

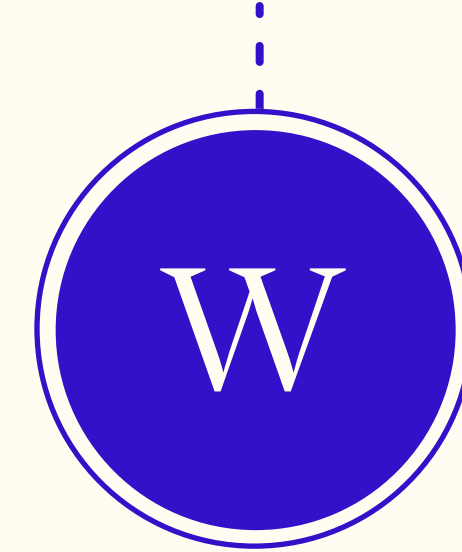
旅行者の

心に響く 広告を作成 する方法

動画を取り入れるべきか？ AI を活用すべきか？

勘に頼るのではなく、調査に基づいた WANDER
チェックリストを使って、心を動かす広告を作り
ましょう。

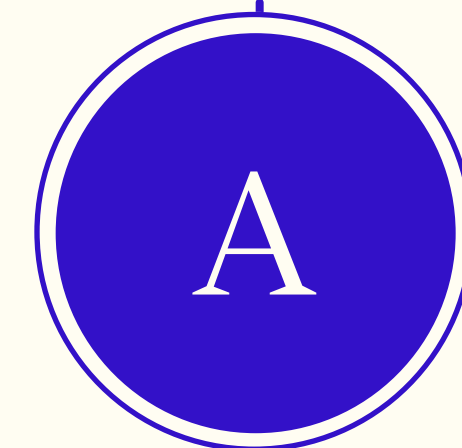
旅行者が予約する傾向が最も強まるのは、
次のようなコンテンツに触れたときです。



Watchable (視聴可能)

☐ 静止画像の代わりに動画を使って試しましたか？

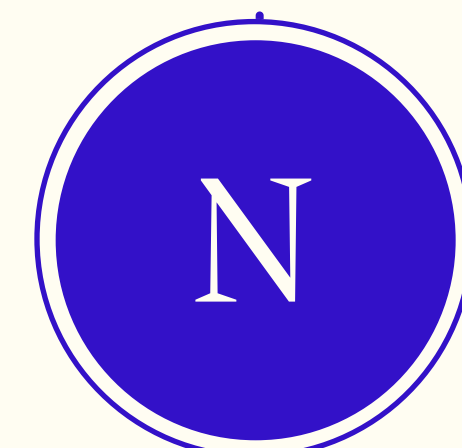
→ 旅行者の 71% は動画から影響を受け、24% は静止画像から影響を受けています*。



Authentic (本物)

☐ ユーザー生成コンテンツを取り入
れたり、コンテンツ制作者と協力し
たりしたことはありますか？

☐ 信頼を築くために、メッセージの
トーンは透明性、明瞭性、確実性
の高いものになっていますか？



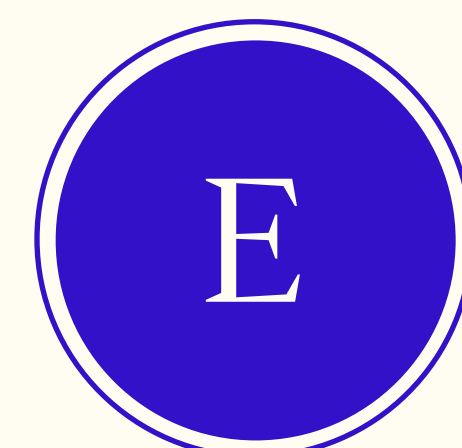
Narrative-driven (物語主導)

☐ 冒頭、中間部分、締めくくりの行動喚起 (CTA) が明確ですか？



Designed for attention (注目を集めるためのデザイン)

☐ エンゲージメントを最適化するために、動画のシーンの長さは 2 ～
9 秒ですか？



Enhanced with AI (AI で強化)

☐ AI を使う際に人間が手
を加えていますか？

☐ ビジュアルは、完全に AI によっ
て生成されていないですか？

→ 完全に AI によって生成されたビジュアルを快く受け入れているのは半数以下です*。



Representative and relatable (代表的で共感できる)

☐ コンテンツは、さまざまな旅行者の多様なアイデンティティやニー
ズを反映していますか？

→ 旅行者の 34% は、インクルーシブなメッセージは、旅行ブランドの信頼につながると回答しています*。

*各種引用データの出典：旅への憧れを科学する、Expedia Group、2025 年 8 月。

効果的な広告を作成し、弊社のブランドやアプリ、YouTube、CTV などを通じて
旅行者に届ける準備を始めましょう！広告のプランニングから作成、効果測定、
最適化まで、弊社がお手伝いいたします。

今すぐ広告を作成する