

# Meta広告ライブラリ 競合調査シート

広告ライブラリで競合の広告を探し、1行ずつ記録して、複数の広告に共通する型から自社の素材の案を3本書くための5枚

## この5枚でできること

- ☐ 広告ライブラリで見られること、見られないことを区別できる
- ☐ 4つの順番で、30分ほどで競合の広告を集められる
- ☐ 見つけた広告を同じ項目で記録できる
- ☐ 共通する型を、自社の素材の案に置き換えられる

## 使う順番

2ページの手順で検索する → 3ページの記録表に10本書く → 4ページで共通点に印を付ける → 5ページに自社の素材の案を3本書く。月に1回、同じ検索で見直す。

## 目次

|   |                                           |
|---|-------------------------------------------|
| 2 | 検索の手順と、見られること・見られないこと<br>6つの手順、フィルター、並び替え |
| 3 | 見つけた広告の記録表<br>広告主、掲載開始日、形式、最初の1行、約束、行き先   |
| 4 | 共通点を見つける表<br>形式、最初の1行、約束、見たい目             |
| 5 | 自社の素材の案と、月1回の見直し<br>案3本、見直しの記録、見つからないとき   |

### 数字と決まりの出どころ

この資料に載せた決まりは、Meta広告ライブラリのページとよくある質問に2026年10月10日時点で書かれていたものと、講座第5回の記事本文にあるものだけです。画面の項目名は変わることがあります。

| 手順       | やること                                |
|----------|-------------------------------------|
| 1 地域     | 「日本」を選ぶ（選ばないと検索欄が使えない）              |
| 2 広告カテゴリ | 「すべての広告」を選ぶ                         |
| 3 検索     | お客様が使う言葉で検索する。何度も出る広告主は、名前で検索し直す    |
| 4 フィルター  | プラットフォームでInstagram、メディアタイプで画像か動画に絞る |
| 5 並び替え   | 最初は「インプレッション 高い順」のまま                |
| 6 詳細     | 「広告の詳細を見る」でバージョンを並べる。「…」からリンクをコピー   |

| 見られる                  | 見られない（日本のふつうの広告） |
|-----------------------|------------------|
| 広告の画像、動画、広告文          | 費用               |
| 掲載開始日                 | 表示回数、クリック数、成果    |
| 広告主（Facebookページの名前）   | 誰に向けて出しているか      |
| 出ているプラットフォーム、複数のバージョン | 止まった広告           |

公式のページより。日本のふつうの広告で検索できるのは、配信中のものだけです。広告は最初の表示から24時間以内に載ります。ログインしなくても使えます（広告の報告と成人向けの内容はログインが必要）。

見つけた広告の記録表

見つけたその日に書く（止まると見られなくなる）

| 広告主 | 掲載開始日 | 形式 | 最初の1行 | 約束 | ボタン | 行き先 |
|-----|-------|----|-------|----|-----|-----|
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |
|     |       |    |       |    |     |     |

検索した言葉

検索した日

共通点を見つける表

10本のうち、何本が当てはまるかを数える

| 見方    | 当てはまる型（例）              | 本数  |
|-------|------------------------|-----|
| 形式    | 縦長の動画／正方形の画像／複数の画像     | ／10 |
| 最初の1行 | 悩みから入る／数字から入る／問いかけから入る | ／10 |
| 約束    | 値段／手軽さ／結果／実績           | ／10 |
| 見た目   | 人が写っている／商品だけ／文字が多い     | ／10 |

**読み方。**多く表示されていて、長く出ている広告に共通する型ほど、その市場のお客様に受け入れられている可能性があります。ただし、長く出ても成果が出ているとは限りません。1本だけで決めず、複数の広告主に共通しているかで見ます。

いちばん多かった型 \_\_\_\_\_

自社の素材の案と、月1回の見直し

借りるのは型まで

|    | 借りる型 | 自社の中身（商品、写真、言葉） |
|----|------|-----------------|
| 案1 |      |                 |
| 案2 |      |                 |
| 案3 |      |                 |

そのまま使わないもの。他社の画像、動画、広告文、写っている人の写真。

見つからないときに確かめる（印を付ける）

- ☐ その広告は今も配信中か
- ☐ 最初の表示から24時間たったか
- ☐ 地域が「日本」か
- ☐ 広告カテゴリが「すべての広告」か
- ☐ 会社名ではなく、Facebookページの名前で探したか

確認先（2026年10月10日確認）

|             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Meta広告ライブラリ | facebook.com/ads/library |
|-------------|--------------------------|