

配信バナープレビュー



※媒体によって正方形と長方形いずれか適切な方が表示されます。

配信設定

期間：9/20~10/20

目標：サイトクリック

ターゲティング：静岡県・東京圏・大阪府 / 全世代 / 全年齢

興味関心：①グルメ ②旅行

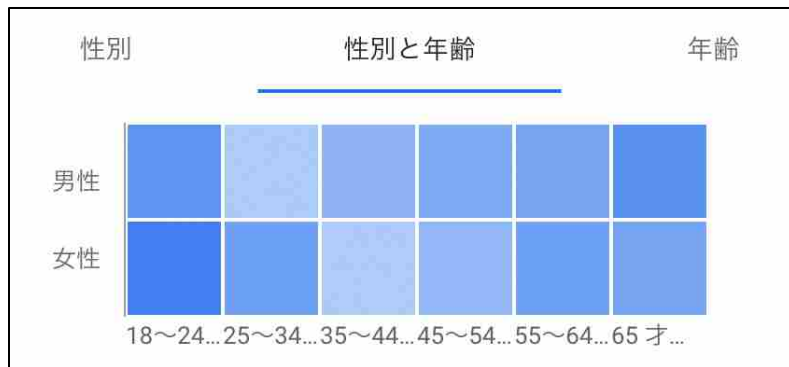
言語：日本語・英語・アラビア語

結果概要

消化金額	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価
¥42,772	70,947回	1,643回	2.32%	26円

年齢・性別

18~24歳の女性が最もクリック率が高いという結果に。



※クリック率

年齢	性別	表示回数	クリック数	クリック率
18~24	不明	77回	7回	9.09%
18~24	女性	2,658回	100回	3.76%
65+	男性	5,708回	187回	3.28%
18~24	男性	4,396回	140回	3.18%
25~34	女性	2,739回	78回	2.85%

※クリック率上位5つ

興味関心

グルメ関心層が表示回数・クリック率ともに最も高い結果に。

興味	表示回数	クリック数	クリック率
グルメ	31,211回	1,006回	3.22%
旅行	16,060回	385回	2.40%
その他	23,676回	252回	1.06%

令和6年度食の都情報センター情報発信業務
9・10月Instagram広告配信レポート

配信動画プレビュー



配信設定

期間：9/20~10/20

目標：サイトクリック

ターゲティング：静岡県・東京圏 / 全世代 / 全年齢

興味関心：①グルメ ②料理 ③よく旅行する人

言語：日本語・英語・アラビア語

結果概要

消化金額	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価
¥80,000	171,343回	4,053回	2.36%	20円

年齢・性別

男女ともに45~65歳以上、各年代女性の方がクリック数が多い傾向。

年齢	性別	表示回数	クリック数	クリック率
55~64	女性	33,798回	992回	2.93%
45~54	女性	25,143回	643回	2.55%
65+	女性	17,814回	556回	3.12%
55~64	男性	24,472回	516回	2.1%
65+	男性	15,132回	351回	2.31%
45~54	男性	16,466回	270回	1.63%
18~24	女性	9,350回	201回	2.14%

※クリック数上位7つ

地域

クリック数・クリック率ともに静岡県が最も多く、ついで東京・神奈川が多くなっている。

地域	表示回数	クリック数	クリック率
静岡県	81,874回	2,282回	2.78%
東京都	34,145回	706回	2.06%
神奈川県	33,222回	685回	2.06%
千葉県	10,782回	205回	1.9%
埼玉県	11,320回	175回	1.54%

クリック単価はバナー広告よりも低く配信ができた。
バナー広告同様、静岡・東京・神奈川の反応が良かったため、次回からは千葉県と埼玉県を外して配信を行う。



広告によるサイト誘導数**29,415**回で目標の**192%** 達成
(目標：15,330回)

広告表示回数 → 81% 未達
動画再生回数 → 171% 達成

令和6年度食の都情報センター情報発信業務
12・1月Instagram広告配信レポート



8月配信済み広告

Google検索連動：179,655回表示・サイト誘導1,878回

Googleバナー広告：表示回数70,947回・サイト誘導1,643回

Meta広告：表示回数171,343回・再生回数132,480・サイト誘導4,053回

12月配信広告

消化金額 (JPY)	インプレッション	サイトクリック	CPC (クリック単価)	ThruPlay※1	動画再生数※2	動画の平均再生時間
312,502	506,326	8,273	38	25,544	396,264	4秒

1月配信広告

消化金額 (JPY)	インプレッション	サイトクリック	CPC (クリック単価)	ThruPlay	動画再生数	動画の平均再生時間
312,499	664,952	13,568	23	22,160	384,208	4秒

※1 ThruPlay：動画が最後までまたは15秒以上再生された回数

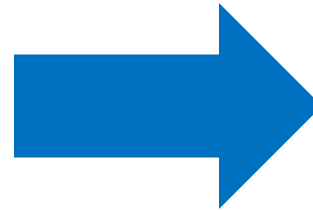
※2 動画が再生された瞬間にカウント



消費活動が増える12月と1月に
計625,001円の動画広告を配信



広告をクリックすると
サイトへ移動



食の都



12月と1月で広告配信用動画の内容を、投稿インサイトを参考に変更。

どちらの月も県内(静岡県)と県外(東京都・神奈川県)をターゲティングし、広告を配信。



広告配信期間中※1のフォロワー増加数546人

※1 配信期間：12/1～12/31・1/15～1/31

※広告以外からのフォローも含む

< fujinokuni_syokunomiyako >		
	hironobu.hpwoがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。5週間	フォローバック
	yuzukids2600があなたをフォローしました。5週間	フォローバック
	yukiyagikoがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。5週間	フォローバック
	tomoyo.satoがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。5週間	フォローバック
	taro.915があなたの広告からあなたをフォローし始めました。5週間	フォローバック
	takashi_maseがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。5週間	フォローバック
	samerachanがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。5週間	フォローバック
	yamase.farmがあなたをフォローしました。5週間	フォロー中
	scorpion.mがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。5週間	フォローバック
	j.j.pierglass2002があなたの広告からあなたをフォローし始めました。5週間	フォローバック

< fujinokuni_syokunomiyako >		
	art156147があなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	takeiteasy.simaがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	aap.chie4214があなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	taco8637があなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	wolf_dnc_no6があなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	kikuimo_bijinがあなたの投稿からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	kazuyo_0412があなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	nikanteaがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	miy5699があなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック
	sonojiangがあなたの広告からあなたをフォローし始めました。6週間	フォローバック

改善ご提案

Instagramのフォロワー増加をより強化する場合、広告目的をプロフィール誘導に設定するのがおすすめです。

サイト誘導の約12倍のコストパフォーマンスでフォロワー増加が見込めます。

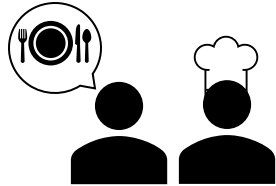
※本事業及び他複数事業実績から算出

※普段の投稿頻度や、アカウントのテーマによって結果は変動します。 3

広告配信期間：2024年12月1日~12月31日

12月県内

出稿予算：162,500円



ターゲット

静岡県内の外食・グルメ関心層、飲食・食品関連事業者

広告ターゲティング設定

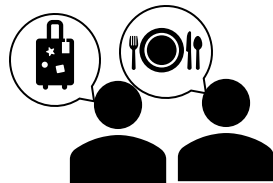
地域：静岡県、年齢性別：全て

興味関心：ランチ(外食)、レストラン(外食)またはグルメ・食通(フード・ドリンク)

業種：食品・レストラン

12月県外

出稿予算：150,000円



ターゲット

東京都・神奈川県に在住/通勤/来訪のグルメ関心層、よく旅行する人

広告ターゲティング設定

地域：東京都・神奈川県、年齢性別：全て

興味関心：食品(フード・ドリンク)またはグルメ・食通(フード・ドリンク)

行動：よく旅行する人

県内の方がエンゲージメントが高い。 特に、女性はSNS内での行動が多く、男性はサイトへの遷移が多い傾向

結果概要

広告セット名	消化金額 (JPY)	インプレッション	サイトクリック	CPC (クリック単価)	ThruPlay※1	動画再生数※2	動画の平均再生時間
R6食の都12月(県内)	162,499	241,900	4,408	37	15,977	202,219	5秒
R6食の都12月(県外)	150,003	264,426	3,865	39	9,567	194,045	3秒
合計	312,502	506,326	8,273	38	25,544	396,264	4秒

年齢

県内外ともに45~64歳への表示が多かったが、クリックは県内45~54歳・25~34歳及び県外18~24歳が多かった。

Instagramのプロフィール欄に遷移する割合は県内の25~44歳が最も高かった。

12月県内

年齢	インプレッション	サイトクリック	クリック単価	投稿の保存	動画の平均再生時間	Instagramプロフィールへのアクセス
55-64	68,802	1,365	37	5	6	276
45-54	64,009	1,168	36	8	5	308
65+	39,973	824	38	2	5	76
35-44	25,746	392	37		4	169
18-24	22,100	342	38		3	81
25-34	21,270	317	36	2	3	127

12月県外

年齢	インプレッション	サイトクリック	クリック単価	投稿の保存	動画の平均再生時間	Instagramプロフィールへのアクセス
55-64	63,267	1,077	38	7	4	144
45-54	56,014	826	40	8	4	163
65+	42,171	679	40	3	4	45
18-24	40,315	569	36	3	3	58
25-34	34,363	388	39	3	2	61
35-44	28,296	326	41	5	3	76

性別

サイトリンクのクリック単価は県内は男女ともに低く、県外は男性の方がクリック単価が低かった。

動画再生時間やプロフィールへの遷移は県内外ともに女性の効果が優れており、女性がよりSNS内での行動が多いと分析できる。

12月県内

性別	インプレッション	クリック	クリック単価	投稿の保存	動画の平均再生時間	Instagramプロフィールへのアクセス
女性	91,227	1,905	35	11	5	456
男性	96,797	1,481	35	6	4	309
不明	53,876	1,022	41		5	272

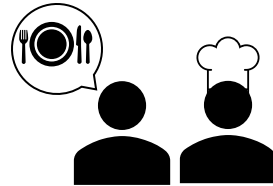
12月県外

性別	インプレッション	クリック	クリック単価	投稿の保存	動画の平均再生時間	Instagramプロフィールへのアクセス
男性	127,554	1,698	37	19	3	195
女性	103,865	1,511	40	9	4	229
不明	33,007	656	40	1	4	123

広告配信期間：2024年1月15日～1月31日

1月県内

出稿予算：162,500円



ターゲット

静岡県内の外食・グルメ関心層

静岡県内の飲食・食品関連事業者

広告ターゲティング設定

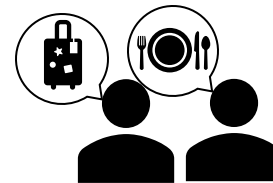
地域：静岡県、年齢性別：全て

興味関心：ランチ(外食)、レストラン(外食)またはグルメ・食通(フード・ドリンク)

業種：食品・レストラン

1月県外

出稿予算：150,000円



ターゲット

東京都・神奈川県に在住/通勤/来訪のグルメ関心層

東京都・神奈川県に在住/通勤/来訪のよく旅行する人

広告ターゲティング設定

地域：東京都・神奈川県、年齢性別：全て

興味関心：食品(フード・ドリンク)またはグルメ・食通(フード・ドリンク)

行動：よく旅行する人

1月は県内・県外ともにクリック単価が下がり、エンゲージメントが向上。 特に女性のInstagramプロフィールへの遷移が大幅に増加。

結果概要

クリック単価が12月よりも改善し、県内では22円、県外では25円となった。

広告セット名	消化金額 (JPY)	インプレッション	サイトクリック	CPC (クリック単価)	ThruPlay	動画再生数	動画の平均再生時間
R6食の都1月(県内)	162,500	302,603	7,455	22	14,426	207,639	5秒
R6食の都1月(県外)	149,999	362,349	6,113	25	7,734	176,569	4秒
合計	312,499	664,952	13,568	23	22,160	384,208	4秒

年齢

45～54歳・55～64歳のサイトクリックが引き続き多く、エンゲージメント(愛着)が高い。

1月県内

年齢	インプレッション	サイトクリック	CPC(リンク クリックの単価)	投稿の保存	動画の平均再生時間	Instagramプロフィールへのアクセス
55-64	72,612	2,175	23	12	6	404
45-54	65,544	1,727	22	6	6	418
65+	36,384	1,239	22	3	6	74
25-34	56,692	1,001	18		2	55
35-44	34,930	619	24	2	4	111
18-24	36,441	694	19		3	17

1月県外

年齢	インプレッション	サイトクリック	CPC(リンク クリックの単価)	投稿の保存	動画の平均再生時間	Instagramプロフィールへのアクセス
55-64	50,437	1,185	27	9	5	103
18-24	92,547	1,338	23		2	14
25-34	99,916	1,196	24	1	2	16
45-54	46,310	991	25	5	4	106
65+	31,407	792	25	1	5	23
35-44	41,732	611	25	4	3	19

性別

女性のInstagramプロフィールへのアクセス数が大幅に増加(707件)。男性よりもSNS内での行動が活発。

1月県内

性別	インプレッション	サイトクリック	CPC(リンク クリックの単価)	投稿の保存	動画の平均再生時間	Instagramプロフィールへのアクセス
女性	139,304	4,032	22	11	6	707
男性	162,128	3,398	21	11	4	370
不明	1,171	25	20	1	8	2

1月県外

性別	インプレッション	サイトクリック	CPC(リンク クリックの単価)	投稿の保存	動画の平均再生時間	Instagramプロフィールへのアクセス
女性	199,588	3,528	24	9	4	163
男性	160,730	2,545	25	11	3	118
不明	2,031	40	19		3	0

クリエイティブの改善により

12月→1月でクリック単価が38円→23円に下がり、広告効果が向上



考えられる効果を得た要因

① ターゲットに合わせた冒頭アテンション

12月：「美味しい！お茶どころ静岡」

1月：県内「静岡の皆さん！」 県外「グルメ大好きな皆さん！」

② 反応の良かった投稿動画のカットを使用

12月：ストックフォトが中心

1月：撮影素材(特に反応の良かった金目鯛やニジマスのカット)を使用



ユーザー属性に合わせた動線やコンテンツ制作

- ①プロフィール誘導型の広告を増やす
(フォロワーを増やし、エンゲージメントの高いInstagramからの流入ユーザー増加を図る)
- ② クリック単価の改善された、1月のクリエイティブを参考にさらなる動画の改善を行う。
(冒頭ターゲットに合わせた文言・反応の良かった映像の使用など)
- ③ 45～64歳のサイトクリックが多いため、この層向けのサイトコンテンツ(購買につながる情報)に直接遷移させる
- ④ サイトへのエンゲージメントが高い若年層(18~34歳)に向けた広告配信を強化
- ⑤ サイトへのエンゲージメントが高い地域ごとに広告を配信
(大阪や名古屋に向け西部に関連する内容の動画を配信・香港に向けて中国語の配信)