



# サービス資料

株式会社シセイラボ SHISEILABO Co.,Ltd.

TOPIC #1

導入事例

# Pinterest導入の 戦略的意義を理解する

女性向け商材に特化したPinterestマーケティングソリューション

---

# Pinterest クリエイティブ制作

ブランドに対するイメージの構築、戦略エクイティ定義、ターゲット、ログライン、ポジショニング定義  
コピー制作、クリエイティブ作成、Canvaで納品+Pinterest広告運用までブランディングを一貫サポート

---

**当社はピンタレストジャパンの公式パートナーです。**

## サービス概要

---

# Pinterest クリエイティブ制作

株式会社SHISEILABOは、A2A (Algorithmic to Artistic) の概念を活用した新しいブランディングサービスとして、Pinterest を活用したブランディングサービスを提供いたします。

---

本サービスは、特に10代から60代までの女性をターゲットとした商材において高い効果を発揮します。Pinterestは日本国内で870万人以上の月間アクティブユーザーを持ち、そのうち女性が約70%、Z世代とミレニアル世代が約半数を占める、女性マーケティングに最適なプラットフォームです

# 「アート × 創造性」

住まいや家族のカタチやライフスタイルに合わせた、  
創造的なアイデアの源泉を生み出す

## Pinterest | クリエイティブサービスの特徴・流れ

1. 事業ドメインから新規事業カテゴリを創造

2. ターゲット・ログライン・クリエイティブコピーの作成

3. Pinterest専用クリエイティブの制作

4. Canvaでのクリエイティブ納品

5. Pinterest広告運用の実施

サービスの特徴

## 1. 事業ドメインから新規事業カテゴリを創造

---

クライアント企業の既存事業ドメインを深掘りし、Pinterest上で差別化可能な新規事業カテゴリを定義します。単なる商品訴求ではなく、ライフスタイル提案型のブランディングを実現します。

サービスの特徴

## 2. ターゲット・ログライン・クリエイティブコピーの作成

---

綿密なペルソナ設定に基づき作成

- ターゲットペルソナの定義\_年齢層、ライフステージ、価値観を詳細に設定
- ログライン定義\_ブランドの核となるメッセージを一文で表現
- クリエイティブコピー制作\_Pinterestユーザーの行動を促す訴求力の高いコピー

サービスの特徴

### 3. Pinterest専用クリエイティブの制作

---

Pinterestの特性を最大限活かしたクリエイティブを制作します

- 縦長画像（1000×1500px推奨）モバイル画面での占有率を最大化
- CTAボタン付きデザイン\_アクションを促す明確な導線設計
- 動画ピン\_静止画より最大30%高いエンゲージメント率
- 季節・トレンド対応\_早期のイベント訴求が可能

サービスの特徴

## 4. Canvaでのクリエイティブ納品

---

制作したクリエイティブは、Canva形式で納品します。

- クライアント企業内での編集・更新が容易に。
- ブランドガイドラインに沿ったテンプレートを提供。
- Pinterest直接投稿機能により運用効率化。

サービスの特徴

## 5. Pinterest広告運用の実施

---

専門チームによる広告運用を実施します

- ターゲティング最適化\_興味関心、デモグラフィック、キーワードの精緻な設定
- キャンペーン目的別運用\_ブランド認知、動画視聴、コンバージョンなど
- クリエイティブA/Bテスト\_継続的な改善サイクル
- 詳細レポートニング\_KPI分析と改善提案

## TOPIC #2

なぜ今Pinterestなのか

# Pinterestについて 理解を深める



2025  
株式会社  
SHISEILABO  
×  
Pinterest





# Pinterestのサポート体制

## *Partner Manager*

新規与件を出稿までのサポート

広告出稿まで、  
Pinterestについて  
のあらゆる疑問点  
の解消や、使い方  
のご説明、戦略  
などの相談窓口  
を担当。

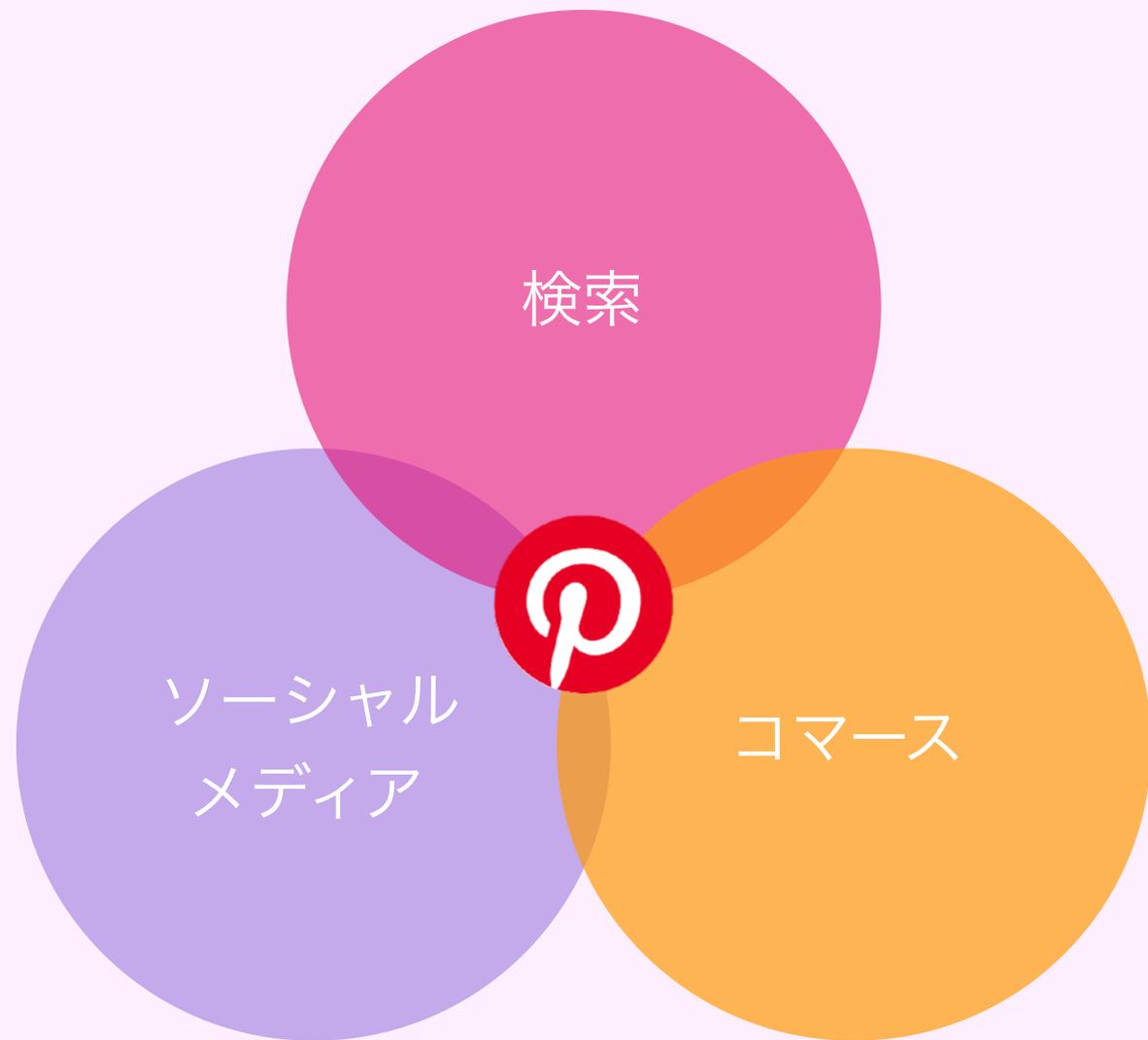
## *Account Manager\**

広告最適化担当

広告出稿後、  
キャンペーン運用  
をサポート。  
より良い  
パフォーマンスを  
残せるよう、  
最適化をご提案。

**Pinterestとは**

**Pinterest は**  
**検索・ソーシャル・コマース**  
すべての機能を兼ね備えた  
**ビジュアル探索**  
**プラットフォーム**

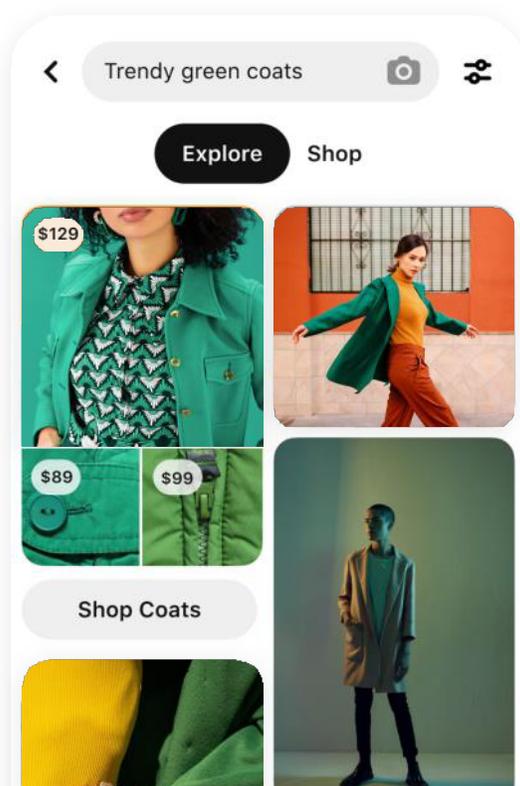


# Pinterest は欲しいもの・やりたいことの アイデアを発見し行動に移すプラットフォーム



## 見つける

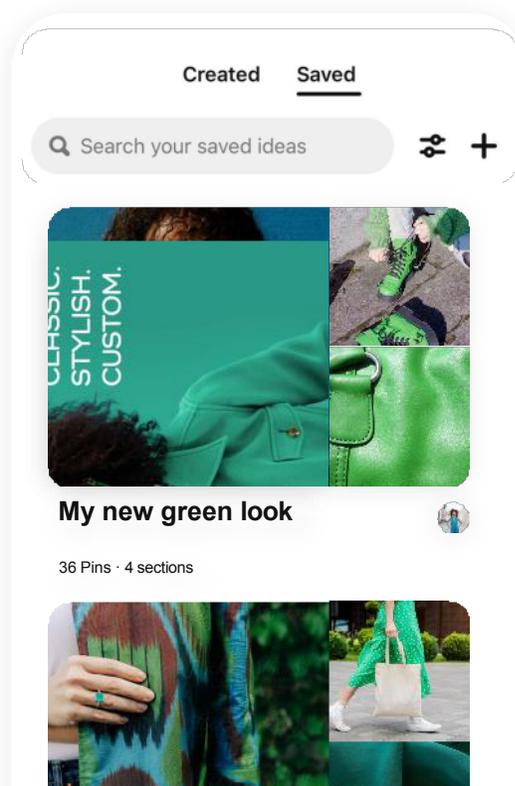
ユーザーは、ジャーニーの  
初期段階で、Pinterest にアクセス



保存

## 保存する

後で参考にするために、  
好きなアイデアや商品を選んで  
ボードに保存し、整理



## 購入する / 試してみる

見つけたアイデアを試す、  
商品を購入するなど  
アクションを起こす



広告：  
Sonla Trac

中断からの再開



グループボードでシェア



ブランドサイトにアクセス

検索



ホームフィードで気になるピンを発見



新規ボードを作成



発見



意思決定



行動・購買





# Pinterest日本利用者の基本情報

## 日本の月間利用者数

# 1,280万人

月間利用者数

出典: Nielsen Mobile Netview 利用者数、日本、2025年3月

## 男女比<sup>1</sup>

# 59%

女性



# 41%

男性



男女問わず  
愛される  
プラットフォーム

## 年代構成<sup>1</sup>

16-24 27%



25-34 17%



35-44 15%



45-54 17%



55-64 12%



MZ世代の  
利用 **約6割**

## 利用者の平均世帯年収<sup>1</sup>

非ユーザーに比べた  
世帯年収**1000万円以上**  
の割合 - **全世代(16-64歳)**

# 1.4倍

非ユーザーに比べた  
世帯年収**600万円以上**  
の割合 - **Z世代(16-24歳)**

# 1.2倍

経済的に  
余裕があり、購  
買意欲の高い  
利用者が多いこと  
が特徴



## Z世代割合

# 3割

の日本の月間ユーザー  
がZ世代<sup>1</sup>

# 4割

日本のPinterestの全検索  
・保存におけるZ世代率<sup>2</sup>

# +24%

Pinterestで検索した日本のZ  
世代のユーザーの増加率  
2022→2023<sup>3</sup>

出典: (1)Global Web Index、日本、2024年1月-12月、Pinterestの月1回以上のユーザー(このデータは第三者機関のデータに基づいておりPinterestの実際のユーザーデータとは異なる場合があります)

(2) Pinterest 内部データ、日本、2023年1-12月(Z世代=16-24歳) (3) Pinterest 内部データ、日本、2022年1-2023年12月、(Z世代=16-24歳)

全体



Pinterestユーザーの**57%**は  
TikTokを利用していない。



Pinterestユーザーの**21%**は  
Instagramを利用していない。



Pinterestユーザーの**61%**は  
Facebookを利用していない。

Z世代



Pinterestユーザーの**39%**は  
TikTokを利用していない。



Pinterestユーザーの**16%**は  
Instagramを利用していない。



Pinterestユーザーの**81%**は  
Facebookを利用していない。

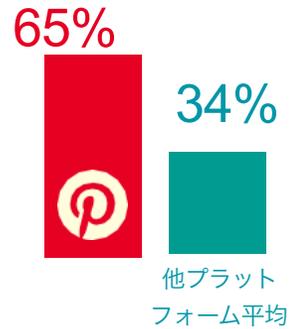
Pinterest経由だと他媒体に比べて

新規顧客の割合が高く

他媒体では取りきれていない  
ユーザー層をとることができる

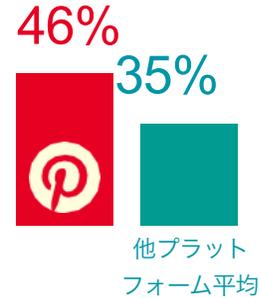
新規率に定評あり

「アイデア探索に利用」

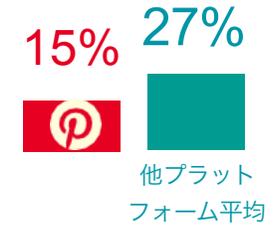


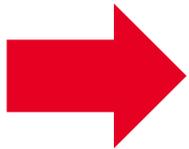
「特定の目的を持って  
見ていることが多い」

Ex: レシピ、デート服、ホームパーティ etc



「ぼーっと／何も考えず使える」



 **Pinterest**では、意志をもった、能動的なアイデア探索が行われる



# ソーシャルメディアプラットフォームはPinterestだけ



## SNSの利用目的・用途

コンテンツ消費

楽しむ

エンタメ

ライブ配信

情報収集

知る・調べる

他者の近況・お勧め・感想

ニュース・トレンド

生活・趣味関連

商品・サービス関連

情報発信・交流

つながる

自己表現

交流・ネットワーキング



# Pinterestは「モノ・コト」軸のプラットフォーム

## ヒト軸

でコンテンツを発見

シェア・拡散された投稿

フォローした人やアカウントのおすすめ

でコンテンツを発見

能動的な検索

自分の嗜好に基づいたおすすめ

実名  
SNS

ビジュアル  
系SNS

テキスト  
系SNS

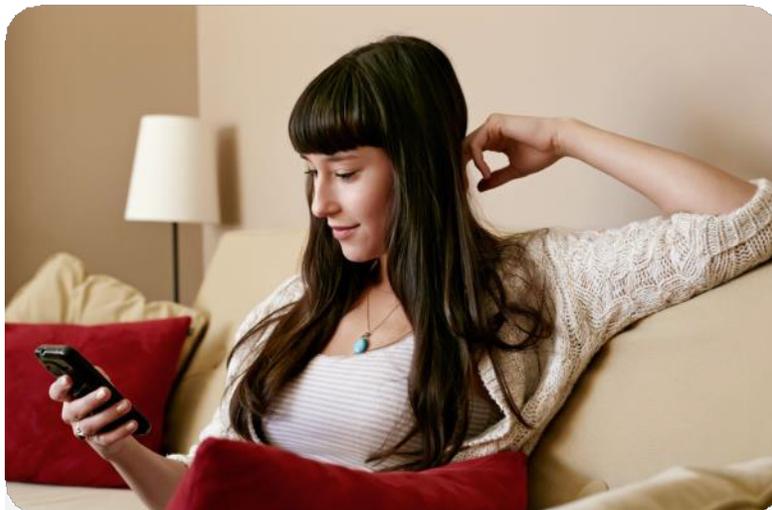
ショート  
動画  
SNS

動画  
サービス



誰？ではなく何？が重要

**Pinterest**ユーザーは  
自分軸を大事にし 好  
きなものや興味のあるものに対する投資  
に意欲的



「自分の好きなものを  
突き詰めたい」

**76%**

Pinterest月間ユーザーは  
他プラットフォームの平均に比べて

**1.2**倍<sup>1</sup>



「好きなものや興味があることには  
できるだけ支出を惜しみたくない」

**69%**

Pinterest月間ユーザーは  
他プラットフォームの平均に比べて

**1.3**倍<sup>2</sup>

# 用される

日本では年間を通して  
ユーザー1人あたり平均

# 12

種類のカテゴリに  
エンゲージします



フード・ドリンク



エレクトロニクス



ビューティー



ファッション



エンターテイメント



インテリア



旅行



アート

年間検索ユーザーの  
**78%**が検索する  
**アート**



スマホ・PCの壁紙やアイコン

好きな画像やキャラクター

イラスト・写真のアイデア

年間検索ユーザーの  
**60%**が検索する  
**ファッション**



ファッションコーデのアイデア

好み・トレンドのスタイルや製品

オケージョンスタイル・コーデ

年間検索ユーザーの  
**47%**が検索する  
**美容**



美容（ヘア・メイク・ネイル）のハウツー

好み・トレンドのスタイルや製品

オケージョンスタイル

年間検索ユーザーの  
**35%**が検索する  
**フード&ドリンク**



毎日の食事のアイデア

パーティ・おもてなし料理

季節の食材やイベント料理のレシピ

年間検索ユーザーの  
**69%**が検索する  
**エンタメ**



好きな芸能人やキャラクター

好きな作品（漫画・アニメ・映画）

楽しい画像や写真

年間検索ユーザーの  
**55%**が検索する  
**インテリア**



理想の家/インテリア/製品(家具・雑貨)

好み・トレンドのインテリアや製品

季節やイベントに合わせた製品

年間検索ユーザーの  
**37%**が検索する  
**旅行**



旅行の行き先のアイデア

旅スタイルに沿ったアイデア

旅行アイテムやファッション

年間検索ユーザーの  
**31%**が検索する  
**イベント計画**



ライフイベントの計画

季節イベントを祝うためのアイデア

イベント・記念日のギフト探し

**Pinterest** ✕ **ホーム・インテリア**

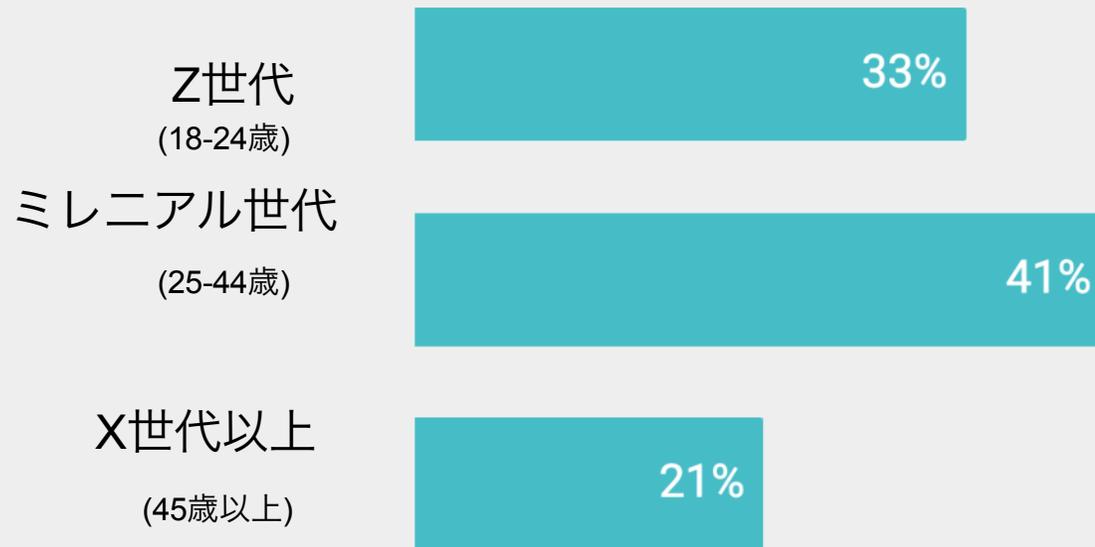
SHISEILABO INC.  
SMART GLOBAL COMPANY

ホーム・インテリアは  
Pinterestで最もエンゲージ  
されるカテゴリのひとつ。  
特にミレニアル世代の  
エンゲージメントが高い

8割

のユーザーが、Pinterestでホーム・インテリア関連の検索または保存をしている<sup>1</sup>

Pinterestでのホーム・インテリア関連検索者の年代別割合<sup>2</sup>



出典：Pinterest内部分析、日本、(1) 2022年5月-2023年4月、期間内の検索・保存ユーザーの中でのホーム・インテリア検索・保存をしたユーザーの割合 (2) 2023年、ホーム・インテリアインテリアカテゴリ検索の2023年の年代別割合

# 視覚的に楽しめて、ライフスタイルを向上できる新しいアイデア

Pinterestはまさに自分好きなインテリアや画像が出て来るから永遠と見てられるし、楽しくてワクワクしながら見てる

(30代女性・Pinterestホーム・インテリアユーザー)<sup>1</sup>

こんなアイデア・見せ方があるんだとか、こんな商品あったんだ可愛いな、とか、ワクワクしながら見てる

(30代女性・Pinterestホーム・インテリアユーザー)<sup>1</sup>

各プラットフォームでユーザーが求めるホーム・インテリア関連情報<sup>2</sup>



憧れる／ときめくような  
素敵な写真・動画・投稿...45%

ライフスタイルをより豊かに  
するための情報...44%

日常生活や仕事の  
役に立つ情報...33%



ライフスタイルをより  
豊かにするための情報...49%

日常生活や仕事の役に立つ情  
報...44%

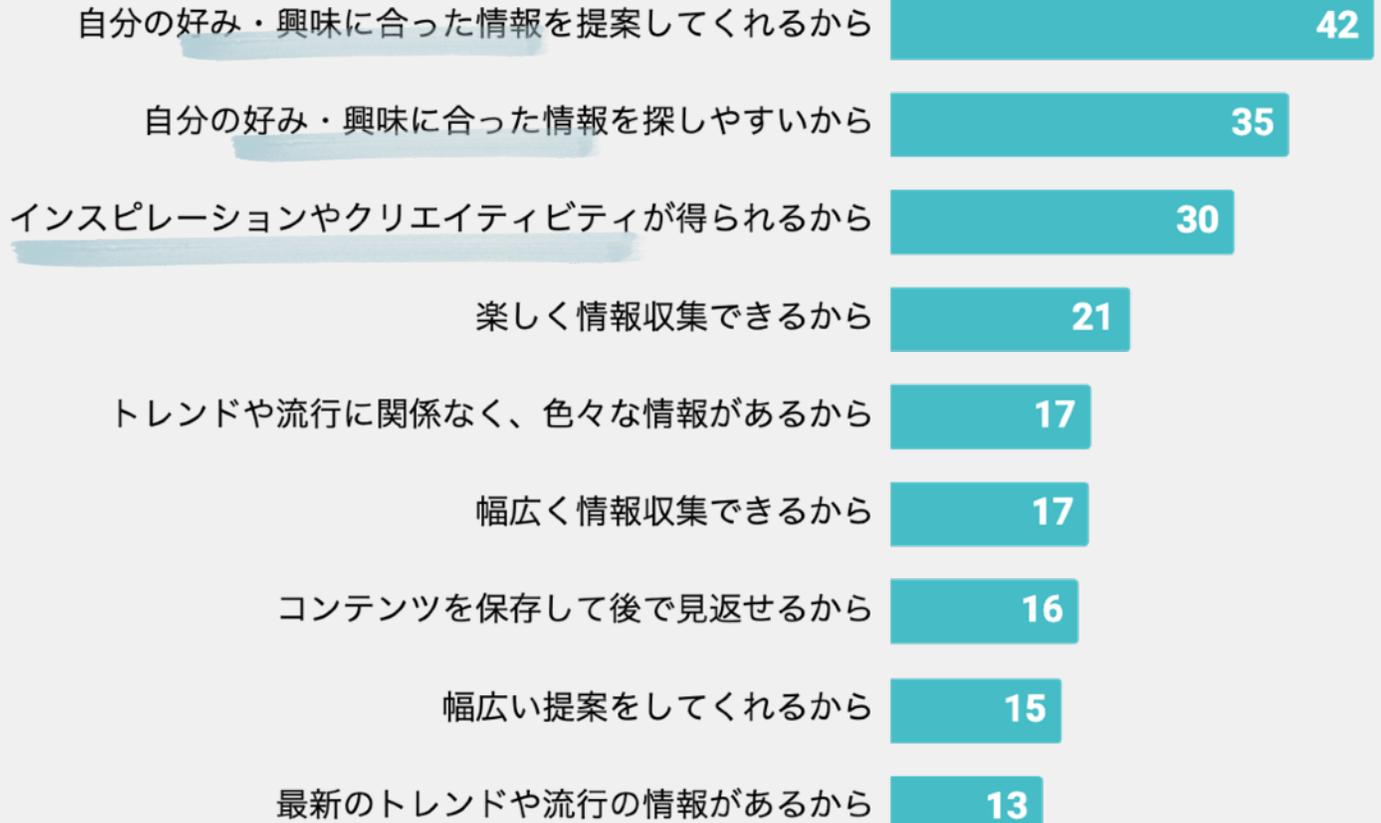
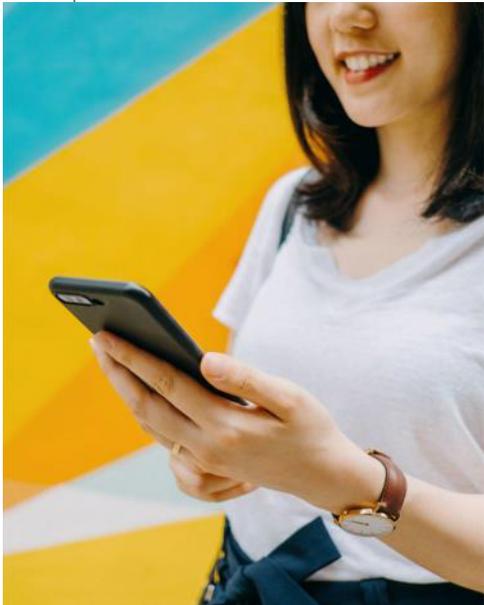
憧れる／ときめくような  
素敵な写真・動画・投稿...41%



日常生活や仕事の  
役に立つ情報...47%

製品や、やり方に関する詳細  
な情報...44%

専門的な情報...40%



## Pinterestをホーム・インテリアのアイデア探しに利用した理由

出典：Ipsos社（Pinterestによる委託）、日本、直近でPinterestをホーム・インテリア関連のアイデア探しに利用した月1回以上のユーザー、2023年4月



自立・  
成人

初めての一人暮らし

成人式



就職

就活

社会人デビュー



出産

出産

ベビーを迎える準備



結婚

婚約・結婚

ウェディング



子育て

節目のお祝い

入園・就学



マイホーム  
購入

家の建築

インテリア



住まいの  
リニューアル

リノベーション

引っ越し

# 住まいの変化をともなうモーメントで 積極的に活用されるPinterest

新築・引越し・リノベ・DIYに関して

Pinterestホーム・インテリアユーザーの

**38%**

がPinterestで  
情報を探した

経験があると回答<sup>1</sup>

**58%**

が今後

Pinterestを

利用したいと回答<sup>1</sup>

将来自分で家を建てたいので、いいと思う家や配置、玄関、雑貨、お風呂のタイルとか気に入ったものをどんどんピンしている<sup>3</sup> (30代女性)

“

部屋を半リノベした時、リフォーム業者さんにボードを共有しながらイメージや部屋の使い方をメールでやりとりした<sup>3</sup> (30代男性)

“

新居のインテリアを考えるにあたって、自分の目指すインテリアの雰囲気のアイディアを得るために利用した。海外のおしゃれなインテリアの投稿も多いので、様々なアイディアが得られた<sup>2</sup> (20代女性)



テーマ・アイデア

モダンハウス

狭小住宅

平屋 ローコスト

二世帯住宅

スウェーデンハウス



デザイン

モダンハウスの外観

外観 住宅 おしゃれ

アプローチ外構

メタルファサード

スロープ建築



間取り

理想の間取り

間取り 30坪 二階建て

平屋 間取り

南玄関間取り

中庭のある家 間取り図



設計のこだわり

スキップフロア

パントリー

インナーバルコニー

螺旋階段

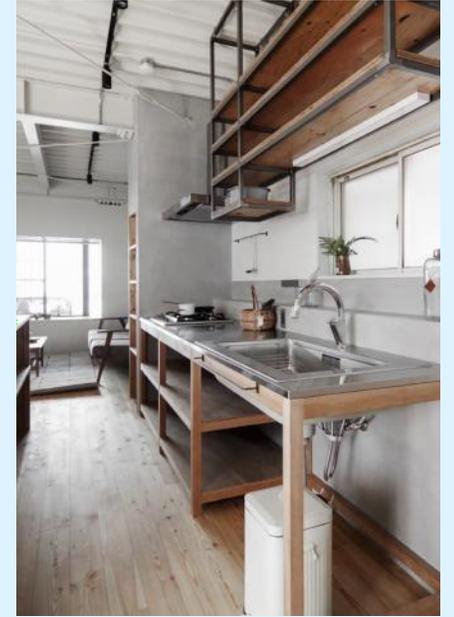
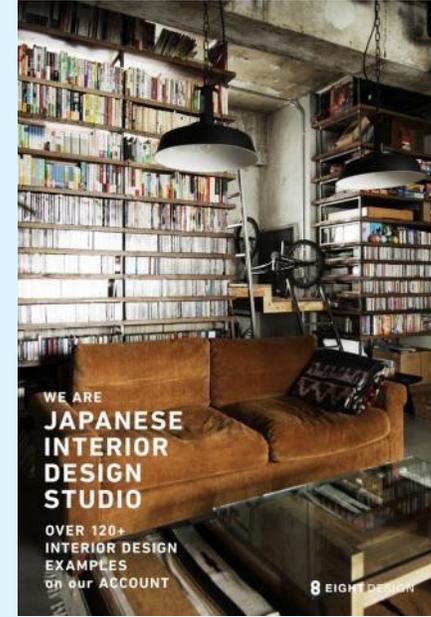
吹き抜けリビング

# リノベーション

KULABO



EIGHT DESIGN



田中建設

RENOVATION



コストを抑え、理想の暮らしを手に入れる

RENOVATION



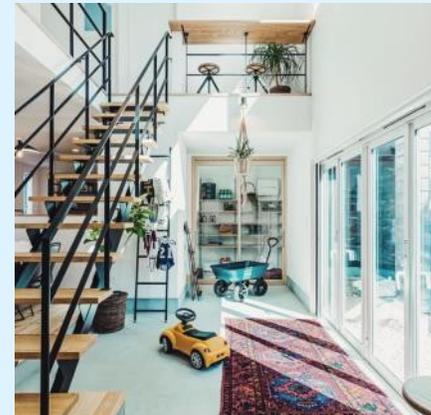
コストを抑え、理想の暮らしを手に入れる

RENOVATION



コストを抑え、理想の暮らしを手に入れる

ORANGE HOUSE

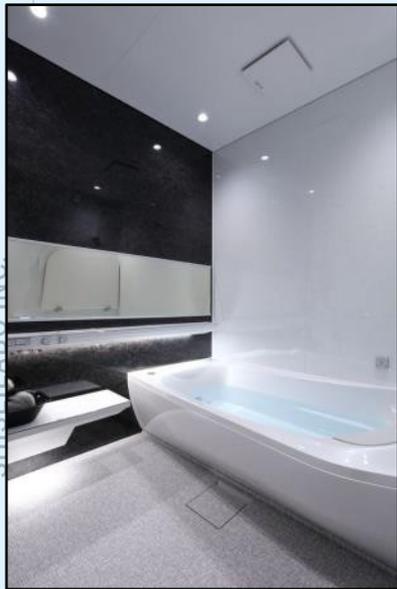


# リフォーム

SMALL GLOBAL COMPANY



SHISEILABO INC.



# リフォーム

SMALL GLOBAL COMPANY



外とつながる特別な心地よさ  
TOSTEMの大開口窓。

ササノの窓・ドアブランド TOSTEM



空間をデザインする。  
TOSTEMの大開口窓。

ササノの窓・ドアブランド TOSTEM



さあ、リフォームしましょう。  
Art Reform



さあ、リフォームしましょう。  
Art Reform



さあ、リフォームしましょう。  
Art Reform



sanwacompany



sanwacompany



住まいに、  
“暮らしさ”という  
名の余白を。

戸建てリノベ  
さいたま市

ecoohouse

See More



Ecohouse

1  
Vol.

ここまでできる!!  
戸建てリノベ

「耐震」「断熱」が確かな、地域No.1の施工実績。



ecoohouse

想いを叶える  
おうちリノベ

# 「無印良品の家」が Pinterest アドを活用して 認知度と好意度を向上

Pinterest ユーザーは、将来の計画を立てるときに Pinterest を積極的に利用しています。日本では、Pinterest ユーザーの 47% が、季節のイベントや人生の一大イベントを計画する際に Pinterest を活用していると回答。意思決定プロセスの早い段階で、ユーザーにアプローチできることが、Pinterest アドの大きな強みです。

また、日本の Pinterest ユーザーの 30% がミレニアル世代で、36% が子育て中であるため、「無印良品の家」の主要ターゲット層（25～34 才）との親和性が高かったのも、ブランドの認知度と好意度を大幅に向上させた要因のひとつになっています。<sup>1</sup>

5.1

ポイント  
認知度の向上<sup>1</sup>

8.0

ポイント  
好意度の向上<sup>1</sup>

目標  
複数のキャンペーン目的

業種  
小売

活用した機能  
動画アド

松枝様・藤本様  
株式会社 MUJI HOUSE

「ご契約いただいたオーナー様のアンケートにて、家づくりの際に参考にした媒体として *Pinterest* を選択する方がここ数年増えており、今回広告配信を実施する運びとなりました。広告配信期間の認知向上だけでなく、配信終了後に資料請求の CV が増加する結果となり、お気に入りの画像を保存して後から見るといいう *Pinterest* の媒体特性が弊社の業態にマッチしていると感じます。」

[株式会社 MUJI HOUSE](#)



大きな吹抜けでゆるやかにつながる、  
一室空間の家。

[その他の家を見る ▶](#)

# ブランド認知度と好意度が上昇

目標

「無印良品の家」の  
認知度並びに好意度上昇

業種

ハウスメーカー

アドフォーマット

スタンダード動画

静止画

カルーセル

活用した機能

興味関心ターゲティング

ブランド認知度

**+5.1%**<sup>※2</sup>

ブランド好意度

**+8.0%**<sup>※2</sup>

今後住まいを購入する可能性があるユーザーへ幅広く  
にアプローチ

「建築・室内装飾」に加え、「結婚・ファイナンス」などライフイベント  
モーメントを意識したターゲティングを実施しました。

## キャンペーンの結果

全体を通して、認知度は+1.6%、好意度は+1.4%の上昇が確認されま  
した<sup>(※1)</sup>。さらには「無印良品の家」のメインターゲット層である25-  
34歳にて特に顕著な上昇が確認されています<sup>(※2)</sup>。

成功の要因は、「無印良品の家」に暮らすことのイメージがつきやす  
い複数の”暮らしのシーン”をスタンダード動画やカルーセルを用いて表  
現をしたことです。外観・内観両方のシーンを含めたことも成功の要因  
といえるでしょう。

また、認知度・好意度上昇を目的としたキャンペーンであるにも関わら  
ず、多くの資料請求コンバージョンを獲得しました<sup>(※3)</sup>。

<sup>※1</sup> Pinterest ブランドリフトサーベイ結果

<sup>※2</sup> Pinterest ブランドリフトサーベイ結果のうち、25-34歳における上昇に限定した場合

<sup>※3</sup> キャンペーン配信前に資料請求完了ページへPinterestタグを設置、計測



「ご契約いただいたオーナー様のアンケートにて、  
家づくりの際に参考にした媒体としてPinterestを選択する方がここ数年  
増えており、今回広告配信を実施する運びとなりました。  
広告配信期間の認知向上だけでなく、配信終了後に資料請求のCVが増加する  
結果となり、お気に入りの画像を保存して後から見るという Pinterestの媒体特  
性が弊社の業態にマッチしていると感じます。」

目標  
新規登録者の獲得

業種  
不動産業

アドフォーマット  
スタンダード

活用した機能  
自動入札  
インタレスト  
コンバージョンの最適化

40%

CPAの減少<sup>1</sup>

7.9%

アシストCV率<sup>2</sup>

## データ×テクノロジーで 住宅領域に、 新しいルールと自由を。

これまで多くの建築を作り続け、高い顧客満足を実現。そのデータを活かし数多くのオーダーを獲得してきました。そんな中でいくつかのプラットフォームを利用してきましたが、なかなか思うような結果を得ることができずにいました。FREEDOMはこれからのステップに向け、新しい答えとして、Pinterest広告を選びました。

長期間運用によって多くの認知を獲得、結果的に高い効果を得ることに成功しました

。Pinterestは、低コストにもかかわらずCPAにおいて最も効率的な結果に導いてくれたプラットフォームです。<sup>3</sup>



他媒体での運用に限界を感じ、  
日本でPinterestで広告のローンチを待っていた。6  
月から広告出稿を始め直接来場者獲得  
ラストクリックCV率2.4%、アシストCV率7.9%<sup>4</sup>  
実現することができました。

FREEDOM株式会社、マーケティングチームリーダー高橋氏

なぜ今Pinterestなのか | なぜPinterestが女性向け商材に効果的なのか

Pinterestは他のSNSと根本的に異なる

「未来志向のビジュアル検索プラットフォーム」

ユーザーは「今何をしているか」ではなく、

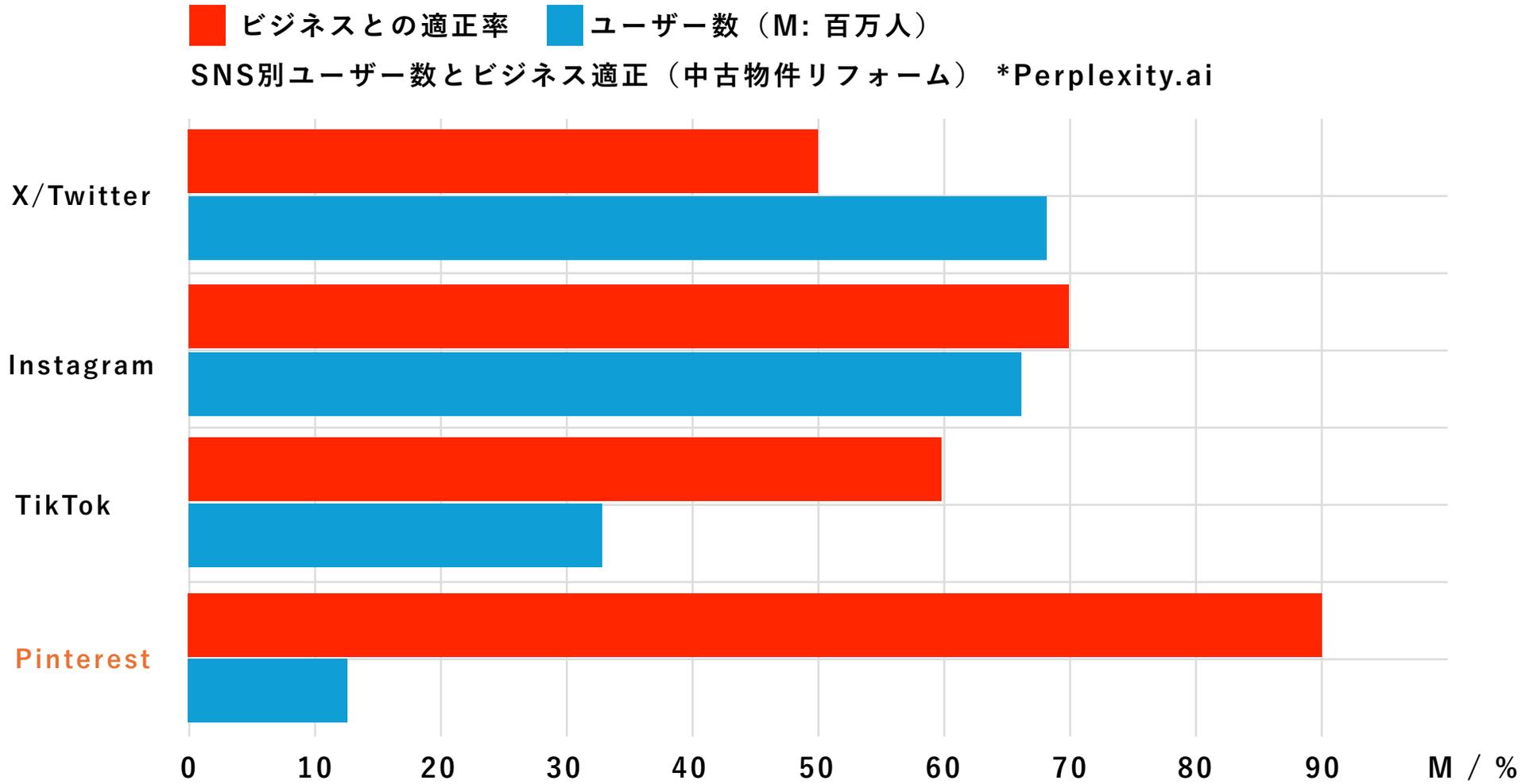
「将来何をしたいか」という目的でPinterestを利用しており、

これはリフォーム検討層の行動パターンと完全に一致します。

## Pinterestの特性 | なぜPinterestが女性向け商材に効果的なのか

1. 検索型プラットフォーム\_ユーザーは能動的に情報を探しており、購買意欲が高い
2. 長期的なリーチ\_投稿が長期間検索結果に表示され続ける資産型マーケティング
3. 保存行動\_ユーザーが「保存」することで、長期的な購買検討につながる
4. 非指名検索が96%\_ブランド認知度がなくても新規顧客獲得が可能

## なぜ今Pinterestなのか



## 戦略的優位性

1

### 競合の少ない優良市場

- ・ 建設・リフォーム業界でのPinterest活用企業は極めて少数
- ・ 先行者利益を確保できる絶好の機会

2

### 購買意向の高いターゲット層

- ・ ユーザーの97%が非指名検索で、明確な目的を持って情報収集
- ・ 30代以上の女性が中心で、住宅関連の意思決定者層に直接リーチ

3

### 長期的な資産価値

- ・ 投稿が数ヶ月から数年間検索され続け上位表示の対象
- ・ 一度の投稿で持続的な集客効果を実現するため運用コストがライト

---

## 他SNSとの明確な差別化 Pinterest公式資料から

---

### アテンション効果

他プラットフォームと比較して  
+170%のトータルアテンションを獲得

ユーザーは広告を  
1.5倍ゆっくり見ている

3倍高い  
ビューアビリティを実現

### ビジネス成果

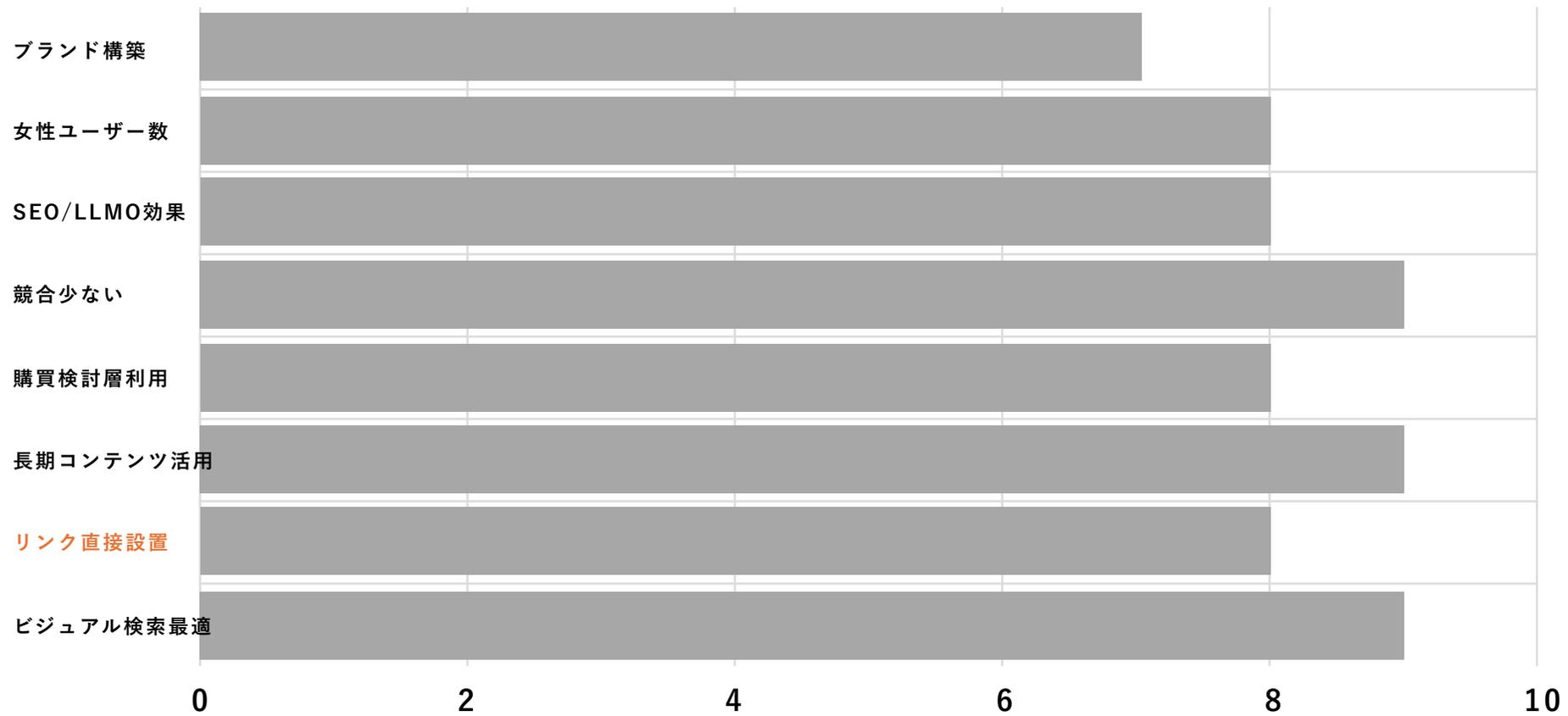
ポジティブなプラットフォームでの広告  
は購入意向を94%向上

信頼できると感じる割合が  
最大2倍高い

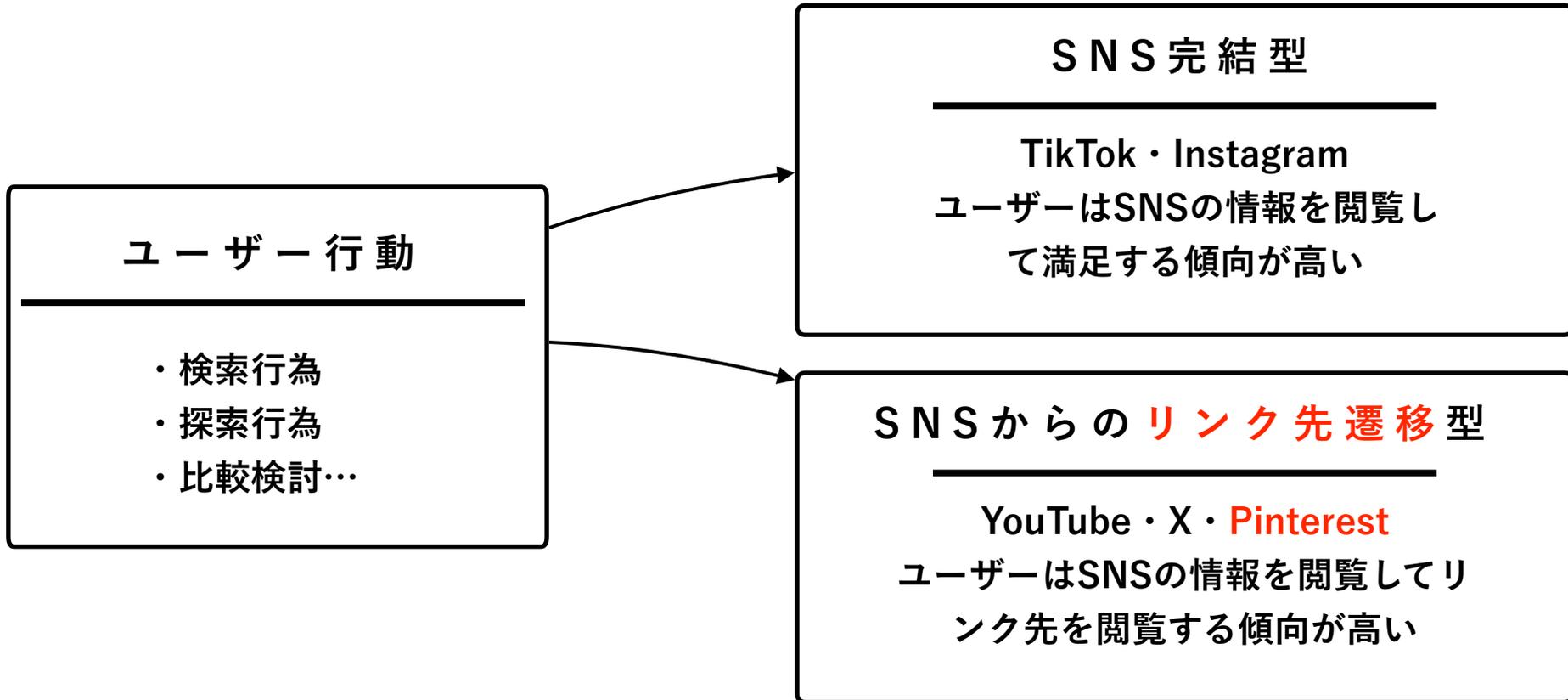
ブランドは  
売上を最大24%増加可能

## Pinterest活用メリット

リフォーム業界



## SNS完結とリンク先遷移



TOPIC #3

なぜ今Pinterestなのか

Pinterest  
年齢層別ターゲティング戦略

年齢層

**10代女性向け**

主な商材

**コスメ・メイクアップ、ファッション、スイーツ、アクセサリ**

ニーズ

**トレンド、可愛さ、SNS映え、自己表現**

戦略

**Instagramルールとの連携、動画コンテンツ中心、プロセスの可視化**

年齢層

**20代女性向け**

主な商材

**ファッション、美容・スキンケア、ウェディング、旅行、カフェ・グルメ**

ニーズ

**コスパ、タイパ、自己投資、キャリアアップ**

戦略

**ECモール連携、時間価値の訴求、新しさとスピード感**

年齢層

**30代女性**

**★Pinterest最強年齢層でこの層が最もPinterestを活用**

主な商材

**インテリア・家具、ママ・育児用品、収納・整理、健康食品**

ニーズ

**家族の生活、時短、利便性、心地よい暮らし**

戦略

**DIY・レシピ・収納術の発信、実用的なアイデア提供**

年齢層

**40代女性向け**

主な商材

**アンチエイジングケア、健康食品、インテリア、リフォーム・住宅**

ニーズ

**自分らしさ、バージョンアップ、ワンランク上の品質**

戦略

**自然体でありながら美しさを追求、本質的価値の訴求**

年齢層

**50代女性向け**

主な商材

**エイジングケア化粧品、ヘアケア、フェムケア、旅行**

ニーズ

**健康維持、更年期ケア、自然体、品質重視**

戦略

**健康レシピ、ヘアスタイル提案、信頼性重視**

年齢層

**60代女性向け**

**注意点としてSNS利用率が低いため、他媒体との併用が効果的**

主な商材

**健康食品・サプリ、医薬品、シニアケア、通販カタログ**

ニーズ

**健康・予防、安心・信頼、実用性**

戦略

**口コミ・レビュー重視、テレビCM連動、カタログ併用**

## 顧客の状態を変化させる



TOPIC #4



# Pinterest

## 提供サービス

## クライアント別導入案

EC事業者	ビジュアル映えする商品を扱うEC事業者との相性が抜群。 Webサイトへの誘導力が高く、直接的な売上貢献が期待できます
住宅・リフォーム業界	インテリア、DIY、リノベーション事例など、Pinterest利用者の関心が高い分野です。施工事例の視覚的訴求により、問い合わせ増加が見込めます
美容・コスメ業界	女性ユーザーが多く、商品の使用感やビフォーアフターなど、視覚的な訴求が効果的です
ファッション・アパレル	コーディネート提案、着回し術など、ライフスタイル提案型の発信が可能です
フード・レシピ	レシピ検索のニーズが高く、食品メーカーや飲食店の認知拡大に有効です

## サービス料金プラン

# スタータープラン

基本戦略立案（事業ドメイン分析、カテゴリ定義）

ターゲット・ログライン・コピー作成

10種類のクリエイティブ制作

Canvaテンプレート納品

簡易月次レポート

初期費用	¥150,000
月額費用	¥50,000
対象スコープ	スタートアップ企業、初めてPinterestを活用する企業

# スタンダードプラン

詳細戦略立案（競合分析、ペルソナ設定含む）  
ターゲット・ログライン・クリエイティブコピー作成  
動画ピンを含む15本のクリエイティブ制作  
Canvaテンプレート納品  
Pinterest広告運用（月額広告費30万円まで）  
広告詳細月次レポート＋ミーティング

初期費用	¥200,000
月額費用	¥100,000
対象スコープ	中小企業、本格的にブランディングを開始したい企業

## サービス料金プラン

# プレミアムプラン

包括的戦略立案（市場調査、トレンド分析含む）

複数ペルソナ対応のコピー開発

30本のクリエイティブ制作（動画ピン複数含む）

Canvaテンプレート＋デザインシステム構築

Pinterest広告運用（月額広告費80万円まで）

A/Bテスト実施＋最適化／詳細分析レポート＋隔週ミーティング

初期費用	¥300,000
月額費用	¥400,000
対象スコープ	成長企業、複数商材を展開する企業

# エンタープライズプラン

複数事業カテゴリ展開 / 月30本以上のクリエイティブ制作  
Pinterest広告運用（予算無制限）  
専任担当者配置 / 戦略コンサルティング  
他SNS連携施策 / インフルエンサー施策  
リアルタイムレポート + 週次ミーティング

初期費用	¥500,000円～（要相談）
月額費用	¥800,000円～（要相談）
対象スコープ	大手企業、包括的マーケティングを実施したい企業

## サービス料金の内訳 | 個別契約可能

初期費用（戦略立案・アカウント診断）	<ul style="list-style-type: none"><li>事業分析、競合調査、戦略設計、Pinterest設定</li></ul>	100,000-150,000円
事業カテゴリ定義・ペルソナ設定	<ul style="list-style-type: none"><li>事業ドメイン分析、新規事業カテゴリ創出</li><li>差別化ポイント抽出</li></ul>	80,000-120,000円
ターゲット・ログライ ン・コピー作成	<ul style="list-style-type: none"><li>ペルソナ設定、ブランドメッセージ開発、</li><li>クリエイティブコピー作成</li></ul>	100,000-150,000円
Pinterestクリエイティブ 制作（月10-15本）	<ul style="list-style-type: none"><li>縦長画像（1000x1500px）、動画ピン、</li><li>CTAボタン付きデザイン</li></ul>	150,000-250,000円
Canvaテンプレート作 成・納品	<ul style="list-style-type: none"><li>ブランドガイドライン、Canvaテンプレート、納品データ</li></ul>	50,000-80,000円
Pinterest広告運用代行 （月額）	<ul style="list-style-type: none"><li>広告設定、ターゲティング、予算管理、</li><li>クリエイティブ最適化</li></ul>	100,000-300,000円
分析レポート・月次ミー ティング	<ul style="list-style-type: none"><li>KPI分析、改善提案、定例ミーティング</li></ul>	50,000-100,000円

サービス項目

作業内容

単価目安

## 導入の流れ



TOPIC #5



# Pinterest 広告初期テスト

## よくある質問

Q1. Pinterestは本当に日本で効果がありますか？

A. はい、日本国内でも870万人以上の月間アクティブユーザーがおり、特に女性ユーザーが多く、ビジュアル重視の商材で高い効果を発揮します

Q2. 既存のSNS、InstagramやFacebookとの違いは？

A. Pinterestは検索型プラットフォームであり、ユーザーが能動的に情報を探しています。そのため購買意欲が高く、コンバージョン率が高い傾向にあります。また、投稿が長期間表示され続けるため、資産型マーケティングが可能です。

Q3. 最低契約期間はありますか？また、広告費は別途必要ですか？

A. 初期戦略構築とその効果測定のため、最低6ヶ月間の契約をお願いしております。スタータープランを除き、各プランに記載の広告費の範囲内であれば追加費用は発生しません。それを超える場合は別途ご相談ください。

Q4. Canvaの使用経験がなくても大丈夫ですか？

A. はい、テンプレート納品時に使用方法のレクチャーも含まれておりますので、ご安心ください。60代以上の場合、Pinterestのみでは効果が限定的な場合がありますのでテレビCMや通販カタログとの併用をご提案いたします

低リスクで初期学習データを確保し、  
勝ちクリエイティブ／オーディエンスを特定

## Pinterest広告 Ph1 | 初期テスト案 | 広告予算

¥ 35,000

学習十分性

70万impでクリック2,100-8,400の幅は初期学習に足る母数を確保

テスト設計

3オーディエンス×複数クリエイティブで勝ち筋の早期検出が可能

リスク限定

CPCは¥4-¥17想定しパフォーマンス不振時も停止ラインを明確化可能

次アクション

勝ち組合せへ集中的に再配分→CPA最適化フェーズへ移行

Pinterest広告 Ph1 | 初期テスト案 | 想定配信ボリューム

予算

¥35,000

想定CPM

¥50 (= 1,000回表示/1,000impあたり¥50)

想定表示回数

700,000imp

インプレッション = 予算 / CPM × 1,000 = 35,000 / 50 × 1,000 = 700,000

想定到達人数

平均フリークエンシー f=2.0 と仮定  
約350,000人

Pinterest広告 Ph1 | 初期テスト案 | KPIシナリオ

シナリオ	CTR	クリック数	想定CPC
保守	0.30%	2,100	約16.7円
中庸	0.68%	4,760	約7.4円
伸長	0.80%	5,600	約6.25円

CPC = 予算 / クリック数でCVRを 1-3% と仮置きすると、  
21-252件のコンバージョン幅（上表のクリック数×CVR）

## Pinterest広告 Ph1 | 初期テスト案 | 運用ルール

- 日次：消化額／CPM／CTR／CPC／fをモニタリング、下限CTRライン設定（例：0.5%）
- 週次：組合せの勝敗判定（CVR/CPA併記）、負け要因を要素分解し差し替え
- 拡張：勝ち組合せに +50-100% 増額、LTVの高いセグメントへ拡張

## 他社との差別化ポイント

### A2A思想に基づく戦略設計

- 単なる広告運用代行ではなく、AIエージェント連携の概念を取り入れた、データドリブンで効率的なマーケティング戦略を提供します

### 女性マーケティングの専門性

- 10代から60代まで、各世代の女性の価値観・行動特性を深く理解した戦略立案が可能です

### 事業ドメインからの 創造的アプローチ

- 既存の商品訴求にとどまらず、事業ドメインから新たなカテゴリを創出し、競合との差別化を実現します。

### Canva納品による 運用効率化

- クライアント企業内での編集・更新が可能となり、長期的な運用コスト削減につながります