

未経験者限定の話です！

## 未経験者（素人）限定

素人がプロの広告運用を実現する  
「たった1つの秘密」

Shirofune

No.1の多くの成功事例の中  
特に重要なこととお話します

## 素人がプロの広告運用を実現するには

### たった1つの秘密



### 素人がプロの運用を実現する「たった1つの秘密」

素人がプロの広告運用を実現する。

そんな話をすると.....。

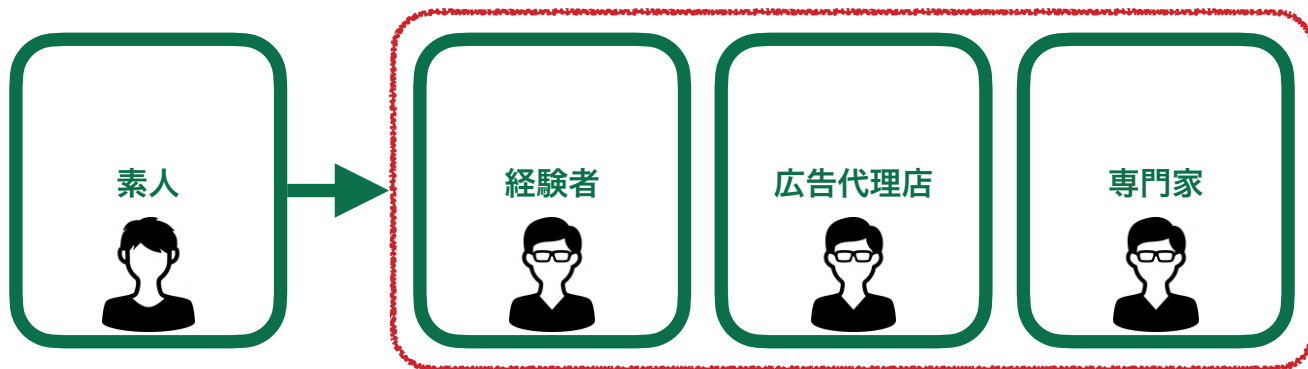
「いや、無理じゃないですか」

そう思うかもしれません。

*無理だと思いますよね*

「だって、広告運用なんて.....。

もう何年も、いえ10年以上も広告運用を経験する人たちだっている世界だし。広告代理店も無数にあるし、広告運用の専門家だっていくらでもいる。そんな世界で素人がプロ並みの広告運用をしていく。そんなことができるわけじゃないじゃないですか？」



あなたが広告運用を既にした経験があればあるほど、ムキになって文句を言うかもしれない。

「絶対に無理だ。そんなに甘いものじゃない」と。

ですが、その無理だといわれる「素人がプロの広告運用を実現する」ことは実は可能なんです。

今回は特別にそのために必要な「たった1つの秘密」を公開します。

とっても重要です！！



シンプルに内容を話していくので、あなたが広告運用の素人でも大丈夫です。

きっと参考になります。

ただ、注意があります。

素人ではない人はここから先は読まないようにお願いします。

どうしても疑った目で読んでいくことになりますし（それではまず内容が頭に入りません）。

素人限定の、プロの広告運用を実現するための話だからです。

ここから先は素人限定です！



## 僕たちのこと



## 国内No.1 広告運用ツール『Shirofune』

本題に入る前にまずは僕たちのことに少し触れたいと思います。

「偉そうに話しているけど、あなたは誰？そもそも、そんなに広告運用の経験がある人なの？」  
そう思う人もいるかもしれません。

なので、僕たちのことを少し話します。

僕たちは国内No.1 広告運用ツール『Shirofune（シロフネ）』を運営している、  
Shirofune（シロフネ）という企業のメンバー。

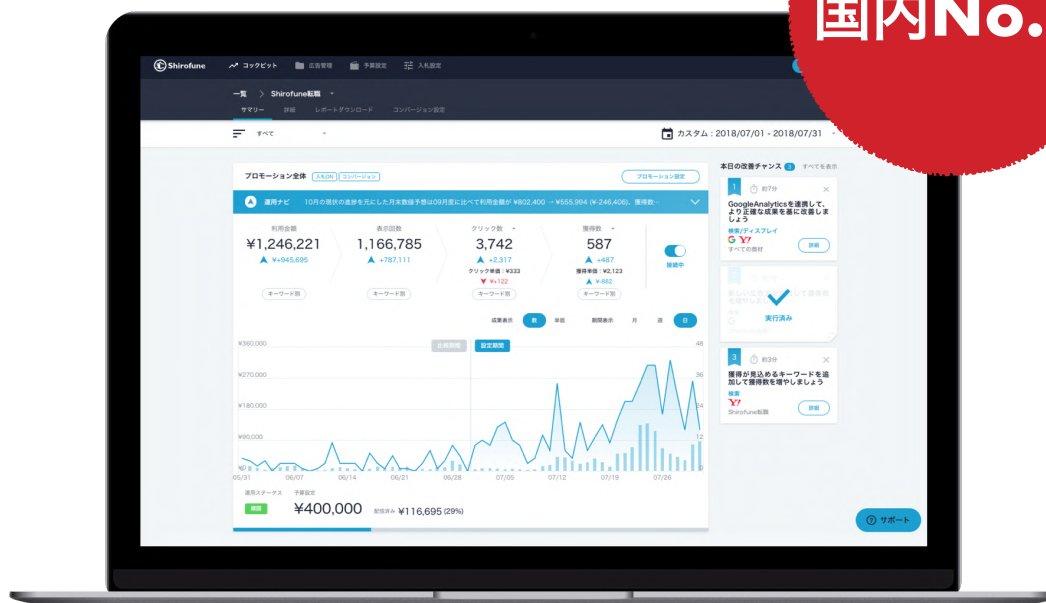
宣伝するわけではないのですが。

僕たちの広告運用ツール『Shirofune』は日本で最も使われている広告運用ツール。

国内No.1です。

国内No.1なので多数の成功事例あり

国内No.1



未経験者（素人）限定

利用実績は7,000超

上場企業や成長企業などの広告主から、大手広告代理店や中小規模の広告代理店などのプロの方まで幅広くご利用いただいています。

その他、多くの企業に  
導入いただいています



「なんだ、素人じゃ使えないな」と思うかもしれませんが、そんなことはありません。

広告運用ツール『Shirofune』の最大の価値は今回の内容同様、

- 「未経験でもプロの成果」



重要な価値です

それを実現させるための広告運用ツールなのです。

ここで重要なのは国内No. 1 のツールになった理由です。

理由の1つは僕たちの「広告運用の技術」が評価されていることです。

もともと、僕たちはネット広告代理店の世界で

国内No. 1 のサイバーエージェントの「広告運用の中核メンバー」でした。

## 未経験者（素人）限定

僕たちのことを知る人はこんな風な風子にうほです。

「サイバーエージェントの広告運用の中核メンバーというか。

中核中の中核。ど真ん中にいた感じですよね」

この言葉は実際そのとおりで、まさに中核中の中核でした。

ただ、何もかも順調に広告運用ができたわけではありません。

失敗ももちろん経験していますし、試行錯誤をしてきました。

ただ、僕たちほど広告運用に携わった人は国内にほとんどいませんし。

まさに国内No.1のネット広告代理店で

国内最高峰といえるレベルで広告運用に取り組んできました。

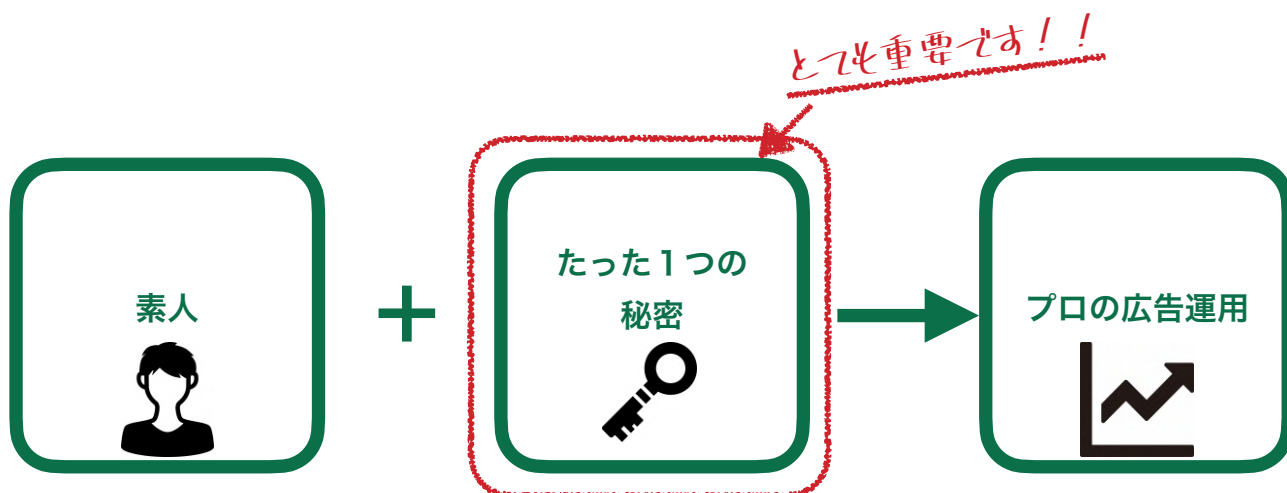
（もちろん、まだまだ高みを目指していますが）

話が脱線しすぎましたが。

そんな国内最高峰といえる広告運用をしてきた僕たちが発見したのが今回の内容です。

「素人がプロの広告運用を実現する」

そのために必要な「たった1つの秘密」の話です。



## - 広告運用の問題

### - 広告運用には問題があります



### ベテランの落とし穴

では、本題に入りますが。

「素人がプロの広告運用なんてできない」と考える人は

「ベテランなら高いレベルの広告運用ができる」と考えているのかもしれませんが。

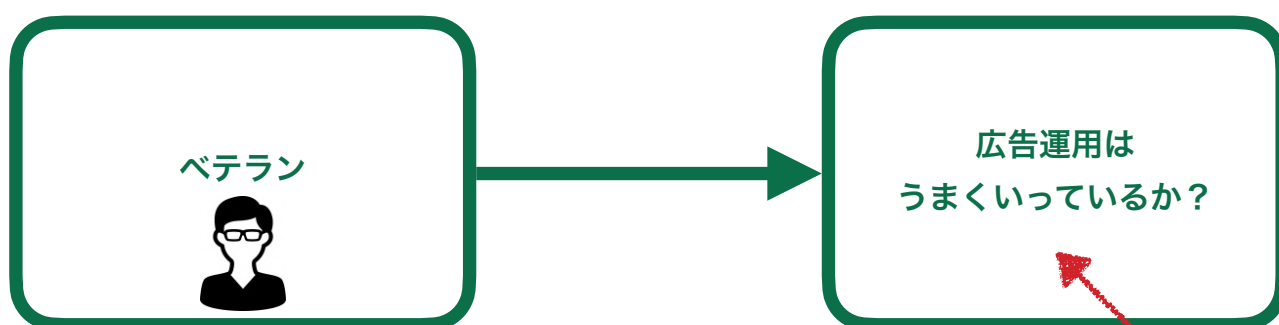
具体的にいえば.....。

広告の経験が長い人

広告運用の経験が長い人

広告代理店や広告関連の専門家など。

そうした人たちが手掛けた広告運用はうまくいっているのか。



必ず、考えてください!

さて、どう思いますか？

そういった人たちの広告運用はきちんと運用されていて

きちんと成果を出し続けているのでしょうか。

## 未経験者（素人）限定

この点については広告代理店や広告の専門家に広告や広告運用を依頼したことがある人なら、  
「あまりうまくいかなかった……」  
と嫌な経験がある人も少なくないはずですよ。

あなたは

「経験を積んでいれば、成果を上げることはできるんじゃない？  
だって、経験を積んでいるんだから、当然でしょ」

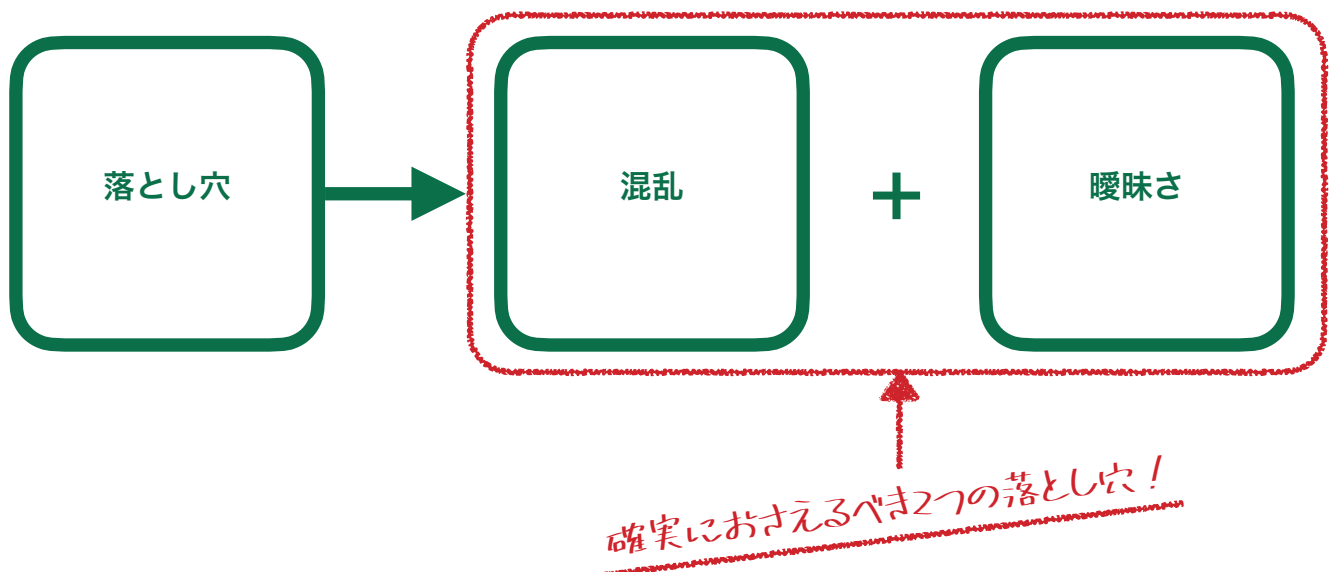
そんな風に考えるかもしれませんが。  
ここだけの話、実はそんなことはないのです。

広告は当然、そうですが。  
広告運用もそうです。

ベテランや経験を積んでいる人が確実に成果を出せるほど、甘い世界ではありません。

広告運用のベテランには「落とし穴」があるからです。  
その「落とし穴」とは

「混乱」と「曖昧さ」です。





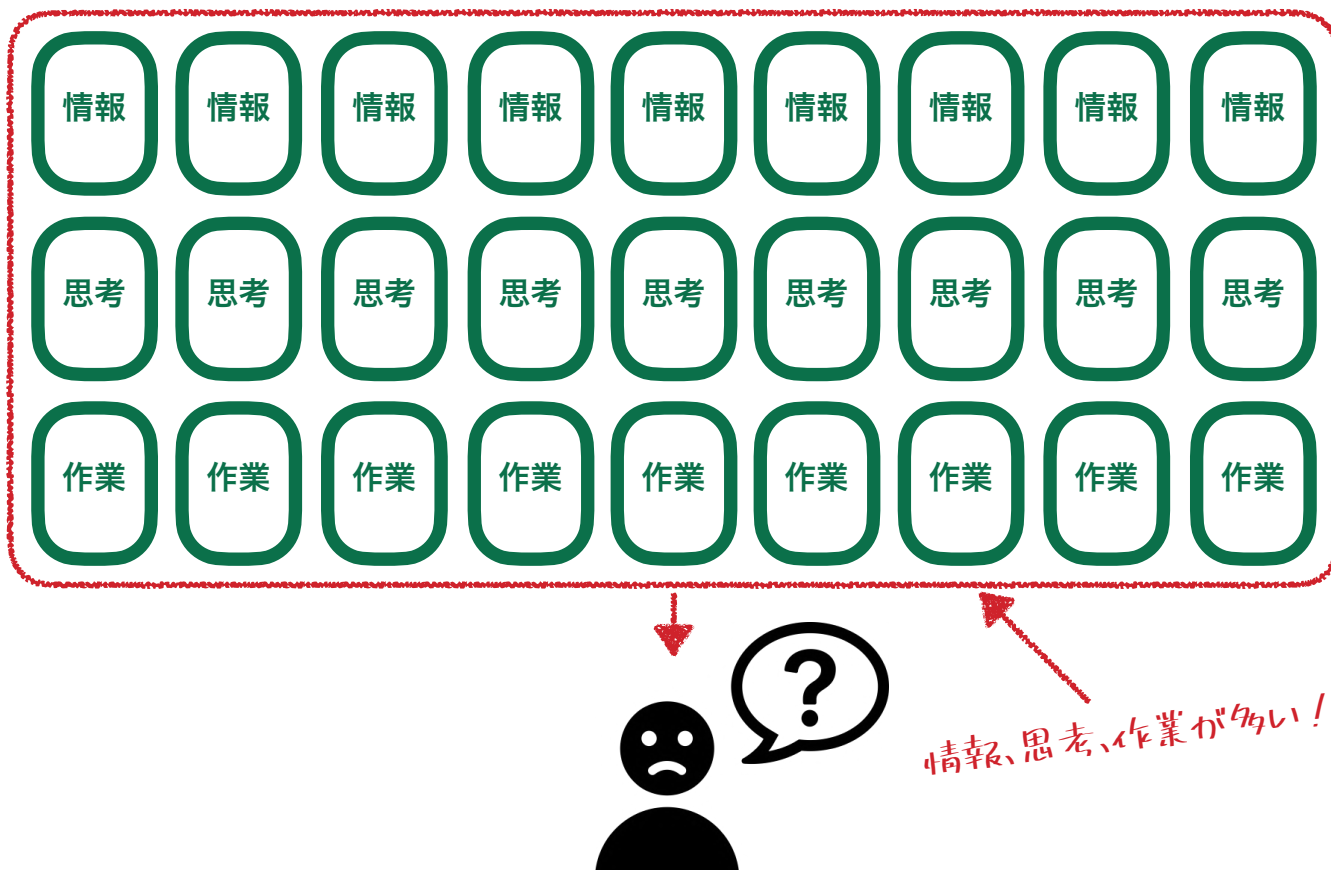
## 未経験者（素人）限定

1つめの理由は「混乱」です。

広告運用に携わる人間は頭も身体（作業）も混乱状態に陥ります。

具体的にいうと.....。

広告運用に関わる情報は膨大だし、考えること（思考）も、やること（作業）も膨大です。



まず「情報」について、考えてみてください。

マーケティングや、広告、広告運用そのものの情報は日々、どこかで誰かが発信しています。

さらに実際に広告運用をしていくと、データも膨大になっていきます。

それだけ膨大な情報の中にいれば、当然、頭は混乱します。

次から次へと情報が生まれるので、長期に取り組めば、解決するようなものではなく、ますます混乱していく可能性だってあるわけです。

たとえば、Amazonで「広告」と検索してみてください。

## 未経験者（素人）限定

広告運用関連の本だけでいっても。リスティング広告、Google広告、キーワード戦略、Facebook広告、Instagram広告、など延々と続きます。

さらにAmazon以外で「広告運用」と検索すると、一気に無数のサイトやブログがでてきます。

やっかいなのはその中に正しいものと正しくないものがあることです。

膨大な量があるだけでなく、その中に正しいものと正しくないものがある。

それだけで混乱してきますよね。

さらに、それら情報をもとに頭を使って考えること（「思考」）が多い。

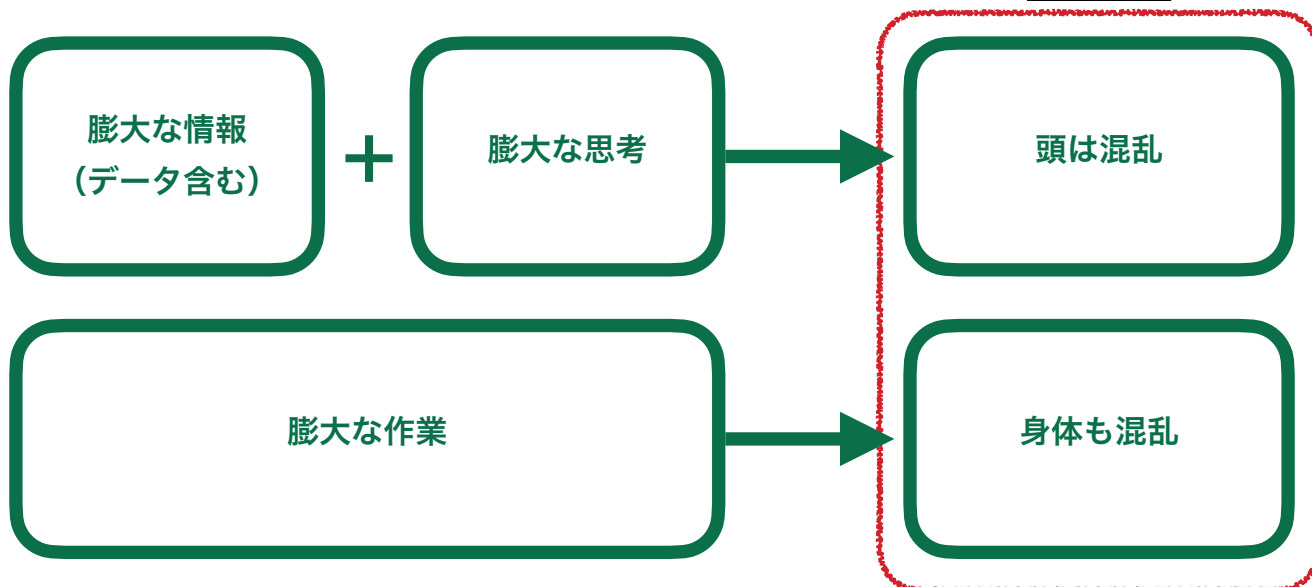
「あれはどうしよう」

「これはどうしよう」

と次々と考えてく。

ただ、そこで終わりではないのです。

さらに広告運用自体の「作業（量）」も膨大です。



情報やデータなどで頭は混乱し、身体も広告運用の作業で混乱します。

とにかく混乱します！

## 未経験者（素人）限定

ベテランだからといって、確実に広告運用を展開できるわけではありません。

「あの知識も必要……」

「この知識も必要……」

「あれもチェックしないと……」

「これもチェックしないと……」

「あれも考えないと……」

「これも考えないと……」

「あれもやらないと……」

「これもやらないと……」



という感じです。

本当に重要なことさえもわからなくなり、

重要なことを確実に実行することだってできなくなる可能性があるわけです。

## 広告には問題がある

---



もう1つの落とし穴が「曖昧さ」です。

広告という世界はそもそも曖昧な世界です。

僕たちと親しくしている、ネット広告で高い成果を上げ続けている方がいるのですが、

その方はこう話しています。

---

## 「広告が普通にやったら博打」

---

そのとおりで。広告は本来、不確実で「曖昧」な世界なのです。

広告の概念みたいな難しい話ではなく、ここで考えてほしいのですが。

たとえば、テレビCMをよく見れば、すぐに実感できます。

以前、展開していた綾瀬はるかの『コカ・コーラゼロ』のテレビCMでは.....。

まず、女優（綾瀬はるか）の横顔が画面いっぱいに登場し、背景はぼかした状態で緑色。

それが3秒続き、今度は画面が切りかわって、ベランダに飛び出していく。

コカ・コーラゼロを右手にもち、後ろ姿がアップになる。

上下は黒のラフな服装で空は青空

そこで、コカ・コーラゼロの蓋を開け、喜んだ表情でクルクルと回りながら踊りはじめる。

そして笑顔のアップです。

.....と色々と書きましたが、CMはまだまだ続きます。

これがコカ・コーラゼロのCMです。

選択肢は無限！

ここで考えてほしいのが、広告って「無限」の可能性（選択肢）があるのです。

冒頭の1秒でさえ、横顔ではじまりましたが、顔の正面ではじめることもできるし。斜めからもできる。角度を微妙に変化させれば、その選択肢は無限です。

服装は黒でしたが、その選択肢だって無限。髪型の選択肢も無限。背景やBGMだって無限。

そうした選択肢の組み合わせを考えたら、組み合わせだって無限にあります。

たった1秒でさえそう。それが10秒以上の広告になると、もはや選択肢は膨大で。

その広告を最高の形で展開して、確実に成果が得られるなんてことは言えないわけです。

未経験者（素人）限定

非常に「曖昧」で。

まさに先ほどの言葉ではありませんが。

---

## 「広告は普通にやったら博打」

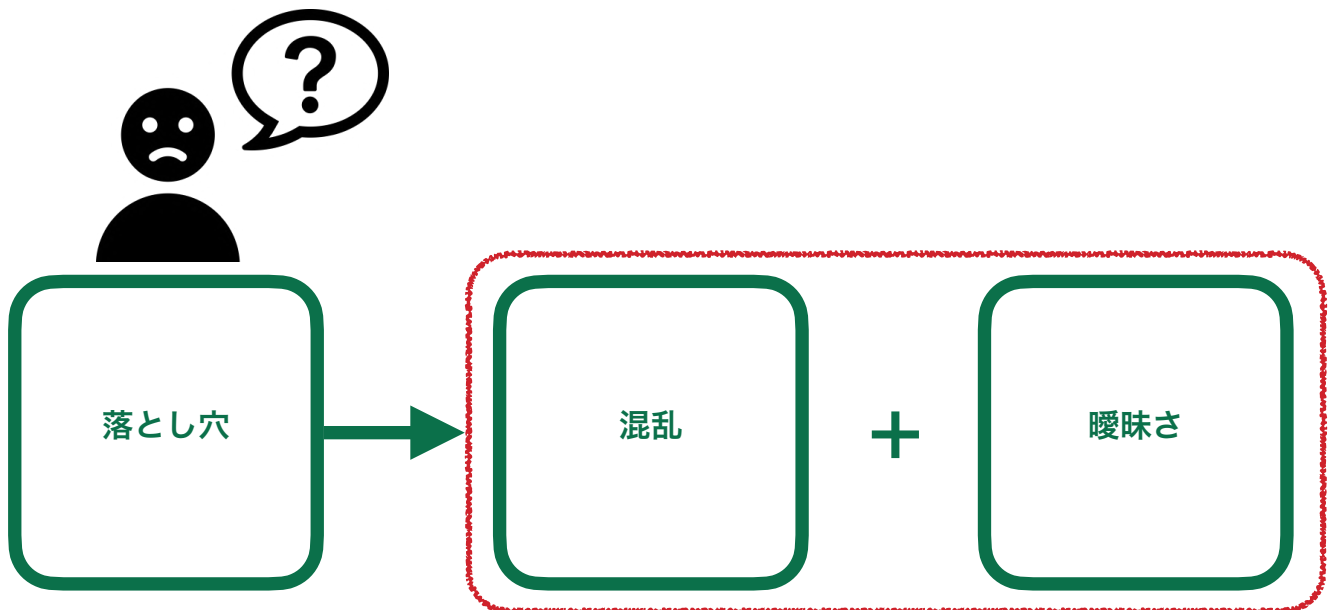
---

なわけです。

しかも、テレビCMはネットで展開する広告とは異なり、成果が見えづらくわかりにくい。

成果が上がっても「なぜ良かったか」を判断することだって、CM自体に膨大な要素が詰め込まれすぎていて、一体どの要因が良かったのか、わからないわけです。

広告運用のベテランはまさにこの「混乱」と「曖昧さ」の2つが落とし穴となり、成果を出しづらい状況にあるわけです。



## 通常の広告運用では素人が成果を出すのは困難

ここまで話すと.....。

「『混乱』することも、広告に『曖昧さ』があるのもわかったけど。

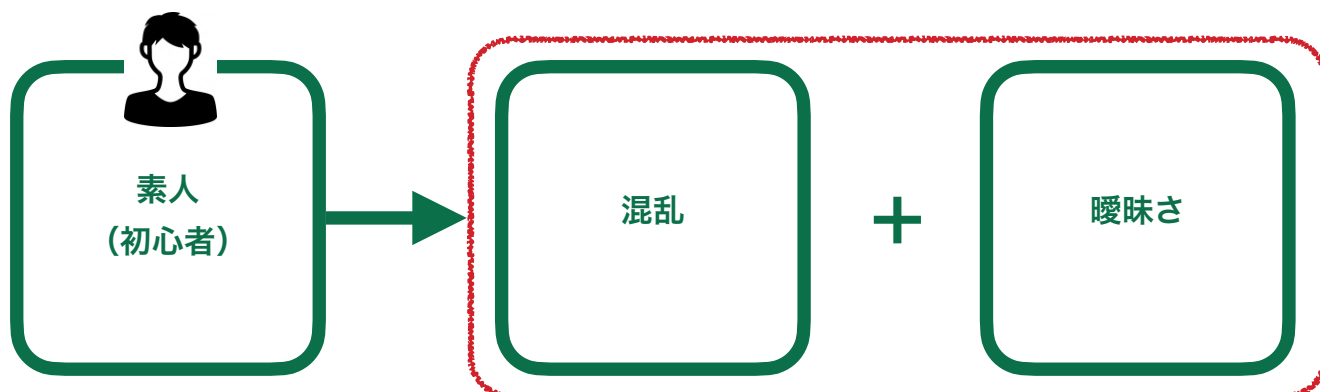
そんなに大変なら、素人が広告運用で成果を上げていくことなんてできないんじゃない？

ベテランでもすごく大変なのに、素人に成果が出せるわけがない」

あなたはそんな風に考えるかもしれません。

確かにそのとおりです。

これまでの「普通」の広告運用に素人が取り組んだら、ベテラン以上に混乱し、曖昧さに苦しみ、  
高い成果を出すのは困難です。



たとえば、あなたが素人だったら、こんな風に取り組むかもしれません。

まずAmazonで「広告運用の基礎の本はないかな.....」と基礎の本を探したり、ネットで「広告運用 基本」などと検索したりして、基本情報をひとつひとつチェックする。

ある程度学んだところで、怖いもの知らずで広告運用に取り組み、コスト（お金）を次第に失っていくのに、思った以上に成果が上がらないことに「広告運用って怖いな」と思うかもしれません。

## 未経験者（素人）限定

そうして、情報の洪水の中、色々とチェックして「どうすればいいんだ……」と意気消沈しながら、「混乱」し、広告の「曖昧さ」に悩まされるわけです。

ネット上には「（情報について）これだけ押さえれば大丈夫」という言葉がたくさんありますが、どれだけ押さえても何かが足りないと思ってしまう。何が正しいか、正しくないかもわからず、ますます混乱の中、曖昧な感じで広告運用をしていく。

そんな取り組み方では素人が成果を出すのはまず困難です。◀◀◀ **これまでの方法では困難！**

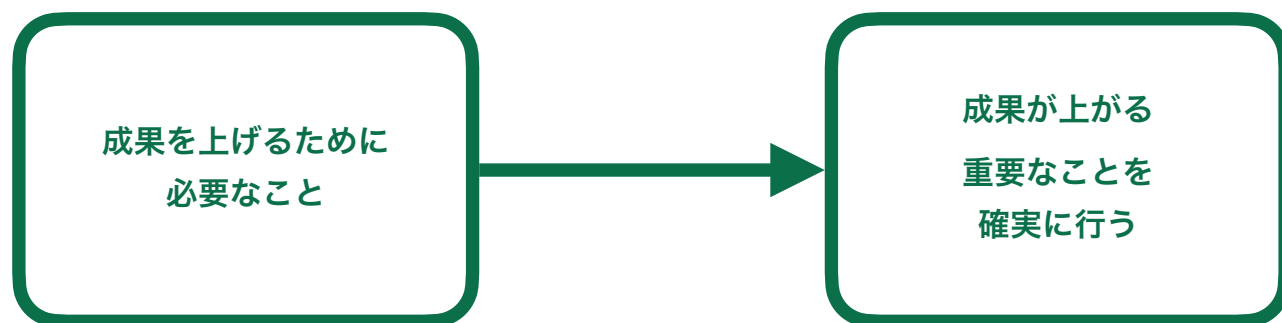
当然ですよ。ベテランでさえ、大変な方法です。

初心者でよく知らない素人がやって通用するわけがない。そのアプローチは大変で、うまくいかないことが少なくないわけです。

## 長期に広告運用に取り組んでいる企業

---

成果を上げるために必要なことは、成果を上げる重要なことを確実に行うことです。



ところが、「混乱」と「曖昧」な状況にある広告の世界。

素人どころか、ベテランでさえ、その重要なことを確実に行っていなかったりします。

長く広告運用に取り組んでいる企業（僕たちShirofuneの利用者ではありません）。

いわゆる広告運用のベテラン企業です。

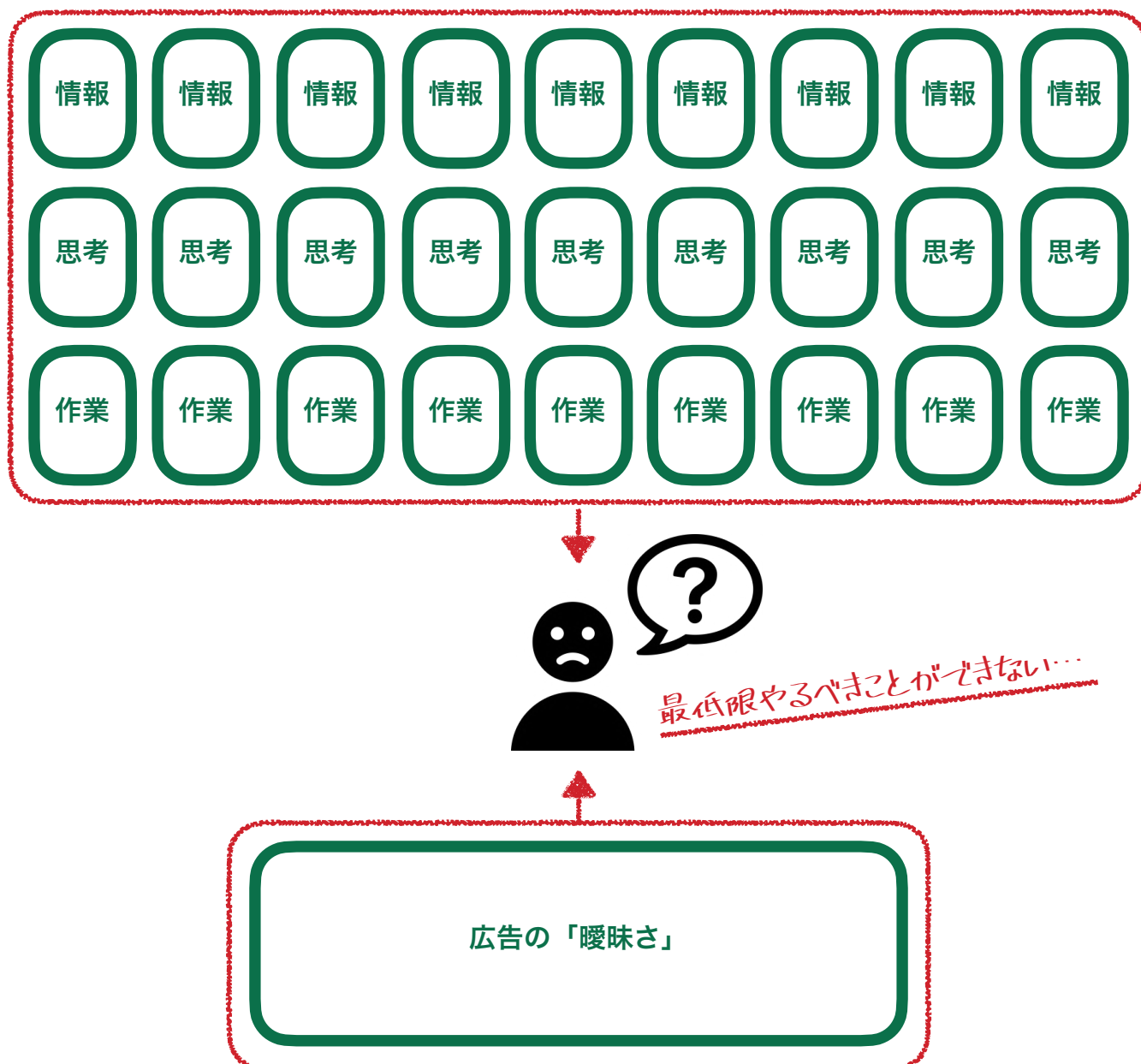
## 未経験者（素人）限定

そうした企業の「広告運用」の分析をすると.....高度な広告運用がされていないどころか、きわめて基本的で重要なことも抜けているケースも少なくありません。

「基本的なことができないなんて、ダメだろう」

そう思うかもしれませんが。

彼らをかばうわけではありませんが。不真面目にやっているわけではなく、「混乱」と「曖昧さ」の中、本当に大切なことを見失ったりすることで、「最低限やるべき広告運用」さえもできていないのです。





## 解決策：ストーリー



### 偶然発見した「素人から成果を上げた人の『考え方』」

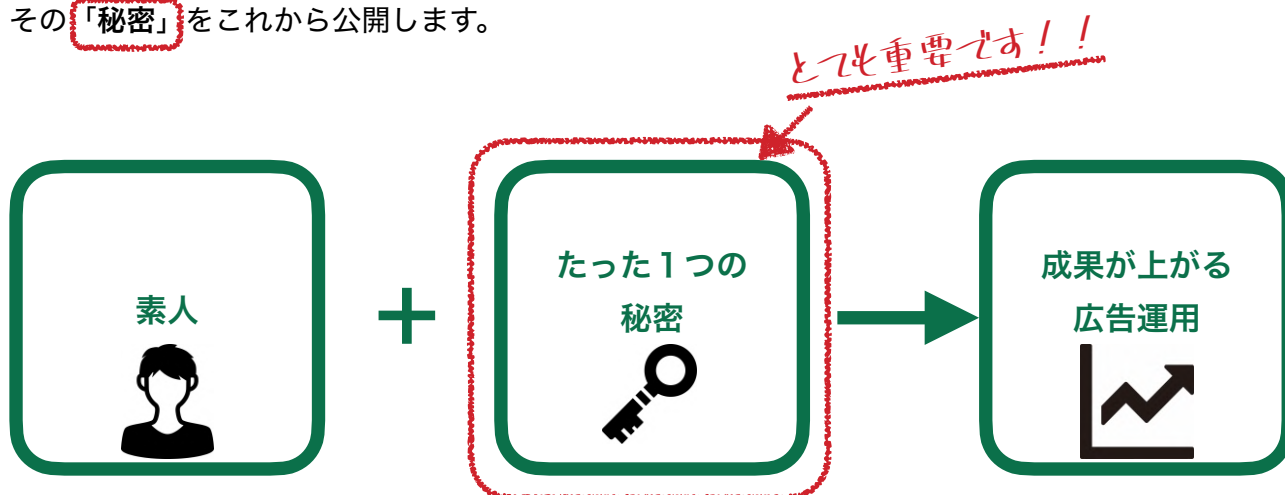
「混乱」と「曖昧」な広告の世界

ベテランでさえ、広告運用で成果を上げられないことだってある。

ましてや、素人は普通にやっていたら、それよりもひどい状況に陥る。

では、素人はどのように広告運用を展開すればいいのでしょうか。

その「秘密」をこれから公開します。



実はこれは僕たち自らが発見したものではありません。

本来なら「自分たちが見つけたものです。はい、どうぞ」と提供させていただきたいのですが、  
そうしたカッコいいものではないのです。

ある「一言」がきっかけでした。

僕たちが提供している

No.1 広告運用ツール『**Shirotune**（シロフネ）』

現在、非常に多くの企業にご利用いただいているのですが、満足されている点などを伺うため、  
定期的にユーザー（利用者）の方にヒアリングを実施しています。

## 未経験者（素人）限定

その一つ、株式会社BEADの横手さまからお話を伺った時のことです。

補足させていただくと、BEAD社はShirofuneを利用することで広告運用で極めて高い成果を上げていました。

Shirofuneを使って高い成果を上げる企業は数多くありますが、僕たちが特に注目したのはまさに「素人」のレベルから成果を上げられたことです。

その横手さまはこう語ったのです。

---

「TV広告とかマス広告は最終的な数字が分からない。何人視聴して何人来てくれたのかが分からないから、なんとなくCMって効果はこれくらいだろうといった『なんとなくの世界』で、どちらかというとアート（曖昧）な世界です」

---

アートと表現されていますが、「なんとなくの世界」という言葉のとおり、要は「曖昧」だということです。

これまで話してきた「混乱」と「曖昧」。まさに後者です。

横手さまはさらに続けられました。

---

「一方でWEBの集客は良くも悪くも数字が見える。

ということはアート（曖昧）ではないので素人向き。

アートが分からない我々には数字しか頼るものがないから。

その意味では広告に対して素人の我々の方が、**WEBマーケティングのチャンスがあるのではない**かと直感的に思いました。数字がないと施策も打てないし、突っ込めないですね。

**WEBマーケティング自体が素人でも、数字という手がかりがあるので、我々はまだそこに入って行くチャンスもあるし、できると思ったのです」**

---

## 未経験者（素人）限定

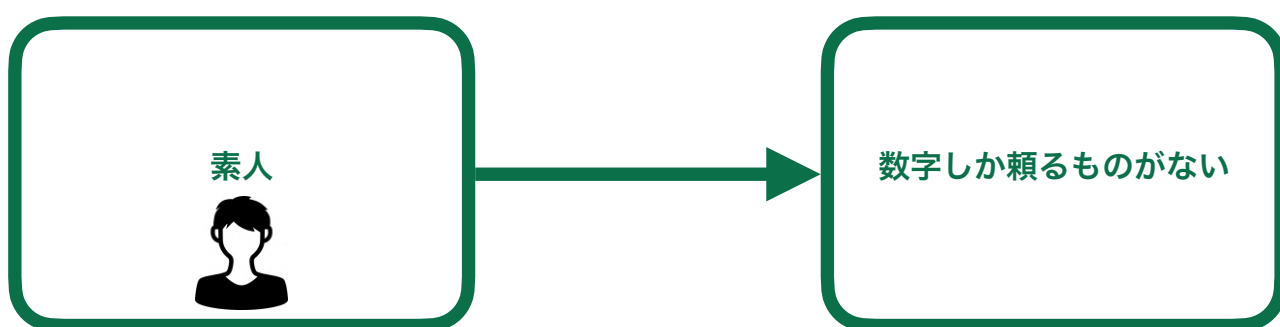
これはとても大きな発見でした。

WEBの集客は数字が見えること自体は広告関係者でなくても、広告をかじった人間であれば、誰しもが知っている当然のことです。

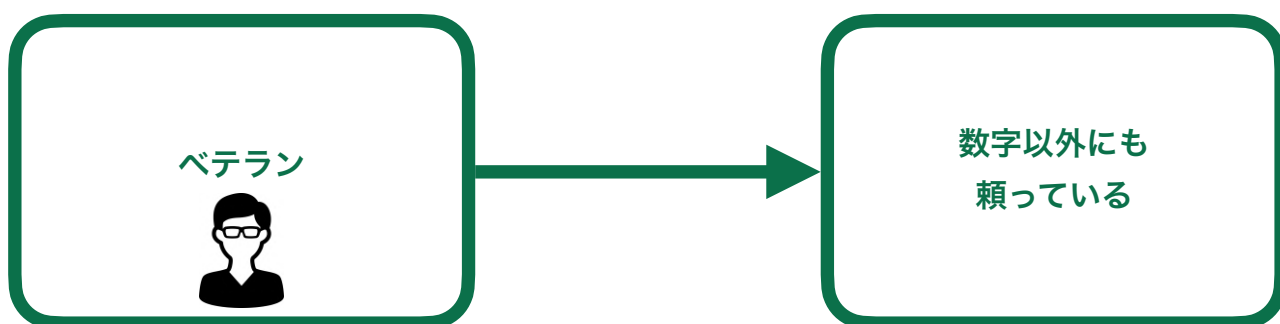
ですが、「アートが分からない我々には数字しか頼るものがないから.....素人の方がWEBマーケティングのチャンスがある」という考えははじめて聞くものでした。

素人の方が有利！！

要は「数字しか頼るものがないから、素人の方がチャンスがある」という考えです。



逆にいうと、ベテランは数字以外に頼っているわけです。



衝撃でした。

横手さまはそのような考えを意識して、高い成果を上げていたのか、と.....。

ただ、その考えを僕たちの経験に照らして考えると、たしかに一理あって、とても大きなヒントになったのです。

## 未経験者（素人）限定

これまで話したとおり、ベテランでさえ、広告運用で成果を上げられないことだってある。  
その大きな理由は「混乱」と「曖昧さ」

特に「曖昧さ」については、広告を博打のようにしてしまう性質をもっていて。ベテランであればあるほど、広告について詳しくれば詳しいほど、広告の曖昧さを認識しているわけです。

ですが、ここで「数字」にこだわると違う世界が見えてきます。

曖昧さを認めつつ、数字以外にも頼って、「数字が重要だよ」という話ではありません。

**曖昧さを排除して、数字以外には頼らず、「数字しか頼らない」という話です。**

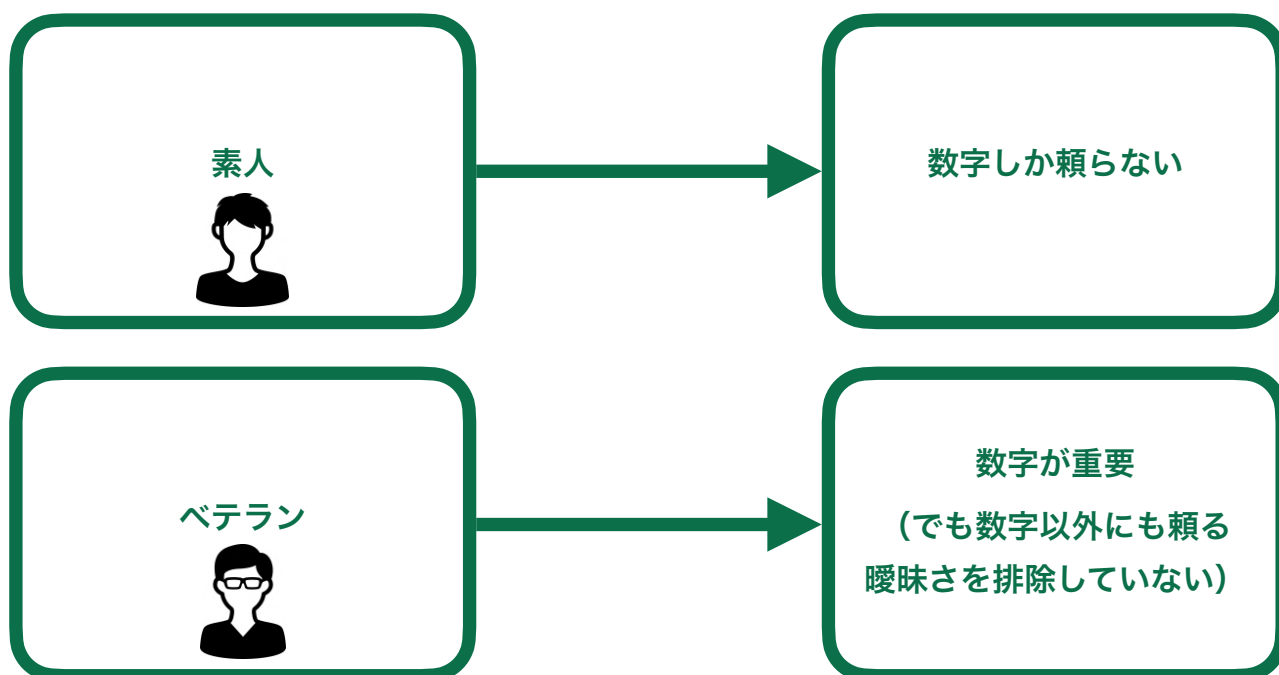
哲学的に感じられるかもしれませんが、これは全く違うものです。

---

「数字しか頼るものがないから、素人でもなんとかなる」

---

この言葉は非常に重要な一言であり、BEAD社が素人からスタートして高い成果を上げた理由の一つでもあったわけです。



## 解決策

### 素人に必要なのは「数学」ではなく「算数」

というわけで素人がプロの広告運用を実現するための「たった1つのこと」は.....。

「数字」

素人に必要なのは「数字」なのです。



広告本来の性質である「曖昧さ」

曖昧さが複雑さをも作り、広告に携わる多くの人を混乱に陥れていたのですが。

数字はそれを明確にしてくれ、シンプルにしてくれます。

20世紀科学史における最重要人物の一人とされる世界的な数学者

ジョン・ファン・ノイマンは次のように語っています。

「数学がシンプルだということをみんなが信じないとしたら、それはただ人生がどんなに複雑かよくわかっていないからだ」

## 未経験者（素人）限定

数の世界は物事をシンプルにします。

これまでの広告の世界は「混乱」と「曖昧さ」が生み出す複雑な世界

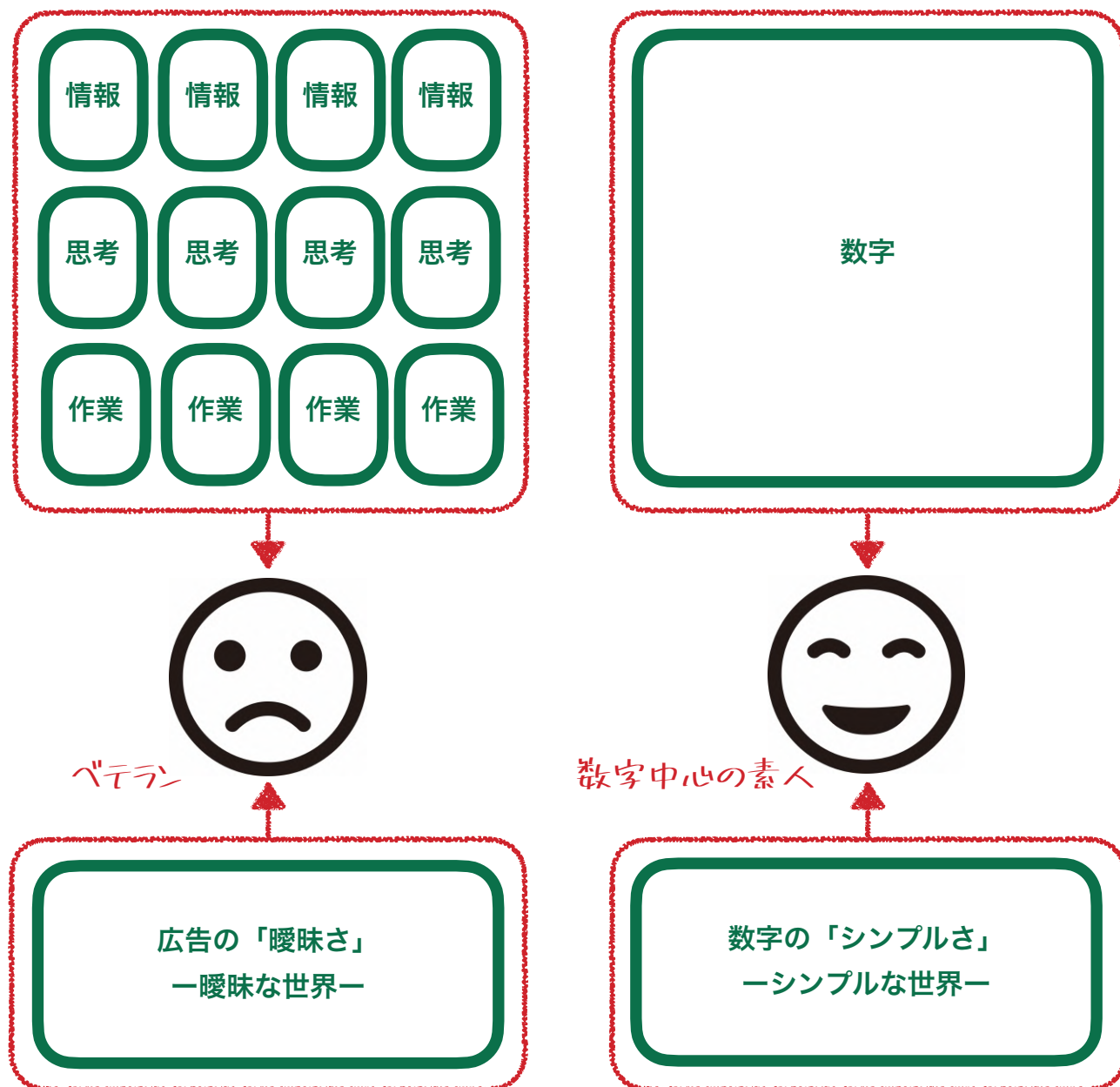
ベテランは膨大な情報、膨大な作業の中、まさに混乱の中にいるし。広告に深く関わっているから、どうしたって曖昧な世界の影響を受けてしまいます。

素人が広告運用で高い成果を上げていくには「数字で判断できるシンプルな世界で戦う」と決めること。すると全てが劇的に変わります。

シンプルに戦う！

「曖昧な世界」ではなくなり、「混乱」も減る。

おさえるべき情報や広告についての知識も減る。考えること（思考）だって、やるべきことだって、極力「数字」中心にこだわることで、一気に混乱が少なくなるわけです。



## 最短距離で成果を上げる「算数」の使い方

ただ「数字」「数字」と繰り返すと.....。

「高度な数学が必要なんじゃないのか」

あなたはそう思うかもしれませんが。

安心してください。

ここでも必要なことを絞り込んでください。

高度な数学的な知識など、必要ありません。

「数字」といっても数学レベルではないのです。

大学数学のような、たとえば、解析学の複素関数、ルベーグ測度、微分方程式などはまず使わないし。高校数学の微分・積分なども必要ない。

それどころか、中学数学の因数分解なども不要です。

必要なのは「加減乗除」

次のとおりです。

|   | 必要なこと | 記号       | 計算例           |
|---|-------|----------|---------------|
| 1 | 足し算   | +        | $1+1=2$       |
| 2 | 引き算   | -        | $3-2=1$       |
| 3 | 掛け算   | $\times$ | $2\times 3=6$ |
| 4 | 割り算   | $\div$   | $10\div 5=2$  |

つまり、「数学」レベルではなく「算数」レベル  
小学校2、3年で使える算数レベルなのです。

- 足し算
- 引き算
- 掛け算
- 割り算

あと、せいぜい「%」がわかればいいくらいです。

大げさには話していません。

クリック率などの言葉は覚える必要がありますが、その程度のことなのです。

このレベルであれば、ベテランが有利ということは100%なくなります。

たとえば、 $1 + 1 = 2$

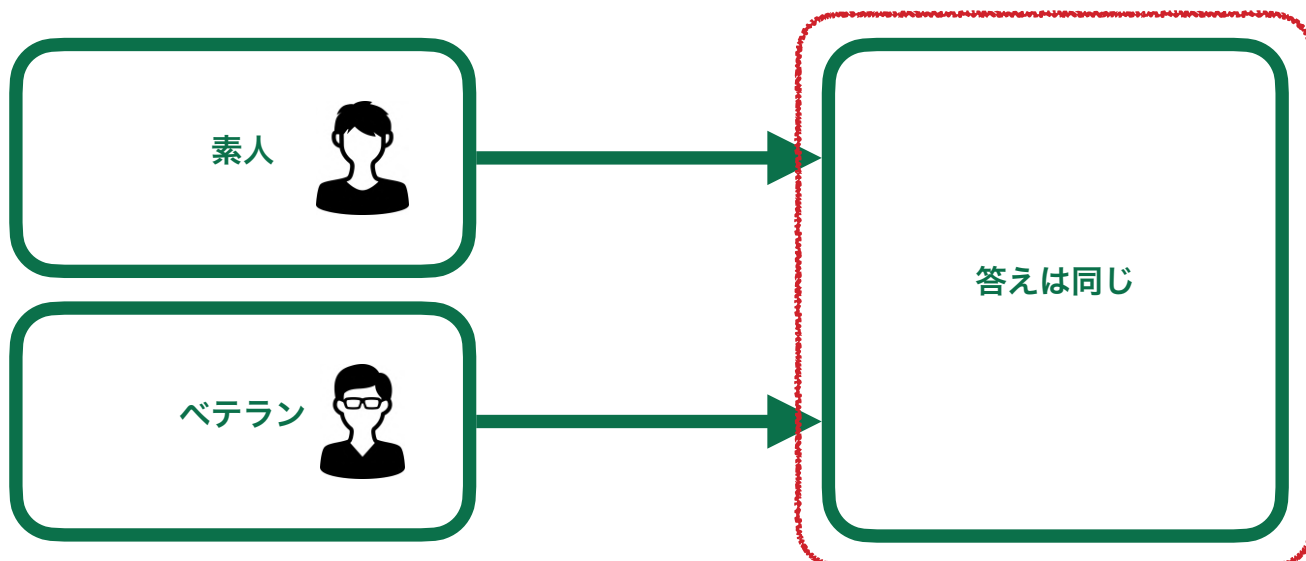
この答えはベテランであろうが、素人であろうが、答えは一緒

大学院を卒業し、数学専攻だった30歳の男性でさえ、この計算を答えられる小学生に勝つことはできません。30歳男性も「2」と答え、小学生も「2」と答えます。

「38と23のどちらが大きい？」という質問に対しても

2人とも「38の方が大きい」と答えます。

これが算数レベルの世界。つまり、この世界は素人もベテランも同じ土俵です。





未経験者（素人）限定

ただ、ベテランはこの数字の世界も曖昧です。

彼らも「数字やデータが大切だ」と言います。

ですが、その範囲は明確ではありません。

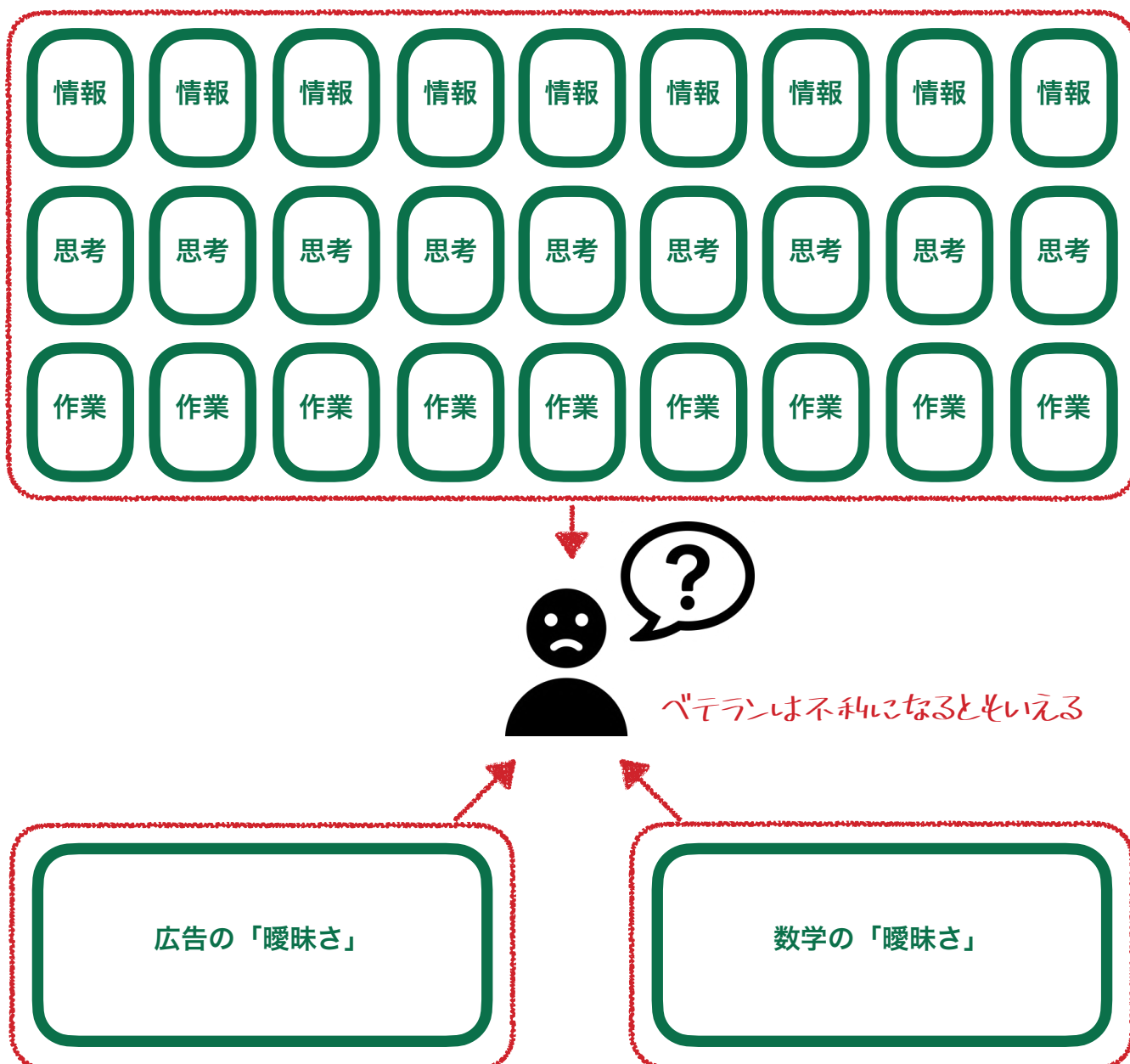
頭の片隅では高度な統計の知識が必要だ、とも考えていたりもします。

少なくとも、小学生レベルの算数で十分戦えるとは考えていません。

どの程度の数学が必要なのかも曖昧なわけです。

そのうえ、混乱した状態で曖昧な広告の世界で戦う。

より高度な世界で戦おうとするがゆえに、不利になるともいえるわけです。



## 算数を土俵にする！と決断することで圧倒的優位に立てる

---

素人が高い成果を出すにはこの**算数レベルの「数字」**で戦うと決めることです。  
極めてシンプルな世界で、です。

広告運用で高い成果を上げられたBEAD社の横手さまは語っていました。

---

**「素人でも数字という手がかりがあるのでできる」**

---

つまり「算数」というシンプルな世界で戦うと決断するわけです。

### （参考情報）

---

参考まで、既に広告運用の経験が少しはある人のために踏み込んだ話をすると.....。

算数レベルの「数字」で戦うということは、極力、曖昧な世界を避けることです。

その意味で、最初の段階は「**テキスト広告（文字だけの広告）**」を中心に展開し、極力シンプルにしていけることがオススメです。

*文字だけにシンプル！*

文字以外の要素（画像、動画など）が含まれる広告を用いることは「曖昧」な世界で戦うことになるからです。

最初は「曖昧さ」を極力排除し、算数の世界で戦い、どのようなコピー（文章）が成果が上がるかが、明確になってから、テキスト広告以外も手がけることをオススメします。

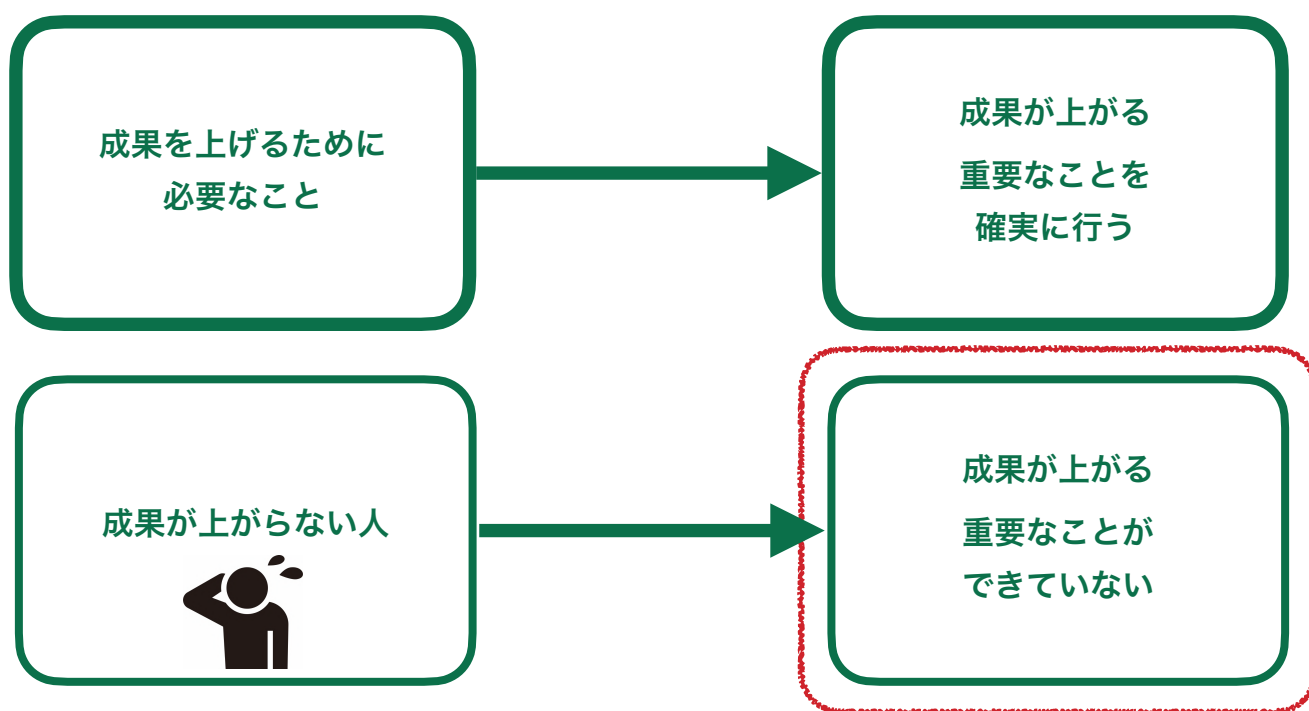
## 失敗する人の大半は大切なことができていない

少し前に触れましたが.....。

成果を上げるために必要なことは、成果が上がる重要なことを確実に行うことです。

その逆で失敗する人の大半は成果が上がる「大切なこと」ができていない。

僕たちが実際に見てきたケースでもまさに失敗する人の大半は成果が上がる「大切なこと」ができていません。



世の中の多くの広告運用が「混乱」と「曖昧さ」の中でそうした大切なことを疎かにしてしまう中、素人、初心者の方はまず「算数」というシンプルな世界で戦うと決断し。そのシンプルな世界で成果が上がる「大切なこと」を確実に実行していけばいいだけです。

シンプルに実行！

まさに「素人でも数字という手がかりがあるのでできる」という言葉のとおりです。

## 僕たちのパラダイム・シフトの秘密

---

これまでの話に関係する重要なことなので、僕たちの話をここでさせてください。

少し前に話したとおり、

僕たちはネット広告代理店、国内No. 1 のサイバーエージェントの「**広告運用の中核メンバー**」でした。

国内No.1ネット広告代理店

当時から今まで10年を超える間、広告運用に取り組んできましたが、何もかも順調に広告運用ができたわけではありません。

失敗はもちろん経験していますし、試行錯誤をしてきました。いえ、さらに高いレベルを追求するため、今現在も試行錯誤に取り組んでいます。

そんな僕たちのことをよく知る人から、次の質問を受けたことがあったのです。

「それだけ高いレベルで広告運用をできるようになった理由って、何かあるんですか？」

そう質問されました。

普段、質問されたことがないことだったので「えっ、どういうことですか？」と聞き返しました。すると.....。

「これに気づいたから、成果が出せるようになった、というようなことはないんですか？  
きっかけのようなことは？」

「きっかけですか.....。ありますね。

『**答え**』から作ることです」

僕たちはそう答えました。

「『**答え**』から作る」といっても、よくわからないかもしれないので、少し説明をすると.....。

通常、広告というのは展開してから、答えが出ます。

## 未経験者（素人）限定

成果が出たのか。出なかったのか。

展開してから、その答えが出るわけです。

これは数字が測定できるネット広告でも同じです。

成果が出たのか。出なかったのか。

広告を展開してからその答えが出ます。

僕たちが広告運用に取り組みはじめた当初もそう考えていました。

ところが広告運用を続けていくうちにあることに気づいたのです。

それがパラダイムシフトでした。

パラダイムシフトとは当然だと考えられていた認識などが、あるきっかけによって劇的に変わることで。まさにこれまでの認識が、ある「気づき」によって広告運用を劇的に違うものとして捉えられるようになったのです。

その「気づき（パラダイムシフト）」とは

広告運用には既に「答え」があるということです。

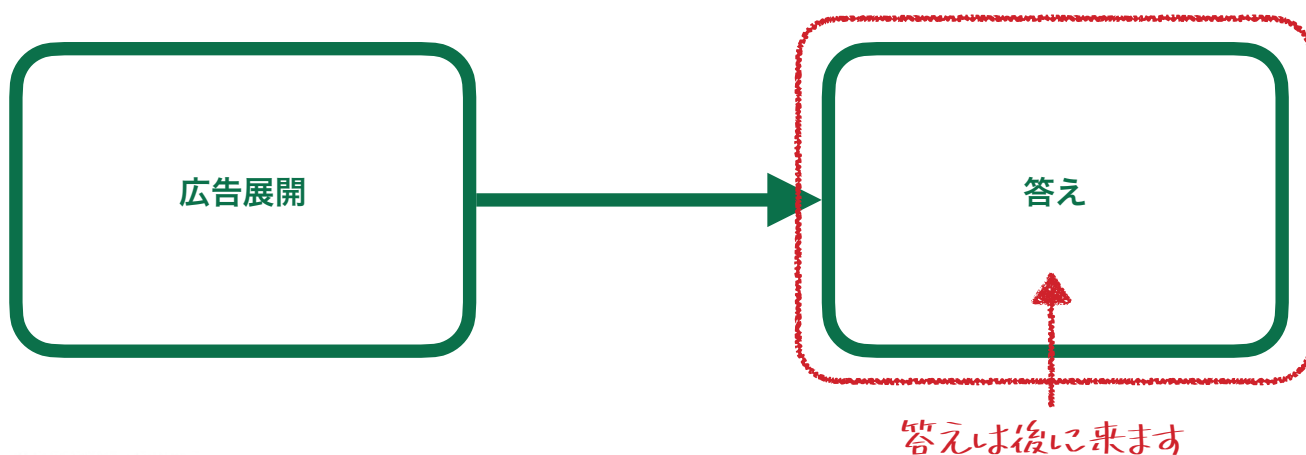
↑  
とても重要な話です！

聞き間違いじゃないですよ。

広告を展開する以前に「答え」があるのです。

具体的にいうと

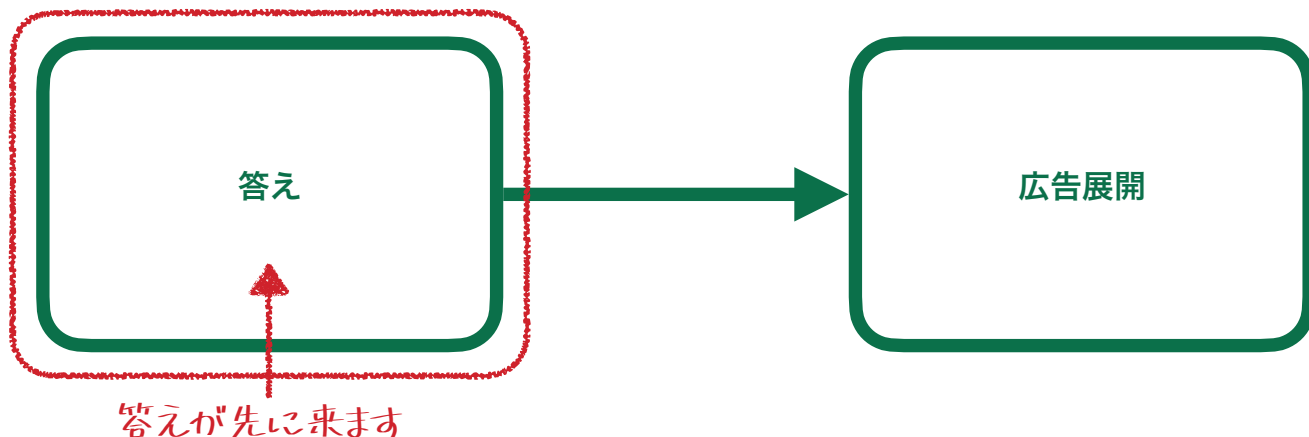
これまでは「広告展開→答え」だったわけです。



未経験者（素人）限定

それが広告運用の場合は

「答え→広告展開」ということができるのに気づいたわけです。



少し乱暴ですが、一例を言うと。

「保険」というキーワードで広告展開するのであれば、そのキーワードでどの程度、反応を獲得できるかという「答え」が展開する以前からわかるのです。

もちろん、実際に展開した結果が完全に一致するわけではないですが、これまで（過去）の「答え」はわかります。

（やや踏み込んだ話をする、GoogleやYahoo!などの機能の中身（仕様）にも「答え」があり、それらに対して、どう設定すればいいのか、という「答え」があるわけです）

「答え」がわかること自体は広告運用に携わった人であれば、わかることなのですが、重要なことは「組み立てられること」です。

つまり.....。

「答え→広告展開」

と答えから組み立てていくことができるのが広告運用なのです。

しかも、その答えはこれまで話してきた「数字」です。

数字にこだわることで、曖昧な広告の世界をシンプルにし、しかも「答え」から広告展開を組み立てていくことができるわけです。

## 未経験者（素人）限定

補足をすると、一般的にいわれている「数字にこだわる」というのは、実はこれまでの広告展開の流れです。

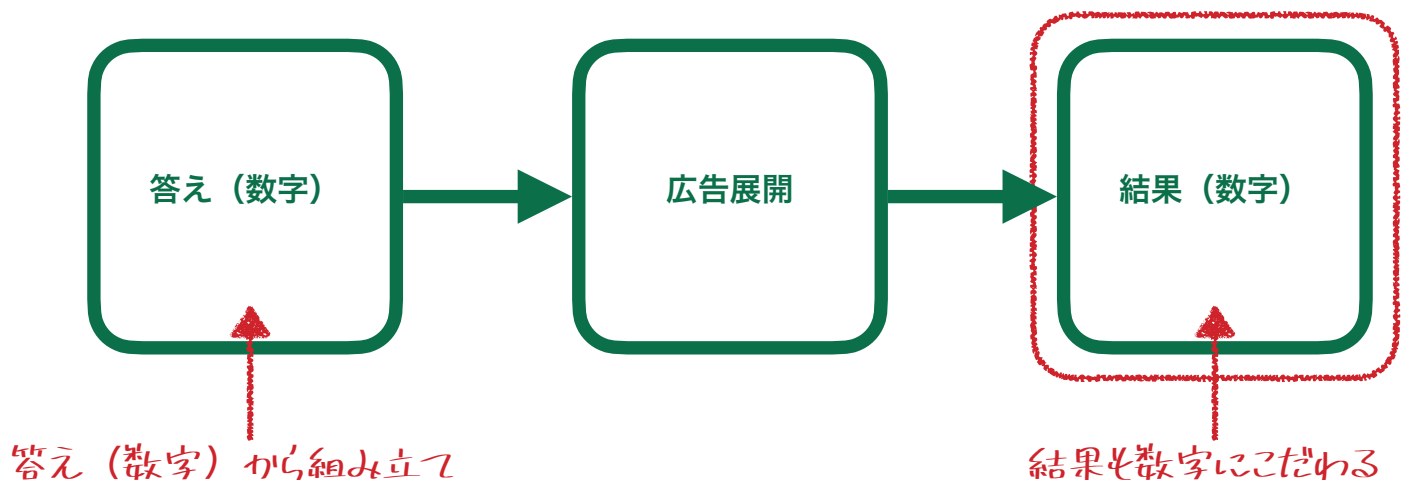
### 「広告展開→答え（数字）」

広告を展開し、その答えが出てきて、はじめてその数字を意識しようというわけです。ただ、これでは結局、「広告展開」がスタートで。曖昧な世界に陥ります。そうではなく

### 「答え（数字）→広告展開」

と数字にこだわることで高い成果を上げていく。さらにいえば、その結果に対しても数字にこだわることで、より精度を高めることができるわけです。

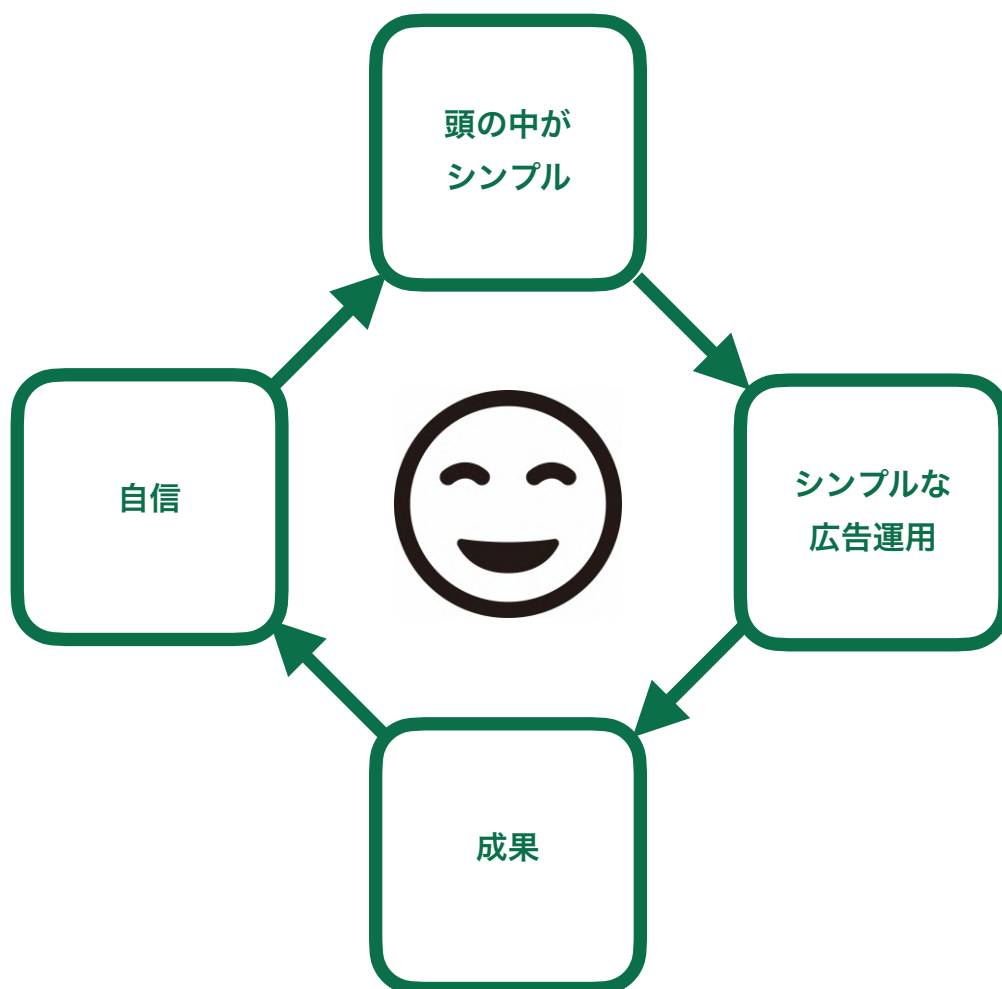
「答え（数字）→広告展開」の結果（数字）にこだわると、次のとおりになります。



## 「算数」で手に入るのは「成果」だけじゃない

「算数」というシンプルな世界で戦うと決断することはあなたが考える以上に、さまざまな変革をもたらします。

頭の中が常にシンプルになり、それがシンプルな広告運用を実現し、より成果が得やすくなります。成果が出始めることで「自信」も得られます。



グッドサイクルになり、より高いレベルの広告運用になっていく。

当然、ますますシンプルでより優れたサイクルが構築されていきます。👉 **優れたサイクルに！**

混乱状態にある多くの人とまるで異なる広告運用が実現できるわけです。



## 成果を上げるのに注意すべきはたった2つのステップ

---

ここまで話すと。

「算数が重要なのはわかったし。その効果もわかりました。

でも広告運用の本や情報をチェックすると、色々考えなくてはいけないとあるし、行すべきステップだって、かなり多かったと思います」

あなたはそんな風に考えるかもしれません。

たしかに通常の広告運用はそのとおりで。複数のステップを詳細に押さえていく必要があります。

ですが、素人が「算数」というシンプルな世界で成果を上げていく場合、

必要なのは**たった2つのステップ**です。

広告運用で高い成果を上げられたBEAD社の横手さまは次のように語っています。

---

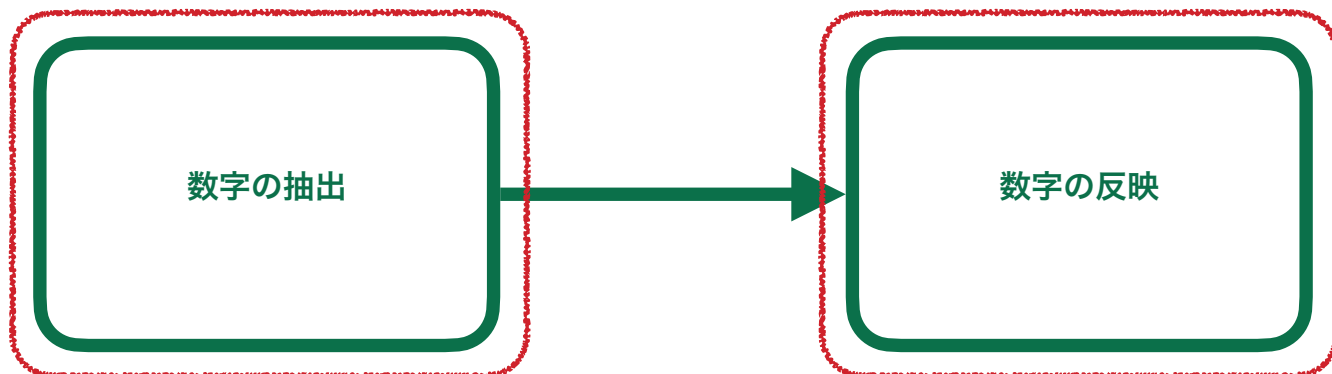
「運用するにあたって手がかりとなる数字をしっかりと抽出できるか.....それを迅速にやれるようにしたいというのが大きな課題.....（中略）.....数字が分かった時に実際にそれを運用に落とし込む（のがもう1つの大きな課題）.....」

---

と話されています。

要は「**数字の抽出**」と「**数字の反映**（結果に基づいて運用に落とし込む）」

この2つだけでいいわけです。



## 未経験者（素人）限定

広告運用の数字（結果）を抽出し、その結果をもとに広告運用に反映させていく（落としこむ）。

具体的にいうと。高い成果があがっているものを強め、成果があがっていないものを弱めたり、やめたりするわけです。

そのために「数字の抽出」と「数字の反映（結果に基づいて運用に落とし込む）」の2つができればいい。あとはその数字にこだわるだけです。

これによって、ベテランも悩まされる「混乱」と「曖昧さ」が解決します。

シンプルになることで膨大な情報に迷わされる「混乱」が抑えられ、算数（数字）にこだわることで「曖昧さ」もなくなります。

ただ、それでも広告展開の規模を拡大していくと、「作業（量）」は膨大になっていきます。そうした作業をひたすらに手作業で対応していくのも手ですが。

ここでは僕たちの広告運用ツール『**Shirofune**（シロフネ）』を用いた事例を参考まで紹介させていただきます。



1つの事例として、紹介します！

## 解決策：Shirofune



## Shirofuneのポイント

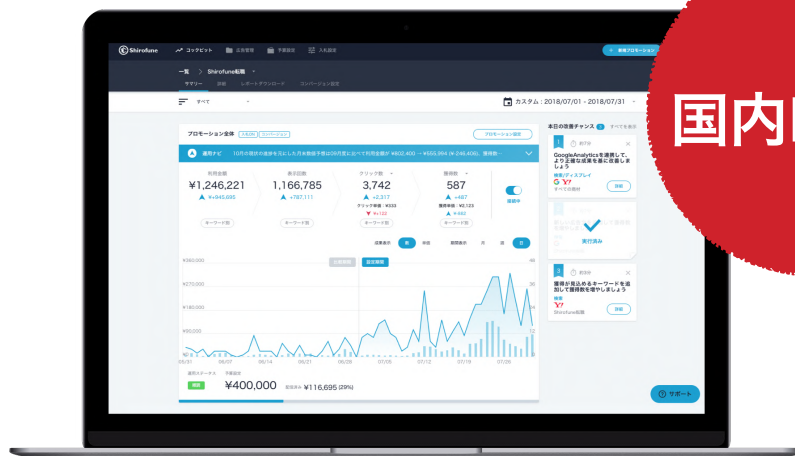
具体的な話に入る前に広告運用ツール『Shirofune（シロフネ）』について、改めてお話しします。

広告運用ツールShirofuneは

**国内No.1**の広告運用ツール

利用実績は7,000超。

上場企業や成長企業などの広告主から、大手広告代理店や中小規模の広告代理店などのプロの方まで幅広くご利用いただいています。



## 未経験者（素人）限定

このShirofuneの価値を一言でいうと

### 「未経験でもプロの成果」

未経験でもプロの広告運用を実現するのです。

ただ、未経験だけでなく、広告のプロである広告代理店にも利用されていて、まさにプロも満足する「プロの運用」なのです。

## 数字のステップ

---

では、本題に入りますが。

素人がプロの運用を実現するのに必要なことは「算数」にこだわることで。そのために必要なのはたった「**2つのステップ**」でした。

実際に広告運用で高い成果を上げられたBEAD社の横手さまの言葉も紹介しましたよね。

さて、たった「**2つのステップ**」とは何だったのでしょうか？

ここで思い出してください。

**必ず、考えてください！**

...

...

...

...

...

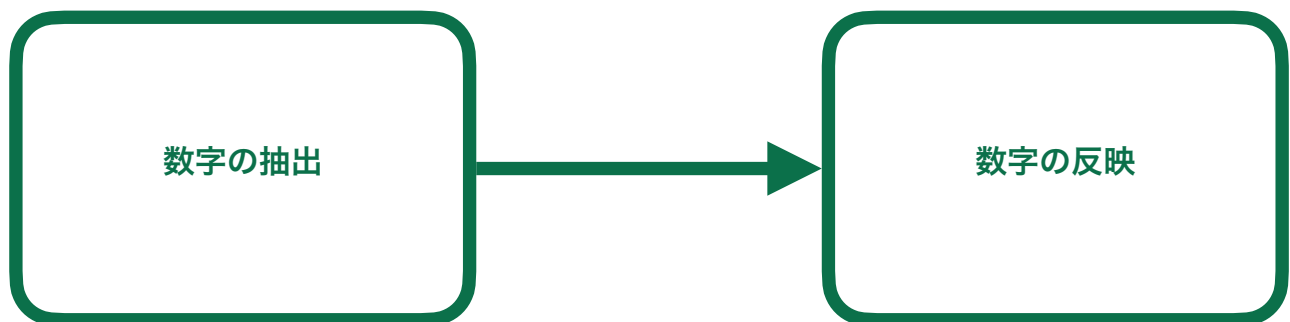
では、よろしいですか？

必要なのは

- ・ 数字の抽出

- ・ 数字の反映（結果に基づいた反映）

広告運用の数字（結果）を「抽出」して、その結果をもとに広告運用に「反映」させていく（落としこむ）わけです。



既に話したとおり、高い成果があがっているものを強め、成果があがっていないものを弱めたり、やめたりするわけです。

あとはその算数（数字）にこだわる。シンプルに言えば、それだけなんです。

## 第1ステップ「数字の抽出」

---

では、Shirofuneを使ったら、具体的にどうなるのか。

- 「数字の抽出」

これがまず第1のステップです。

通常の広告運用だと、まずここが大きな問題です。

「数字の抽出」と一言でいっても、実は広告運用に慣れている人でも現状把握のための数字の抽出は大変です。

## 未経験者（素人）限定

たとえば、数字の抽出でとても大切な「レポート」  
そのひとつをとっても次のような声が上がります。

---

「GoogleとYahoo!、両方のレポートを手動で0から作るとなると丸1日潰れてしまいます」

---

この声は素人ではなく、広告代理店の株式会社DAサーチ&リンクの膝附（ひざつき）さまの声。

広告運用に詳しい人でも、0からレポートを作ると丸1日潰れる。素人だったら、当然、それ以上かかりますよね。

それほど大変な作業だと、そのうちに「面倒だな.....」とやらなくなってしまい、第1のステップ  
「数字の抽出」さえ機能しなくなってしまうことだってあるわけです。

## No.1 広告運用ツール『Shirofune』なら...

---

ですが、No.1 広告運用ツール『Shirofune』を用いると違います。

レポートはボタン1つで作成されます。

しかも、その時間は10秒ほど。

先ほどのDAサーチ&リンクさまの

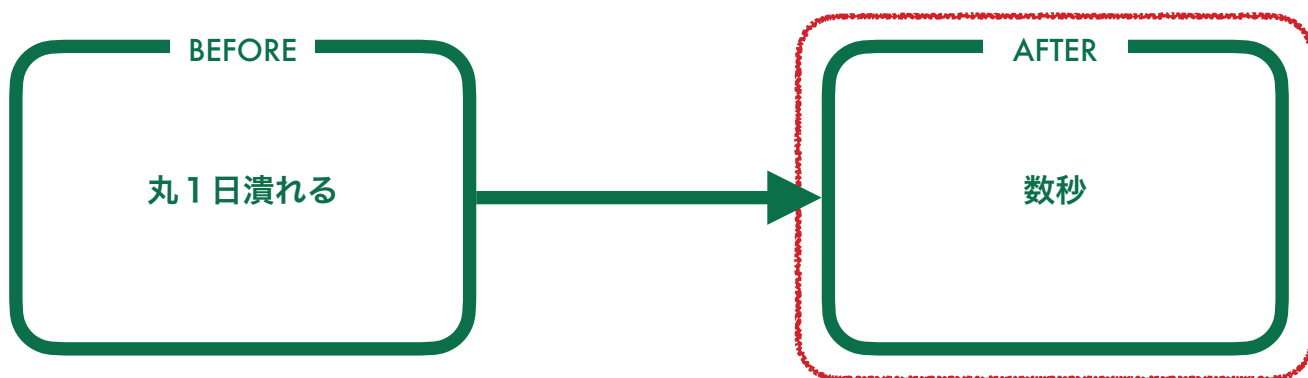
「GoogleとYahoo!、両方のレポートを手動で0から作るとなると丸1日潰れてしまいます」

という声と比べると、圧倒的な違いです。

実際、DAサーチ&リンクさまは語っています。

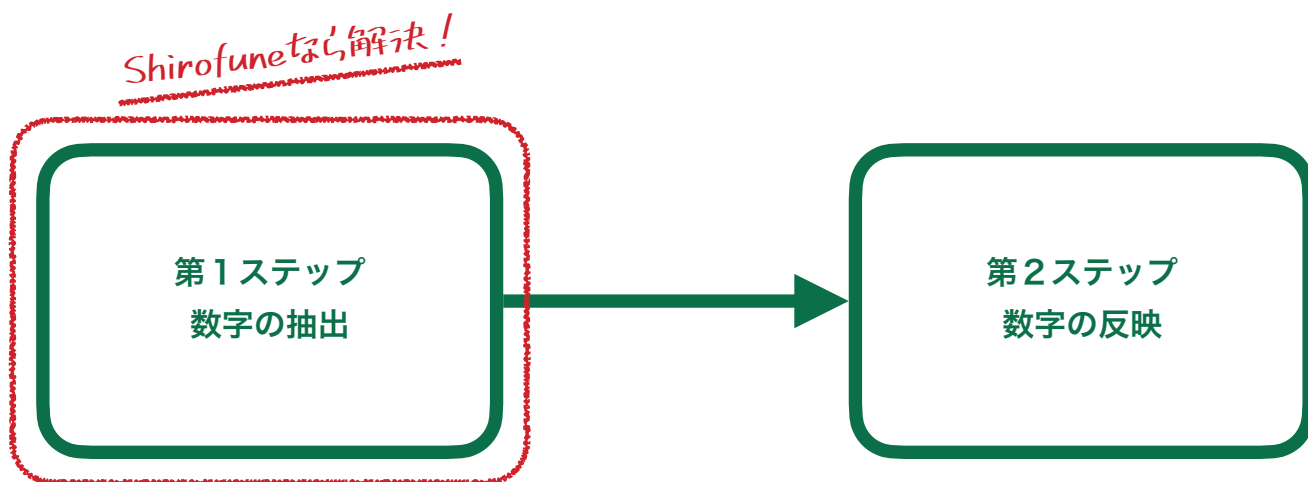
未経験者（素人）限定

「それがほんの数秒で出てくるのは本当にありがたいですね」と。



ボタン1つなら、素人でも当然押すことができますよね。← *カンタンです！*

第1ステップの「数字の抽出」をカンタンにクリアできるわけです。



## 第2ステップ「数字の反映」

---

次の第2のステップが

### 「数字の反映」

要は数字（結果）に基づいて、現在の広告運用に反映（改善）していく。

この「数字の反映」については既に話したとおり、成果があがっているものを強め、成果があがっていないものを弱めたり、やめたりする。

ただ、これについて「数字の反映はさすがに素人では難しいんじゃないか.....」と思うかもしれません。

たしかに通常の広告運用では、素人では何をすべきか、わかりません。

数字の抽出ができて、そのあとにどの数字を見て、どのように広告運用に反映していけばいいのか、と不安に思うのも当然です。

## No.1 広告運用ツール『Shirofune』なら...

---

ですが、大丈夫です。

そもそも、Shirofuneはプロが広告運用でやることを自動化してくれます。

基本的には「自動」で動いてくれます。

ただ、先ほどの「数字の抽出」。たとえば、レポートでわかったことを広告運用に反映させることも可能ですし。

特に利用者の確認が必要な内容については「改善カード」という名のカードがでてきて。「ここは改善した方がいいんじゃないですか？」と確認してきます。

素人では気づかないことも、Shirofuneなら「ここは改善した方がいいんじゃないですか？」と教えてくれるわけです。これはすごく安心です。



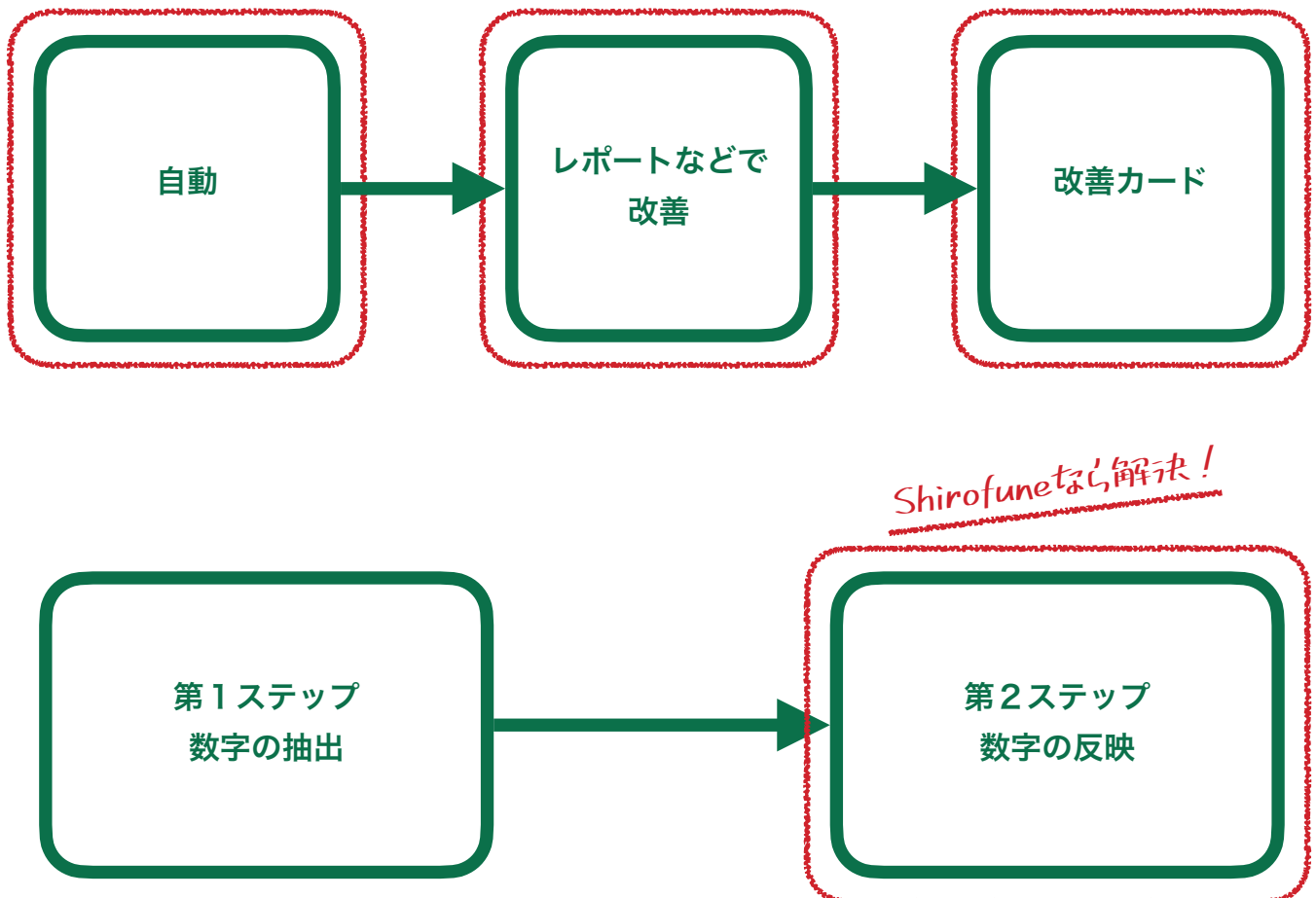
具体的にいうと.....。

「獲得が見込めるキーワードを追加して獲得数を増やしましょう」

と改善カードが来たら。

そのカードのとおり、キーワードを増やした方がいいと思ったら、カードの説明に従って対応するだけでいいわけです。

作業は1日10分ほど。時間もかからないし。カンタンです。



## 第1ステップ、第2ステップのまとめ

広告運用ツールShirofuneであれば.....。

第1ステップの「数字の抽出」はボタン1つ、わずか10秒でプロも満足のレポートが出てきますし。

第2ステップの「数字の反映」も広告運用自体が自動化されているし。レポートで気づくことがあれば、それを改善していけばいいし。1日10分改善のためのガイドに従うだけで重要な改善もできるわけです。

素人でも算数（数字）に最大限こだわった広告運用を実現していくことができるわけです。

|   | 内容    | BEFORE      | AFTER                                                                                                                |
|---|-------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 数字の抽出 | 1日潰れることもある  | 10秒<br>(ボタン1つでプロも満足のレポート)                                                                                            |
| 2 | 数字の反映 | 素人は何をしたいか不明 | <ul style="list-style-type: none"><li>- 基本は自動化（プロの運用で自動化）</li><li>- レポートで改善</li><li>- 改善カード（1日10分ガイドに従うだけ）</li></ul> |



未経験（素人）でもプロの広告運用

## No.1 広告運用ツール『Shirofune』導入者、喜びの声

---

素人（未経験）の方で実際にShirofuneを導入した利用者はこう語ります。

（言葉をシンプルに抜粋したものです）

「1日10分でプロの広告運用」

株式会社プレイド



「経験が浅くても得られた効果」

株式会社うるる



「未経験でも翌日から自社運用」

株式会社MS&Consulting



.....など。**未経験**でも可能と語られています。

さらに**成果**についてもこう話しています。

「**CV300%、CPA50%に改善**」

株式会社コムニコ



「**ROASが4倍に**」

野原ホールディングス株式会社



「**CV200%、獲得単価50%に改善**」

TOWN株式会社



などと**プロの広告運用**ができるわけです。

## 改めて、僕たちのことを

---

僕たちのことは少し前に話しましたが。

もう少し詳しく知りたい人も思うのでここで補足します。

すでに話したとおり……。

ネット広告代理店で国内**No.1**のサイバーエージェント

その「広告運用の中核メンバー」でした。

サイバーエージェント時代の僕たちのことをよく知る人からは

---

「サイバーエージェントの広告運用。

その中核というか、中核中の中核という感じですよね」

---

と言われるくらい、本当に中核でした。

（中核という言葉だらけでややこしいですが笑）

具体的には……。

---

- Shirofune代表の菊池満長（みつなが）は

Shirofune以前は

サイバーエージェントの広告運用の中心

株式会社シーエー・アドバンスの代表でした。

（シーエー・アドバンスはサイバーエージェントグループ）



## 未経験者（素人）限定

- 取締役の竹下智視（ともみ）も

サイバーエージェントでリスティング広告を主に担当

出身の京都大学での卒論は

リスティング広告に関する卒業論文です。

『検索連動型広告のテキスト広告における広告表現の特異性について』

という謎（笑）の論文



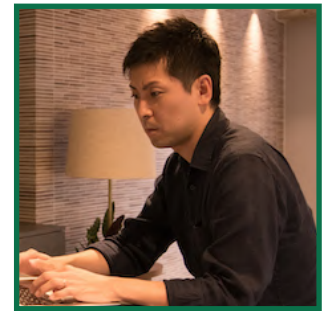
真面目な話

国内初の運用型広告に関する卒論だと思います。

広告運用のまさにオタクです笑

- 取締役CTOの前田寿之（としゆき）は代表の菊池と同じく株式会社シーエー・アドバンスで広告運用に関する開発を主に担当していました。

.....とこのようにネット広告国内1位のサイバーエージェント  
その広告運用の中核だったわけです。



国内最大規模の広告運用をしてきた

「国内トップといえる運用技術」

その全ての技術を自社開発することでダイレクトに100%モレなく反映してきたわけです。

僕たちのプロの技術、プロの経験を100%反映しました。

Shiropuneをご利用いただいた企業では高い成果を出されているケースも非常に多いのですが。

プロの技術を100%反映したので成果が出るのも当然だと考えています。

## 最後に

### 数字こそが重要

---

改めて大切なことをお話します。

広告運用は普通にやっていたら、ベテランでさえ「混乱」し「曖昧さ」がある世界です。

膨大な情報が氾濫し、膨大な方法も氾濫し。本来はシンプルな「数字」そのものでさえも複雑なものとして考えられたりする。そのうえ、広告自体が曖昧なものです。

そんな「混乱」と「曖昧さ」がある広告運用の世界では

「広告運用は高度で難解なもの」とどうしても難しく考えてしまいがちです。

ベテランでさえ、そのような状況です。

素人が同じように「普通のやり方」をしていたら、まず成果を出すことはできません。

高い成果を上げたBEAD社の横手さまは語っていました。

---

「数字しか頼るものがないから、素人の方がチャンスがある」

---

「数字」です。

素人の方は「数字」を信じ切ることです。

## 数学者の言葉

---

ガリレオ・ガリレイは宇宙について、こう語っています。

---

「宇宙は数学という言葉で書かれている。

これがなかったら、宇宙の言葉は人間にはひとことも理解できない。

これがなかったら、人は暗い迷路をたださまようばかりである」

---

宇宙という未知の世界

その世界について、数学がなかったら、宇宙の言葉は人間にはひとことも理解できず、暗い迷路にさまようばかりと語っています。

広告運用もそうなのです。

数学、いえ、数字（算数）がなければ、広告運用は一步も前進せず、暗い迷路にはまってしまいます。

算数レベルの数字。その数字をシンプルに信じる。

数字（算数）を活かし切ることです。

それが素人でもプロの広告運用を実現するために必要なことなのです。

さて、今回の話はまだ終わりではありません。

数学（算数）を活かしきり、BEAD社のように素人でも高いレベルの広告運用をしたい方のために、今回、特別な説明会をご用意しました。

最後にもうひとつ、話をさせてください。

## 未経験（素人）でもプロの広告運用！個別説明会

### 未経験者（素人）限定の個別説明会

実際にどうすればいいのか。そんな具体的な疑問にお答えする未経験（素人）限定の個別説明会をご案内します。主に次の内容となります。

*具体的な話です！*

1. 未経験者（素人）が売上を最大化するために必要なこと
2. 未経験者（素人）の具体的成功事例
3. Shirofuneの具体的活用案内
4. 料金のご案内（対応内容によって異なります）

*国内No.1だから*

*豊富な成功事例があります！*

※無理な売り込みはしません。ご安心ください。 *ご安心ください！*

### 主催者講師

#### 竹下智視 tomomi takeshita

• 株式会社Shirofune 取締役

• 経歴

- サイバーエージェント（2007年-）※ネット広告国内1位

• リスティング広告（運用型広告）を主に担当

サイバーエージェントの広告運用の核となる事業に携わってきた（中核メンバー）

- 京都大学卒業

• リスティング広告に関する卒業論文

『検索連動型広告のテキスト広告における広告表現の特異性について』

（運用型広告に関する国内初の卒業論文だと思われる）



*広告運用の中核メンバーでした*



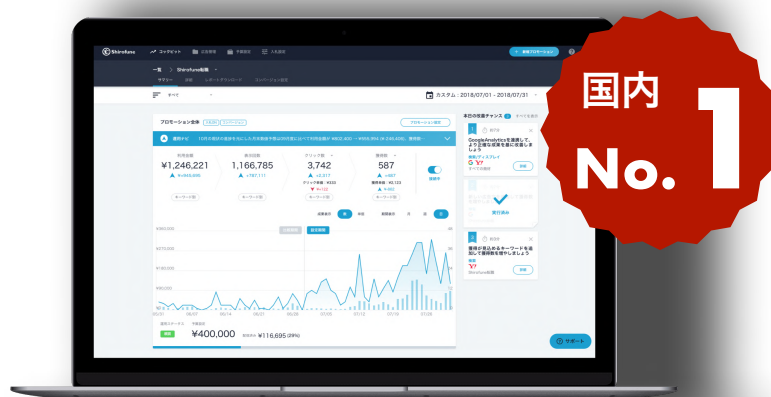
## お申し込みURL

- 次のURLにて、フォームに必要事項をご記入の上お手続きください。
  - 現状の広告運用の課題や状況を伺った上で、丁寧に説明させていただきます。

URL : [https://share.hsforms.com/1HF5VQKJaQmy\\_f\\_zBe24s\\_Q54a5q](https://share.hsforms.com/1HF5VQKJaQmy_f_zBe24s_Q54a5q)

## 広告運用ツール『Shirofune（シロフネ）』

- Shirofuneは『未経験でもプロの成果が出せる』広告運用ツールです。
- 国内1位
  - 現在、Shirofuneのシェアは国内No.1（国内自動入札ツール）。
  - 7000件以上の実績があり、大手から中小規模の広告代理店、大手上場企業や成長企業の広告主までさまざまな企業が幅広く利用しています（毎月、増加中）



その他、多くの企業に  
導入いただいています

