徹底解説！

費用とメリット・デメリットを解説

CARRY ME

Web広告運用の代行依頼は代理店？業務委託？

Marketer

目次

1 はじめに

2 Web広告運用とは？種類や特徴

3 Web広告運用のはじめ方

4 Web広告を自社で運用するメリット・デメリット

5 Web広告運用の代行を依頼する場合のメリット・デメリット

6 主なWeb広告運用の代行先

7 Web広告運用の代行先を選ぶ時のチェックポイント

「Web広告運用をはじめたい！」何からはじめるべきでしょうか？

Web広告を活用する企業が増えてきた一方で、運用方法に課題を抱えている企業も多いのではないでしょうか。
Web広告運用するなら内製で運用すべきでしょうか。それとも外部に委託するべきでしょうか？

そこでWeb広告運用の代行についてまとめました。Web広告の種類や広告運用の代行を活用するメリット・デメリットについても触れています。

Web広告運用の特徴

Web広告の特徴をまずは押さえておきましょう。

1 少額からスタートできる

TVCMや新聞などのマスメディアに広告を出そうとすると、数百万～数億円程度の費用がかかります。
一方、Web広告では一日の予算数百円～数千円程度から始められるため、スタートアップやマーケティング予算の少ない企業も取り組みやすい施策です。

2 スピード感がある

Web広告運用は、広告の遷移先であるサイトの用意さえ出来ていればすぐに掲載を始められます。広告内容の修正もすぐに反映されるため、スピード感を持ってキャンペーンなどを運用したい場合にはぴったりの広告です。

Web広告運用の種類

Web広告には様々な種類がありますが、代表的な4つの広告とメリット・デメリットを図でご紹介します。

	メリット	デメリット
リスティング広告	自社が欲しいキーワードを購入できるので、効果が比較的でやすい	主に顕在層へのアプローチになる 競争が上がると単価も上がる
ディスプレイ広告	細かくターゲティングができる 視覚的な訴求ができる	離脱が比較的多いと言われる
動画広告	伝えられる情報量が多い 認知にも効果的と言われる	制作に工数がかかる
SNS広告 Facebook広告の場合	ターゲティング精度が高いと言われている	配信面が限られる ユーザーが限られる （親和性のある世代しか接触しない）

・リスティング広告
検索型広告と呼ばれるタイプのWeb広告。
GoogleとYahoo!のシェアが多い。

・ディスプレイ広告
ブログなどで見かける、バナータイプのWeb広告。
性別、年齢、興味関心でターゲティングした人に対して、適切な画像の広告を表示。

・動画広告
YouTubeで主に活用されている。
YouTubeでは動画が始まる前や途中に表示され、スキップできるものとできないものがある。

・SNS広告
Facebook、LINE、InstagramなどのSNSで表示される広告。
なんとなくSNSを見ている人に対し認知を拡大したり、そこから興味を持ってもらいアクションを起こしてもらうために活用することが多い。

Web広告運用のはじめ方

リスティング広告→SNS広告へ

初めてWeb広告に取り組む場合は、顕在層への施策として**検索型のリスティング広告から始めるのが理想的**といわれています。

サービスを利用・購入してもらうためには、まずは顕在層に訴えることが大切です。リスティング広告を運用することで、欲しいキーワードの検索画面直下にある広告枠へ掲載し、Webサイトへのアクセスに結びつけやすいのが特徴です。

顕在層へのアプローチに限界が来たら、**潜在層への施策としてSNS広告などに広げていく**と良いでしょう。

CARRY ME

Web広告を自社で運用するメリット

自社内で広告運用を行う大きなメリットはコスト面です。
広告代理店や業務委託などに依頼する場合はどうしても運用費用がかかります。
また、タイムコストも削減できます。
急遽キャンペーンを行うことになっても自社内の運用であればすぐに対応することも可能です。
自社サービスの魅力を一番理解している社内のメンバーでの運用なので、広告のクリエイティブにもそれを反映できるメリットもあります。

Web広告を自社で運用するデメリット

✔人材の確保が難しい
経験者として代理店出身者を雇用しても、1つの媒体に特化していることが多く、それ以外の媒体の運用では結局一から学び直す必要が出てきます。

✔運用の工数がかかる
企業が扱う商品の数にもよりますが、色やサイズ、丈などの商品の特徴が枝分かれしてキーワードがどんどん増えてしまうと、少人数では管理がしにくくなります。

✔媒体の最新情報が入手しにくい

Webの広告媒体は頻繁にマイナーアップデートされるため、定期的にチェックしないと広告運用の流行に乗っていけないこともあります。

CARRY ME

Web広告運用の代行を依頼する場合のメリット

Web広告運用の代行を依頼するメリットは社内工数を削減できる点です。自社内にリソースがない、知見を持っている人がいない場合は重要な選択肢の一つとなります。
また、広告代理店に集まる他社の傾向や広告媒体の情報を得られることも。社内で対応していただけでは分からない情報を得ることで運用の最適化につながります。
代行する会社や人材のこれまでの知見から適切な広告運用ができているのか客観的な視点で判断してもらえるのも魅力でしょう。

Web広告運用の代行を依頼する場合のデメリット

✔広告代理店によって運用内容に違いがある
Web広告の領域は年々アップデートされており、効果的な施策もあれば既に効果がないとされている施策もあります。そのため、広告代理店によって運用内容が異なり、知識がないとどの施策が効果的なのか判断できません。

✔社内に広告運用のノウハウが溜まらない
広告運用の代行を外注すると、自社内にノウハウが蓄積しにくくなります。ある程度運用知識を持っている人、専任で運用できる人が 1人いれば内製化は可能ですが、その人がやめた場合最初からやり直しになってしまいます。

✔スピード感に欠ける
広告代理店や業務委託に運用してもらうと、運用に必要な情報が伝わるまで時間がかかってしまったり、依頼元の企業の勤務時間外に稼働したりするので、広告の運用開始や訴求内容の変更が遅れる可能性があります。

CARRY ME

主なWeb広告運用の代行先

それぞれの相場の違いは？

1　広告代理店

・売り上げの20%程度が費用の相場

例）100万円分の広告を運用した場合、20万円を手数料として代理店に支払い

※条件によっては割引や追加インセンティブが発生

※多くがクリエイティブ制作は追加費用がかかる。しかし、クリエイティブ制作を無料で請け負う代わりに、成果報酬を多くするケースも。

2　業務委託

・業務委託を依頼する媒体により、費用や人材のスキルレベルに差がある。

＜アウトソーシングプラットフォームの場合＞

広告運用額（月）：数万～30万円の案件が多い。

業務委託への費用：月額運用額の5～10%程度

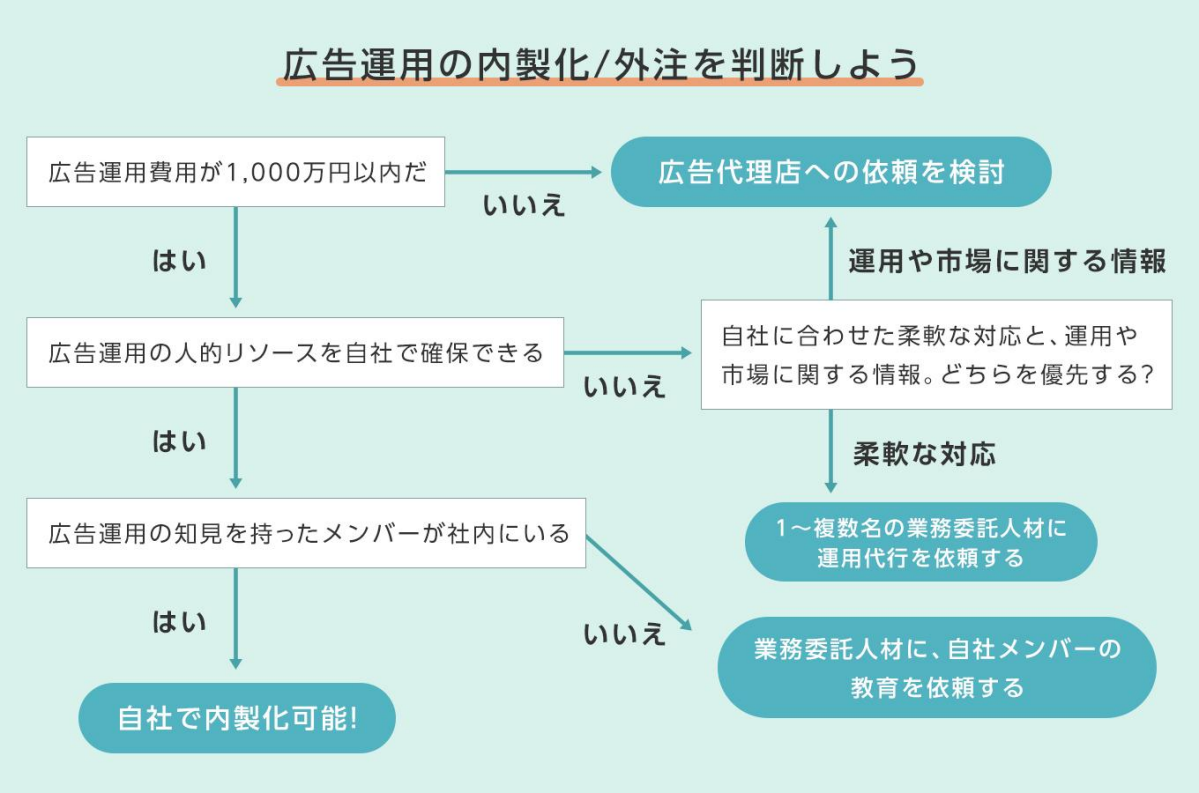
＜エージェントの場合＞

広告運用額（月）：幅があるが、上記より高い運用額のことが多い

業務委託への費用：月額固定が多い（月10万円～）

※インハウス（内製化）支援の場合、月30万円程度

Web広告運用の代行先を選ぶ時のチェックポイント



CARRY ME

マーケターの重要性は高まってきている

このように、Web広告運用には専門のスキルと媒体や広告運用市場の最新動向をキャッチアップするアンテナの高さが必要です。広告運用をはじめとするマーケターの採用は非常に難しくなっており、 2009年と2022年では右のように有効求人倍率が急上昇しています。
そこで「即戦力マーケター」を業務委託契約で企業様にご紹介しているのがキャリーミーの「プロ契約」です。
マーケターの採用にお困りの経営者・人事の方のために、マーケティングプロ人材活用におけるキャリーミーのノウハウをお教えいたします。
ぜひお気軽にご相談ください。

2009年

有効求人倍率

0.47倍

2022年

有効求人倍率

1.2倍