

「シェア」で広がる、新たなソーシャル広告サービス。

# SHAREBOOK™

2014.6.13 ver.1

RTV co.,Ltd

[OFFICE]

〒106-0032 7-17-22-111,Roppongi,Minato-ku,Tokyo

<http://www.atrtv.com/>

広告主様向け資料

Copyright © 2014 RTV co.,Ltd. All rights reserved.

iRBB TODAY

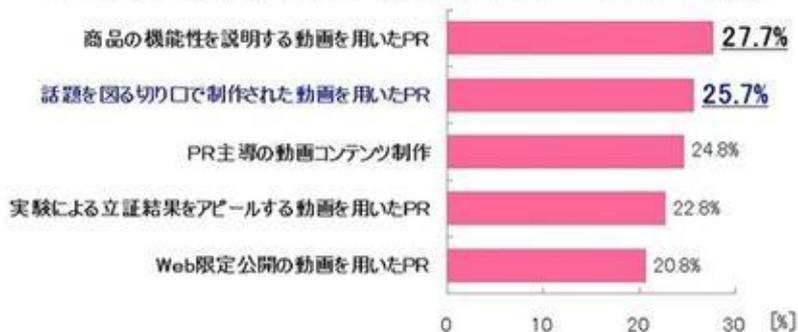
## 企業広報が目目しているPR手法、ソーシャル拡散と動画が2トップ

※引用記事：

<http://topics.jp.msn.com/digital/general/article.aspx?articleid=5188153>

今後の動画利用を検討しているPR活動（複数回答、n=101、上位5位までを表記）

RBBTODAY.COM



ベクトル子会社のPR TIMESは23日、企業の広報担当者を対象に実施した、アンケート調査の結果を発表した。調査期間は6月26日～27日で、企業広報101名から回答を得た。

## 【現在取り組んでいるPR手法】

- 1位：プレスリリース配信 61.4%
- 2位：商品が属すカテゴリ全体を対象とする啓発活動 58.4%
- 3位：ソーシャルメディア拡散を意図したPR 54.5%**
- 4位：危機管理・リスク対応体制づくり 53.5%
- 5位：に「PRイベント・記者発表会」「メディアキャラバン」同率52.5%

## 【いま注目が集まっているPR手法】

※「以前よりさらに注力して取り組んでいるPR手法」と「今後取り組みたいPR手法」の合算

- 1位：ソーシャルメディア拡散を意図したPR 32.7%**
- 2位：動画コンテンツを活用するPR/プレスリリース配信 同率29.7%

## 【現在取り組んでいる動画を使ったPR活動の種類】

- 1位：商品の機能性を説明する動画を用いたPR 39.6%
- 2位：動画を組み込んだプレスリリース 37.6%
- 3位：PR主導の動画コンテンツ制作 36.6%

## 【今後の動画利用を検討しているPR活動】

- 1位：商品の機能性を説明する動画を用いたPR 27.7%
- 2位：話題化を図る切り口で制作された動画を用いたPR 25.7%

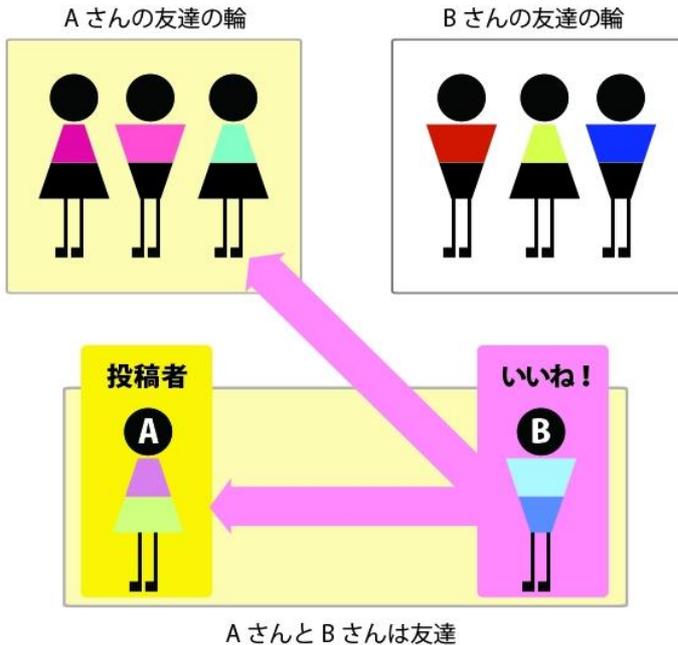
「SHAREBOOK™」がfacebook上のソーシャル拡散を実現し、御社のPR活動を強力にサポートします！

**「SHAREBOOK™」**  
のサービスをご紹介させて頂く前に、

そもそもfacebookの「いいね！」と「シェア」  
の“明確な違い”をご存知でしょうか？

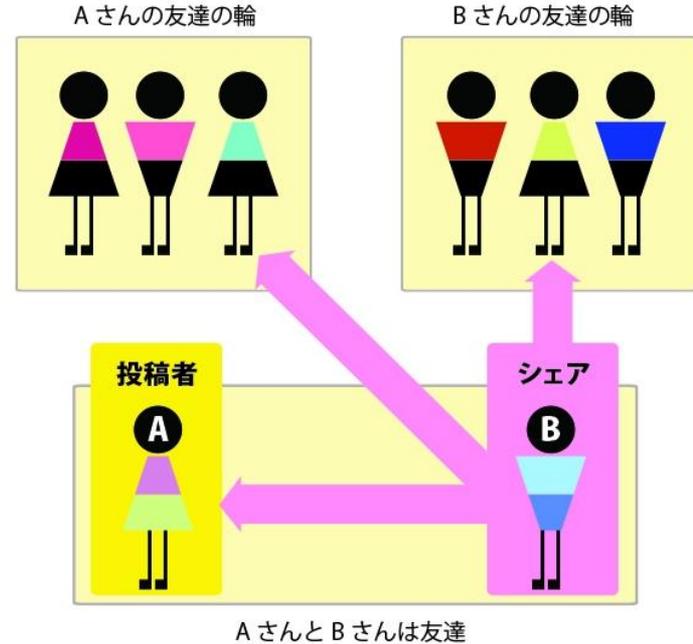
Aさんが投稿した記事を、Bさんがいいね！をした場合

ニュースフィードのみの通知。  
Bさんの友達の輪には記事もお知らせも通知されません。



Aさんが投稿した記事を、Bさんがシェアした場合

Bさんの友達の輪のタイムラインにも記事が表示されます。



「いいね！」は基本的にはあなたと友達のコミュニケーションであって  
拡散効果は非常に弱い！そのため、いかにシェアを獲得するかが拡散のカギに！



## シェアはいいね！の8倍インプレッションが高い？！

「ドメインインサイト」で自社サイトのソーシャルプラグインを解析

※引用記事 <http://smmlab.jp/?p=8266>

### ●「SMMLabブログ」の直近一ヶ月のインサイト



●1いいね！あたり  
1390 (829いいね！で1,152,416表示)

●1シェアあたり  
10,937 (364シェアで3,980,736表示)

●1コメントあたり  
1043 (29コメントで30,256表示)

シェアはいいね！の約8倍、  
インプレッションが高いことが  
わかります。

いいね！よりもシェアのほうがインプレッション効果も高い！  
しかし、facebookからはシェアを促進する広告サービスは提供されていません。

現在facebookから提供されている広告サービスは下記の3点です。

### ①facebook広告



Facebook広告は、タイトル・本文・画像を指定して出稿するとユーザーのFacebook画面右サイドバーに表示される仕組みの広告です。

広告の掲載は、競合とのオークション方式で決定されますので、予算を高く設定することで、掲載される頻度が高くなります。

しかし

広告を非表示にする「Adblock」により表示を拒んでいるユーザーが増加しています！

### ②facebookスポンサー記事広告



スポンサー記事広告は、ユーザーが広告のコンテンツに対し「いいね！」をしたりつながりを持ったときに、友達のニュースフィードと右サイドバーにあなたの広告が表示される仕組みの広告です。

しかし

「Adblock」による広告の非表示、もしくは表示されていても広告ということがわかってしまい、ユーザーの閲覧モチベーションがあがりません！

### ③ページ投稿の広告 (プロモートed・ポスト)



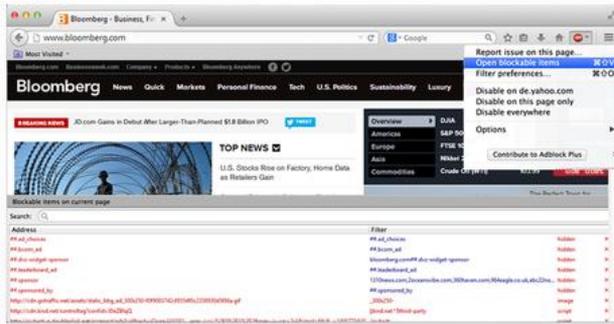
「いいね！」が400~100,000件のFacebookページが投稿の広告を出すことができます。

宣伝した投稿はニュースフィードに表示され、最上部に「おすすめの投稿」という表記と「このページに『いいね！』」ボタン、最下部に「広告」の表記が付けられます。

しかし



Create and manage your own filter lists!



Adblock Plus blocks all facebook ads!



before

after

AdBlockとは、ブラウザにインストールするだけでインターネット上にある広告を非表示にするブラウザアプリです。  
 <ブラウザはGoogle Chrome、Firefox、IEなど多くに対応>

すでに「AdBlock」のユーザー数は2013年8月時点、世界で**8000万人を超えており**、また「AdBlock Plus」という全く別の拡張機能も、**2億ダウンロード**を突破しています。

**[参照記事]**

※GIGAZINE: <http://gigazine.net/news/20140516-adblock-plus-memory-usage/>

※Adblockはインターネットの最大の脅威?: <http://www.businessnewsline.com/biztech/201401210517540000.html>

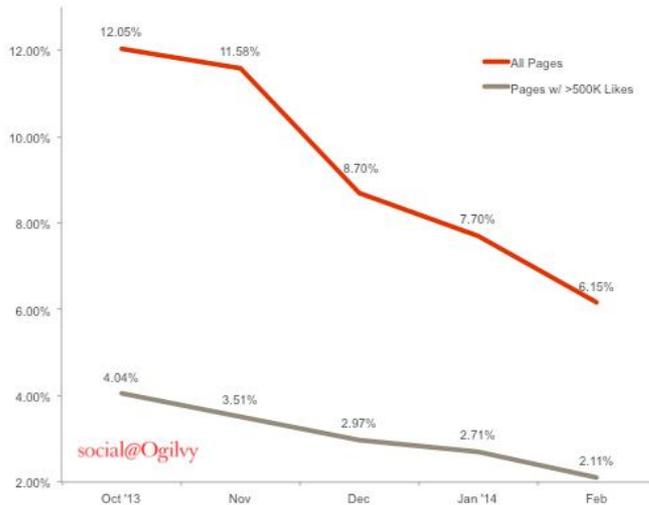
※広告すら見られなくなってしまうら。そんな世界が、到来するかもしれません: <http://www.hivelocity.co.jp/service/21295>

GIZMODO

## Facebookページリーチ激減り、ただ乗り終了のお知らせ

※引用記事 : [http://www.gizmodo.jp/2014/03/facebook\\_81.html](http://www.gizmodo.jp/2014/03/facebook_81.html)

Average Organic Reach of Content Published on Brand Facebook Pages



Analysis of 100+ Facebook Brand Pages around the world with more than 48 million total fans conducted by Social@Ogilvy in February 2014. Please see our report, "Facebook Zero" at <http://social.ogilvy.com> for details.

●Facebookページからのオーガニックリーチ(無料投稿配信数)の範囲を大幅に狭めている。「1、2%まで下げる」途中という話もあり、全ブランドが対象に(一般ユーザーは関係なし)。

企業にとっては大激変。パニックされると困るので、フェイスブックは「戦略の方向転換」という奥歯に物の挟まったような呼び方をして1社ずつ説明している。しかし、マジソン街(米広告業界)ではちょっと前からエンゲージメント数が「激減り」した話がもう噂に。

## [調査データ]

①デンマークのKomfoが行った調査では去年8月から11月で**42%減った**ことを確認。

②米Ignite Social Mediaが大手21社のページを対象に行った調査では去年12月1日以降、**平均で44.3%の減少**が確認されている。

③Social@Ogilvyが100社以上を対象に行った最新調査でも、ピークの10月から2月までに**49%減って平均6.15%、いいね50万以上の大手は2.11%**という結果に。

●例えば、ネット戦略にかなり力を入れて1600万人以上いいね！を獲得したナイキも、ただ投稿しただけでは**100分の1の16万人のニュースフィードにしか流れなくなる計算に。**

米ギズ運営元ゴーカーもかなり大きな部分をFacebookの無料配信からの流入に頼っているが、Facebookを宣伝に活用している企業はみな**お金を払わないと、いいね全員に投稿を届けられない**ことに。

Facebookに「いいね」を獲得するために、「1いいね」当たり50円前後支払って初めて「いいね」が存在意義のあるものに代わる一方で、それ以外で獲得した「いいね」はほぼ無意味な存在となる時代に突入！

そこで、弊社もfacebookページを運用する中で、不満に思っていたこの悩みを  
解決する新たなツールを開発しました！

---

それが、「シェア」で広がる、新たなソーシャル広告サービス。

**「SHAREBOOK™」** です。

---

※ビジネスモデル特許出願済み

Facebookでの「拡散」のカギはいかに、「シェア」してもらえるか。  
SHAREBOOK™は多くのユーザーから御社の投稿した記事を費用に応じて  
「シェア」してもらえる画期的なサービスです！

SHAREBOOK™

MENU

SHAREBOOKとは？

「シェア」するだけで、お小遣いGET!

SHAREBOOK™

「SHAREBOOK™」は企業から依頼のあった「記事」を  
いつも通り「facebook」でシェアするだけで、  
簡単に報酬が貰えるサービスです！

投稿ネタを見つけることができ、さらに報酬まで  
もらえる、まさに一石二鳥のサービスです。

<http://sharebook.club/>  
<PC版/スマホ版>

facebookの通常の「シェア」と同じだから、誰でも簡単にご利用いただけます！

SHAREBOOKにログインして記事一覧からシェアしたい記事を選択。

シェア

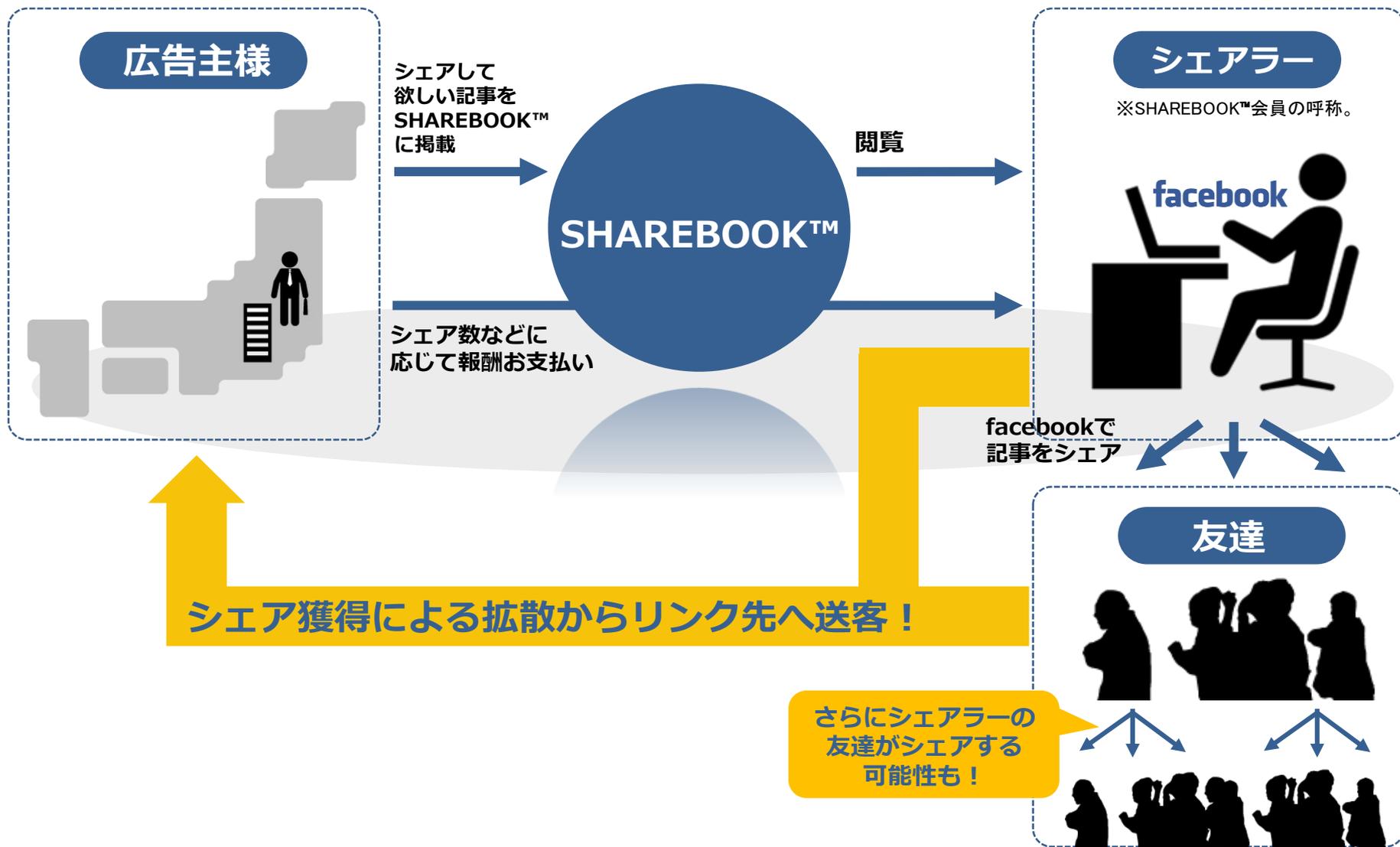
好きな記事を選んで「シェア」するだけ！

誰でも簡単にお金がもらえる！  
だから、多くのユーザー  
が利用する動機に！



“いいね！”よりも効果の  
高い、“シェア”を予算に  
応じて獲得できる！  
だから、多くの企業様が  
利用する動機に！





- シェア
- ニュースフィードで流れる
- 記事へのアクセス

### SHAREBOOK™



<記事>



シェア

鈴木さん



ニュースフィードで流れる

武田さん



田中さん



山田さん



真田さん



上杉さん



真田、武田、山田さんがその記事にアクセスした (アクセス還元)

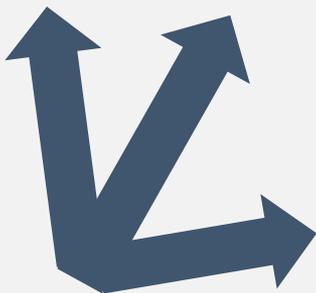
**【拡散状態】**  
 山田さんが、鈴木さんの記事に興味を示してシェアすると山田さんの友だちの、真田、上杉さんのニュースフィードにその記事が拡散します。このようにシェアを重ねる事でその記事に目をふれる対象者が爆発的に増加します。

**【初期の拡散段階】**  
 武田、山田、田中さんは、鈴木さんと「友達」。鈴木さんがシェアした記事はニュースフィードに表示されるので拡散！

### 記事のサイト (広告主様)



### ① 拡散に関する費用対効果が明確！



広告予算を設定し配信します。配信によって、何人がその記事をシェアしたかの数と、そのURLをクリックした数を正確に集計できますので費用対効果を計ることができます。

また、シェア数の偽装はできないため公明正大なサービスです。

### ② 広告ではなく単なる「シェア」



シェアされた記事には「広告」表記されることがないため、シェアしてもらいやすく、また口コミで広がっている感を醸成することができます。

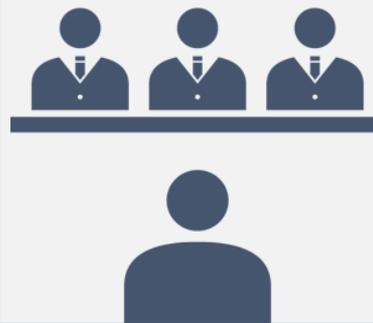
### ③ シェアラーの属性指定が可能！



拡散させたい記事に応じて、配信させたいユーザーを絞り込むことが可能です。

配信してほしいシェアラーを、広告主様が年齢、性別、地域別、国別など絞り込むことが可能です。

### ④ マーケティング活用も可能！



シェアされた記事と共に記入されたコメントを閲覧する機能を提供します。

従ってユーザーの反応を見ることが可能なのでマーケティングの要素としても利用出来ます。

## [シェア数などの確認]

Thumbnail	Description	URL	Budget	ShareUpperCount	PaymentMethod
	ダンス関連の動画番組を中心に配信している。その他、アーティスト情報、ダンススクール情報、オーディション情報などを取り扱う。	<a href="#">RedirectUrl</a>	0	0	1

## [広告予算等の設定]

**新しい広告の作成**

予算の入力

広告のタイプ：シェアカウントベース

購入金額を入力してください

獲得できるシェアの上限

share

支払い方法を選択してください。

シェア予算の上限が決められるため、想定してたよりもシェアされ、高額な請求が来るなどの心配もございません。

どれだけの数がシェアされたか確認することができ、その数に応じて設定された予算から利用料金をお支払いいただけます。

**POINT !**

その記事がどれだけシェアしたかはfacebookのAPIを叩けば誰でも導き出せるので、不正が出来ない公明正大なサービスとなっているので安心です。

## ● 「シェア」のタイムライン表示イメージ



さんがリンクをシェアしました。

6月18日

今日の宿題。

帰ったら速攻作る！！



DIY Cat Puzzle Toy Box  
redirect.sharebook.club

Susi over at The Glam Cat came up with a great DIY project to keep her cats Smokey Bones and Felis Lynx Rufus entertained, and it's

シェア

📄 シェア1件

2人がいいね！と言っています。

広告ではなく、あくまで記事の「シェア」なので、  
広告表記が一切なく、自然な形での  
プロモーションが可能です！

## SHAREBOOK™

## 広告枠の作成

X. シェアラーの属性による絞り込み

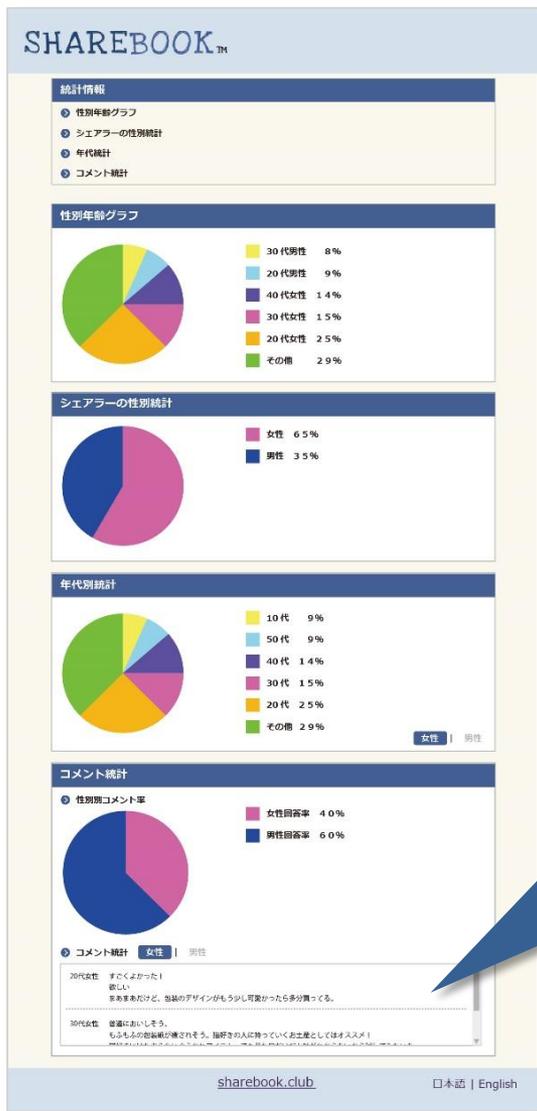
拡散させたい記事に応じて、配信させたいユーザーを絞り込むことが可能です。  
配信してほしいシェアラーを、広告主様が年齢、性別、地域別、国別など絞り込むことが可能です。

年齢	<input type="checkbox"/> ~10代 <input type="checkbox"/> 20代前半 <input type="checkbox"/> 20代後半 <input type="checkbox"/> 30代前半 <input type="checkbox"/> 30代後半 <input type="checkbox"/> 40代 <input type="checkbox"/> 50代 <input type="checkbox"/> 60歳以上
性別	<input checked="" type="radio"/> どちらでもよい <input type="radio"/> 男性 <input type="radio"/> 女性
国	<input type="text" value="国を選んでください"/> ▼

記事を拡散してほしいシェアラーを左図の属性から絞り込むことが可能です。

この機能を用いれば、その拡散させたい記事に関係のないシェアラーへ無駄な広告費用を投じることがなくなります。

※今後機能のアップデートを行い、更に詳細な絞り込みが可能になる予定です。



拡散された記事に関して、弊社システムと、マーケティング担当者によって様々なマーケティング情報を提供します。

また、その記事に関するコメントも収集してレポートいたします。

### [コメントの活用方法]

例えばAという製品が試作段階で存在しますが、売れるかどうかかわからないのでこのSHAREBOOKを用いて拡散させ、その声を聴く。

その結果、良い反応であれば製造し、悪い反応であれば製造を見送るといった手法がとれます。

結局のところ、どうやってこのSHAREBOOKを使えばいいの？

---

# 用途別活用例

---

## マーケティング用途型

RTVは、従来のインターネット広告の手法には存在しない全く新しい広告システム「RTV AD」を考案し特許を取得した。

しかし本件開発には、12か月の期間と1.2億円の開発費用が掛かる見込みで、開発着手前に調査を行って反応が良いのか悪いのか調べたいと思っていた。

まずその件に関するウェブページを1ページ作成します。

その後SHAREBOOKを用いて、1シェア50円1万人にその記事をシェアしてもらい、そのシェアを行った際に記入するコメントを収集して統計を取ったところ・・・

そのネタが面白いという反応が  
大多数を占めた



システム開発に  
着手！

そのネタはつまらないという  
反応が大多数を占めた



開発前に多大な  
リスクを回避！

## 認知拡散用途型

RTVは日本独自のカルチャーであるキッズダンスに特化したFacebookページを運営。

日本だけでなくさらに海外へ事業拡大するため、まずはアメリカ在住・ダンスに興味のあるシェアラー限定で一気に知らしめてその反応を知りたいと考えている。現在の1記事更新毎のリーチ数は1000人である。

SHAREBOOKを用いて、1シェア50円で10万人上限でその記事を配信したところ、1シェアあたり平均20人にその記事が配信され合計200万人がRTVのFacebookページを認識した。

配信以降、1記事のリーチ数が1万人を超えるようになり、キッズダンスがアメリカに受けることがわかった



海外に向けた更なる  
コンテンツ提供強化！

配信以降、1記事のリーチ数が以前と変化がないので、アメリカでは受けないことがわかった

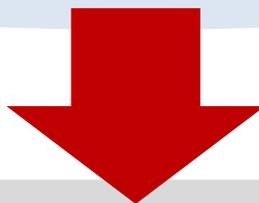


海外展開を断念し、  
日本のマーケット拡大に  
専念！

### 地域密着PR用途型

RTVは、東京で侍をテーマとしたレストラン「SAMURAI Restaurant」の運営を開始した。  
存在を知らしめるため宣伝したいと考えている。

SHAREBOOKを用いて、東京に絞ったところ10万人のシェアラーを確認した。  
1シェア50円で10万人限定でその記事を配信したところ、  
1シェア当たり平均10人にその記事が配信されて  
合計100万人がその「SAMURAI Restaurant」を認識した。



この拡散の効果により、  
来客数は以前と比べて格段に向上した!

**最低1シェア単価****50円～****最低予算金額****10万円～**

**例：1シェア50円で設定すると、最低予算が10万円なので、  
シェア拡散数は2000シェアとなります。**

#### [設定金額目安に関して]

1シェアをいくらにすべきか非常に悩ましいですが、まずその記事の主要なキーワードを1つ策定して「Google AdWords」のキーワードプランナーでそのキーワードの1クリック単価を調べてください。

<https://adwords.google.com/KeywordPlanner>

その1クリック単価の50～100%が1シェア当たりの最適な金額と考えます。

SHAREBOOK™のオープンを記念して、広告主様向けの初回利用料割引  
キャンペーンを実施いたします。

# SHAREBOOK™

「SHAREBOOK™」オープン記念キャンペーン！

キャンペーン期間中、サービスをご利用頂いた企業様はもれなく、  
**ご利用料金から5000円分割引！**

※初回ご利用分のみとなります。

# 運営会社概要



会社名

株式会社アールティーブイ

所在地

〒106-0032 東京都港区六本木7丁目17番22号111

TEL/FAX

Tel:03-5411-6120 Fax:03-5411-6008

資本金

10,000,000円

設立

平成12年9月27日

主要業務

インターネット広告／コンテンツプロバイダー／  
アプリ・コンテンツ運営／ホスティングサービス／  
コンサルティング／ネットワーク設計・構築的財産の運用

MAIL

info@atrtv.com

