

## SNS（Instagram）広告設定内容

配信内容：「堀川バルーンイルミネーション」Instagram用リール動画

リンク先：松江青年会議所Instagramプロフィール

配信期間：2024年11月30日(土)～12月7日(土)

予算：¥8,000

実費：¥6,104

ターゲット：（性別） 男・女  
（年齢） 18歳～45歳  
（エリア） 島根県松江市、出雲市、安来市、雲南市  
鳥取県境港市、米子市

投稿動画：



※実際は5秒程度の動画になります。

## Instagram広告を活用して、所見および注意点

- ・通常投稿（リール動画）から簡単に宣伝に切り替えができた。
- ・リーチしたいユーザーに対してピンポイントに広報できるので、集客に繋がります。
- ・メンバーで宣伝処理することで、安価に宣伝ができます。（宣伝管理はメンバーである必要がある。）
- ・宣伝効果がアプリから簡易に確認できるため、結果が分かりやすい。（報告資料はメンバーである必要がある。）
- ・アカウントなりすましの危険性も含め、今後の管理体制は検討する必要がある。
- ・リーチする都市および地域を選択する際、なぜか松江市が出てこない。予想されるに境港市と一緒にになっている。
- ・上記により、地域の投稿の割合が正確なものではないと考えられる。（境港市が島根県にて計上されている）

## 広告配信結果報告

リーチ	7,972 (8,487)	広告が到達した人々の数。リーチが高ければ高いほど、より多くの人々が広告を見たことになります。（重複がカウントされない） （）の数値は通常投稿も含めた数字になります。	
インプレッション	19,769 (20,208)	広告が表示された回数。インプレッションが多いと、広告がより多く表示され、より多くのチャンスがあることを意味します。（重複がカウントされる） （）の数値は通常投稿も含めた数字になります。	
フリークエンシー	2.48	一人のユーザーに対する広告の平均表示回数。 フリークエンシーはインプレッション数をリーチで割って算出。 ※フリークエンシーの目安は1桁台（2～5回）	
CPM	¥309	広告を1,000回表示させるためにかかる費用。 実費をインプレッション数で割って算出。 ※CPMの平均目安は、300～500円前後。	
投稿へのエンゲージメント	5,509	動画の3秒再生、投稿のリアクション、投稿の保存、プロフィールへのアクセス、これら4つの項目の総数。（11/30～12/1のアクセスは含まれない）	
エンゲージメント率	27.9%	投稿へのエンゲージメント数をインプレッション数で割って算出。 （11/30～12/1のアクセスは含まれない） ※エンゲージメント率の平均目安は5%前後。	
動画の3秒再生	4,227	投稿動画を3秒以上見た回数。（11/30～12/1のアクセスは含まれない）	
投稿のリアクション	86 (134)	「いいね」などのリアクションをしたユーザーの数。 （）の数値は通常投稿も含めた数字になります。 （11/30～12/1のアクセスは含まれない）	
投稿の保存	9 (58)	投稿を保存したユーザーの数。 （）の数値は通常投稿も含めた数字になります。 （11/30～12/1のアクセスは含まれない）	
プロフィールへのアクセス	1,187	プロフィールへのアクセスをしたユーザーの数。 （11/30～12/1のアクセスは含まれない）	
CPC	¥5.1	プロフィールへのアクセスの単価。 実費をプロフィールへのアクセス数で割って算出。 ※CPCの平均目安は、40～100円前後。	
フォロー数	114	広告からアカウントをフォローした数。 （11/30～12/1のアクセスは含まれない）	
配信地域	島根県	17,673	89.4%
	鳥取県	2,096	10.6%
性別	女性	16,645	84.2%
	男性	3,064	15.5%
	不明	59	0.3%
年齢層	18-24	1,186	6.0%
	25-34	4,982	25.2%
	35-44	7,137	36.1%
	45-54	4,646	23.5%
	55-64	1,680	8.5%
	65+	138	0.7%