは右記

■ユーザー層

大カテゴリ	小カテゴリ
世帯資産	4,000万円以上
居住タイプ	持ち家
推定収入	収入上位51%以下
推定収入	収入上位21%~50%
推定収入	収入上位11%~20%
推定収入	収入上位10%

■趣味・関心

大カテゴリ	小カテゴリ 1	小カテゴリ 2
ファッション	アクセサリ	—
ファッション	ラグジュアリー	—
ファッション	バッグ	—
自動車・バイク	生産国	輸入車
自動車・バイク	価格帯	高級車
不動産	購入	新築戸建
不動産	購入	新築マンション
旅行	豪華旅行	—
旅行	スノーリゾート	—
旅行	ビーチリゾート	—
旅行	海外旅行	—
スポーツ	ゴルフ	—

■購買意向

大カテゴリ	小カテゴリ 1	小カテゴリ 2
自動車・バイク	高性能車	—
自動車・バイク	価格帯	高級車
ファッション	ラグジュアリー	—
ファッション	ジュエリー	—
スポーツ用品	ゴルフ用品	—
旅行	クルーズ船旅行	—
旅行	飛行機での旅行	—
旅行	フェリー旅行	—
旅行	ホテル・リゾート	—



配信実績

弊社で富裕層向け商材の広告を配信した実績

富裕層向け商材の広告を配信した実績

※弊社の配信実績 ※単価はあくまで目安です。

／ ①ラグジュアリーブランド (スポーツ用品ほか)

媒体：Googleディスプレイ

配信期間：1ヶ月

ターゲット：ブランドサイトを訪れた人
(リマーケティング)

費用：200,000円

クリック単価：20円

コンバージョン (購入) 単価：4,500円

／ ②分譲マンション

媒体：Meta

配信期間：1ヶ月

ターゲット：ブランドサイトを訪れたことがある
人 (リターゲティング)

費用：300,000円

クリック単価：120円

コンバージョン (資料請求) 単価：1,700円

ターゲットを 絞りすぎないことも大切

むやみにターゲットを絞りすぎると、配信される範囲が狭くなり、かえって成果が落ちてしまうおそれがある。特に初回の配信ではターゲットを絞りすぎないことを推奨。

もちろん、ターゲティングだけでなく広告文の訴求内容も重要。富裕層ユーザーに響きやすい「高級感」や「特別感」などを意識し、商材が持つ魅力を上手くアピールできるように広告の見せ方を工夫するとよい。

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！

富裕層向け広告を配信した場合の見積もりがほしい！
ターゲット選びやクリエイティブ制作を手伝ってほしい！
Web広告の基本的なことも教えてほしい…
など、ご希望がございましたら下記ボタンよりご連絡ください。
無料でご相談を承っております。

お気軽に
ご相談ください

無料相談はこちら

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



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/>