



2023年5月からX (Twitter) 広告がパチンコ業界でも制限付きで配信可能となりました。X広告は誰でも手軽に簡単に配信可能であるため、その活用の可能性に迫ります。そのため、読者の皆様に、①配信のための必要事項、②広告配信の管理画面、③必ず計測すべき広告配信の数値、という3つのポイントを解説します。

配信のための必要事項

X広告がTwitter広告と比較して大きく変わったことは、認証バッジがないと広告配信をできないということです。そのため、配信のための必要事項はX認証バッジを獲得することです。X認証バッジは「ブルー」「ゴールド」「グレー」の3種類あります。それぞれを簡単に説明します。

ブルーバッジ(青いチェックマーク)は月額980円(iOSやAndroidアプリ経由の場合は1,380円)で、年間払いの場合は10,280円(iOSやAndroidアプリ経由の場合は14,300円)です。そして、アカウントの新規作成から90日以上経過しており、過去30日間アカウントがアクティブであり、電話番号が認証済みであることが条件となっています。支払いはクレジットカードのみなので企業で利用する場合はコーポレートカードが必要となります。

ゴールドバッジ(金色のチェックマーク)は月額135,000円です。広告代理店や企業で複数店舗のX広告を利用する場合に使用します。ここで注意点ですが、私が支援する店舗の中には、広告代理店から「ゴールドバッジを獲得するために135,000円必要」と言われて支払ったとおっしゃる店舗がありました。正しい知識を持ちましょう! 広告代理店から配信す

るアカウントは8,000円で利用できるのです。人手が足りなければ、広告代理店にお願いすることも一つの手段ですが、自店舗で運用すれば月額980円で配信できるので、Xの広告配信もLINE配信のように店舗ごとに実施して頂きたいです。

さらに補足しますと、9月14日のアップデート以降からブルーバッジは直近1カ月で100ドル以上、直近6カ月で600ドルの広告出稿実績があれば、月額980円も不要になります。それぞれの主要機能は本コラムでは割愛します。

グレーバッジ(政府関係や多国間機構に付与される灰色のチェックマーク)は企業では利用できないので、こちらの説明も割愛します。X広告のアップデートは目まぐるしく、本コラムもあくまで参考にしていただく程度で、常に最新情報を調べてください。

X認証バッジは3種類



広告配信の管理画面

管理画面はSNS広告を知らなくても簡単に扱えるわかりやすいインターフェイス(設定画面)です。X広告の手順通り進

めれば、10分程度で配信設定は完了します。ただし、パチンコユーザーにターゲットを絞った方が成果は生まれやすいため、今回は「ターゲティング機能」を覚えてください。その機能のひとつにキーワード設定があります。

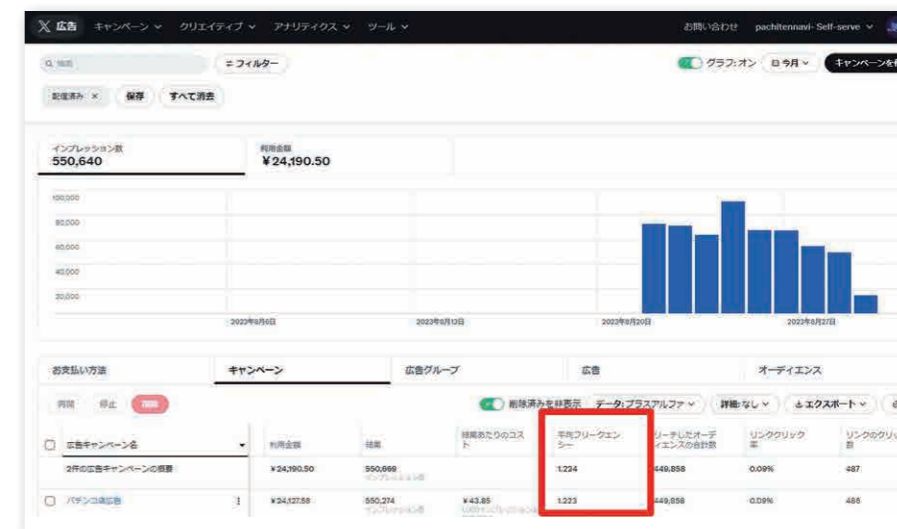
例えば、「スロット」というキーワードを打ち込むと、8.6万の広告条件に合致するアカウント数(オーディエンスサイズ)を教えてください。これがX広告の面白さです。そして、X広告は単純な「スロット」や「パチスロ」というキーワードよりも具体的な「スマスロ北斗の拳」(15.4万)や「ジャグラー」(33.6万)といった機種名の方が、合致するアカウント数が多いことが分かります。一方、「パチンコ」というキーワードは広告条件に合致するアカウント数が表示されません。ここから、X広告はパチンコの広告よりスロット(パチスロ)の広告との相性が良いことが分かります。

また、競合店のアカウントに対しても広告条件を設定できます。X広告の面白さは特にこの部分にあります。さらに、条件に適合したものを追加して「おすすめ」というボタンを押すと、瞬時にキーワードや近隣競合店のアカウントが設定できるため、この利便性は一度利用すれば、「ここまで簡単にプロ級の広告設定ができるのか!」と驚くはず。ぜひ一度、広告配信の管理画面を見て頂きたいです。

計測すべき数値

では、最後に必ず計測すべき広告配信の数値の説明をします。X広告の管理画面はGoogle広告の管理画面のようになり詳細な数値分析が可能です。しかし、詳細な数値分析ができるということは、どの数値を見れば良いのか分からなくなるという側面を持ち合わせます。そのため、今回は必ず確認して頂きたい数値指標を2つに絞り込みます。それは、「平均フリークエンシー」と「エンゲージメント率」です。これが確認できるようにカスタム設定してください。広告代理店に依頼し

まずは平均フリークエンシーを見る



てX広告を実施している場合は、その2つの数値をレポートで提出してもらってください。

平均フリークエンシーとは、1日あたりX広告にどれだけ接触するのかという数値です。例えば上の図をご覧ください。

管理画面の赤枠内に1,224という数値があります。これはユーザーが1日あたり1回程度X広告に出合っているということです。X広告でのフリークエンシーの数値指標の基準値は公表されていませんが、Googleは全業種業態でこの数値を6回まで高めれば、実来店客(または購入)が増えると報告しています。その一方で、6回以上を超えれば実来店は減ると言っています。つまり広告接触は少なすぎると認知されず、多すぎると嫌われる、という問題が起きるといえます。

これらのことから弊社では、X広告においても平均フリークエンシーという広告の接触頻度の数値指標を高めることを非常に大切にしております。インプレッション数の550,669という数値やリーチしたオーディエンス449,858などの数値はどうでもいい数値です。この数値はX広告の予算さえあれば簡単に増える数値であるため、集客的な要素としての重要度は極めて低いと考えています。

今回は、なぜフリークエンシーという数値指標が大切なのかを、心理学および脳科学の側面から解説します。そしてX広告の見るべきもうひとつの数値指標を解説します。 [A]

Essential Web Advertising Strategies You Need to Know for 2024



のじま・たかのり
三重県生まれ。北海道教育大学卒。毎年年間1000店舗以上のパチンコ店を調査。広告を6つのポイントで数値化して、その仕組みを売場の書籍「あなたの売場、太っていませんか?」で執筆。売り場プロモーション診断士検定を8年前に立ち上げ2020年には1200名以上が受験。