

フォトウエディング集客企画 CDM 配信広告の効果事例Ⅱ

INDEX.

- I. フォトウエディング企画 半年間の総括
- II. 1店舗当たりの月間クリック数の推移（過去半年間の推移）
- III. 広告企画別 クリック数のシェア
- IV. 広告企画別 クリック率
- V. CDM 配信広告について

平成 21 年 1 月 27 日

株式会社 CDM
代表取締役 村田成至
TEL:03-5749-2660 FAX:03-5749-2661

I. フォトウエディング企画 半年間の総括

1. 総括概要

<ポイント>

- ・平均クリック数は1店舗当たり月間 543.2 クリック (09年1月度)
→最大:988 クリック 最少:255 クリック
- ・企画別クリック数のシェアトップは「和装前撮り企画」(61.7%)
- ・企画別クリック率のトップは「チャペルで撮るフォトウエディング企画」(64.4%)

<広告概要>

- ・広告 CDM 配信広告「フォトウエディング」
- ・広告企画詳細 「和装前撮り」「10万円以下の結婚式」
「ロケーション撮影のフォトウエディング」
「チャペルで撮るフォトウエディング」
- ・期間 08年7月25日～09年1月24日

2. 考察

和装プランはキラーコンテンツ

「フォトウエディング」という業態では、クリックシェアで「和装前撮り」企画が圧倒的シェアを占め、クリック率も高く(2位)、カップルニーズがたいへん強いことがわかった。

披露宴は実施せず、写真だけで結婚式の思い出を残すカップルに加え、披露宴を実施するカップルが和装写真を残したいと考えるとき、ホテルやゲストハウスでオプションの和装写真を撮るよりも、別業者で撮影する方がお得だという選択をしているものを推測する。

広告企画別 クリック数のシェア	6か月集計
和装前撮り企画	61.7%
10万円までで叶える結婚式	13.6%
ロケーション撮影 フォトウエディング	12.8%
チャペルで撮る フォトウエディング	11.8%

「10万円…」 「ロケーション…」 「チャペルで…」 については、披露宴を実施するカップルには関心が薄いと考えられるため、「和装前撮り」は結婚式を検討する全てのカップルに対してニーズがあるものとする。

「フォトウエディング」を営む企業にとっては、「和装プラン」を用意していることが経営上大きなポイントであり、広告展開においても必須項目として告知することが重要だと考える。「10万円…」 「ロケーション…」 「チャペルで…」 の広告原稿でも和装写真を掲載することをおススメする。

II. 1店舗当たりの月間クリック数の推移（過去半年間の推移）

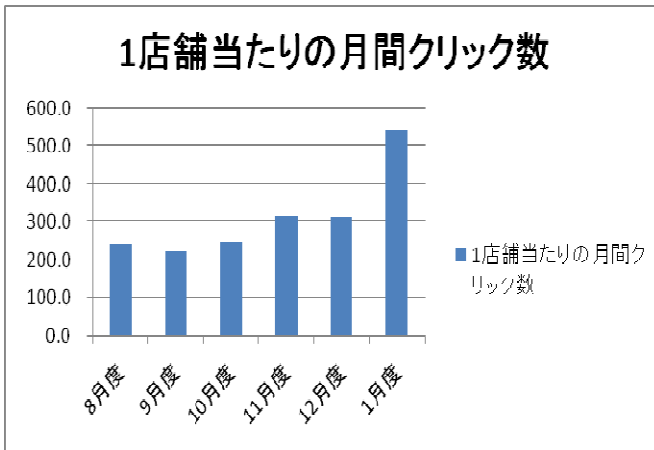
平均クリック数は1店舗当たり 543.2 クリック

※09年1月度（12月25日～1月24日）

クリック数	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度	1月度
広告主 A	504	418	435	541	579	988
広告主 B	309	295	280	399	362	636
広告主 C		170	360	380	309	583
広告主 D	181	252	248	288	270	536
広告主 E	243	173	236	337	330	521
広告主 F	274	147	173	285	298	468
広告主 G			173	264	283	463
広告主 H	235	287	333	424	296	439
広告主 I	30	108	107	208	85	255
広告主 J			239	290		
広告主 K	137	153	109	61		
クリック数総計	1,913	2,003	2,693	3,477	2,812	4,889

	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度	1月度
広告企画 参画店舗数	8	9	11	11	9	9

	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度	1月度
1店舗当たりの月間クリック数	239.1	222.6	244.8	316.1	312.4	543.2



<参考>

	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度	1月度
配信媒体数	6	7	9	9	8	9

Ⅲ. 広告企画別 クリック数のシェア

企画別クリック数のシェアトップは「和装前撮り企画」(61.7%)

※過去半年間 (08年7月25日～09年1月24日)

<6ヶ月間の推移>

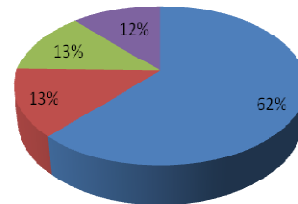
広告企画別 クリック数のシェア	8月度	9月度	10月度	11月度	12月度	1月度
和装前撮り企画	70.8%	51.8%	48.1%	54.1%	70.3%	70.3%
10万円までで叶える結婚式	4.9%	19.3%	16.4%	18.2%	8.9%	12.8%
ロケーション撮影 フォトウエディング	9.0%	14.5%	20.0%	14.4%	11.3%	9.4%
チャペルで撮る フォトウエディング	15.2%	14.4%	15.5%	13.3%	9.5%	7.5%

<6ヶ月間の集計>

広告企画別 クリック数のシェア	6か月集計
和装前撮り企画	61.7%
10万円までで叶える結婚式	13.6%
ロケーション撮影 フォトウエディング	12.8%
チャペルで撮る フォトウエディング	11.8%

広告企画別 クリック数のシェア

■和装前撮り企画 ■10万円までで叶える結婚式
■ロケーション撮影フォトウエディング ■チャペルで撮るフォトウエディング



Ⅳ. 広告企画別 クリック率

企画別クリック率のトップは「チャペルで撮る…企画」(64.4%)

※09年1月度 (12月25日～1月24日)

<09年1月度のクリック率>

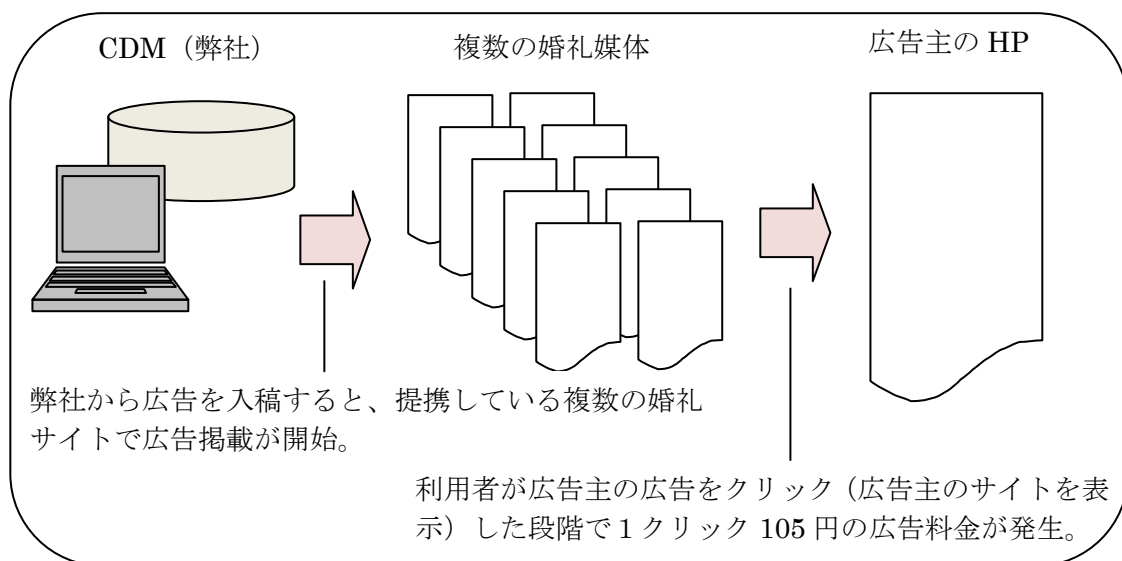
	PV	CT	CTR
チャペルで撮る フォトウエディング	974	627	64.4%
和装前撮り企画	5,410	3,435	63.5%
ロケーション撮影 フォトウエディング	783	461	58.9%
10万円までで叶える結婚式	2,666	366	13.7%
総計	9,833	4,889	49.7%

PV：ページビュー数 CT：クリック数 CTR：クリック率 (CT÷PV)

V. CDM 配信広告について

1. CDM 配信広告の特徴

- ・1クリック 105 円の成果報酬型広告料金
 - 1クリックあたり広告料金は『AdWards』、『Overture』よりも安い
 - 月額上限金額の設定が可能。月間 5 千円分、1 万円分など自由に設定
- ・信頼のおける婚礼サイトで一斉掲載
 - 婚礼専門サイトのみと契約
 - 最大 12 サイトで掲載（09 年 1 月現在）
- ・開始時期、終了時期とも自由に設定可能
 - 原稿の修正もいつでも可能



2. 「フォトウェディング企画」の掲載サイト（計 8 媒体）

『@けっこんぴあ』	ぴあ
『City wedding web』	サンケイリビング新聞社
『Wedding hills』	ウインド&サン
『1. 5 次会.COM』	リューノス
『写真だけの結婚式』	弊社
『再婚カップルのための結婚式』	弊社
『みんなのウェディング』	DeNA
『ブライダル情報 ヴェルチュ』	新未来設計

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）

（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

- 『婚礼業界の市場考察』(08年12月)
- 『主要婚礼企業の比較』(08年12月)
- 『081007 リスティング広告との比較』(08年10月)
- 『フォトウェディング集客広告 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)
- 『「東京発リゾートウェディング促進企画」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年レストランウェディング 広告媒体利用状況に関するレポート』(05年6月)
- 『04年7月実施けっこんびあ「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)
- 『少人数ウェ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)
- 『けっこんびあ柏特集(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ェディング」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)

上記はすべて株式会社 CDM のホームページからダウンロードできます。

<http://www.wearecdm.jp>