

リスティング広告と CDM 配信広告の比較

平成 20 年 10 月 07 日
株式会社 CDM
代表取締役 村田成至
03-5749-2660

INDEX.

はじめに

- I. クリック課金広告とその背景にある現状の効果検証
- II. リスティング広告の掲載料金について
- III. リスティング広告と CDM 配信広告の掲載内容
- IV. リスティング広告と CDM 配信広告の比較

はじめに

『AdWords』『Overture』などのリスティング広告は婚礼業界においても有効な広告手法として認知されてきました。特に小規模事業者（引き出物や演出系商品、フォトウエディングなど）にとっては、広告料金の敷居が高い雑誌広告以外の広告手法として広く利用されるようになったと感じます。

- ・成功報酬型であること（1クリック〇〇円という料金体系）
- ・少額の広告コストで始めることができ、広告リスクが極めて低いこと。
- ・上限料金を設定できること（1クリック 300 円まで。1日 1,000 円まで。1か月 10 万円まで。など）
- ・反響を見ながら広告主自らが広告原稿をいつでも手軽に修正、変更できること

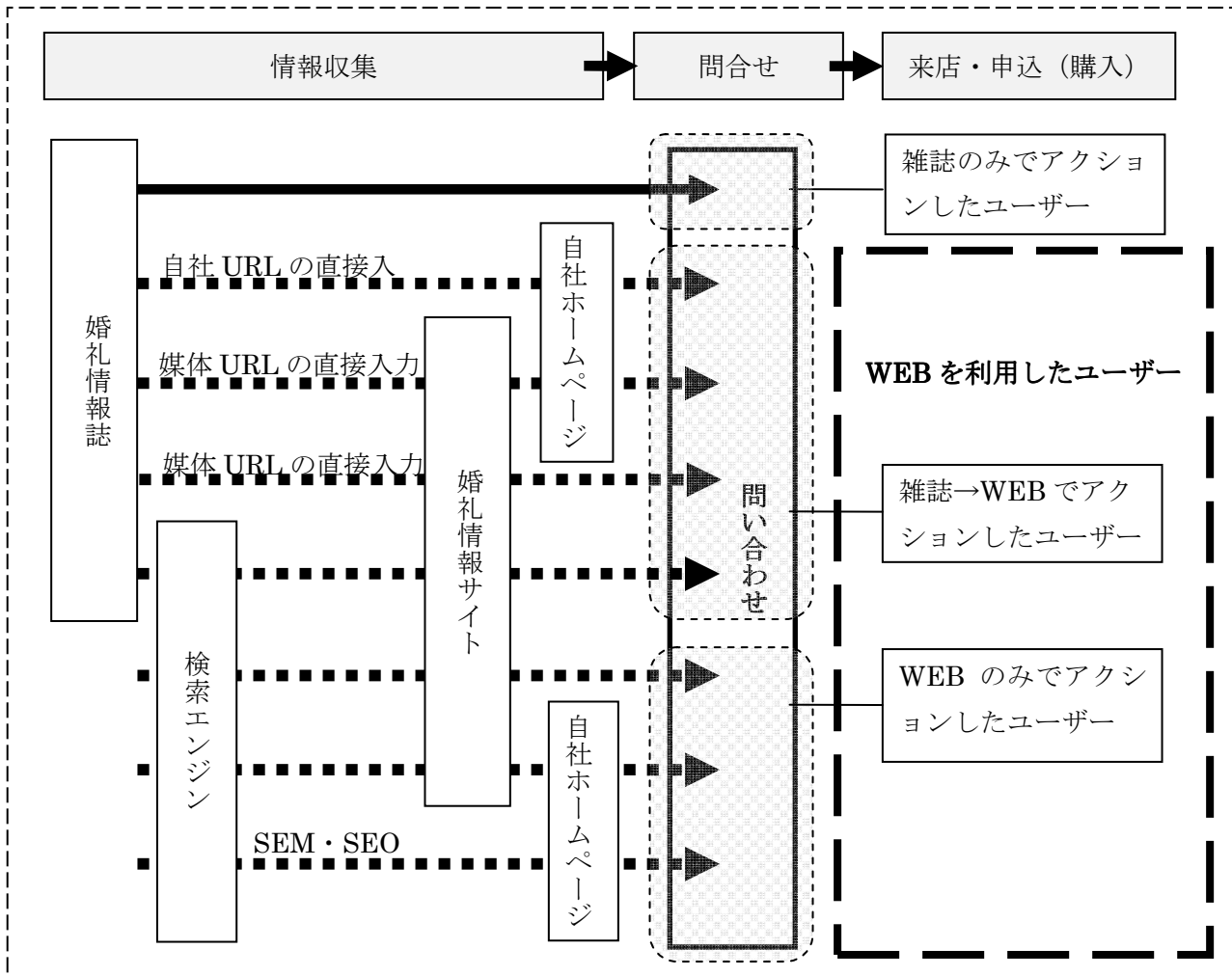
などが大きな特徴ですが、何よりも、これまで雑誌広告以外では集客できないと考えられていた婚礼業界においても他の業界と同じようにリスティング広告でしっかり売上を上げることができるということがリスティング広告の大きな特徴だと考えます。

対して弊社の配信広告はどうか？

同じ配信型広告である弊社の配信広告とリスティング広告の違いを比較したいと思います。

I. クリック課金広告とその背景にある現状の効果検証

■利用者の情報収集から問い合わせまでの経路



WEBメディアの登場以来、店頭での「何を見て来ましたか？」という来店アンケートの結果が役に立たなくなっています。

検索エンジンで入力するキーワードの重要性が高くなり、どのサイトに掲載されているのかという重要性が低くなってきたことや、自社ホームページが最終到達メディアになっていること。情報誌を読んでWEBメディアを利用したのか、読まずにWEBメディアを利用したのかが来店アンケートでは集計が困難であることもその理由だと考えられます。

したがって今後の効果検証は、様々な情報収集の経緯をたどったあとの来店アンケートは参考にはならないと考えるのが自然です。そして、資料請求者の個人情報には得られないものの、送付する資料の何倍もの情報を提供でき、資料が届くまで待たせることなく詳細を伝えることができる自社ホームページへいかに誘導するかが重要になっています。

効果検証を考えると、来店アンケートでも資料請求数でもなく、自社ホームページへ誘導するためのクリック数を基準にすることが最も理にかなっているという背景がクリック課金広告モデルを実現していると考えます。

II. リスティング広告の掲載料金について

下記は弊社運営サイト『再婚カップルのための結婚式』へ誘導するために利用した『AdWords』での実例です。まずは実際の料金について知っておきたいと思います。

- ・配信期間 08年9月22日～08年9月28日（7日間）
- ・上限設定 1クリック 300円まで。1日 1,000円まで。

■見積もりの一例（08年9月22日）

掲載タイプ	キーワード	平均クリック単価の見積もり	
		下限	上限
検索	横浜 フォトウエディング	¥795	¥994
検索	結婚式 写真	¥491	¥629
検索	結婚写真	¥405	¥608
検索	フォトウエディング	¥249	¥312
検索	海外挙式	¥217	¥271
検索	小さな結婚式	¥195	¥244
検索	前撮り	¥184	¥248
検索	ブライダル業界	¥179	¥223
検索	東京 フォトウエディング	¥107	¥134
検索	ウエディングドレス	¥84	¥106
検索	和装	¥81	¥102
検索	ロケーション撮影	¥62	¥77
検索	白無垢	¥33	¥54

「横浜 フォトウエディング」などは2つのキーワードを組み合わせても、この1クリックで約800円。人気のあるキーワードは割高になる傾向が顕著です。もちろん、キーワードを1語ずつ購入すれば高くなり、複数を組み合わせれば安くなります。

1クリックの上限を300円に設定した場合は、「結婚写真」以上のキーワードはクリックされないことになります。

■実際の掲載結果と広告料金

掲載タイプ	キーワード	クリック数	クリック単価	利用金額
検索	フォトウエディング	2	¥240	¥480
検索	入籍	1	¥260	¥260
検索	写真だけの結婚式	1	¥46	¥46
検索	再婚	0	¥0	¥0
検索	結婚式和装	0	¥0	¥0
検索	再婚結婚式	0	¥0	¥0
検索	海外挙式	0	¥0	¥0
検索	入籍届	0	¥0	¥0
検索	和装写真	0	¥0	¥0
検索	フォトウエディング和装	0	¥0	¥0
検索	和装結婚	0	¥0	¥0
検索	ロケーション撮影	0	¥0	¥0
検索	子連れ再婚	0	¥0	¥0
検索	海外挙式ハワイ	0	¥0	¥0
検索	バツイチ再婚	0	¥0	¥0
検索	フォトウエディング横浜	0	¥0	¥0
検索	入籍 再婚	0	¥0	¥0
検索	沖縄フォトウエディング	0	¥0	¥0
コンテンツネットワーク	コンテンツターゲット広告の合計	41	¥125	¥5,132
合計		45	¥132	¥5,918

※掲載タイプについて

「検索」…『Google』で掲載される

「コンテンツネットワーク」…『Google』が提携しているサイトで掲載（個人ブログやアドセンスなど）

「1クリック 300円まで。1日 1,000円まで。」という上限設定をすると、『Google』の検索結果で表示される機会はとて少なく、約9割（合計45クリック中41クリック）が『Google』の提携サイトでクリックされています。

6円から参画可能な『AdWords』も、複数のキーワードをエントリーすることにより、1クリック当たりの広告コストは132円にまで上がりました。

Ⅲ. リスティング広告と CDM 配信広告の掲載内容

■『Google』での掲載例

検索結果に連動して検索画面に表示



■コンテンツネットワークの一例 (『Google』の提携サイトでの掲載)

個人ブログも含め、キーワードに適合した様々な提携サイト (アドセンス) などに表示

婚礼業界とその集客広告 | 株式会社CDM

婚礼業界と婚礼媒体は常に対となる鏡のような関係だと考えています。結婚式場、ホテルウェディング、レストランウェディング、チャペル...『ゼクシィ』『BRIDES WEDDING』『WeddingWalker』『レストラン&ゲストハウスウェディング』...できる限りの集客事例や今後の展望をレポートしたいと思います。※このブログは日記ではなく、業務上作成したレポートを公開することを目的としています。1カテゴリー1テーマでご覧下さい。多数のご意見をお待ちしています。

■ 2008年9月17日

CDM 配信広告 効果事例 | 株式会社CDM

WEB集客広告の効果事例紹介です。

■企画趣旨(現状課題の解決)
 婚礼雑誌の広告利用では広告費が割高になり、事業として成り立たない業態(カテゴリー)を対象に、広告費が割安で尚且つ成功報酬型(クリック課金)でリスクを抑えたWEB広告を利用することで、対象業態の事業拡大を可能にし、新しい婚礼スタイルを世に広めることを趣旨とする。

■対象業種(広告クライアント)
 写真館、衣装店、海外葬式の手配会社を母体とした「フォトウェディング」業態

■企画タイトル
 フォトウェディング集客企画

■企画内容
 4つの広告企画からフォトウェディング企画を構成。
 ・和装前撮り企画
 ・チャペルでのフォトウェディング
 ・ロケーションフォトウェディング
 ・10万円以下の結婚式

→→→ MURATA's Blogger

- [写真だけの結婚式](#)
- [再婚カップルのための結婚式](#)
- [PTA⇄前向きにギアを入れたらどうなるのか?](#)
- [校長先生インタビュー](#)

ワタベウェディング
 写真・衣装付きで41,790円から スタジオ撮影やロケーションフォト。
www.watabe-wedding.co.jp

大人の上質ウェディング
 ご結婚おめでとうございます両親も納得の上質ウェディング会場なら
www.oss-wedding.com

Ads by Google

■CDM 配信広告の掲載例

CDM が提携している婚礼サイトに、その婚礼サイトの1つの企画として表示。

@けっこんぴあ

関東


トップページへ



写真で残す結婚式
チャペルで撮るフォトウエディング
 結婚式の予定がないカップルも、
 一生の記念にウエディングドレス姿を写真に残してはいかが？
 素敵なチャペルでの撮影は、ふたりの最高の宝物に！

チャペルで撮る 和装の前撮り 10万円までの挙式 ロケーション撮影

ラヴィ・ファクトリー千葉幕張店
津田沼教会や海浜公園でのロケ撮 詳しく Check!



アクセス 京葉線海浜幕張駅より徒歩3分 **MAP**

ふたりの幸せな姿を、まるで映画の1コマのように撮影するロケ撮。フォトグラファーがふたりの魅力を最大限に引き出し、世界でたったひとつの「作品」を一緒につくりあげる。

オススメPlan


●教会プラン(洋装、50カット)99,750円 ●海浜公園プラン(洋装、150カット)99,750円 ※両プランも土日はプラス10,500円

[その他のプラン・料金詳細](#) [予約状況確認・お問い合わせ](#)

ラヴィ・ファクトリー千葉幕張店 **ホームページ**

〒261-7102 千葉県千葉市美浜区中瀬2-6 WBGマリブウエスト2F
 11:00~19:00 / 水曜日休

セントバルク教会/エグリース ドゥ 葉山産
平日限定。セントバルク教会でのフォトウエディング 詳しく Check!



アクセス JR線大宮駅より東武バス乗車5分「高鼻2丁目」下車徒歩3分 **MAP**

JR大宮駅から車で5分。豊かな緑に囲まれた満洒なチャペルで、平日に限り写真だけの結婚式ができる。レストランも併設されているので家族だけの会食もOK

オススメPlan

■平日限定チャペルフォトウエディング:衣装、小物一色、ヘア&メイク、撮影料、アルバム※料金は

IV. リスティング広告と CDM 配信広告の比較

	弊社の配信広告 (CDM 配信広告)	リスティング広告
広告の配信先 (広告の掲載先)	信頼のおける企業が運営する婚礼サイトに掲載	検索エンジンのほか、個人ブログも含めた様々なHPに掲載
掲載コスト	1クリック 105円 (固定)	1クリック平均 105円を下回るのは困難 (変動)
参画の容易さ	広告企画に適合すれば即参画可能	検索ワードの選択、組み合わせ、精査、組み直しと複雑
掲載広告の情報量	写真1点、掲載名、住所、TEL、キャッチコピー (1行)、本文コピー (5行) など	テキスト3行のみ
カップルの比較検討性	フォーマット型の広告集なので、比較検討ができる	ほとんどできない
クリックの精度	テーマを持った企画広告である上、比較検討されてクリックされるので、その精度は高いと考える	テキスト数行という情報量の少なさゆえにその精度は低いと考える

村田成至 プロフィール

1989年4月～1994年9月 株式会社リクルート

- 1989年4月 『週刊住宅情報』 流通物件、新築分譲マンションの広告営業
 - 1993年4月 『ゼクシィ』 創刊前の新規事業準備室より広告営業
 - 1993年8月 「ジュエリー広告企画」「ブライダルフェア広告企画」の商品化・販売（注）
- ※アメリカンフットボール部シーガルズ在籍。1990年7月 シアトルにコーチ留学

1994年9月～2006年11月 株式会社アリバー 代表取締役 CEO

- 1996年8月 『けっこんぴあ』リニューアルに参加。現フォーマット広告の商品化・広告代理店（注）
 - 1998年8月 『けっこんぴあ』「平成の記録・記念の残し方企画」の商品化・広告代理店
 - 1999年1月 飲食店検索サイト『おいしいnet』立ち上げ。商品化・販売
- ※2000年10月 『おいしいnet』 日経産業新聞の読者が選ぶ人気サイトで5位にランキング
- 2001年1月 『レストラン&ゲストハウスW』創刊に参加。広告企画の商品化・広告代理店（注）
 - 2001年2月 『WeddingWalker』立ち上げ参加。サイト全体の商品化・広告代理店（注）
 - 2002年5月 『WeddingWalker』「平日5万円以下挙式企画」の商品化・広告代理店（注）
 - 2002年5月 『WeddingWalker』「少人数ウエディング企画」の商品化・広告代理店
 - 2002年10月 『WeddingWalker』「写真だけの結婚式企画」の商品化・広告代理店（注）
 - 2003年8月 『けっこんぴあ』 本誌リニューアル参加。
 - 2003年12月 『けっこんぴあ』「レストラン企画（小冊子）」の商品化・広告代理店（注）
 - 2003年12月 『けっこんぴあ』「少人数ウエディング（小冊子）」の商品化・広告代理店
 - 2004年7月 『けっこんぴあ』「エリア会場企画」の商品化・広告代理店（注）
- ※『けっこんぴあ』「エリア会場企画」は、首都圏の広告代理店を組織し複数の代理店を指揮
- 2005年6月 『BRIDES』「リターンパーティ企画」立ち上げ参加。広告企画商品化・広告代理店（注）
 - 2005年7月 「CHAPEL WEDDING」創刊参加。広告企画の商品化・広告代理店
 - 2006年6月 『BRIDES』『BRIDES NET』創刊・開設参加。両広告企画の商品化・広告代理店（注）
 - 2006年6月 結婚式場紹介所『BRIDES DESK』開設に参加（注）

2006年12月～2007年11月 株式会社KCC 東京営業所 部長

- 2007年3月 『BRIDES WEDDING』（首都圏版） 広告営業組織を立ち上げ
- 2007年4月 『BRIDES WEDDING』（首都圏版）「ドレス・ジュエリー企画」の商品化・販売（注）
- 2007年4月 『BRIDES WEDDING』（首都圏版） 広告制作の内制化を指揮
- 2007年10月 『BRIDES WEDDING world』「和装前撮り企画」の商品化・販売（注）
- 2007年10月 『BRIDES WEDDING world』「ビーチウエディング企画」の商品化・販売（注）
- 2007年11月 『BRIDES WEDDING』（海外版） 書店への直接搬入ルートの開拓を指揮

2007年12月～ 株式会社 CDM 代表取締役

- 2008年4月 CDM 配信広告システム開発。「フォトウエディング企画」広告配信開始

（注）…現在でも売上を上げ続けている商品企画

これまでの主なレポート

『フォトウエディング集客広告 CDM 配信広告の効果事例』(08年9月)

『08年 続・婚礼業界と婚礼媒体』(08年1月)

『沖縄チャペル比較で集客UPを考察する BRIDES WEDDING 新原稿展開』(07年7月)

『「東京発リゾートウエディング促進企画」を活用した首都圏カップル集客UPのご案内』(07年3月)

『これまでの変遷から読み解く 06年今後の婚礼業界と婚礼媒体』(06年2月)

『その後の受注状況 平日5万円以下チャペル様05年10月 集客レポート』(05年10月)

『05年レストランウエディング 広告媒体利用状況に関するレポート』(05年6月)

『04年7月実施けっこんぴあ「柏エリア特集」(後の千代田・常磐線特集)の結果報告』(04年11月)

『4組/3ヶ月の受注→約200組/7ヶ月の受注 平日5万円以下チャペル集客レポート』(04年10月)

『縮小化・細分化するユーザー嗜好と好調業態・会場

04年ユーザー&会場動向に関するレポート(総論編)』(04年8月)

『少人数ウエディングとその媒体活用に関するレポート 04年』(04年7月)

『けっこんぴあ柏特集(後の千代田・常磐線特集)の実施主旨』(04年5月)

『「写真で残すふたりだけのウエディング」

スタジオ撮影・ロケーション撮影の売上拡大のご提案』(04年5月)

『WeddingWalker 参画店舗が Yahoo、Google の上位を独占！

婚礼集客のための WeddingWalker 活用法』(03年8月)

『平均月来館数 50組を80組にUPせよ！ハウスレストランB店様

03年度の<広告計画><具体案><検証>』(03年6月)