



CSSNITE
CSS Nite
KOBÉ
vol.41

2019.5.17(金)
出演：寶 洋平

最新ネット広告の
打ち手を学ぶ1dayレッスン
Ayudante, Inc 寶 洋平

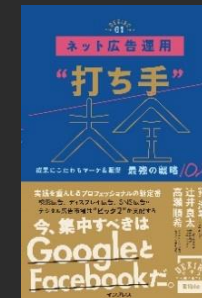
自己紹介

寶 洋平 (たから ようへい)

アユダンテ株式会社 チーフSEMコンサルタント

編集/ライターからSEMの世界へ飛び込んだ13年目。
リスティング広告やGoogleアナリティクス、tableauなどを使って
お客様のビジネスを支援をする仕事をしています。

アナリティクスアソシエーションのセミナー編成委員。
趣味は料理、猫、折りたたみ自転車。



本日のアジェンダ

第1部

Google、Facebook、Amazonの3強に？
ネット広告の現在とこれから

13:30-
14:00

第2部

みんなで作ろう！
レスポンス検索広告ワークショップ

14:10-
15:40

第3部

広告クリエイティブを徹底的に考えれば
アセットは増やせる！

15:55-
16:35

第4部

映画人に学ぶ
現場で使える「ストーリー」の技術

16:50-
17:30

本日のアジェンダ

第1部

Google、Facebook、Amazonの3強に？
ネット広告の現状とこれから
おもに新しい情報

13:30-
14:00

第2部

みんなで作ろう！
レスポンス検索広告ワークショップ
クリエイティブの話

14:10-
15:40

第3部

広告クリエイティブを徹底的に考えば
アセットは増やせる！

15:55-
16:35

第4部

映画人に学ぶ
現場で使える「ストーリー」の技術
ストーリーの話

16:50-
17:30

本日のゴール

昨日までのやり方を変えて
新たなことに挑戦する

お願い

こういう場でしか話せないことを
共有したいと思っています。

感想のツイートは歓迎ですが
メモのみのツイートは避けてください。
資料は後日共有します。



第1部

Google、Facebook、Amazonの3強に？ ネット広告の現在とこれから

Amazon広告の存在感が増している

“2020年までにはGoogleやFacebookに次ぐ第3位に…”

米デジタル広告の売上シェア予測(2016年-2020年)

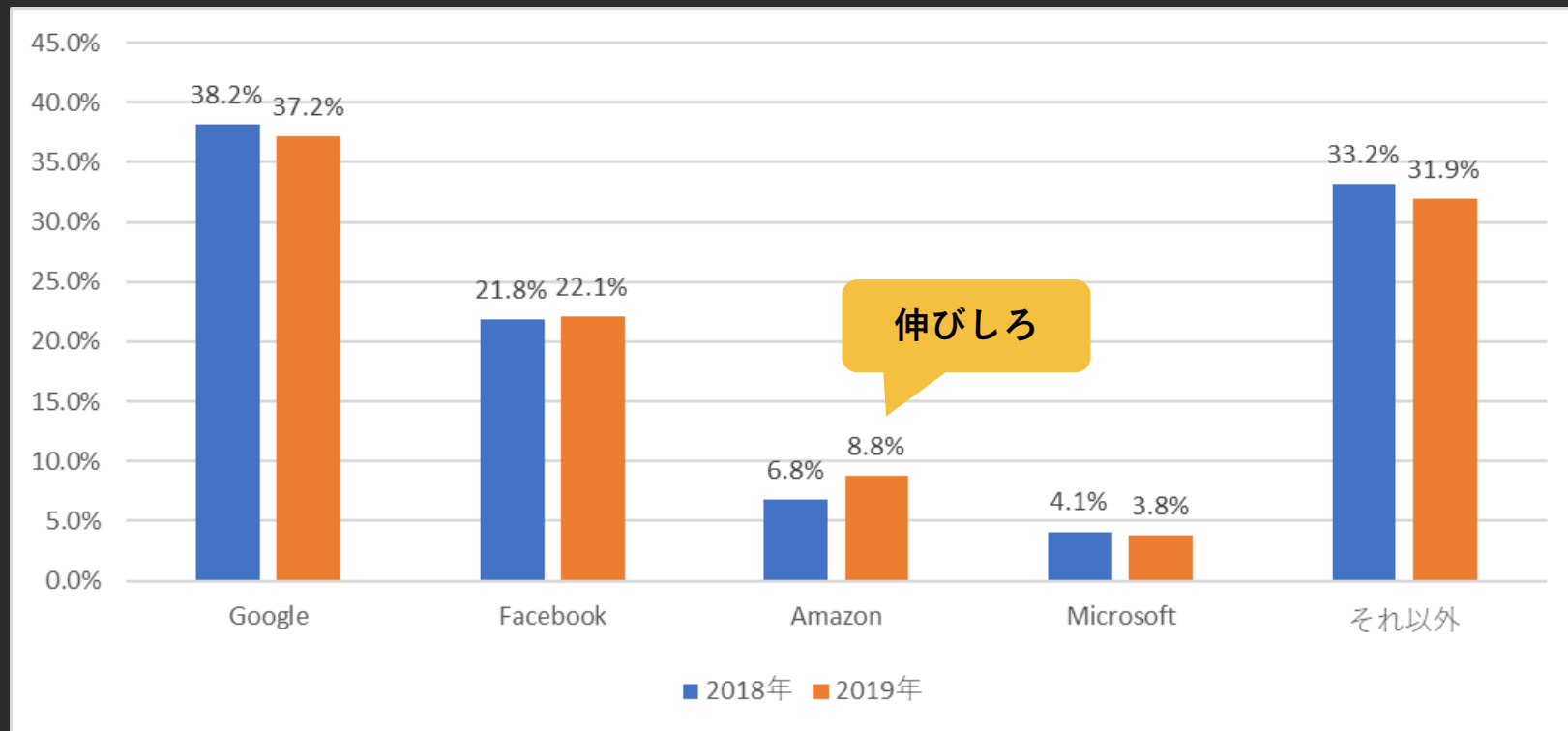
Company	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
Google	40.8%	36.6%	37.2%	36.2%	36.3%
Facebook	17.1%	19.9%	19.6%	19.2%	19.3%
Microsoft	4.6%	4.1%	3.9%	3.5%	3.3%
Amazon	1.5%	2.0%	2.7%	3.5%	4.5%
それ以外	36.0%	35.4%	36.0%	37.6%	36.6%

参照元: 2018.3 eMarketerのレポートより

Amazon広告の存在感が「急速に」増している

2018年の時点で3位、さらに伸びることは確実

米デジタル広告の売上シェア予測(2018年-2019年)

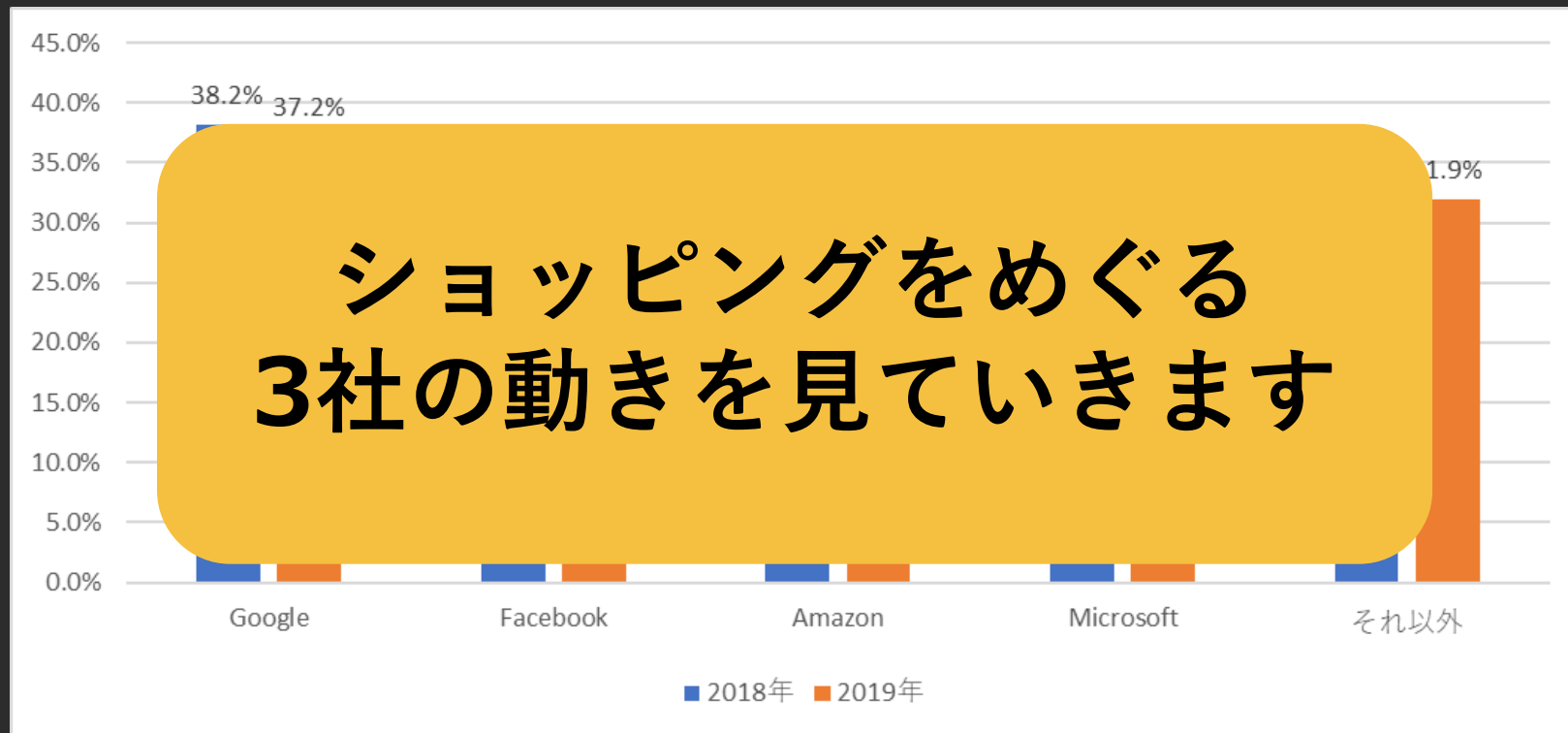


参照元: 2019.2 eMarketerのレポートより

Amazon広告の存在感が「急速に」増している

2018年の時点で3位、さらなる伸びが予測される

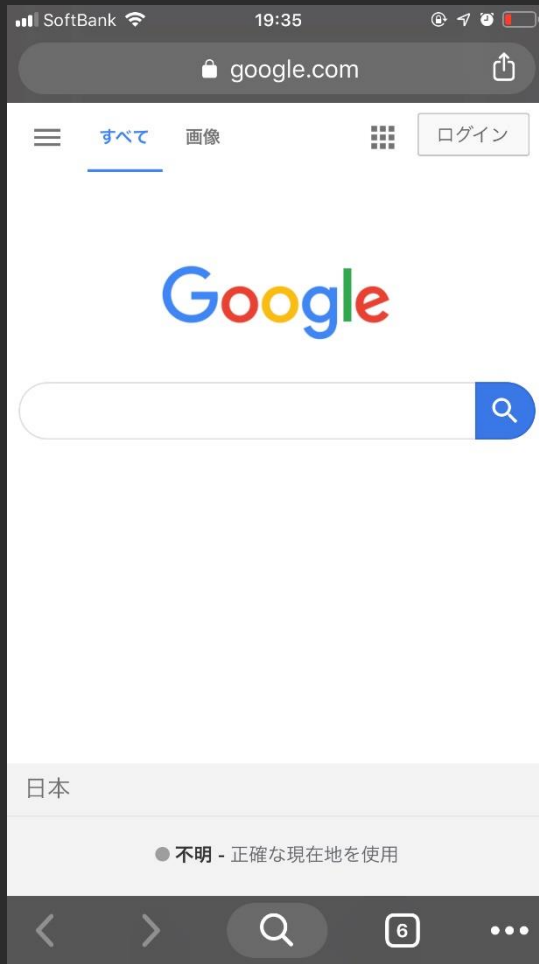
米デジタル広告の売上シェア予測(2018年-2019年)



参照元: 2019.2 eMarketerのレポートより

何かを買うとき、何を使っていますか？

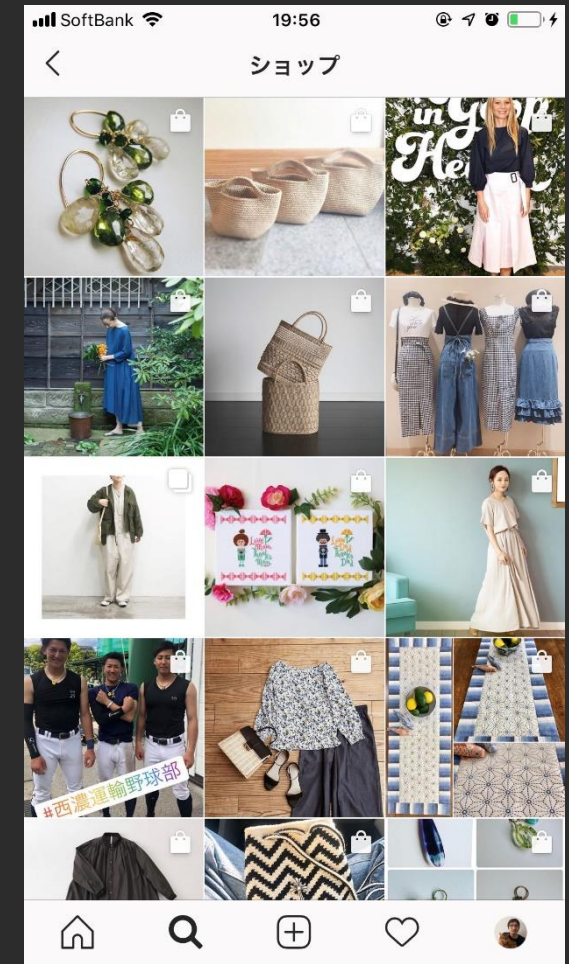
Google



Amazon



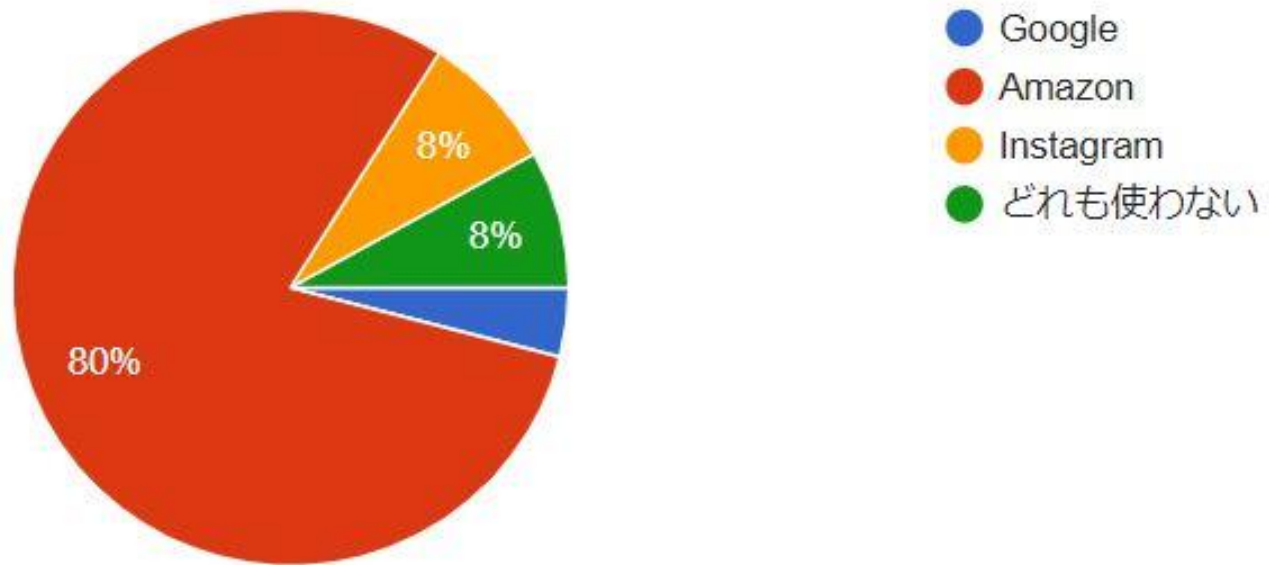
Instagram



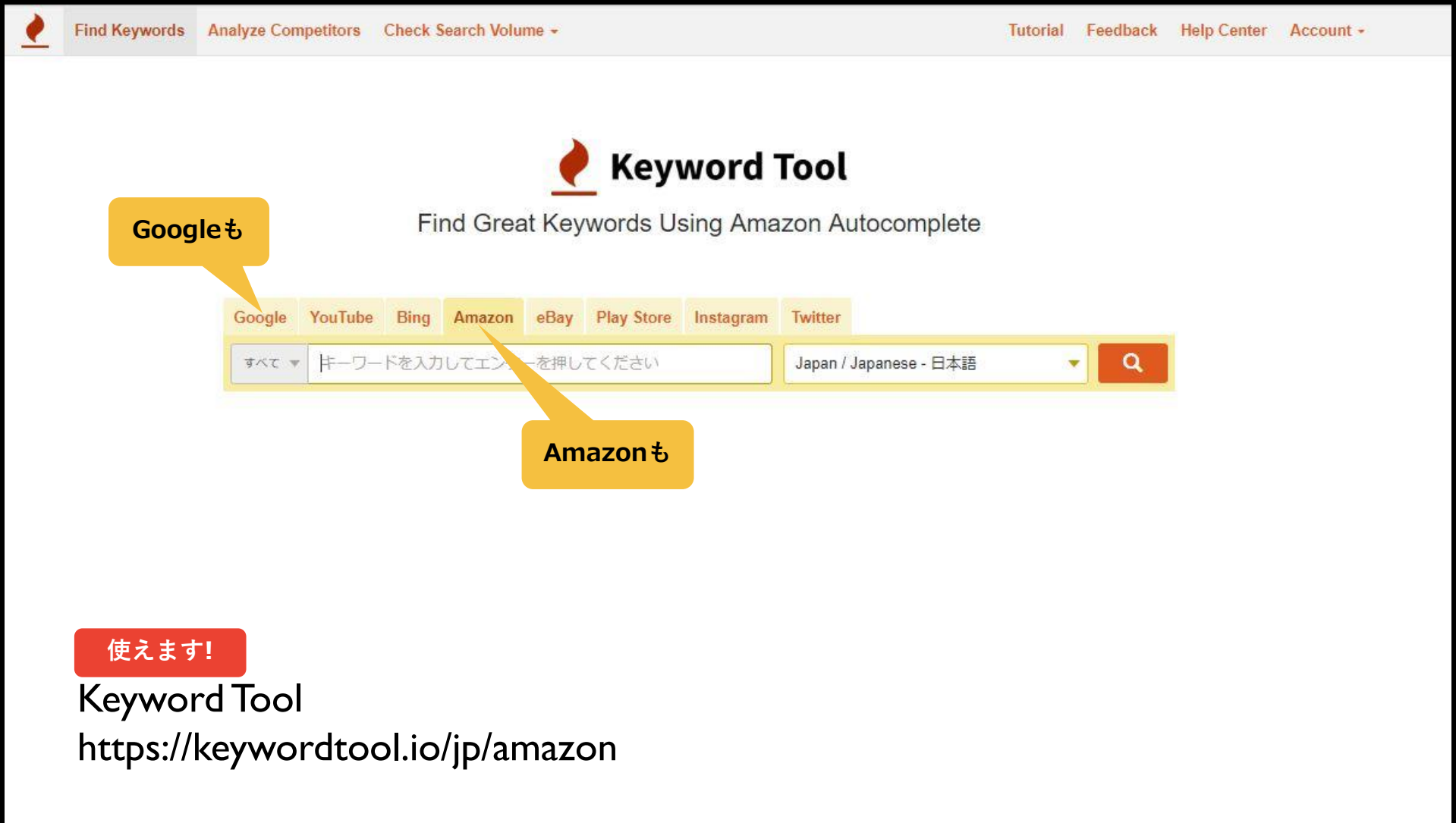
何かを買うとき、何を使っていますか？

今回の結果はこうでした。

25 件の回答



GoogleとAmazonの検索を試みよう



The screenshot shows the Keyword Tool website interface. At the top, there is a navigation bar with links: Find Keywords, Analyze Competitors, Check Search Volume, Tutorial, Feedback, Help Center, and Account. The main heading is "Keyword Tool" with a flame icon, followed by the subtitle "Find Great Keywords Using Amazon Autocomplete". Below this, there is a row of platform tabs: Google, YouTube, Bing, Amazon, eBay, Play Store, Instagram, and Twitter. The "Amazon" tab is highlighted. Below the tabs is a search input field with a placeholder text "キーワードを入力してエンターを押してください" and a dropdown menu showing "すべて". To the right of the input field is a language selector dropdown showing "Japan / Japanese - 日本語" and a red search button with a magnifying glass icon. Two yellow callout boxes with arrows point to the "Google" and "Amazon" tabs, containing the text "Googleも" and "Amazonも" respectively. A red callout box with an arrow points to the search input field, containing the text "使えます!".

Googleも

Amazonも

使えます!

Keyword Tool
<https://keywordtool.io/jp/amazon>

例：神戸牛

Google

#	Keywords	検索数
1	神戸牛	12,100
2	神戸牛 ランチ	5,400
3	神戸牛 三宮	2,900
4	神戸牛 ステーキ	2,400
5	神戸牛 丼 広重	1,000
6	神戸牛 おすすめ	1,000
7	神戸牛 ディナー	880
8	神戸牛 ラーメン	720
9	神戸牛 焼肉	720
10	神戸牛 安い	720
11	神戸牛 ステーキ ishida	590
12	神戸牛 神戸	590
13	神戸牛 通販	590
14	神戸牛のミートパイ	590
15	神戸牛 東京	480

Amazon

#	Keywords	検索数
1	神戸牛	50,300
2	神戸牛 ステーキ	9,800
3	神戸牛肉	2,000
4	神戸牛 ギフト	1,300
5	神戸牛 お土産	1,100
6	神戸牛 すきやき	880
7	神戸牛 辰屋	480
8	神戸牛 しゃぶしゃぶ	480
9	神戸牛 カタログギフト	370
10	神戸牛 しぐれ煮	370
11	神戸牛 専門店 辰屋	310
12	神戸牛 おみやげ	170
13	神戸牛 300g	140
14	神戸牛 目録	140
15	神戸牛 ヒレ	100

例：神戸牛を含むキーワード

Google→「行きたい」も多し

#	Keywords	検索数
1	神戸牛	12,100
2	神戸牛 ランチ	5,400
3	神戸牛 三宮	2,900
4	神戸牛 ステーキ	2,400
5	神戸牛丼 広重	1,000
6	神戸牛 おすすめ	1,000
7	神戸牛 ディナー	880
8	神戸牛 ラーメン	720
9	神戸牛 焼肉	720
10	神戸牛 安い	720
11	神戸牛 ステーキ ishida	590
12	神戸牛 神戸	590
13	神戸牛 通販	590
14	神戸牛のミートパイ	590
15	神戸牛 東京	480

Amazon→「買いたい」しかない

#	Keywords	検索数
1	神戸牛	50,300
2	神戸牛 ステーキ	9,800
3	神戸牛肉	2,000
4	神戸牛 ギフト	1,300
5	神戸牛 お土産	1,100
6	神戸牛 すきやき	880
7	神戸牛 辰屋	480
8	神戸牛 しゃぶしゃぶ	480
9	神戸牛 カタログギフト	370
10	神戸牛 しぐれ煮	370
11	神戸牛専門店 辰屋	310
12	神戸牛 おみやげ	170
13	神戸牛 300g	140
14	神戸牛 目録	140
15	神戸牛 ヒレ	100

例：神戸牛の検索結果

Google→地図



Amazon→商品



例：猫 おもちゃを含むキーワード

Google

#	Keywords	検索数
1	猫 おもちゃ	8,100
2	猫 の おもちゃ	4,400
3	猫 おもちゃ 手作り	720
4	猫 おもちゃ おすすめ	720
5	猫 おもちゃ 自動	720
6	猫 おもちゃ 人気	590
7	猫 の おもちゃ 手作り	480
8	猫 おもちゃ 持ってくる	390
9	子猫 おもちゃ	390
10	猫 おもちゃ ボール	320
11	猫 おもちゃ ねずみ	260
12	猫 おもちゃ 手作り 100均	170
13	猫 おもちゃ ラジコン	140
14	猫 おもちゃ 手作り ダンボール	140
15	猫 おもちゃ ぬいぐるみ	140

Amazon

#	Keywords	検索数
1	猫 おもちゃ	61,500
2	猫 おもちゃ 自動	3,000
3	猫 おもちゃ おすすめ	2,400
4	猫 おもちゃ ボール	2,000
5	猫 おもちゃ ねずみ	1,600
6	猫 おもちゃ 電動	1,300
7	猫 おもちゃ トンネル	710
8	猫 おもちゃ ぬいぐるみ	710
9	猫 おもちゃ おしゃれ	370
10	猫 おもちゃ ひも	240
11	猫 おもちゃ 羽	240
12	猫 おもちゃ けりぐるみ	240
13	猫 おもちゃ ひとり遊び	170
14	猫 おもちゃ トンボ	170
15	猫 おもちゃ またたび	140

例：猫 おもちゃを含むキーワード

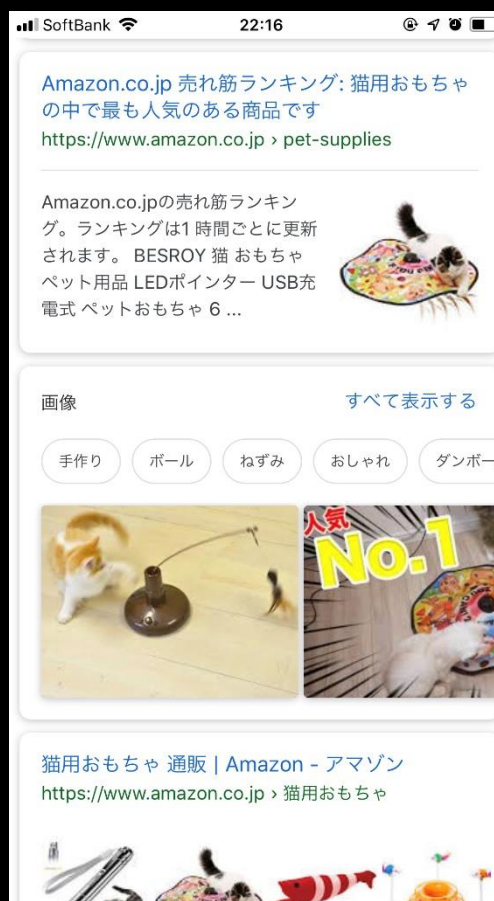
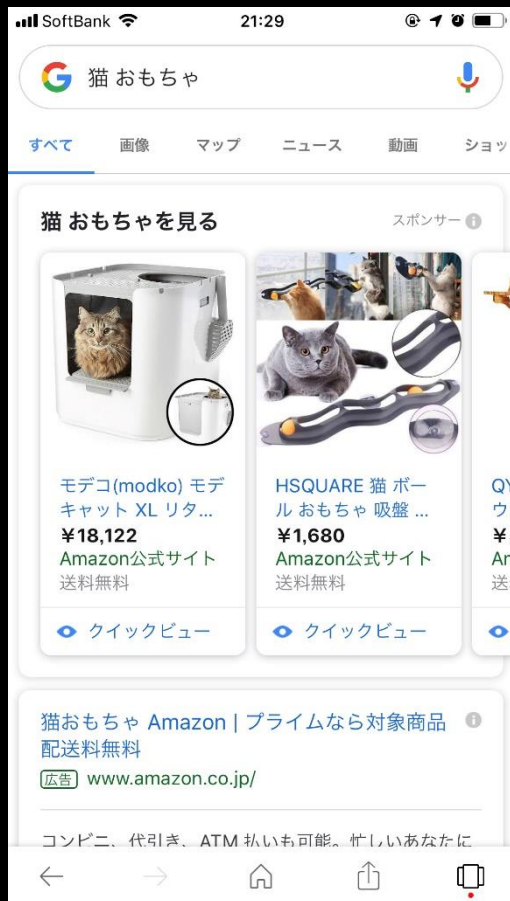
Google→「知りたい」も多し

Amazon→「買いたい」しかない

#	Keywords	検索数
1	猫 おもちゃ	8,100
2	猫 の おもちゃ	4,400
3	猫 おもちゃ 手作り	720
4	猫 おもちゃ おすすめ	720
5	猫 おもちゃ 自動	720
6	猫 おもちゃ 人気	590
7	猫 の おもちゃ 手作り	480
8	猫 おもちゃ 持ってくる	390
9	子猫 おもちゃ	390
10	猫 おもちゃ ボール	320
11	猫 おもちゃ ねずみ	260
12	猫 おもちゃ 手作り 100均	170
13	猫 おもちゃ ラジコン	140
14	猫 おもちゃ 手作り ダンボール	140
15	猫 おもちゃ ぬいぐるみ	140

#	Keywords	検索数
1	猫 おもちゃ	61,500
2	猫 おもちゃ 自動	3,000
3	猫 おもちゃ おすすめ	2,400
4	猫 おもちゃ ボール	2,000
5	猫 おもちゃ ねずみ	1,600
6	猫 おもちゃ 電動	1,300
7	猫 おもちゃ トンネル	710
8	猫 おもちゃ ぬいぐるみ	710
9	猫 おもちゃ おしゃれ	370
10	猫 おもちゃ ひも	240
11	猫 おもちゃ 羽	240
12	猫 おもちゃ けりぐるみ	240
13	猫 おもちゃ ひとり遊び	170
14	猫 おもちゃ トンボ	170
15	猫 おもちゃ またたび	140

例：猫 おもちゃの検索結果(Google)

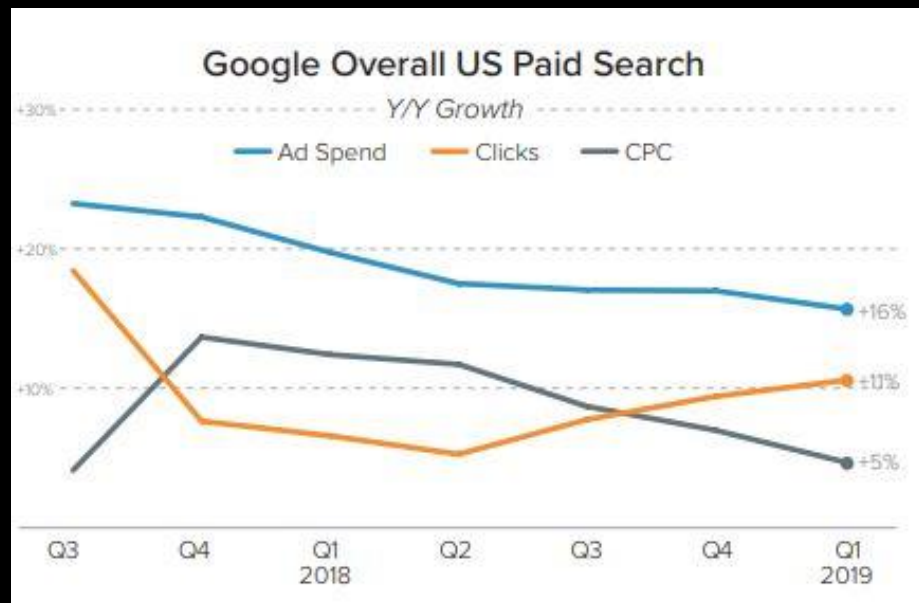


例：猫 おもちゃの検索結果(Google)



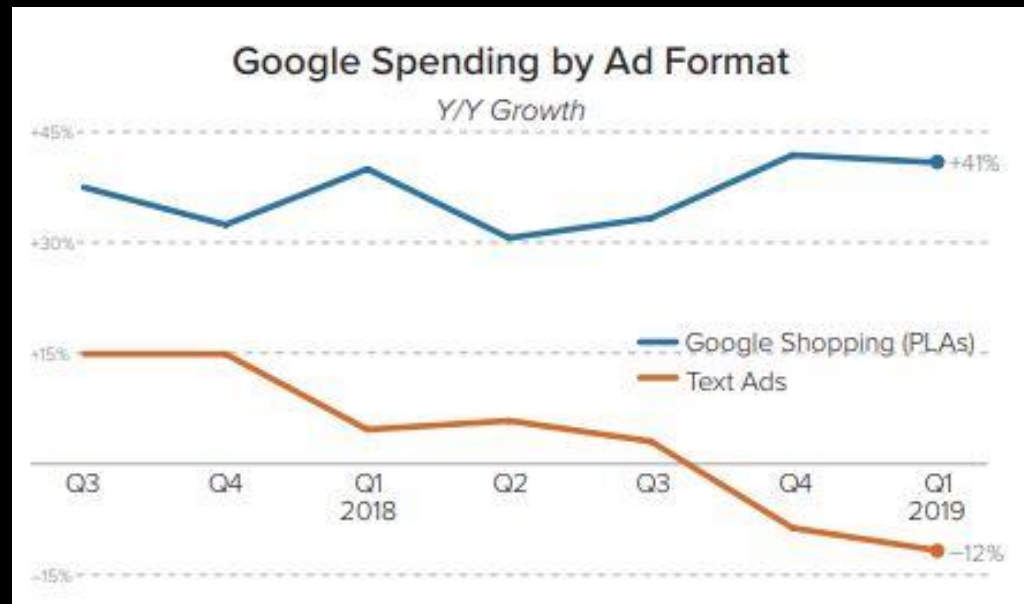
参考) Google検索広告はショッピング広告が牽引

Google検索広告(全体)



広告費用の伸びは鈍化
クリックが前年比+11%成長

テキスト広告VS ショッピング広告



ショッピング広告のクリックは
前年比+41%成長

Merkle DIGITAL MARKETING REPORT 2019 Q1より

例：猫 おもちゃの検索結果(Amazon)



例：猫 おもちゃの検索結果(Amazon)

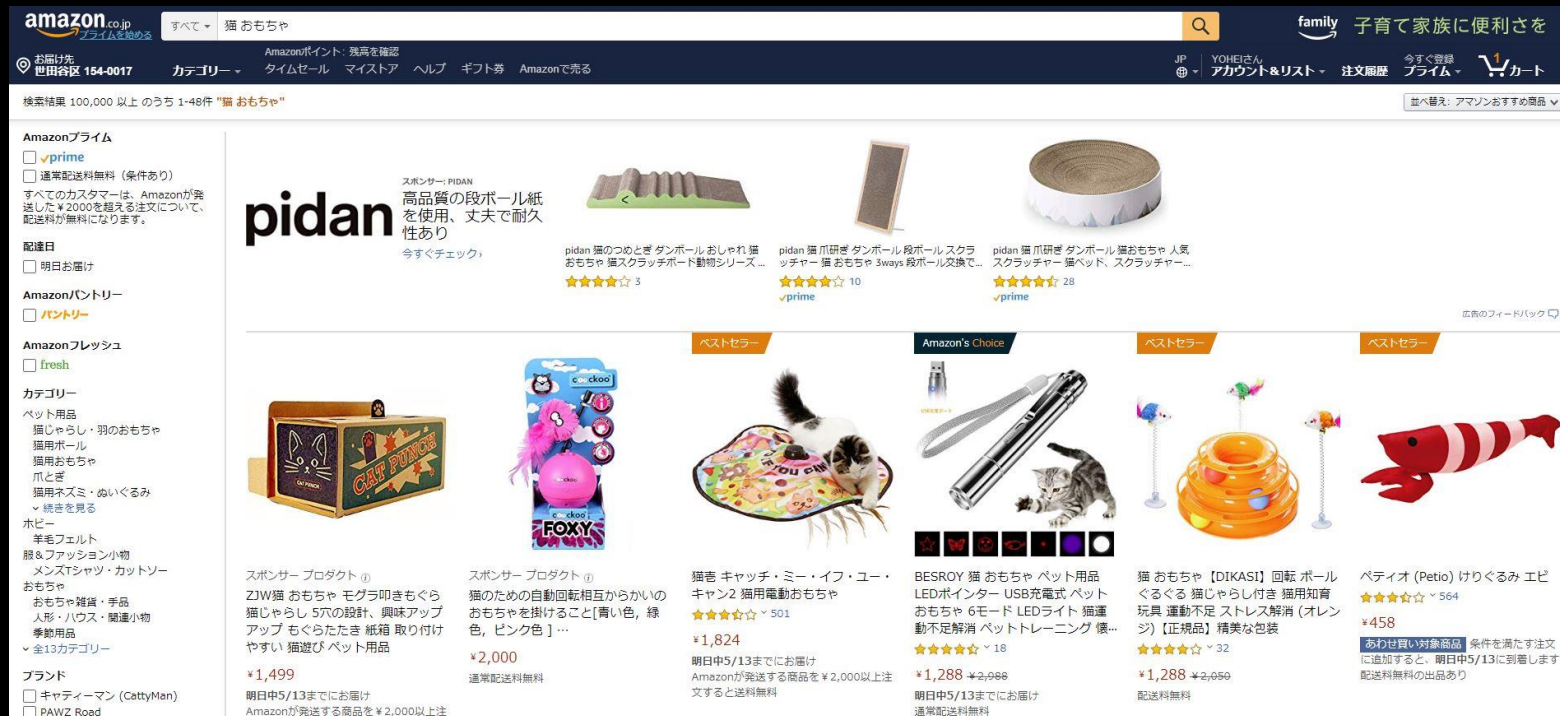


Amazonの検索広告ってどういうの？

検索結果(スマホ)



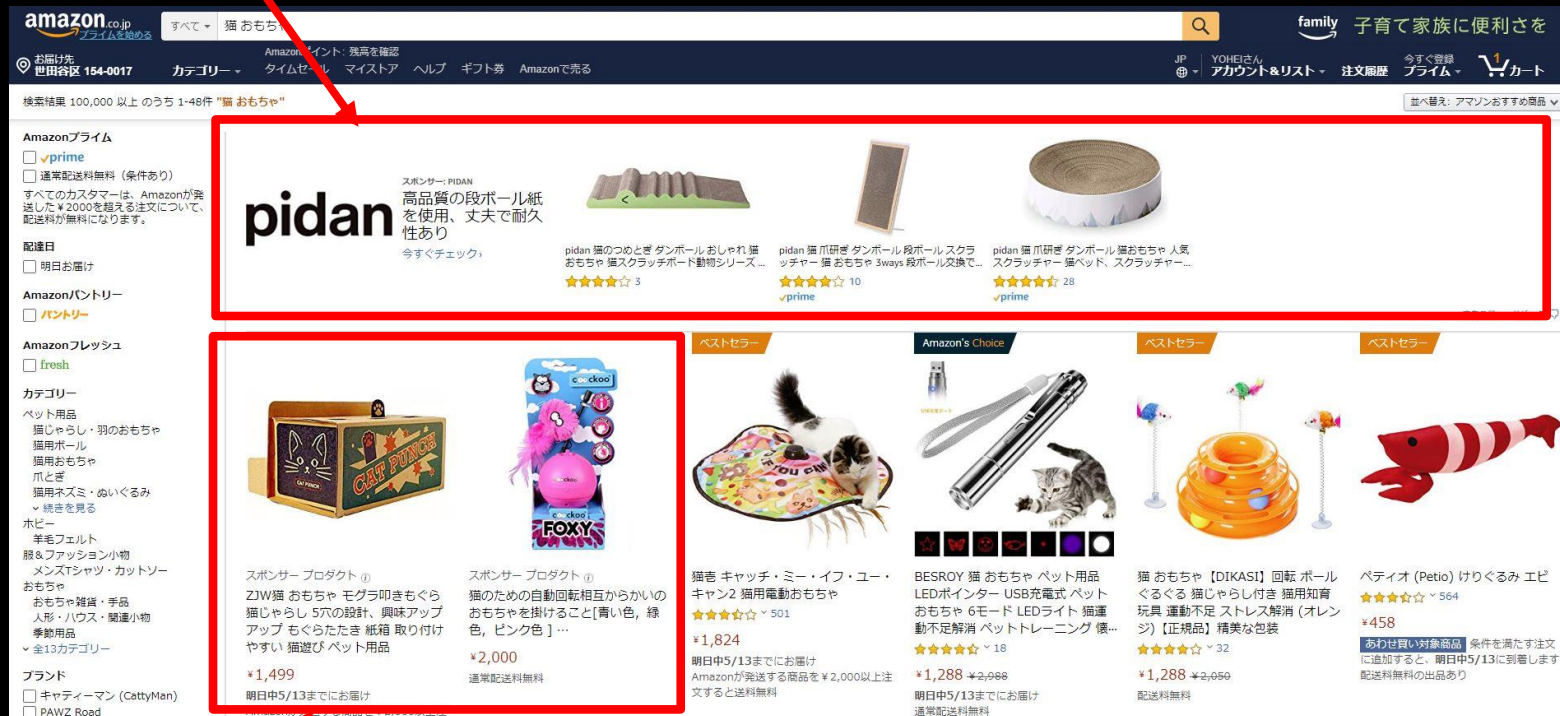
検索結果(PC)



大きく2つに分かれます

スポンサーブランド広告

- ・登録したキーワードの検索結果最上部に表示
- ・3点の商品を設定、コピーを入れられる
- ・ランディングページも設定できる

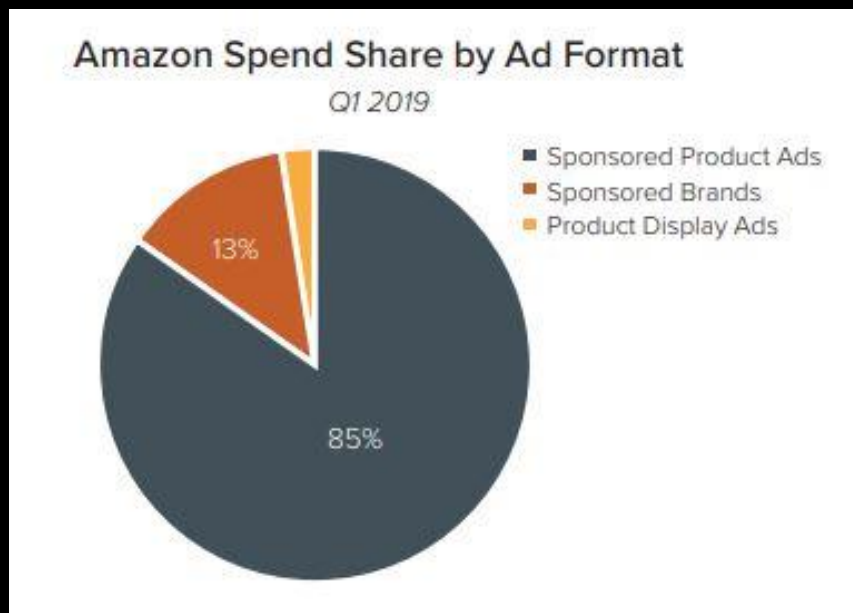


スポンサープロダクト広告

- ・登録したキーワードの検索結果内に表示
- ・自動ターゲティングなどの機能がある

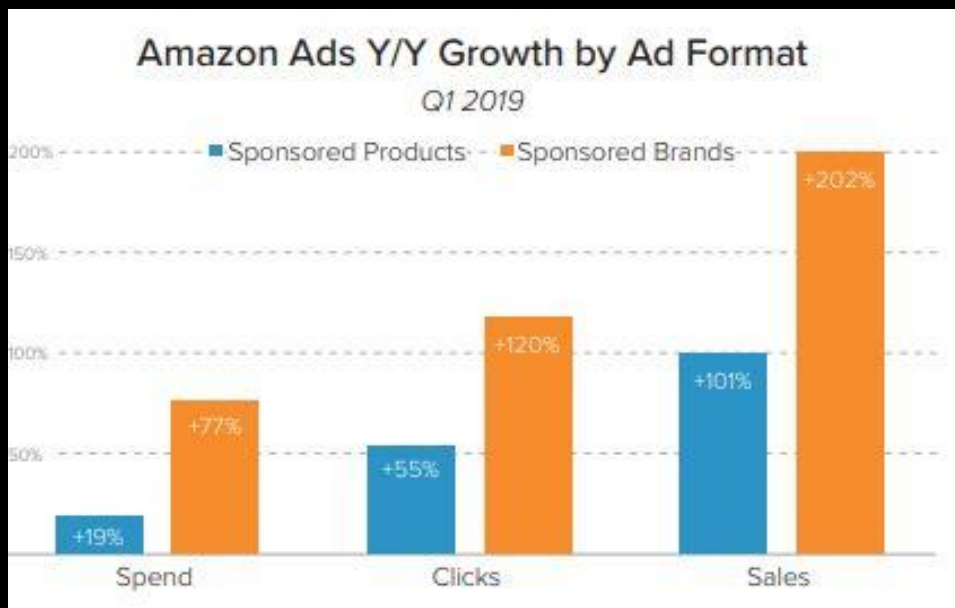
参考) スポンサープロダクト広告+ブランド広告で急伸

Amazon広告のシェア



広告費の85%は
スポンサープロダクト広告

プロダクト広告VS ブランド広告



ともに成長中だが
スポンサーブランド広告が急伸

Merkle DIGITAL MARKETING REPORT 2019 Q1より

参考)Amazon ARビュー

スマホ画面に商品を映し出す

- ・自動的に商品の大きさが調整され正しい縮尺で表示される
- ・配置場所や向きの変更も可能
- ・商品を360度見回すこともできる

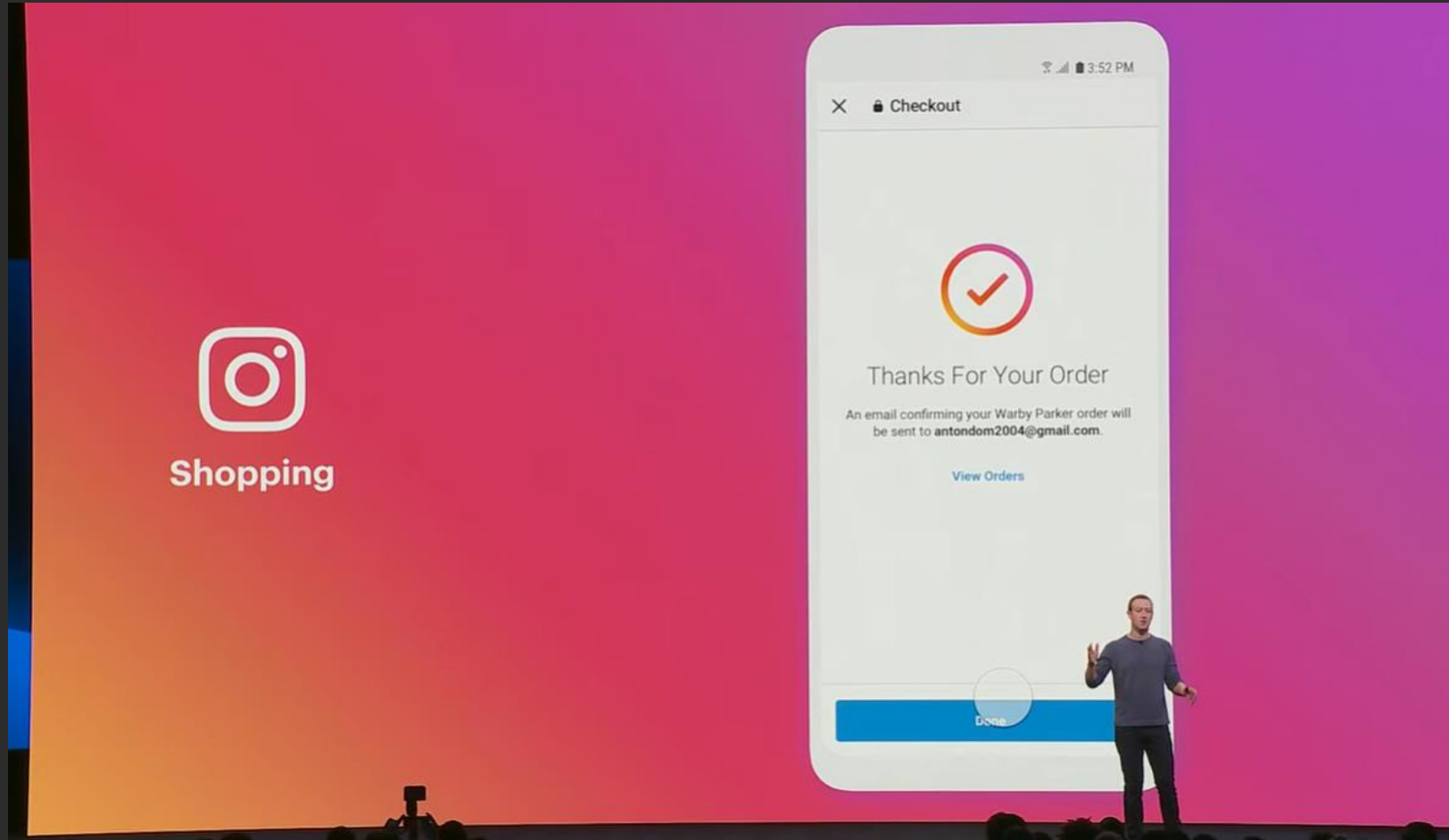


※iOSまたはAndroid向けの最新バージョンのショッピングアプリでサポートされる



Facebookは？

ショッピングはInstagramに注目

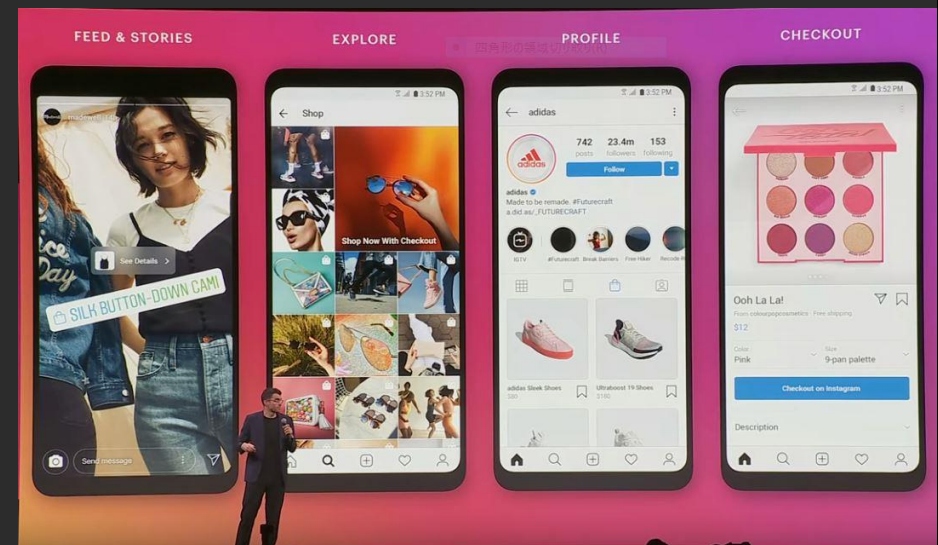


F8 2019 keynoteより

Instagramのショッピング機能の進化

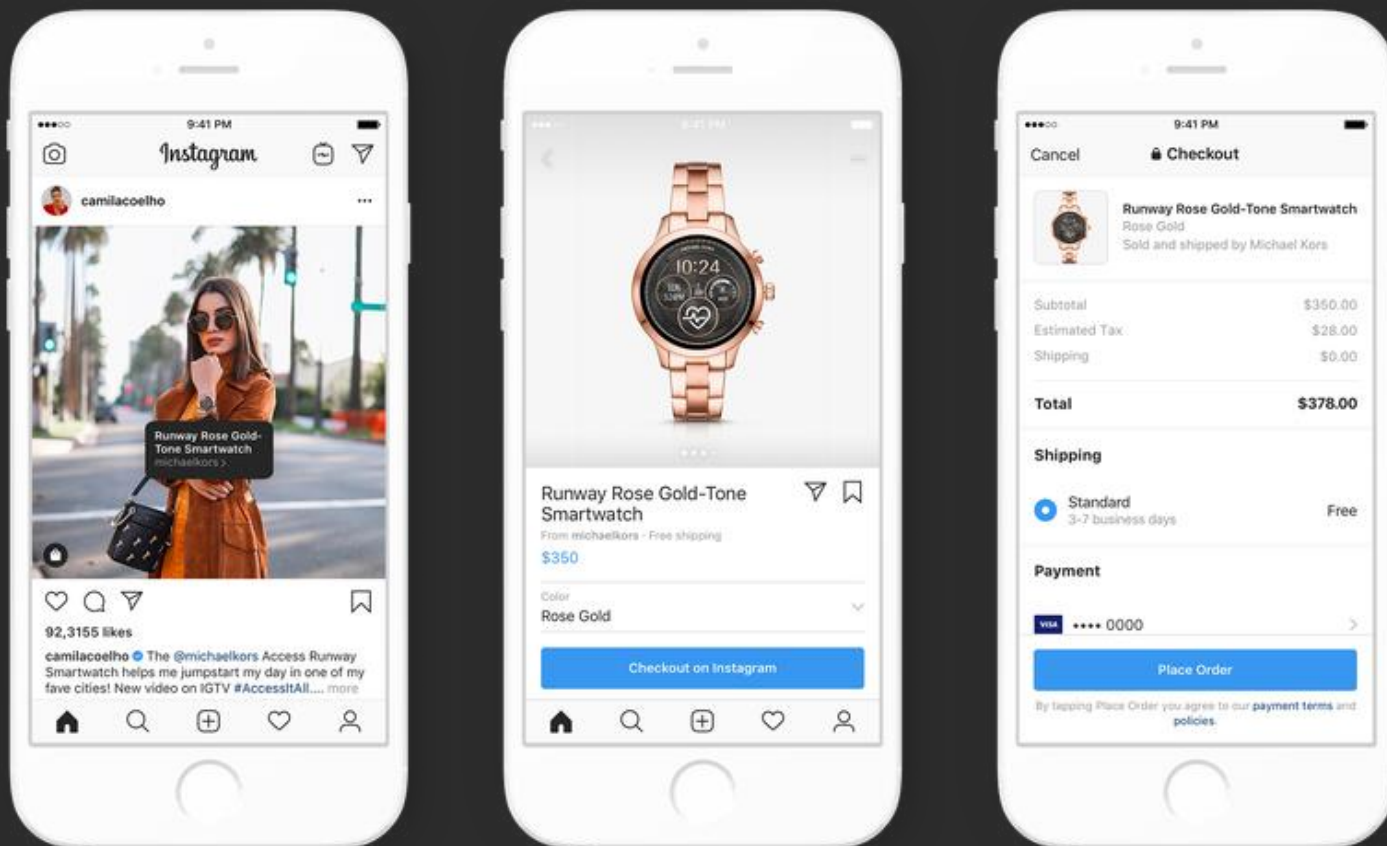
“私的な空間”であるInstagram内でショッピングができるように

- ・ 投稿から購入できる「Shop Now」 機能
- ・  発見タブに「ショッピング」が追加
- ・ プロフィール欄にショッピング用のタブ が追加
- ・ Instagramを離れずに決済を完了(β版)



Buying from Creators

インフルエンサーの投稿を通じてInstagram内で購入を完結(β版)



Buying from Creators

インフルエンサーの投稿を通じてInstagram内で購入を完結(β版)



<https://youtu.be/xK0RwubFi-U?t=4545>

第1部まとめ

- ・ ネット広告はGoogle、Facebook、Amazonが3強
- ・ 3社のショッピングの動きに注目
- ・ GoogleとAmazonの検索の違いを知る
- ・ Googleではショッピング広告が検索を牽引
- ・ Amazonではスポンサープロダクト広告&ブランド広告が中心
- ・ FacebookはInstagramのショッピング機能の進化に注目

→明日からできる！おすすめアクション3つ

- (1)Amazon広告、ショッピング広告、Instagramで何かを買う。
- (2)担当サイトのお客さんが検索するキーワードを調べる。
- (3)社内もしくはクライアントに新たな集客手段について話し合う。

第2部

みんなで作ろう！ レスポンス検索広告ワークショップ



こんなお話をします

書けない人からよく聞く悩み

ブロック式広告文とは？

ブロック式広告文はこう作る！

グループワークで体感しよう

重要!

書けない人からよく聞く悩み①

「文才がない」



書けない人からよく聞く悩み②

「興味がわかない」



書けない人からよく聞く悩み③

「時間が取れない」



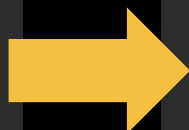
ブロック式広告文なら解決できる

文才がない



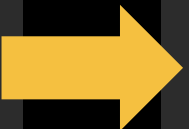
文才は不要

興味がわからない



誰かとやれる

時間が取れない



短時間で作れる

ブロック式広告文の方法論を
取り入れることで解決できます

ブロック式広告文とは？



検索広告の進化： 検索広告が「レスポンス化」している



Responsive search ads
レスポンス検索広告

Marketing Live 2018: Marketing Innovations Keynote
<https://www.youtube.com/watch?v=MmfaZV96x7A>

検索広告の進化： 検索広告が「レスポンス化」している

Google 広告 新しいレスポンス検索広告（ベータ版）

見出しを
たくさん作る
最大15個

組み合わせて
広告が表示される

説明文を
たくさん作る
最大4個

レスポンス検索広告を利用すれば、複数の広告見出しと説明文を入力するだけで、それらが自動的に組み合わせられて広告が作成されます。 [手順ガイドを表示](#)

広告グループ: アユダンテ > 広告

キーワード: SEM、キーワード広告、検索広告

最終ページ URL

表示 URL
www.example.com / / 0 / 15 0 / 15

広告見出し

新しい見出し	0 / 30
新しい見出し	0 / 30
新しい見出し	0 / 30
新しい見出し	0 / 30
新しい見出し	0 / 30
新しい見出し	0 / 30
新しい見出し	0 / 30
新しい見出し	0 / 30
広告見出しを追加	0 / 30

説明文

新しい説明文	0 / 90
新しい説明文	0 / 90
説明文を追加	

▼ 広告の URL オプション

新しい広告を保存 キャンセル

広告の効力 フィードバックを送信

最終ページ URL を追加

- 広告見出しを追加してください
- 広告見出しをもっとユニークなものにしましょう
- 広告文をもっとユニークなものにしましょう

未完了

プレビュー

広告見出し 1 | 広告見出し 2 | 広告見出し 3

広告 www.example.com/

説明文 1. 説明文 2.

このプレビューは、お客様のアセットを使って作成される広告の候補を示すもので、すべての組み合わせを示すものではありません。フォーマットによっては、一部が省略される場合があります。

注釈

▲ レスポンス検索広告は、特定の言語でのみご利用いただけます。 [詳細](#)

- レスポンス検索広告はベータ版です。広告の掲載結果とステータスを定期的にご確認ください。
- アセットは順序不同で表示されるため、それぞれのアセットが単体でも組み合わせられても意味を成すようにし、AdWords のポリシーや地域の法律に違反しないようにしてください。
- 秘密保持に関する通知: これはベータ版であるため、Google 広告の利用規約に基づき、非公開情報を開示することは許可されません。
- 広告は、作成されても掲載されない場合があります。
- すべての広告に表示させたいテキストがある場合は、広告見出し位置 1、広告見出し位置 2、説明文位置 1 にそのテキストを固定してください。また、テキストの長さが半角 80（全角 40）文字未満であることを確認してください。 [詳細](#)

背景：

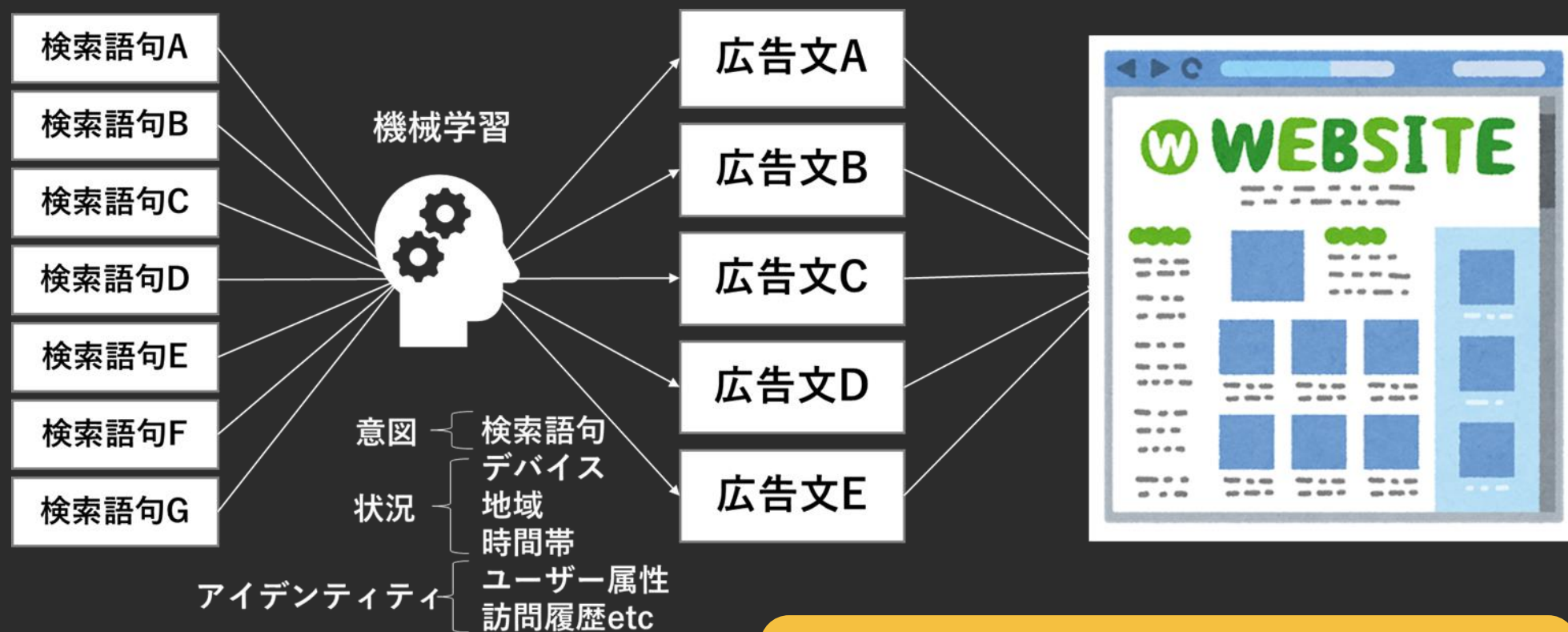
ネットに接続するデバイスの多様化



背景：

多種多様な検索に応えられる広告文の必要性

「広告文は最低でも3-5本は作ってください」



広告文によって多くのユーザーに応えられる
→インプレッションやクリック、CVを上げられる

背景：

多種多様な検索に応えられる広告文の必要性

見出しや広告文のバラエティで検索語句を増やす



Googleの出した解決策：

レスポンス化 + コンポーネント化

デバイスの多様化に沿うために広告を

レスポンス化

多種多様な組み合わせの効率化のために広告を

コンポーネント化

ブロックとは？

ブロック＝短い文章のかたまりです

サイトの内容や商品・サービスについて
箇条書きで記述した短い文章のかたまりのこと。

1ブロックにつき12-15文字(半角25-30文字)以内。
広告文はブロックを組み立てて作ります。



例1：Google広告の広告(旧AdWords)

Google | アドワーズ | google.co.jp

広告 www.google.co.jp/ ▼ 0120-950-082

興味を持っている人だけに効率よく届きます。詳しくは電話サポートへお問い合わせを。オンラインでの売上向上。**Google**検索に**広告**を掲載。電話サポートを無料で提供。アクセス時にのみ料金発生。サービス: **Google** AdWords, YouTube 動画**広告**, ディスプレイネットワーク。

Google アドワーズ | Google に広告を掲載しよう | google.com

広告 adwords.google.com/AdWords ▼ 0120-950-082

アドワーズ担当者が**広告**設定をサポート。今なら10,000円分の**広告**掲載を、2,500円で! 自由な予算設定。オンラインでの売上向上。柔軟なターゲット設定。アクセス時にのみ料金発生。タイプ: 検索**広告**, ディスプレイ**広告**, 動画**広告**, モバイル**広告**, アプリ**広告**, ショッピング**広告**。

Google.co.jp | Google | アドワーズ

広告 www.google.co.jp/AdWords

10,000円分の広告掲載を、2,500円で。今すぐアカウントを作成! アクセス時にのみ料金発生。
Google検索に広告を掲載。電話サポートを無料で提供。オンラインでの売上向上。

Google.com | Google | アドワーズ

広告 adwords.google.com/AdWords

ご利用額1,000/日以上で、広告作成を無料サポート。今すぐアカウントを作成! アクセス時にのみ料金発生。自由な予算設定。オンラインでの売上向上。柔軟なターゲット設定。

広告文を分解すると…

見出し

Google.co.jp

Google

アドワーズ

Google アドワーズ

Googleに広告を掲載しよう

Google.com

説明文

興味を持っている人だけに効率よく届きます。

詳しくは電話サポートへお問い合わせを。

Google広告で効果的にビジネスを拡大！

10,000円分の広告掲載を、2,500円で。

ご利用額1,000/日以上で、広告作成を無料サポート。

今すぐアカウントを作成！

コールアウトオプション

オンラインでの売上向上

アクセス時のみ料金発生

電話サポートを無料で提供

Google検索に広告を掲載

自由な予算設定

柔軟なターゲット設定

広告文を分解すると…

見出し

Google.co.jp

Google

アドワーズ

Google アドワーズ

Google(に広告を掲載しよう

Google.com

コールアウトオプション

オンラインでの売上向上

アクセス時のみ料金発生

電話サポートを無料で提供

Google検索に広告を掲載

自由な予算設定

柔軟なターゲット設定

説明文

興味を持っている人だけに効率よく届きます。

詳しくは電話サポートへお問い合わせを。

Google広告で効果的にビジネスを拡大！

10,000円分の広告掲載を2,000円で。

ご利用額1,000/日以上で、広告作成を無料サポート。

今すぐアカウントを作成

分解した一つひとつが
「ブロック」

分解したブロックを組み合わせると…

Google.co.jp

Google

アドワーズ

Google.com

アクセス時のみ料金発生

自由な予算設定

オンラインでの売上向上

10,000円分の広告掲載を、2,500円で。

ご利用額1,000/日以上で、広告作成を無料サポート。

今すぐアカウントを作成！

柔軟なターゲット設定

Google検索に広告を掲載

電話サポートを無料で提供

Google.co.jp | Google | アドワーズ

広告 www.google.co.jp/AdWords

10,000円分の広告掲載を、2,500円で。今すぐアカウントを作成！ アクセス時にのみ料金発生。
Google検索に広告を掲載。電話サポートを無料で提供。オンラインでの売上向上。

Google.com | Google | アドワーズ

広告 adwords.google.com/AdWords

ご利用額1,000/日以上で、広告作成を無料サポート。今すぐアカウントを作成！ アクセス時にのみ料金発生。自由な予算設定。オンラインでの売上向上。柔軟なターゲット設定。

Google.co.jp

Google

アドワーズ

Google.com

アクセス時のみ料金発生

自由な予算設定

オンラインでの売上向上

10,000円分の広告掲載を、2,500円で。

ご利用額1,000/日以上で、広告作成を無料サポート。

今すぐアカウントを作成！

ブロックを

組み合わせる

ことで複数の広告文が
できています

Google.co.jp | Google | アドワーズ

広告 www.google.co.jp/AdWords

10,000円分の広告掲載を、2,500円で。今すぐアカウントを作成！ アクセス時にのみ料金発生。
Google検索に広告を掲載。電話サポートを無料で提供。オンラインでの売上向上。

Google.co.jp | Google | アドワーズ

広告 adwords.google.com/AdWords

ご利用額1,000/日以上で、広告作成を無料サポート。今すぐアカウントを作成！ アクセス時にのみ料金発生。自由な予算設定。オンラインでの売上向上。柔軟なターゲット設定。

見出し(15文字まで)

ブロック	文字数
Google.co.jp	12
Google	6
アドワーズ	10
Google アドワーズ	17
Googleに広告を掲載しよう	24
Google.com	10

コールアウトオプション(12文字まで)

ブロック	文字数
オンラインでの売上向上	11
アクセス時のみ料金発生	11
電話サポートを無料で提供	12
Google検索に広告を掲載	14
自由な予算設定	7
柔軟なターゲット設定	10

説明文(45文字まで)

ブロック	文字数
興味を持っている人だけに効率よく届きます。	21
詳しくは電話サポートへお問い合わせを。	19
Google広告で効果的にビジネスを拡大！	21
10,000円分の広告掲載を、2,500円で。	23
ご利用額1,000/日以上で、広告作成を無料サポート。	27
今すぐアカウントを作成！	12

2ブロックで
45文字程度の
説明文を
作っている

例2：Yahoo!ショッピングの広告

ヤフーショッピング | ソフトバンクスマホユーザー優遇 | yahoo.co.jp

広告 shopping.yahoo.co.jp/ ▼

4.2 ★★★★★ yahoo.co.jp の評価

ヤフーで毎日いつでもポイント10倍！半額商品もいっぱい。送料無料も。いろんな探し方。見逃し厳禁のタイムセール。ネットで楽々。楽しくお買い物。キャンペーンいっぱい。幅広い品揃え。Tポイントが貯まる使える。話題のストアぞくぞく登場。お買い物を楽しもう。掘り出し物探そう。

Yahoo.co.jp | ヤフーショッピング | ソフトバンクスマホユーザー優遇

広告 www.yahoo.co.jp/ ▼

ヤフーで毎日いつでもポイント10倍！半額商品もいっぱい。送料無料も。話題のストアぞくぞく登場。お買い物を楽しもう。楽しくお買い物。キャンペーンいっぱい。幅広い品揃え。当日翌日配達。お買い得情報満載。ネットで楽々。ギフト送るなら。見逃し厳禁のタイムセール。

Yahoo.co.jp | ヤフーショッピング／通販 | ⓘ
半額商品もいっぱい、送料無料も

広告 shopping.yahoo.co.jp/

ヤフーだから、圧倒的商品数。配送日時が指定可能なストアも。話題のストアぞくぞく登場。いろんな探し方。幅広い品揃え。楽しくスタンプラリー。トレンドアイテムも。安心安全。

Yahoo.co.jp | ヤフーショッピング／通販 | ⓘ
半額商品もいっぱい、送料無料も

広告 shopping.yahoo.co.jp/

ヤフーだから、圧倒的商品数。配送日時が指定可能なストアも。幅広い品揃え。話題のストアぞくぞく登場。掘り出し物探そう。お買い物を楽しもう。ギフト送るなら。いろんな探し方。

広告文を分解すると…

見出し

Yahoo.co.jp

ソフトバンクスマホユーザー優遇

ヤフーショッピング

ヤフーショッピング／通販

半額商品もいっぱい、送料無料も

説明文

ヤフーで毎日ポイント10倍！

楽しくお買い物

半額商品もいっぱい。送料無料も。

お買い得情報満載

ヤフーだから、圧倒的商品数

重い商品はネットで

配送日時が指定可能なストアも

ネットで楽々

安心安全

いろんな探し方

トレンドアイテムも

見逃し厳禁のタイムセール

話題のストアぞくぞく登場

Tポイントが貯まる使える

楽しくスタンプラリー

掘り出し物探そう

ギフト送るなら

お買い物楽しもう

広告文を分解すると…

見出し

Yahoo.co.jp

ソフトバンクスマホユーザー優遇

ヤフーショッピング

ヤフーショッピング/通販

半額商品もいっぱい。送料無料で

説明文

ヤフーで毎日ポイント10倍

半額商品もいっぱい。送料無料で

ヤフーだから、圧倒的商品数

配送日時が指定可能なストアも

安心安全

トレンドアイテムも

話題のストアぞくぞく登場

楽しくスタンプラリー

ギフト送るなら

いろんな探し方

見逃し厳禁のタイムセール

Tポイントが貯まる使える

掘り出し物探そう

お買い物楽しもう

分解した一つひとつが
「ブロック」

分解したブロックを組み合わせると…

Yahoo.co.jp

ヤフーショッピング/通販

半額商品いっぱい、送料無料も

いろんな探し方

幅広い品揃え

楽しくスタンプラリー

お買い物を楽しもう

ヤフーだから、圧倒的商品数

配送日時が指定可能なストアも

話題のストアぞくぞく登場

トレンドアイテムも

安心安全

掘り出し物探そう

ギフト送るなら

Yahoo.co.jp | ヤフーショッピング/通販 | ⓘ
半額商品もいっぱい、送料無料も

広告 shopping.yahoo.co.jp/

ヤフーだから、圧倒的商品数。配送日時が指定可能なストアも。話題のストアぞくぞく登場。いろんな探し方。幅広い品揃え。楽しくスタンプラリー。トレンドアイテムも。安心安全。

Yahoo.co.jp | ヤフーショッピング/通販 | ⓘ
半額商品もいっぱい、送料無料も

広告 shopping.yahoo.co.jp/

ヤフーだから、圧倒的商品数。配送日時が指定可能なストアも。幅広い品揃え。話題のストアぞくぞく登場。掘り出し物探そう。お買い物を楽しもう。ギフト送るなら。いろんな探し方。

分解したブロックを組み合わせると…

Yahoo.co.jp

ヤフーだから、圧倒的商品数

ヤフーショッピング/通販

配送日時が指定可能なストアも

半額商品いっぱい、送料無料も

話題のストアぞくぞく登場

いろんな探し方

ブロックを

システムも

幅広い品揃え

安心安全

楽しくスタンプラリー

掘り出し物探そう

お買い物を楽しもう

ギフト送るなら

組み合わせる

ことで複数の広告文が
できています

Yahoo.co.jp | ヤフーショッピング/通販 |
半額商品いっぱい、送料無料も

(広告) shopping.yahoo.co.jp/

ヤフーだから、圧倒的商品数。配送日時が指定可能なストアも。話題のストアぞくぞく登場。いろんな探し方。幅広い品揃え。楽しくスタンプラリー。トレンドアイテムも。安心安全。

Yahoo.co.jp | ヤフーショッピング/通販 |
半額商品いっぱい、送料無料も

(広告) shopping.yahoo.co.jp/

ヤフーだから、圧倒的商品数。配送日時が指定可能なストアも。幅広い品揃え。話題のストアぞくぞく登場。掘り出し物探そう。お買い物を楽しもう。ギフト送るなら。いろんな探し方。

見出し(15文字まで)

ブロック	文字数
Yahoo.co.jp	11
ヤフーショッピング	9
ヤフーショッピング／通販	12
半額商品もいっぱい、送料無料も	15

15文字までの
ブロックを組み合わせ
て説明文(および
コールアウト)を
作っている

説明文(45文字まで)

ブロック	文字数
ヤフーで毎日ポイント10倍！	14
半額商品もいっぱい。送料無料も	15
ヤフーだから、圧倒的商品数	13
配送日時が指定可能なストアも	14
安心安全	4
トレンドアイテムも	9
話題のストアぞくぞく登場	12
楽しくスタンプラリー	10
ギフト送るなら	7
楽しくお買い物	7
お買い得情報満載	8
重い商品はネットで	9
ネットで楽々	6
いろんな探し方	7
見逃し厳禁のタイムセール	12
Tポイントが貯まる使える	12
掘り出し物探そう	8
お買い物楽しもう	8

ブロック式広告文はこう作る！



ブロック型広告文作成はこう作る！

1. 集める

2. 組み立てる

3. 整える

1-1. サイト内容から集める

「自己紹介」と「プラス情報」をピックアップ

ナチュラルウーマン

ファッションと暮らしの通販サイト

ファッション 暮らし 読み物 はじめての方へ



特集

この夏
ほしい

ガーゼ
ケット

ごちそう
そうめん

ファッションと暮らしの通販

ナチュラルウーマン 公式

自然体で着られるカジュアル服

初めてのご注文で500円オフ

暮らしを彩る読み物も

全品送料無料

最短当日配送

お買い物でポイント貯まる



プラス情報とは
「ユーザーにとって」
プラスになる情報

1-2. 競合から集める

検索結果に現れる文章を切り口のヒントに



この夏ほしい商品入荷
銀行、コンビニ決済、代引きOK
ギフトラッピングあり
XS-2XLサイズ品揃え
返品・交換もOK



広告だけでなく
オーガニックのスニペットも
切り口の参考になる

1-3. 検索語句から集める

ユーザーのニーズに応える短い文章を入れる

検索語句

40代 似合う服がない

40代 似合う色

スカート 5000円 高い

スカート 3000円

スカート 2000円

40代女性が選んでる洋服

5000円以下のスカート豊富



広告文に違いが
出るのここが大きい
ニーズを読もう

1-4. レビュー・口コミから集める

お客様のナマの言葉をヒントに

★★★

毎年リピートしてます！
1サイズ大きいものを選んでゆったり着てます。

★★★

夏場でもカバンに入れて
冷房が効いている場所で
重宝します。

毎年ご購入のお客様続出

夏の冷房対策にも重宝します



お客様の「視点」を
できるだけ活かす
同業他社のレビューでも
十分に参考になる

1-5. 書籍や雑誌の見出しから集める

関連する本はブロックのヒントの宝庫



週3着回わせる服あります

大人きれいめのアイテム満載



雑誌なら表紙、
書籍なら目次をチェックして
参考にとすると◎

集められるかぎり集める

最低でも10-15個あると複数の広告文を作りやすい

ファッションと暮らしの通販

ナチュラルウーマン 公式

この夏ほしい暮らしアイテム入荷

40代女性が選んでる洋服

5,000円以下のスカート豊富

毎年ご購入のお客様続出

夏の冷房対策にも重宝します

週3着回わせる服あります

大人きれいめのアイテム満載

銀行、コンビニ決済、代引きOK

自然体で着られるカジュアル服

初めてのご注文で500円オフ

暮らしを彩る読み物も

全品送料無料

最短当日配送

お買い物でポイント貯まる

ギフトラッピングあり

XS-2XLサイズ品揃え

返品・交換もOK

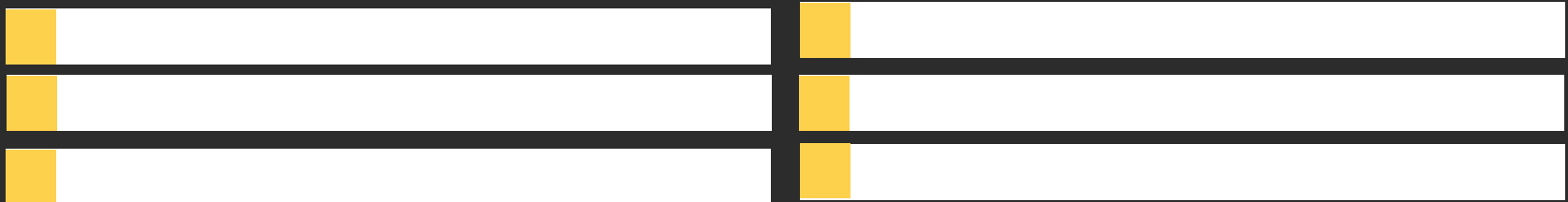
2. 組み立てる

優先順位は見出し>説明文>コールアウト

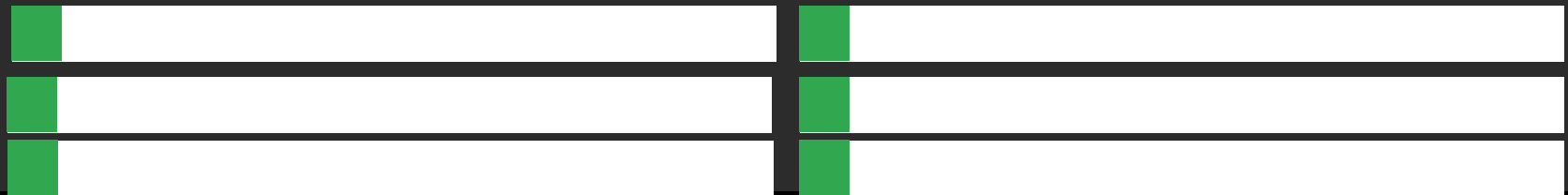
見出し



説明文



コール
アウト
オプション



2. 組み立てる

見出しには検索語句/自己紹介/プラス情報何でも

見出し

ナチュラルウーマン 公式

ファッションと暮らしの通販

この夏ほしい暮らしアイテム入荷

説明文

コール
アウト
オプション

2. 組み立てる

説明文にはプラス情報/コールトゥアクション

見出し

ナチュラルウーマン 公式

ファッションと暮らしの通販

この夏ほしい暮らしアイテム入荷

説明文

5,000円以下のスカート豊富

40代女性を選んでる洋服

自然体で着られるカジュアル服

初めてのご注文で500円オフ

銀行、コンビニ決済、代引きOK

今すぐオンラインで購入

コール
アウト
オプション

2. 組み立てる

コールアウトにはプラス情報を中心に

見出し

ナチュラルウーマン 公式

ファッションと暮らしの通販

この夏ほしい暮らしアイテム入荷

説明文

5,000円以下のスカート豊富

40代女性が選んでる洋服

自然体で着られるカジュアル服

初めてのご注文で500円オフ

銀行、コンビニ決済、代引きOK

今すぐオンラインで購入

コール
アウト
オプション

XS-2XLサイズ品揃え

全品送料無料

最短当日配送

ギフトラッピング承ります

お買い物でポイント貯まる

返品・交換もOK

2. 組み立てる

タイトルを検索キーワードに合わせるのもあり

見出し

{ここにキーワードを挿入}

ナチュラルウーマン 公式

ファッションと暮らしの通販

説明文

5,000円以下のスカート豊富

40代女性が選んでる洋服

自然体で着られるカジュアル服

初めてのご注文で500円オフ

銀行、コンビニ決済、代引きOK

今すぐオンラインで購入

コール
アウト
オプション

XS-2XLサイズ品揃え

全品送料無料

最短当日配送

ギフトラッピング承ります

お買い物でポイント貯まる

返品・交換もOK

2. 組み立てる

ブロックの組み合わせで別パターンをつくる

見出し

{ここにキーワードを挿入}

ナチュラルウーマン 公式

初めてのご注文で500円オフ

説明文

ファッションと暮らしの通販

40代女性を選んでる洋服

自然体で着られるカジュアル服

5,000円以下のスカート豊富

銀行、コンビニ決済、代引きOK

今すぐオンラインで購入

コール
アウト
オプション

XS-2XLサイズ品揃え

全品送料無料

最短当日配送

ギフトラッピング承ります

お買い物でポイント貯まる

返品・交換もOK

3. 整える

文字数を整える

見出し

15文字以内×3

説明文

15文字以内×3×2

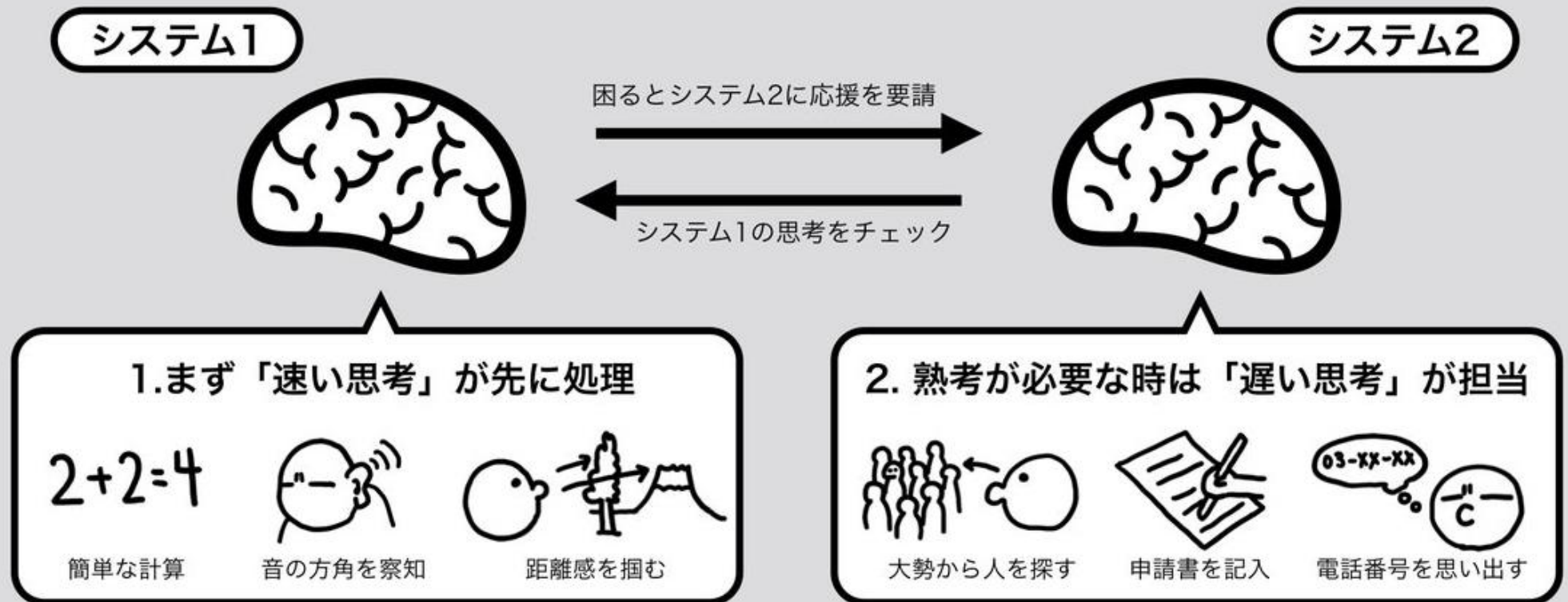
←説明文は15文字程度の
ブロック6個分

コール
アウト
オプション

12文字以内×最大6本表示

3. 整える

検索結果は「速い思考」で処理される

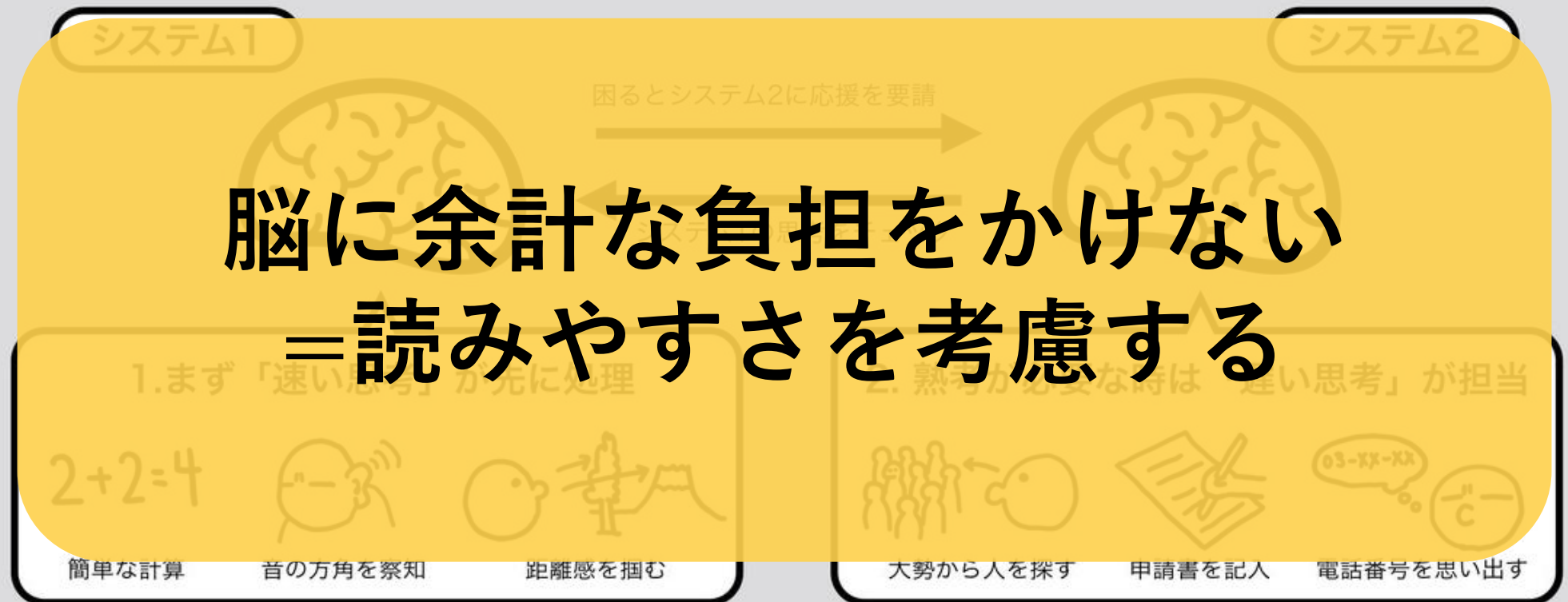


忙しい人のためのダニエル・カーネマン

<https://twitter.com/i/moments/1016327843125420033>

3. 整える

検索結果は「速い思考」で処理される



忙しい人のためのダニエル・カーネマン

<https://twitter.com/i/moments/1016327843125420033>

3-1. 適度に漢字をひらがなにする

ひらがなにしたほうが読みやすい例：

～下さい	➡	～ください
今直ぐ	➡	今すぐ
出来る	➡	できる
僅か	➡	わずか
迄	➡	まで

Web文章入門 特別編：漢字とひらがなの使い分け方
https://hajimeteweb.jp/column/web_writing/special2.php

3-2. 見てすぐに意味がわかる数字を使う

数字を使うと伝わりやすい例：

- ・実績

→多いなあ！

導入企業**10,000**社

利用者**30**万人

- ・商品やサービスの魅力

→すごいなあ！

5年連続で獲得

90%のリピート率

- ・期間、時間

→今できそう！

50000点の品揃え

24時間**365**日対応

→急がなきゃ！

3,000円以上送料無料

手数料**0**円

2分で登録完了

12月**31**日まで

3-3. 語尾に口語をすこし混ぜる

口語で読みやすさが増す例：

- ・ですます調
- ・「？」や「♪」

いま、売れて**ます**

安すぎて**ごめんなさい**

楽しめるサービス**です**

おまかせ**ください**

ご自宅にお届けし**ます**

～**かな？** と思ったら

色・サイズで選べ**ます**

限定お試しセット**♪**

ていねいに修理し**ます**

無料で作り**ましょう**

3-4. 説明文はブロックを適宜つなげる

ブツ切れの印象にならないように整える

Yahoo.co.jp | ヤフーショッピング／通販 | ⓘ
半額商品もいっぱい、送料無料も
[広告] shopping.yahoo.co.jp/

ヤフーだから、圧倒的な商品数。配送日時が指定可能なストアも。幅広い品揃え。話題のストアぞくぞく登場。掘り出し物探そう。お買い物を楽しもう。ギフト送るなら。いろんな探し方。

ブツ切れの
感じがする…

ヤフーならではの圧倒的な商品数で、欲しいものが必ず見つかる。話題のストアもぞくぞく登場。旬のアイテムからギフト好適品まで取り揃えています。今すぐお買い物を楽しもう！

グループワークで体感しよう



ワーク1：自分で作ってみましょう

問題：

あなたは神戸牛ぐりる工房の広告担当者になりました。
ワークシートにアクセスして
ブロック式広告文で広告を1つ作ってください。

対象サイト：

ぐりる工房(スマートフォンでアクセス)

<https://www.koubegyu.net/smp/>

●広告文作成(15-20分)

●隣や前の人と話す(5分)



先進企業の取り組みの紹介 — Freee株式会社

担当者一人ではなく、複数人で広告文を作る試み

業種：クラウド会計ソフトサービス

きっかけ：

繁忙期に広告の依頼が増え「みなが自分で動かせるほうが早い？」と考えた担当者が考案。社内SNSで呼びかけたところ「やりたい！」と意欲的な声が挙がったために実行。

やったこと：

担当者が広告文の仕様、競合の例、過去うまくいった例を説明した後、12人の参加者全員が広告文を作成して入稿。2週間後、結果報告を行った。

得られたこと：

- ・今までなかった切り口の広告文ができた
- ・広告の成果にみんなが興味を持つようになった
- ・会話が増えて、チームの結束力が高まってきた
- ・“はじめてマーケティングをした！”という喜びの声も

参照元：Freee担当者への取材より



ワーク2：チームで作っていきましょう

問題：

あなたのチームはこうベリノベーション不動産の広告担当です。
ワークシートにアクセスして
ブロック式広告文で広告を1つ作ってください。

対象サイト：

こうベリノベーション不動産

<https://kobe-renovation.jp/>

●広告文作成(15-20分)

●発表(1グループ5-10分)

各グループの1つ、広告文の発表をお願いします。



第2部まとめ

- ・ 検索広告は多種多様なユーザーの検索に応えるために「レスポンシブ化」「コンポーネント化」している
- ・ ブロックを組み立てるように広告文を作る
- ・ ブロック式広告文は3ステップで作成
①集める ②組み立てる ③整える
- ・ 一人よりも、複数人で作成するのに向いている

→明日からできる！おすすめアクション

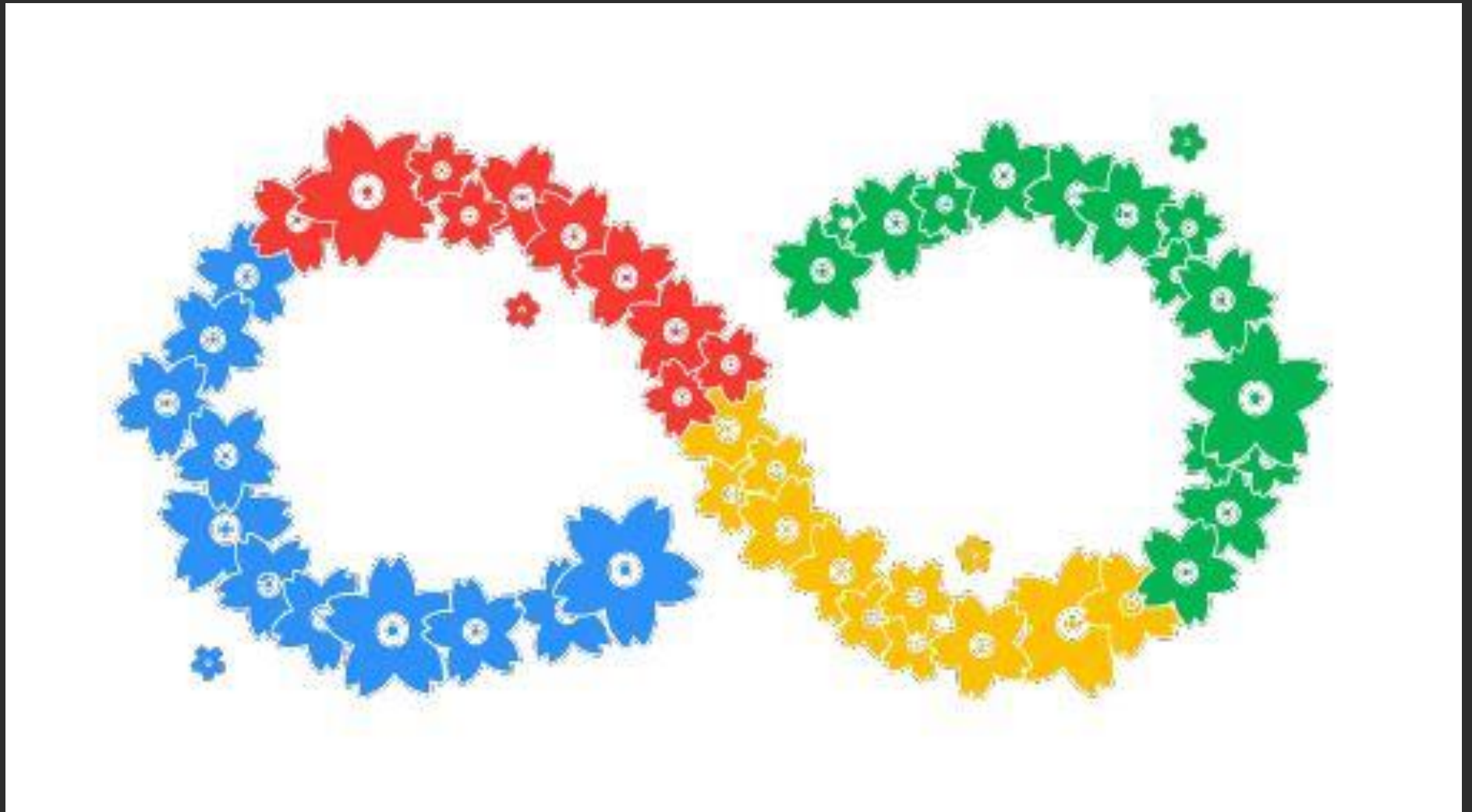
あなたが支援側の人間ならお客様と、
あなたが事業会社の担当者なら周囲の人に話しかけて
ブロック式広告文の方法で広告文を作ってみる。

第3部

広告クリエイティブを徹底的に考えれば
アセットは増やせる!

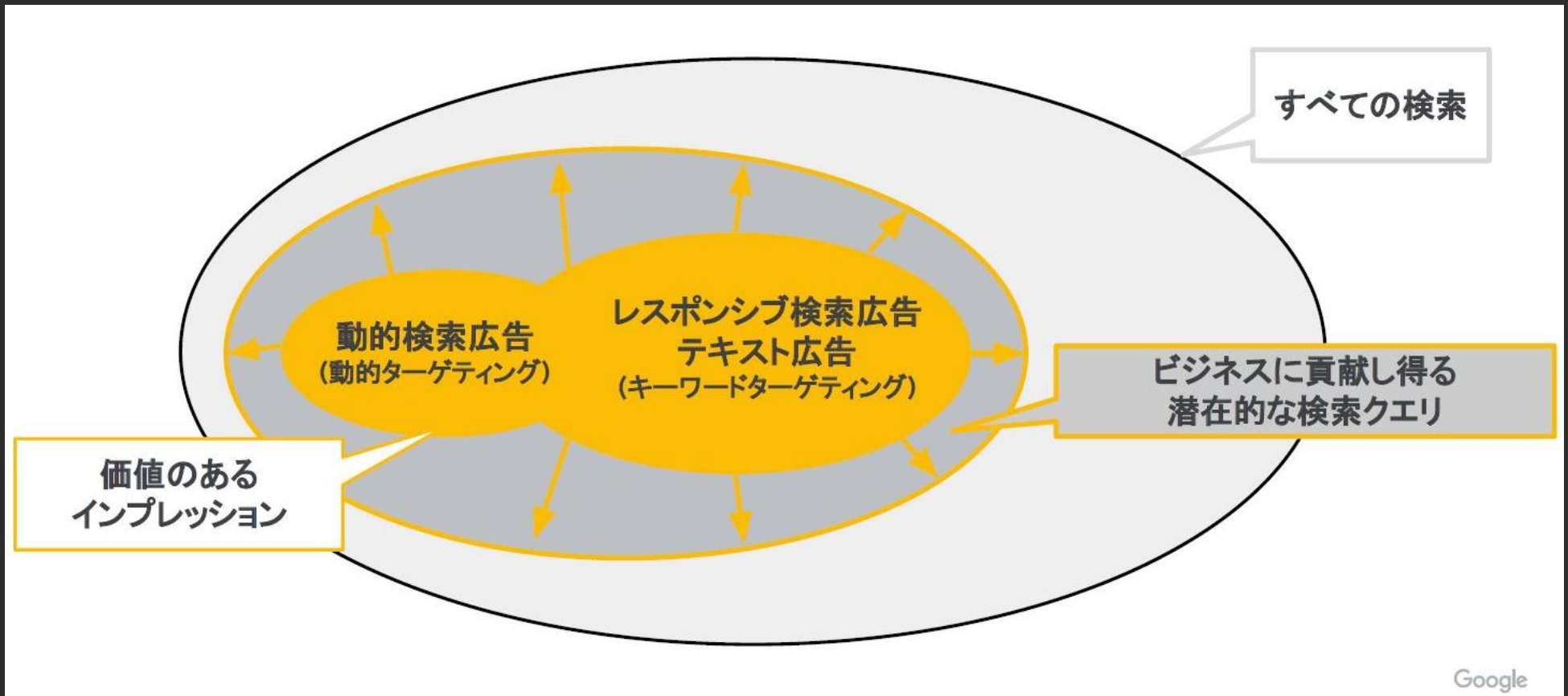


Googleの新しいスローガン



成長は無限である、とGoogleは語るけれど

「ビジネスに貢献し得る検索クエリを増やしましょう」



成長は無限である、とGoogleは語るけれど

「多種多様な検索に対応できる設定にしよう」



Google

成長は無限である、とGoogleは語るけれど

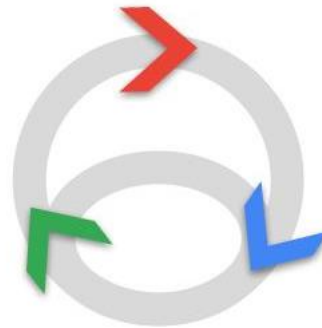
「機械学習と広告運用者が継続的に最適化しよう」

関連性の高い訴求 Relevance Excellence

検索キーワードに連動したメッセージを届ける

- 検索語句に基づいて訴求を考慮し各アセット (広告見出し・説明文)を作成
- アセットを組み合わせメッセージを自動的に最適化
- 指定した条件に応じて特定のメッセージをカスタマイズ

検索広告戦略の転換 Bidding Excellence



ビジネスの目標を考慮し、 キャンペーン目標 KPI の見直す

- パフォーマンス重視の場合:
データドリブンアトリビューション に基づく
コンバージョン数やコンバージョン価値の最大化
- ブランディング重視の場合:
目標インプレッション シェアやクリックの最大化

新たな機会の創出 Triggering Excellence

生活者の意図を包括的に捉える

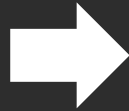
- ランディングページの広告主のビジネスに関連する
検索への動的ターゲティング
- 類義語、誤字、表記のゆれ、関連語句や
コンテキストを考慮したターゲティング
- 定期的に検索語句レポートを確認して、
明らかに関連性のないものは除外設定

鵜呑みにすればうまくいくのか…？

大多数の中小企業にこのスローガンは耐えうるのか？

Googleのロジックを単純化すると

検索クエリを使って
収益につなげるには
どうすればよいか



広告主のビジネスに
つながる検索クエリで
広告が出てない

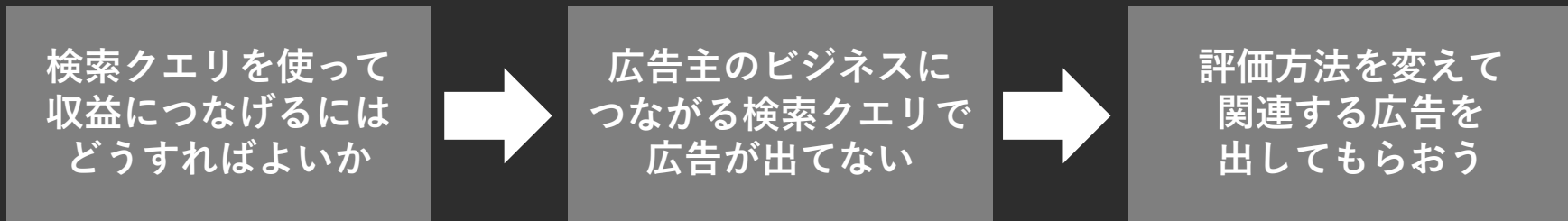


評価方法を変えて
関連する広告を
出してもらおう

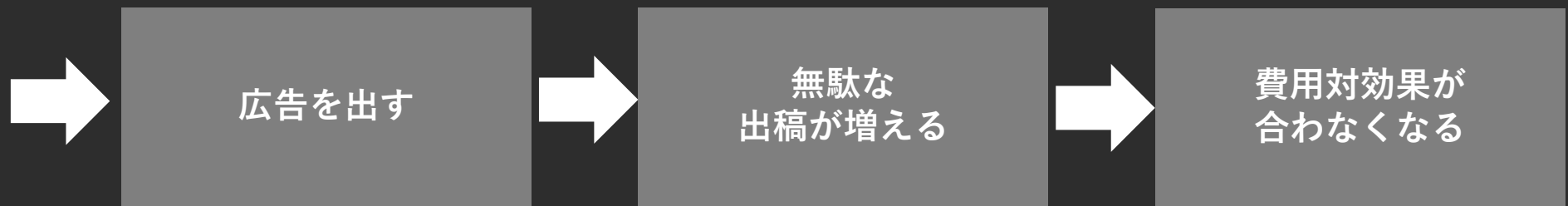
鵜呑みにすればうまくいくのか…？

成果が合わなくなるのではないか…

Googleのロジックを単純化すると



想定されるわるいシナリオ

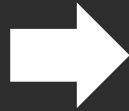


鵜呑みにすればうまくいくのか…？

諦めの声が聞こえる…

Googleのロジックを単純化すると

検索クエリを使って
収益につなげるには
どうすればよいか



広告主のビジネスに
つながる検索クエリで
広告が出てない



評価方法を変えて
関連する広告を
出してもらおう



(ある広告運用者の見解)

“結局これで儲かるのって
Googleさんと、予算に余裕のある
一部の大手企業だけなんじゃないの？”

広告はアセットを使うようになっている

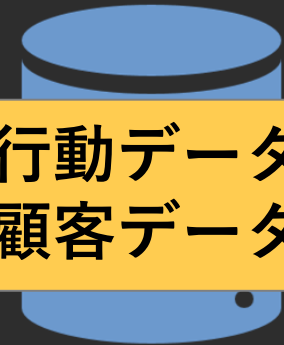
キーワードからアセットへ



動的検索広告



ショッピング広告
動的リターゲティング



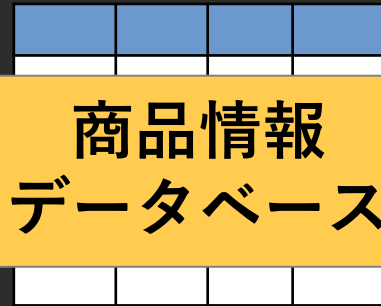
リターゲティング
カスタマーマッチ
類似ユーザー

具体的には？

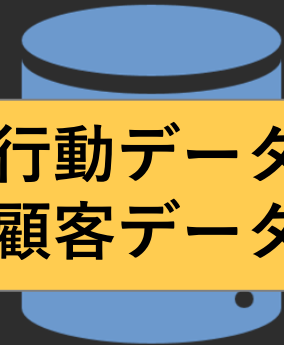
アセットは商品・サービスそのものや見せ方のこと



Webサイトの
コンテンツ



商品情報
データベース



行動データ
顧客データ

最高級A5等級神戸牛カタログギフト 8,000円-50,000円

当店のカタログギフト No.1 累計6,820冊突破
最高級A5等級のみ。

おいさと選ぶ楽しさ届けます。

送料0円、ギフト券の交換期間たっぷり6ヵ月
16時までの注文で翌日お届け可能。

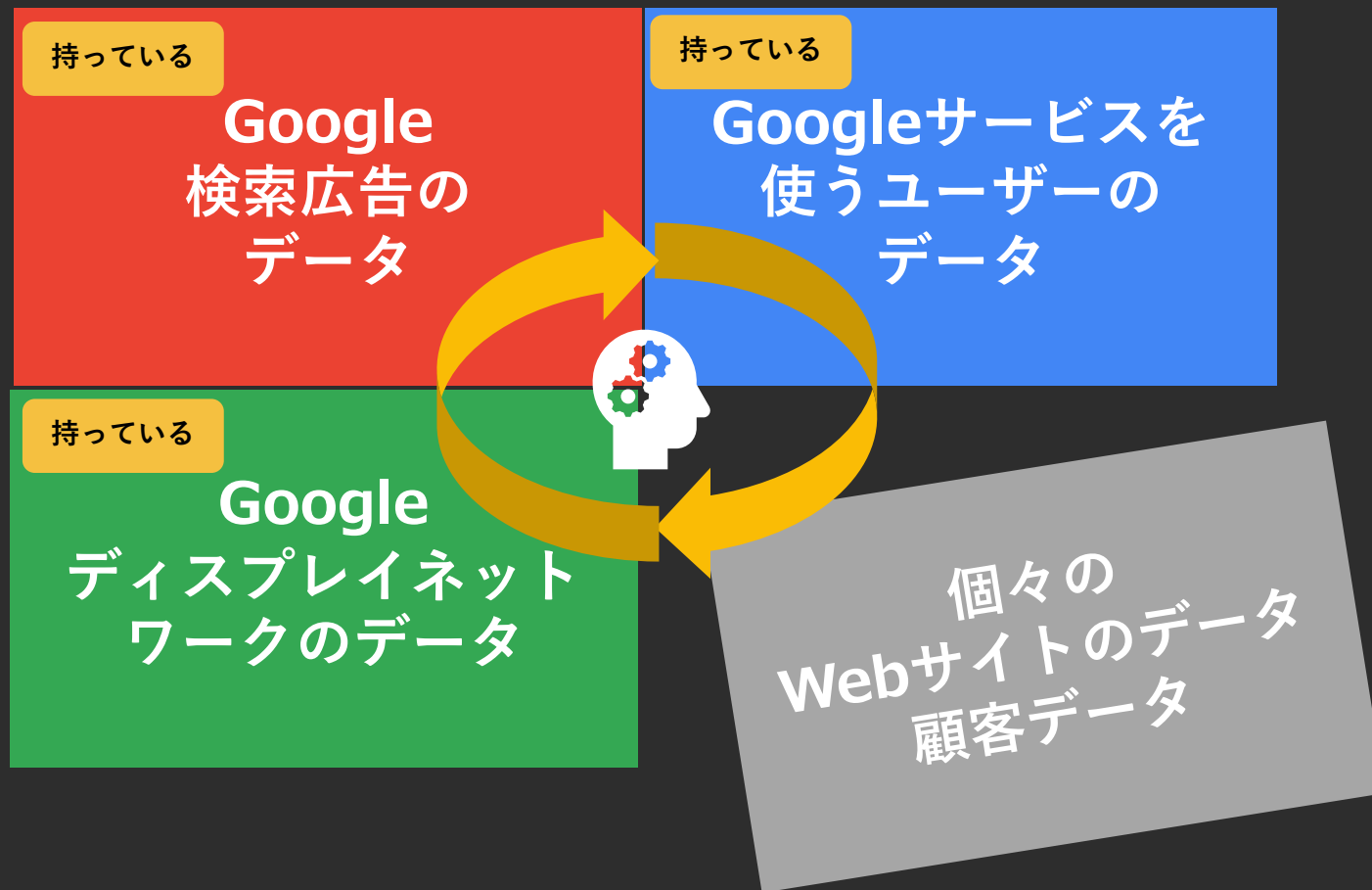
美味しさそのまま！冷蔵でお送りできます。
のし無料でおつけできます。



お客様のサイト閲覧履歴
お客様のご利用履歴

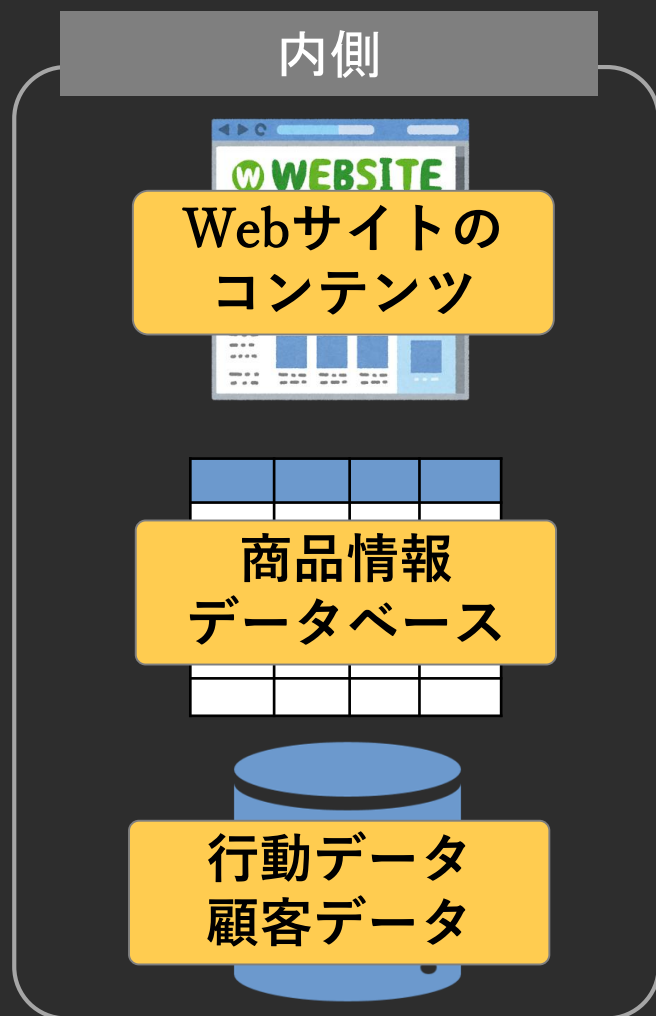
Googleはなぜアセットを使うの？

個々のサイトに最適な広告を出すのに個々のデータが必要



アセットは企業の「内側」に存在している

検索語句に応えられない=アセットが不足している



“The limits of my language are
the limits of my world.”

(私の言語の限界は、
私の世界の限界である)

ウィトゲンシュタイン

自社のアセットの限界を超えるには？

広告を使って、アセットになり得るデータを集める

進むべきシナリオ



思い出そう！ブロック式広告文の作り方

1.集める

- 1-1.サイト内容から
- 1-2.競合から
- 1-3.検索語句から
- 1-4.レビュー・口コミから
- 1-5.書籍や雑誌の見出しから

ぜんぶ
アセット
候補！



具体的には？

出した広告と「検索語句」のデータを見ながら「考える」

内側



広告

その言葉で検索した人は...

サイトに来ている？
表示回数やクリック数
クリック率

興味を持っている？
直帰・離脱率や
滞在時間など

購入している？
コンバージョン数/率
購入金額など

退職祝い ギフト
入学祝い ギフト
結婚祝い ギフト
母の日 ギフト
父の日 ギフト
敬老の日 ギフト
神戸牛 松阪牛 違い
牛肉 ギフト おすすめ
牛肉 5,000円
牛肉 8,000円
牛肉 10,000円



Googleアナリティクスを入れると
詳しいデータを見られる。

どうやって見るの？

「検索語句」と広告のひも付きデータを確認する方法

■準備

Google広告とGoogleアナリティクスはあらかじめリンクしておきます。広告レベルであらかじめラベルをふっておきます。ラベルは拡張テキスト広告には訴求内容、レスポンス広告にはバージョン名を入れます。その上で、各広告の表示イメージをExcelなどにまとめておきます。

■手順

- (1) Google広告の広告レポートで表示項目に「広告ID」を加え、対象期間を設定の上ダウンロードします。
- (2) Googleアナリティクスの広告レポートで以下項目を設定の上ダウンロードします。

種類：フラットテーブル

ディメンション1

キャンペーン/広告グループ/広告文

指標：表示回数/クリック数/コンバージョン数/目標の完了数(CVに相当するもの)

※このGoogle広告クリエイティブIDは(1)の「広告ID」と同じものとなります。以下広告IDと記します。

- (3) (1)と(2)を広告IDを共通のキーとしてつなぎます。(2)のシートからvlookupでラベルを引っ張ればつながります。
- (4) 広告文の表示イメージを見ながら広告文が、どんな検索語句(クエリ)と紐付いているのかを確認します。

頻出する派生語やテーマなどでグルーピングしながら数だけではなく「バラエティ=種類の豊富さ」に注目してみてください。近いテーマでさまざまな種類の検索語句が存在しているということはそれだけポテンシャルがあるということです。

商品そのもの、または見せ方を改良する

価値を感じていただくための「提案」がアセットになる

例：父の日のニーズがある

特選父の日ギフト
神戸牛に感謝のメッセージを添えて



ご家族から「お父さんあての
ビデオレター」をつけられる
セットをご用意しました！



購入する

例：ブランド牛比較のニーズがある

どっちも食べたい！
神戸牛と松坂牛 特選食べ比べセット



お客様の声にお応えして、松坂牛を扱う〇〇さん
と特別限定コラボ商品を作りました！

購入する

商品そのもの、または見せ方を改良する

価値を感じていただくための「提案」がアセットになる

例：父の日の需要がある

例：ブランド牛比較のニーズがある

特選父の日ギフト
神戸牛に感謝のメッセージを添えて

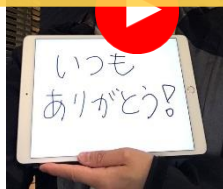
どっちも食べたい！
神戸牛と松坂牛 特選食べ比べセット

**重要：ニーズに対して
「私たちなら何ができるか？」
と考えて反映する**

(じゃないとオリジナルなものにならない)

ご家族から「お父さんあての
ビデオレター」をつけられる
セットをご用意しました！

購入する



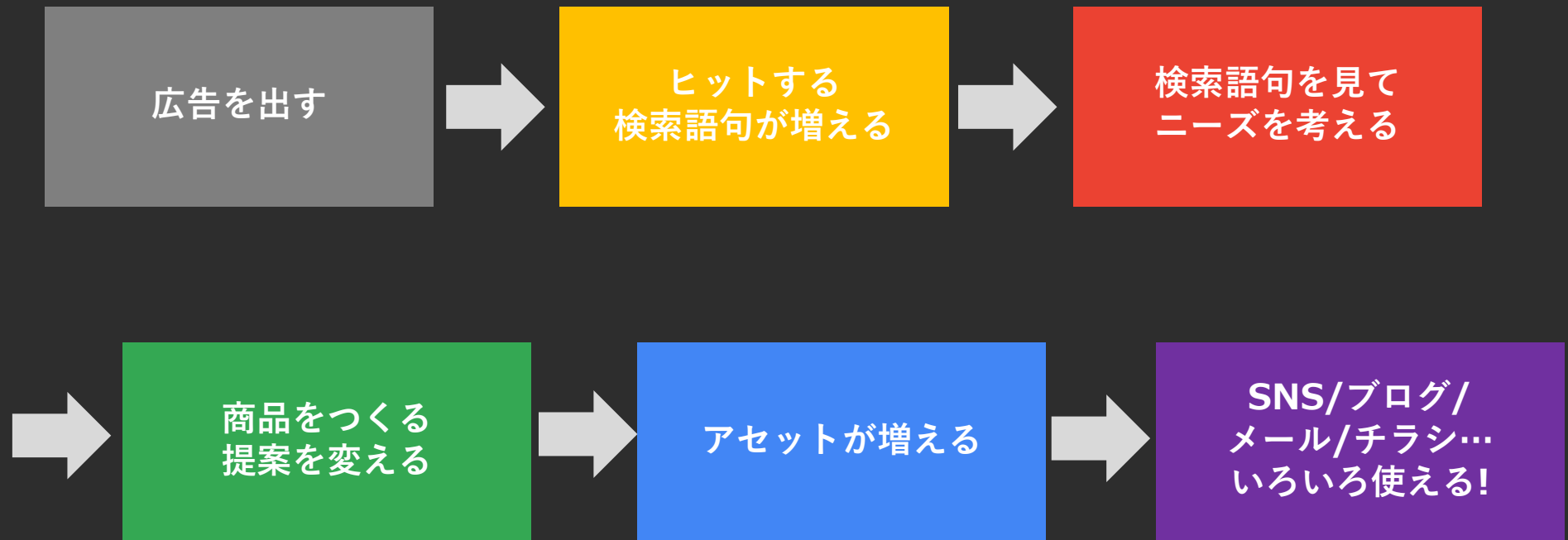
お客様の声にお応えして、松坂牛を扱う〇〇さん
と特別限定コラボ商品を作りました！

購入する

アセットが増えれば、価値は積み上がる

商品を作る・提案を変えれば、使いみちが増え積み上がる

進むべきシナリオ



マーケティングしていることを忘れないで

広告から得られるのは「成果」 + 「ユーザーの気持ち」

成果



ユーザーの
気持ち

“マーケティングが目指すものは
顧客を理解し、製品とサービスを
顧客に合わせ、おのずから売
れるようにすることである”

P.F.ドラッカー

第3部まとめ

- ・ Google広告ではサイトに適した広告を出すのにアセットが必要
- ・ 検索語句に对应されない=アセットが不足している状態
- ・ 自社のアセットの限界を超えるには、広告を活用する
- ・ 検索語句のデータを集めたら、ユーザーの気持ちを「考える」
- ・ そして商品そのもの、見せ方を改良する

→明日からできる！おすすめアクション

- ・ 広告文と検索語句の紐づきを確認する。
- ・ 関係者とともに検索語句のニーズを見て「私たちなら何ができるだろう？」を考える。
- ・ アセットを増やすことが自分の仕事であると位置づける。

A stylized illustration of a person in silhouette jumping over a large, multi-colored rainbow that curves across the sky. The background is a bright blue sky with white clouds and a few birds flying in the distance.

第4部

映画人に学ぶ！
現場で使える「ストーリー」の技術

なぜ、今「ストーリー」が必要なのか？

最近、こんな相談をよく受けるようになりました

あるマーケティング担当者からの相談

“私の上司が、私たちが何をやっているかをわからないみたいなんです。
機械学習で成果が大きく伸びたことまでは理解しているようなのですが、
どこか納得いっていないみたいで...”

なぜ、今「ストーリー」が必要なのか？

どう考えるか？

~~上司が理解しないのがわるい、仕方ない…~~

ではなく

担当者が上司に実施していることを
わかりやすく伝えられていない状態である
そのため、適切なフィードバックを得られず
正当な評価も受けられていない(過小評価…)

なぜ、今「ストーリー」が必要なのか？

過小評価からの脱却をめざして技術を身に着けるのが◎

~~上司が理解しないのがわるい、仕方ない…~~

ではなく

**デジタル広告やテクノロジー活用による
成果を適切に「評価」してもらうために
「ストーリー」の技術が必要である**
正当な評価も受けられていない(過小評価…)

機械学習のゴール設計、目指し方

機械は「期待通りの結果を出す」ように設計されている

期待

目標
CPAは〇円



結果

目標達成

意図

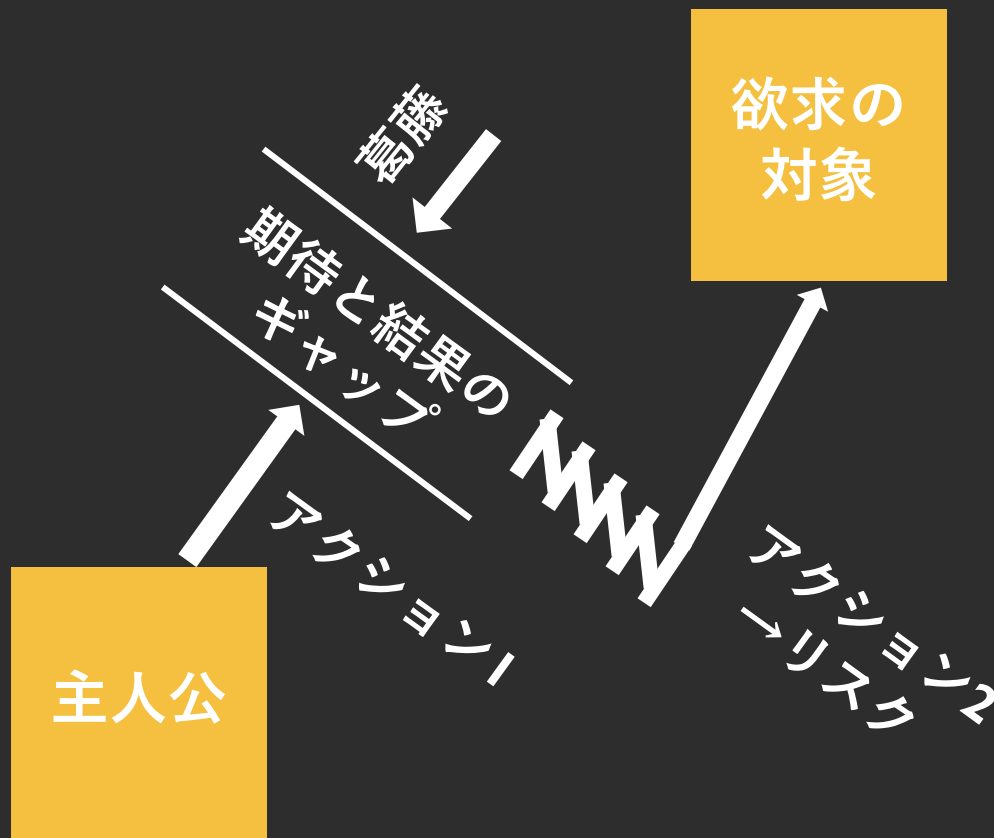
状況

アイデン
ティティ

{ 検索語句
デバイス
地域
時間帯
ユーザー属性
訪問履歴etc

ストーリーとは何か？

ストーリーの本質は、期待と結果の「ギャップ」である



“ストーリーの本質はある人がアクションを起こして、その次に起こると思っていることと、実際に起こることのあいだにあるギャップ、つまり予想と結果、可能性と必然性のあいだの隔たりだ。”

ロバート・マッキー“Story”

ストーリーとは何か？

ストーリーとは、期待と結果の「ギャップ」である

**「ストーリー」は
機械学習の働きとは対極にある
＝人間の役割として重要**

ギャップって？

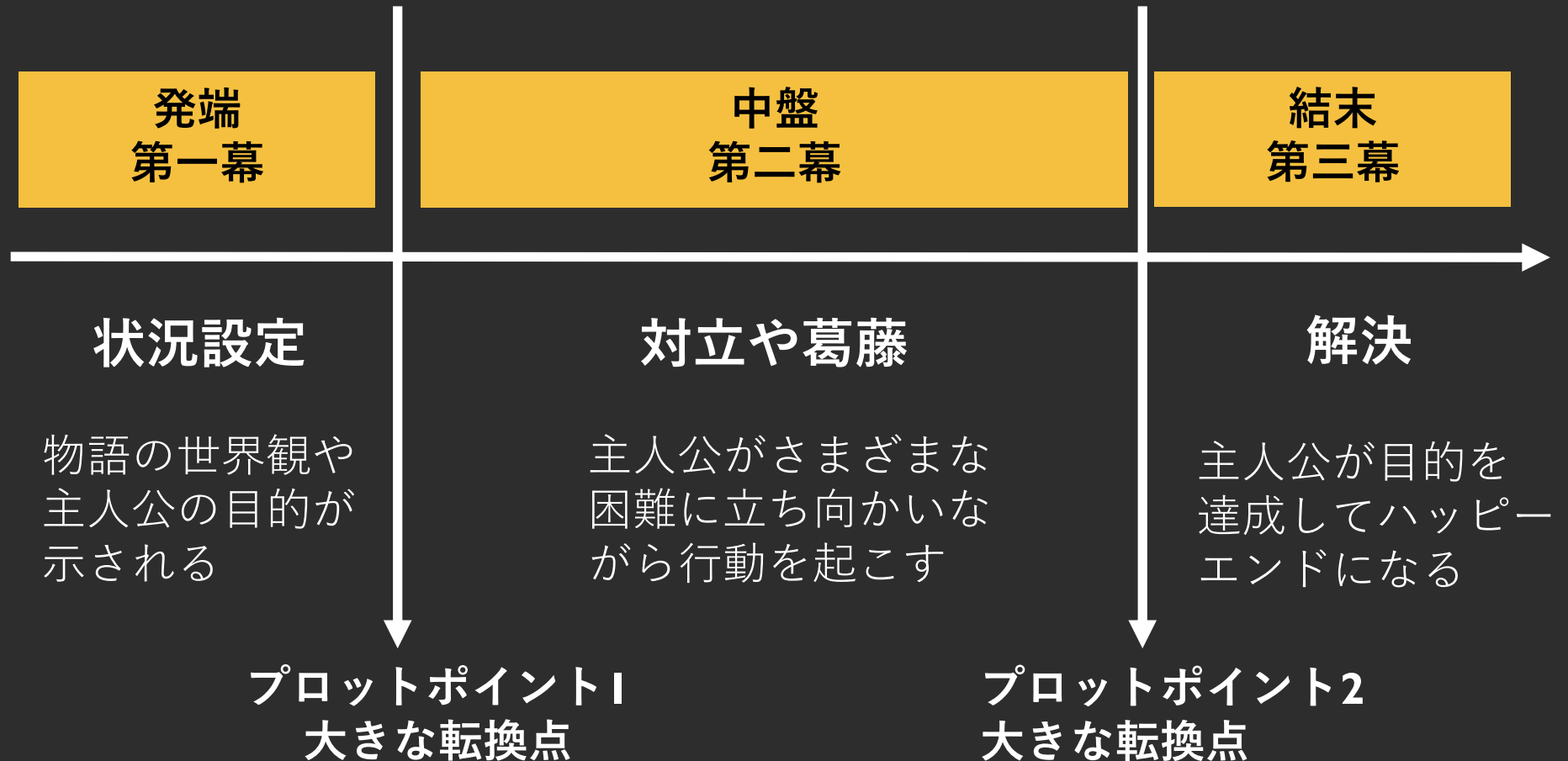
ダヴ：リアルビューティーID 動画 (2018年)



<https://www.youtube.com/watch?v=UHIbScBydeY>

映画のストーリー構成の考え方

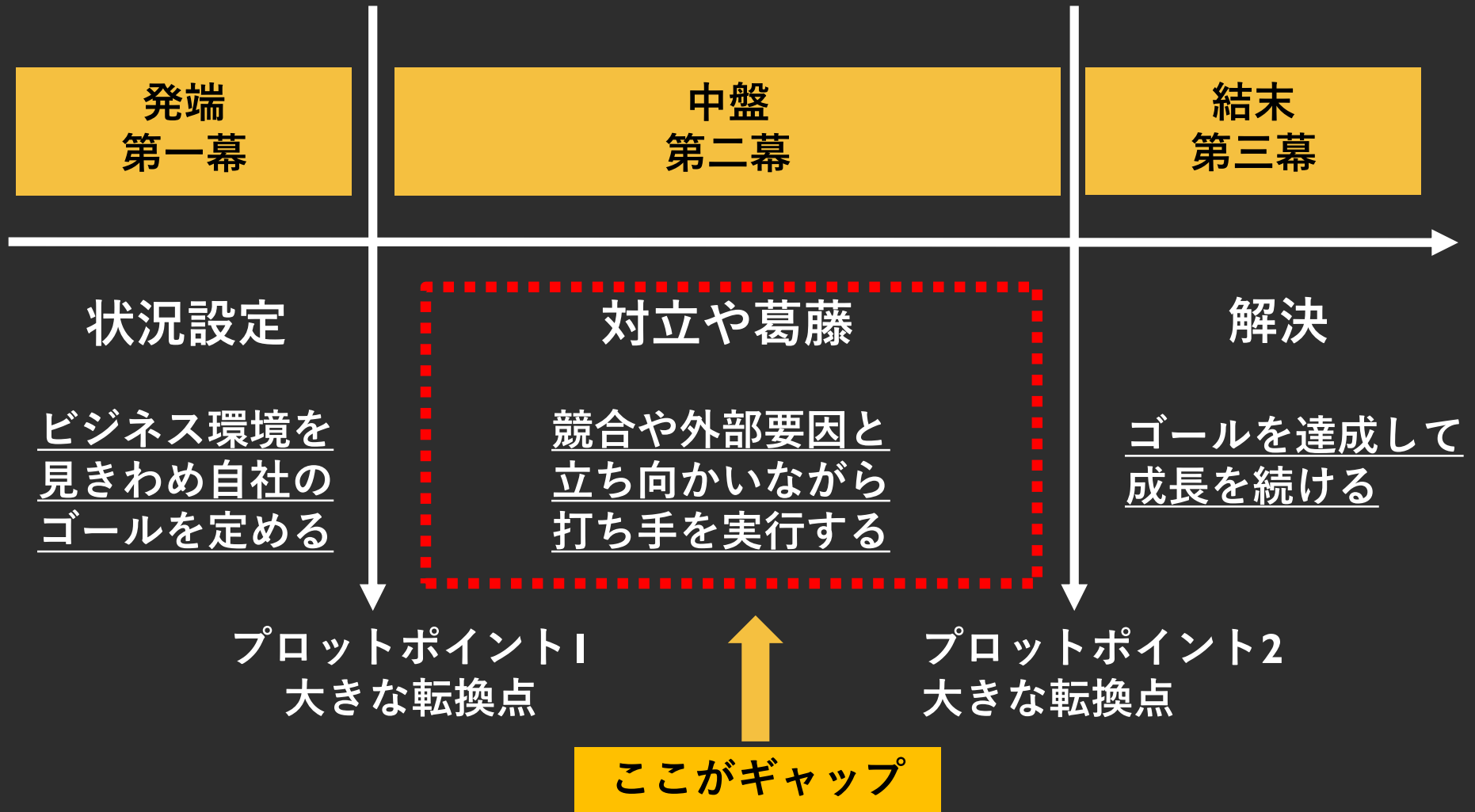
シド・フィールドの三幕構成



シド・フィールド“Screen play”より

ビジネスに置き換えると…

シド・フィールドの三幕構成(ビジネスバージョン)



具体的には？

天候や天災の要因

商品を○個を○円で販売する計画だったが
天候の影響で原材料のスムーズな調達が難しく、
価格も高騰した結果、△個を△円で売ることになった。

競合の台頭

2019年X月にA社から発表された新しいプライベート
ブランドは価格・質ともバランスがよく利用者が急増中。
この影響により、これまで自社の売れ筋商品だった
○○の売れ行きが前年同月比マイナスに転落した。

具体的には？

天候や天災の要因

商品を○個を○円で販売する計画だったが

**「現代のビジネス環境は
一筋縄ではいかないもの」と
私たちは知っている**

ストーリーはどのように生み出すのか？

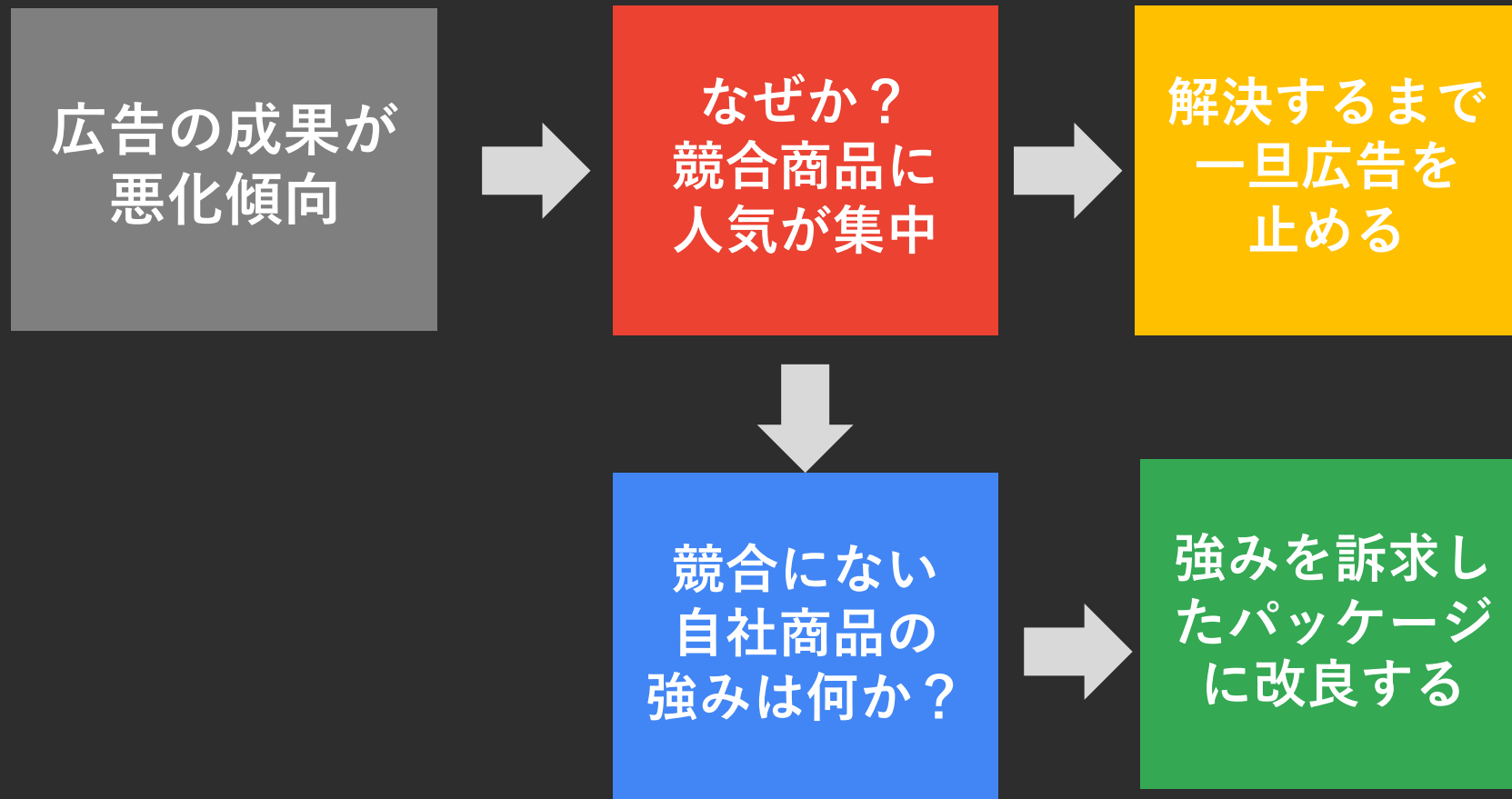
機械学習に依存したわるい例



他の手段を何も考えられなくなっている
=思考停止している状態である
→こうなってはいけない！

ストーリーはどのように生み出すのか？

機械はいったん置き、人間が「考える」



「空」「雨」「傘」をストーリー作りに使う

空(事実)を見て雨(仮説)を考え、雨から傘(行動)を生む

空(事実)

広告の成果が
悪化傾向

雨(解釈)

なぜか？
競合商品に
人気が集中

傘(行動)

解決するまで
一旦広告を
止める

競合にない
自社商品の
強みは何か？

強みを訴求し
たパッケージ
に改良する

中川邦夫
『問題解決の全体観』より

「空」「雨」「傘」をストーリー作りに使う

空(事実)を見て雨(仮説)を考え、雨から傘(行動)を生む

空(事実)

雨(解釈)

傘(行動)

(空雨傘を使った)
「ストーリー」のある説明なら
上司を理解させ、動かせる

強みは何か？

成長する

「雨」(解釈)はひとつじゃない

一つの空から異なる雨がふる

空(事実)

地域Aでは
弁当派が
増えている

雨(解釈)

屋台を
出しても
売れなそう

傘(行動)

地域Aを
撤退する



デザートの
需要は
あるようだ

デザートの
品揃え豊富な
屋台にする

「傘」(行動)もひとつじゃない

同じ雨でも異なる傘がある

空(事実)

猫に朝早く
起こされる



雨(解釈)

お腹が空くの
かもしれない

傘(行動)

自動給餌器を
導入する

夜寝る前に
カリカリを
与える

「傘」(行動)もひとつじゃない

同じ雨でも異なる傘がある

空(事実)

雨(解釈)

傘(行動)

**ギャップに注目して
「ストーリー」で解決する力を
身に着けよう**

第4部まとめ

- ・ デジタル広告やテクノロジー活用による成果を適切に「評価」してもらうために「ストーリー」が必要
 - ・ 機械は期待どおりの結果を出すことが求められる
 - ・ ストーリーの本質は、期待と結果の「ギャップ」である
 - ・ ストーリーは三幕で構成され、二幕目にギャップと行動がある
 - ・ 空雨傘を使ってストーリーを作り、打ち手を実行する
 - ・ ストーリーのある説明ならば上司を動かせる
 - ・ ギャップに注目して「ストーリー」で解決する力を身に着けよう
- 明日からできる！おすすめアクション
- ・ 身近にある素材で「ストーリー」を考える。その癖をつける。

本日のアジェンダ(再掲)

第1部

Google、Facebook、Amazonの3強に？
ネット広告の現在とこれから

第2部

みんなで作ろう！
レスポンス検索広告ワークショップ

第3部

広告クリエイティブを徹底的に考えれば
アセットは増やせる！

第4部

映画人に学ぶ
現場で使える「ストーリー」の技術

本日のゴール(再掲)

昨日までのやり方を変えて
新たなことに挑戦する

ぜひ挑戦してみてください。
応援しています！