

初心者にもわかりやすい！ 広告用語20選、解説集

この解説集は、
フェイスブック広告、Instagram広告（メ
タ広告）をはじめて出す初心者向けに、知って
おくという用語20個を解説します。

広告設定のとき、広告配信してからの効果測
定に活用にお役立てください。

1. CPA (Cost Per Action / コストパーアクション)

見込み客獲得単価のこと。見込み客を獲得するために、どのくらい費用がかかったのかを表します。獲得とは、商品購入やサンプル申込み、体験会申込み、会員登録、メルマガ登録、LINE登録、問合せなどです。

2. CPM (Cost Per Mille / コストパーミル)

インプレッション単価のこと。広告が1,000回表示されるごとに支払う費用を意味します。ブランディングや認知度向上を目的とするキャンペーンに適しています。

3. CTR(Click Through Rate / クリックスルーレート)

クリック率のこと。広告が表示された回数に対して何回クリックされたかを示す割合です。CTRは広告の効果を測る重要な指標で、高いCTRは広告が魅力的であることを示します。

4. ROI(Return on Investment / リターンオンインベストメント)

投資対効果のこと。広告キャンペーンによって得られた利益を投資額で割って算出します。ROIが高いほど、広告投資が効率的であることを意味します。

5. Conversion(コンバージョン)

ユーザーが広告をクリックした後に目標とする行動を取ったこと。例えば、商品購入、アカウント登録、問い合わせなどがコンバージョンにあたります。

6. Targeting(ターゲティング)

広告を特定のユーザー層に向けて表示すること。年齢、性別、興味、行動履歴などのデータを基にして、広告の効果を最大化します。

7. Retargeting(リターゲティング)

以前にウェブサイトを訪れたことがあるユーザーに再度広告を表示する手法。購買意欲が高いユーザーに対して広告を再提示することで、コンバージョン率を向上させます。

8. Lookalike Audience(ルックアライクオーディエンス)

既存の顧客やサイト訪問者に似た(類似)特性を持つ新しいユーザーグループ。Facebook広告などでよく使われる手法で、新たな見込み顧客を発見するのに役立ちます。

9. A/B Testing(A/Bテスト)

異なるバージョンの広告を比較して、どちらがより効果的かを検証する手法。例えば、異なる画像やテキストを使って、どのバージョンが高いCTRやコンバージョン率を示すかを確認します。

10. Ad Creative(アドクリエイティブ)

アドは広告の意味。広告のビジュアルやメッセージを指します。画像、動画、テキストなどが含まれ、クリエイティブの質が広告のパフォーマンスに大きな影響を与えます。

11. Impressions (インプレッション)

広告がユーザーに表示された回数のこと。広告の表示頻度を示す重要な指標で、どれだけのユーザーに広告が届いているかを把握できます。

12. Reach (リーチ)

広告がユニークユーザーに届いた数を指します。同じユーザーに複数回表示されてもリーチは1回とカウントされるため、広告の実際の拡散範囲を示します。

13. Frequency (フリークエンシー)

広告が1人のユーザーに表示される平均回数(頻度)を意味します。高すぎる頻度はユーザーに不快感を与える可能性があるため、適切な頻度管理が重要です。

14. Ad Spend (アドスPEND)

広告キャンペーンに費やした総額(広告費)の意味。広告の効果を評価するために、Ad Spendと他の指標(ROIやコンバージョンなど)を比較することが必要です。

15. Landing Page (ランディングページ)

広告をクリックしたユーザーが最初に到達するウェブページ。ランディングページのデザインやコンテンツは、コンバージョン率に大きな影響を与えます。

16. Call to Action (CTA / コールトゥアクション)

ユーザーに特定の行動を促すフレーズやボタン。例として「今すぐ購入」や「詳細はこちら」があり、明確なCTAがコンバージョン率を向上させます。

17. Audience Segmentation (オーディエンスセグメンテーション)

ユーザーを特定の属性や行動に基づいてグループ化すること。セグメンテーションを行うことで、よりターゲットに合った広告を配信できます。

18. Pixel (ピクセル)

ウェブサイトに設置される小さなコードで、ユーザーの行動を追跡します。Facebook Pixelなどは、広告の効果測定やリターゲティングに利用されます。

19. Lookback Window(ルックバックウィンドウ)

広告クリック後や表示後、特定の期間内にユーザーがコンバージョンしたかを追跡する期間。この期間を設定することで、広告の影響を測定できます。

20. Ad Placement(アドプレースメント)

広告が表示される場所やコンテキスト(広告配置)を意味します。例えば、ニュースフィード、ストーリーズ、サイドバーなど、配置によって広告のパフォーマンスが異なるため、適切な配置を選ぶことが重要です。