

Web広告の出稿を検討している方へ

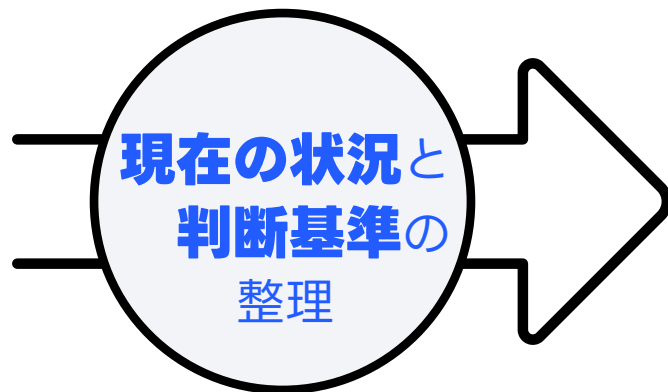
出稿先選びの 3つの基準



はじめに

本資料は、Web広告の出稿を前向きに検討しているものの、「どこに広告を出すべきか」で迷っている方に向けた**整理ガイド**です。

出稿先を決める前に、現在の状況と判断基準を整理することを目的としています。



目次

Web広告の出稿を検討している方へ	p.3
最初の出稿に不安を感じるのは自然	p.4
多くの企業が出稿に踏み切った理由	p.5
最初の出稿先が重要な理由	p.6
出稿先を選ぶ3つの基準	p.7
出稿先を決める前の整理	p.8
Web広告の出稿を進めたい方へ	p.9
もう少し準備が必要な方へ	p.10
相談前に整理しておくこと役立つこと	p.11
出稿までの流れ	p.12

Web広告の出稿を検討している方へ

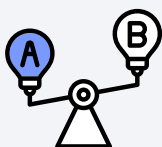
まずは**現在の状況**を整理しましょう

「今始めるべきか」「どこに出稿すべきか」で迷うのは自然です。



情報収集

どんな種類があるのかを知る



比較検討

それぞれどんな特徴があるのかを知る



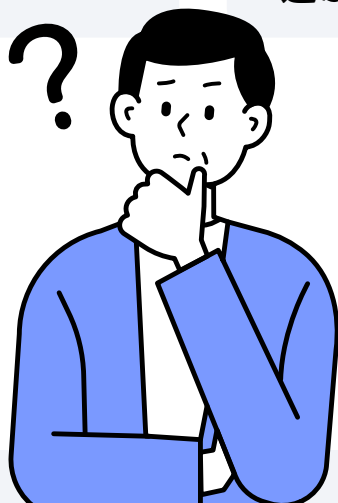
選択検討

今始めるべきか、
出稿するならどれを
選ぶべきかを検討する



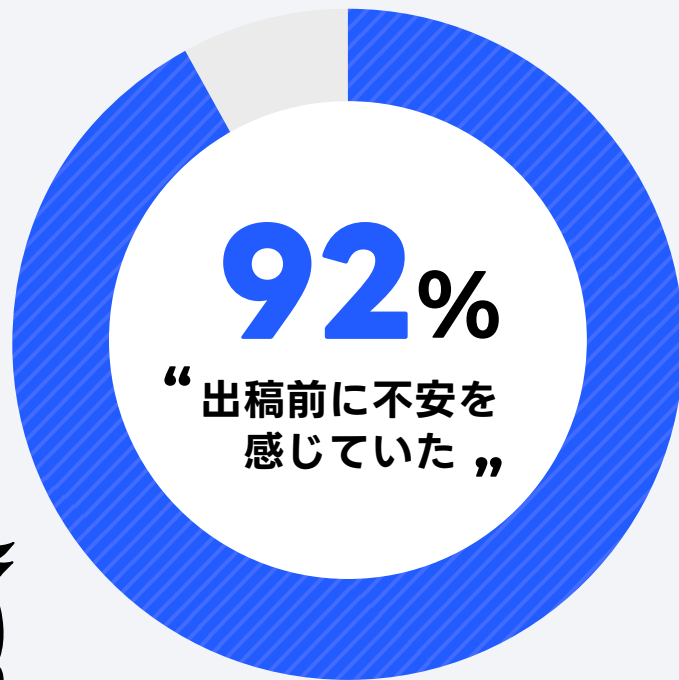
実行準備

キャッチコピーや
広告画像・動画
を用意する



最初の出稿に不安を感じるのは自然

Web広告を始める前は、
多くの企業が不安を感じています。



92%の企業担当者が
出稿前に不安を感じていたと回答しています。

その不安の多くは、

- 自社に合う広告の種類がわからない — 45.5%
- 本当に成果が出るのかわからない — 43.3%
- 費用対効果が読めず判断が難しい — 35.1%

※「初めてWeb広告を出稿する際、不安に感じていたことはありますか」という問いに対する回答から一部抜粋（複数回答）

といった、最初の判断に関するものです。
特に、**最初の出稿先を決める段階**で迷う企業が多く見られました。



Web広告経験者の本音に関する実態調査（n=547）

調査期間：2026年3月14日～3月15日

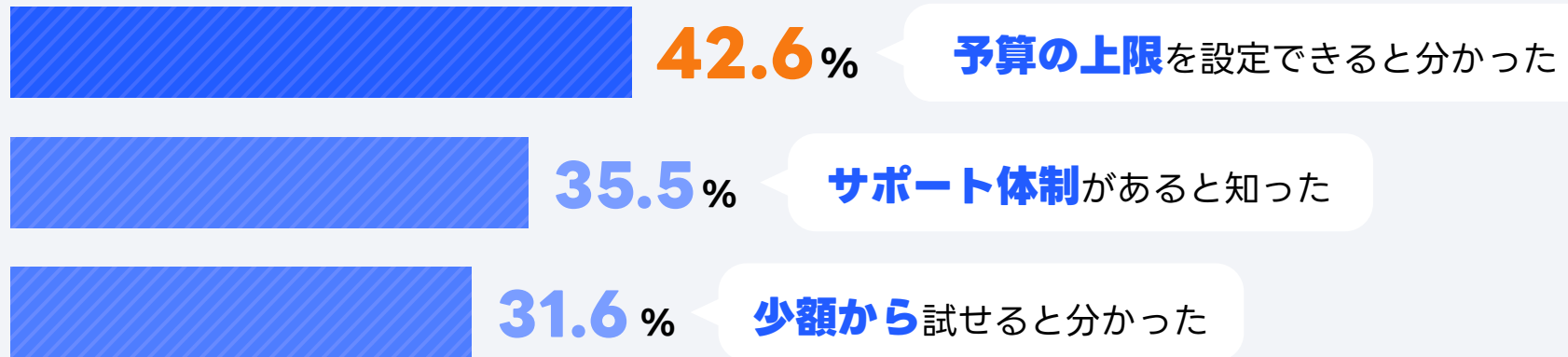
※ 売上50億未満または従業員300名以下の中小企業に勤務し、マーケティングまたは広告出稿に関する意思決定または実務に関与しており、現在Web広告に出稿している547名

多くの企業が出稿を決めた理由

多くの企業は、どのような理由で
Web広告の出稿を決めているのでしょうか。



出稿を決めた理由：上位3（複数回答）



つまり、「大きなリスクを負わずに試せること」や「相談できる環境があること」が、
出稿の後押しになっていることが分かります。

Web広告経験者の本音に関する実態調査（n=547）

調査期間：2026年3月14日～3月15日

※ 売上50億未満または従業員300名以下の中小企業に勤務し、マーケティングまたは広告出稿に関する意思決定
または実務に関与しており、現在Web広告に出稿している547名

最初の出稿先が重要な理由

最初にどこに広告を出すかによって、
その後の**進めやすさ**や**判断スピード**は大きく変わります。

合わない選択



試行錯誤が増える

合う選択



少額でも成果を積み上げやすい

はじめての出稿は、その後の継続意欲にも大きく影響します。
だからこそ、**感覚ではなく基準で選ぶことが重要**です。

最初の出稿先を選ぶ3つの基準

「最初にどこに広告を出稿するか」は、とても重要です。

だからこそ、出稿先を選ぶ際には次の3つのポイントが重要な判断基準になります。

これを押さえれば、もう迷いません

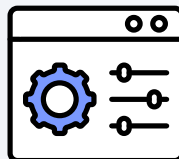
基準 1

少額から
試せるか



基準 2

設定や管理が
分かりやすいか



基準 3

気軽に
相談できるか



出稿先を決める前の整理

実際に広告を出稿する際には、整理しておくべきポイントがあります。
大きく分けて「目的」「条件」「相性」です。

STEP 1

「目的」を確認する

まずは「何を増やしたいのか」を明確にします。

Check!

- 問い合わせ数を増やしたい
- 新規顧客を獲得したい
- 認知を広げたい

STEP 2

「条件」を整理する

現実的に実行できる条件を整理します。

Check!

- 予算はいくらまで可能か
- どのくらいの期間で試すか
- 社内でもどこまで対応できるか

STEP 3

出稿先との「相性」を確認する

「やれるかどうか」ではなく、無理なく続けられるかが重要です。

Check!

- 無理なく続けられるか
- 管理が複雑すぎないか
- 相談できる環境があるか

この順番で整理すると、迷いが判断に変わります。

整理してみて、

● 進められそうだと感じた方は

→ 具体的な出稿先との相性を確認していきましょう。 [Web広告の出稿に進みたい方へ >](#)

● まだ迷いが残る方は

→ もう少し準備を整えていきましょう。

[もう少し準備が必要な方へ >](#)

Web広告の出稿を進めたい方へ

「最初の出稿先を選ぶ3つの基準」で見ると、LINEヤフー広告は始めやすい選択肢です。

予算や期間を自分で設定できるため、大きなリスクを負わずに始められます。

基準1

少額から試せるか

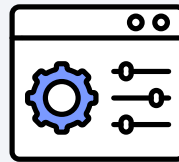


少額の予算から始められるので、はじめてでも安心です。

- ✓ まずは少額からのテスト運用が可能

基準2

設定や管理が分かりやすいか



期間や金額を自分で設定・調整できるため、無理なく進められます。

- ✓ 効果を見ながら改善することが可能

基準3

気軽に相談できるか



困ったときに気軽に相談できる体制があるので、安心して取り組みます。

- ✓ 初めての方向けのサポートが充実



もう少し準備が必要な方へ

整理してみて、まだ不安が残る場合は無理に進める必要はありません。
ただし、次の点を整理しておくとお稿の判断がしやすくなります。

目的をより具体的にする

広告の運用担当を明確にする

予算の目安を立てる



ある程度整理できたら、「**まずは相談してみる**」という選択もしやすくなります。
また、すべてが決まっていなくても、相談しながら整理することもできます。

⋮



相談前に整理しておくことで役立つこと

「まずは話を聞いてみよう」と感じたら、次は「相談」というステップです。
相談前に、次の点を整理しておくことで、より具体的な話がしやすくなります。

今回の目的（例：問い合わせを増やしたい）

.....
 試してみたい**予算**や**期間**の目安

.....
 現在感じている**不安**や**疑問点**

.....
 社内で**懸念**されそうな**ポイント**

すべてが
決まっていなくても
問題ありません



よくあるご質問

? 出稿を決めていなくても
相談できますか？

ご相談可能です。

本当に広告出稿が必要かどうか、そこから一緒に整理できます。

? 他社と比較検討中でも
大丈夫ですか？

問題ありません。

現在のご状況を伺いながら、弊社サービスを前提に最適な進め方をご案内します。

? 少額でも
相談できますか？

全く問題ありません。

むしろスモールスタートをおすすめしています。

出稿までの流れ

「お問い合わせフォーム」
への入力(最短1分)



3~5営業日以内に
担当よりご連絡



広告出稿までの
サポート

ご希望があれば、最初の広告配信
開始までをサポートします。

進め方や初期設定についても確
認しながら進めます。

ここまで整理してみて、次の一歩を進めたいと感じた方へ

出稿を決めていなくても問題ありません。
状況の整理からでも、比較検討中でも進められます。
まずは現状を整理するところから始めてみましょう。



まずは相談してみる

