

# ABCD の重要なポイント

 YouTube Advertising

優れた広告を作成するには、次のABCDの原則に従うことが重要です。

## A

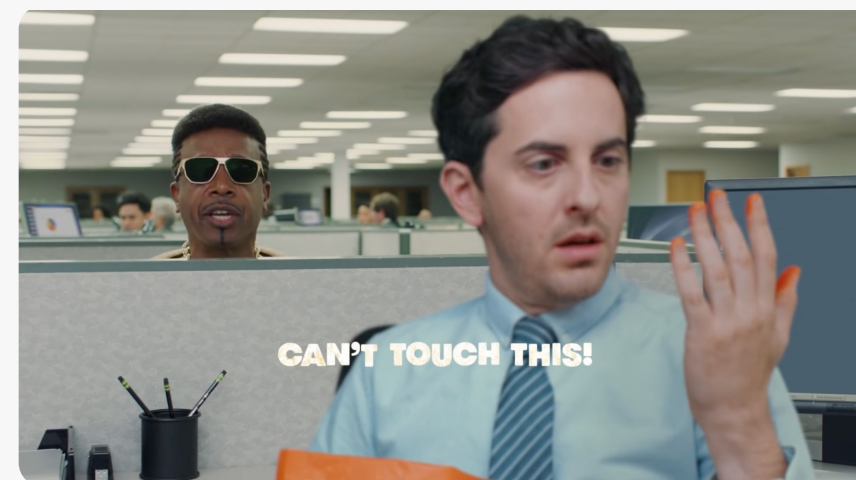
### Attention (注目を集める)

興味をそそる  
ストーリーで視聴者の  
関心を捉える。

**冒頭から核心に:** 早めに話の核心に触れ、  
テンポの良い構成と被写体寄りのショットを取り入れて、  
視聴者を引き込みます。

**音声とキャプションでストーリーを補強:**  
音声とテキストでメッセージの効果を高めます。  
要素が相互に干渉しないように注意しましょう。

**映像は常に鮮明で高コントラストに:** あらゆるデバイス  
で映像が最適化されるようにします。



## B

### Branding (ブランディング) ブランディング を冒頭から、 多角的かつ 頻繁に行う。

**冒頭から全体にわたってブランドの存在感を維持する:**  
冒頭からブランドや商品をアピールし、  
そのプレゼンスを最後まで保ちます。

**音声で印象付ける:** ブランド名を音声で伝えることで、  
画面上のブランド映像の効果が高まります  
(見て口に出す)。

**あらゆるブランド アセットを活用する:** 広告のメッセージ  
と目的にあわせて、ブランド要素を幅広く取り入れます。



## C

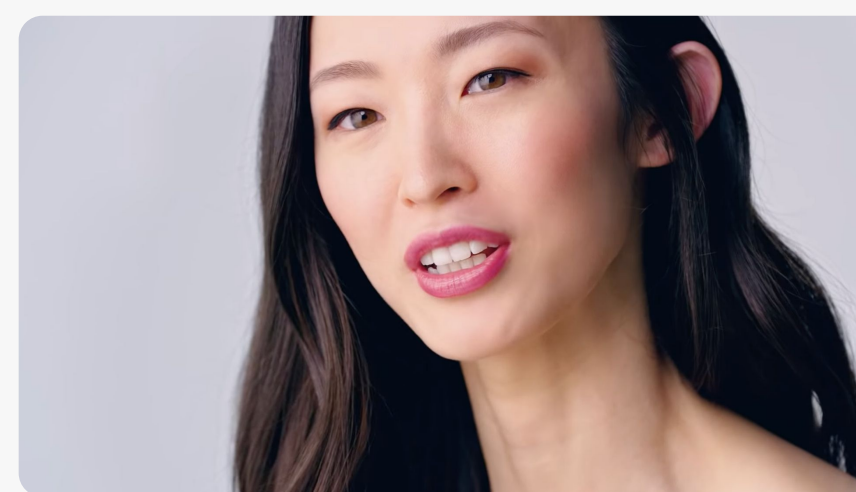
### Connection (つながり)

視聴者の思考  
を刺激する、  
または感情  
に訴える。

**人間味あふれるストーリーに:** 人物を登場させることで、  
商品のストーリーに人間味を持たせ、視聴者の共感  
を呼ぶことができます。

**メッセージは端的に:** 広告にメッセージを詰め込み  
すぎないよう、的を絞ったシンプルな表現を心がけます。

**ユーザーを引き込む:** ユーモアを交える、驚くような  
要素を取り入れる、好奇心をかきたてるといった、  
感情を動かすストーリーテリングの手法を活用します。



## D

### Direction (行動を促す)

視聴者に行動  
を取るよう求める。

**行動を促すフレーズを含める:** 広告の意図を明確にします。  
特定の目標を達成するための CTA を追加して、  
視聴者に求める行動を示しましょう。

**音声を使って CTA の効果を向上:** 次のステップが明確に  
なるように、画面の CTA をナレーションで強調します。

