

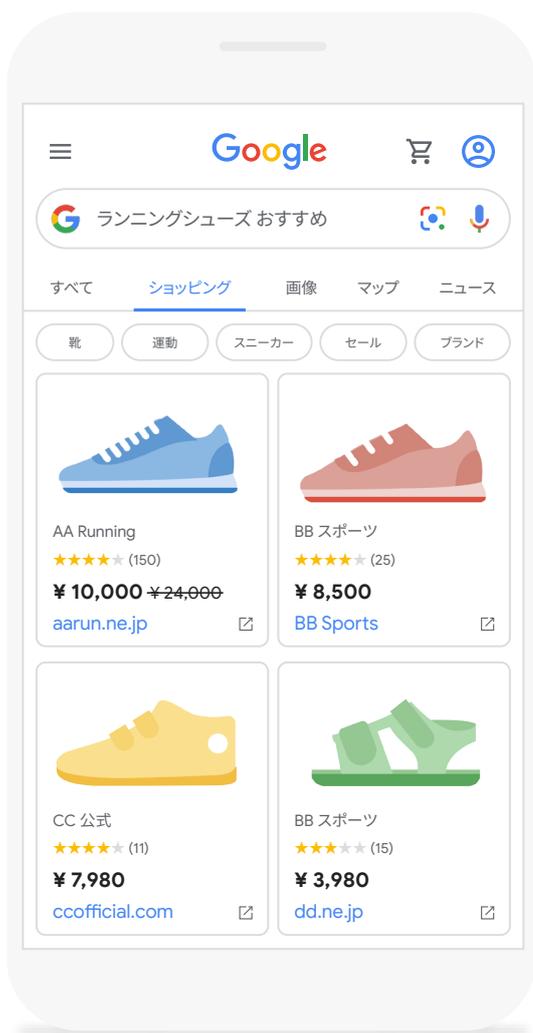
# ショッピングタブの無料リスティング

ユーザーはショッピングに関するニーズを満たすために、毎日 Google 検索を利用して  
います。このたびショッピング タブでユーザーに無料でリーチできるようになります。

ショッピング タブは、ユーザーがさまざまな商品と出会う  
場所です。この度、**より多くのユーザーにアプローチ**できるよう、  
Google の検索結果に表示されるショッピング タブに**無料で**  
リスティングされるようになります。

今後は広告と  
無料リスティングを表示 \*

従来は広告のみ



広告

無料  
リスティング



# 無料リスティングのポイント

ショッピング タブの無料リスティングとショッピング広告を併用した場合、平均でクリック数が 50% 以上、インプレッション数が 100% 以上増加しており、特に中小企業では大きな増加が見られます。<sup>1</sup>

無料リスティングは既存の Google ショッピング広告を補完するものであり、無料リスティングとショッピング広告を併用することをおすすめします。



## ショッピング広告

ショッピング広告はウェブサイトにもユーザーを誘導する役割を果たします。スマート ショッピング キャンペーンでビジネス目標に合わせて入札単価を調整するなど、掲載結果を最適化するためのツールや手段は有料版で利用できます。

### 既存のショッピング キャンペーンへの影響は？

ショッピング キャンペーンの掲載結果に影響はありません。

広告や無料リスティングの掲載結果は、Merchant Center の [無料版のレポート](#) や Google 広告のショッピング広告レポートで確認できます。必要に応じてショッピング キャンペーンの入札単価や目標広告費用対効果を調整することも可能です。



有料のショッピング広告の掲載結果は Google 広告で確認する

## 無料リスティング

無料リスティングは、ウェブサイトにもユーザーを無料で誘導できますが、有料の広告と比べて使えるツールが限られています。

### 無料リスティングの掲載結果を高める効果的な方法は？

商品の無料リスティングの場合、掲載結果を最適化するにはショッピング広告の [ポリシー](#) を遵守しつつ、[効果的な手法](#) を活用することをおすすめします。必要なフィードの属性をすべて使用し、商品データが最新の状態で、正確かつ網羅的であるようにしましょう。掲載に必要な手順は、既存の広告のフィードが「Google 掲載」で表示されるよう設定するだけです。フィードを別途作成する必要はありません。広告と無料リスティングでフィードを別にする、商品データがショッピング広告に記載されなくなる恐れがあります。



無料リスティングの掲載結果は Google Merchant Center で別途確認する

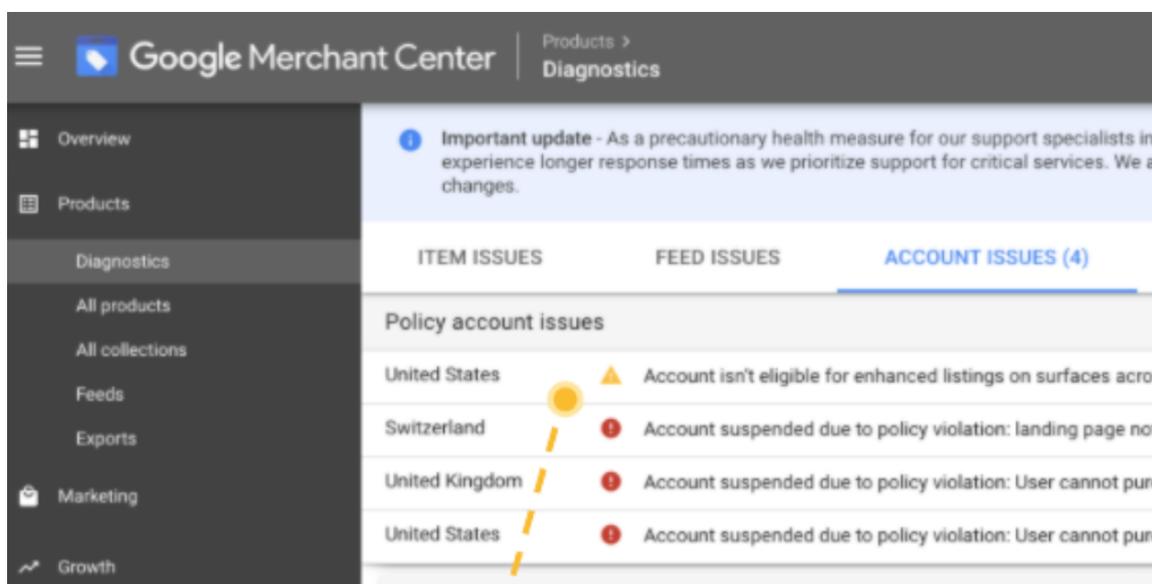
## 利用要件

商品が無料リスティングに表示されるようにするには、「[Google 掲載](#)」にご登録いただく必要があります。商品データの送信が完了している場合は、商品の掲載が自動で有効になることがあります。ご提供いただいた商品データが多いほど、掲載要件を満たすリスティングが増えることが見込まれます。

自社の商品を検索しているユーザーに対して、ショッピング タブの無料リスティングで訴求力を高めるためには、多くのデータが必要となります。詳しくは [データの要件](#) をご覧ください。

### 「Google 掲載」とショッピング タブの無料リスティングの違いとは？

ショッピング タブの無料リスティングは、「[Google 掲載](#)」に該当するリスティングの1つです。Google 掲載 に登録するとショッピング タブのほか、Google 検索、Google 画像検索、Google レンズなどのさまざまなリスティングに、商品を無料で掲載できます。



Google Merchant Center の [ 診断 ] ページで要件を満たしているかどうかをご確認ください。無料リスティングの利用要件は商品、フィード、アカウントごとに確認できます。

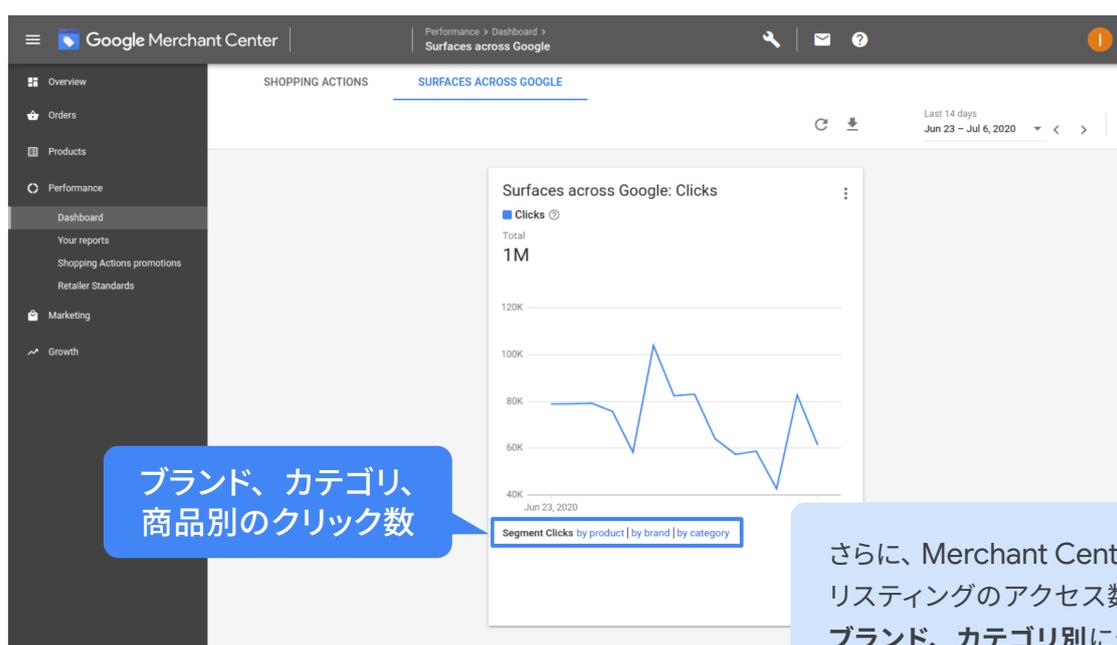
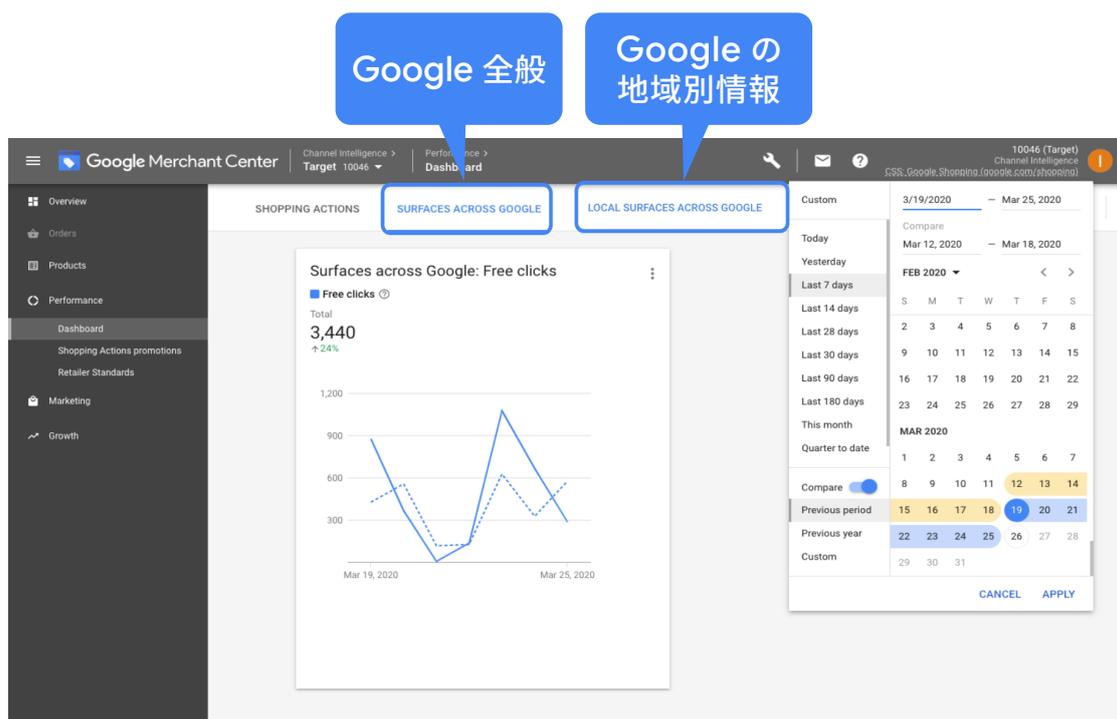


掲載を停止するには、[こちらの手順](#) に沿って、「Google 掲載」で表示されないように、商品、フィード、アカウントを削除してください。



# 無料リスティングのレポート

ショッピング タブの無料リスティングのリリースに伴い、Merchant Center の「パフォーマンス ダッシュボード」に 2 つの新しいタブが追加され、オンラインとローカルの在庫について、料金が発生しないクリックのレポートを Merchant Center で確認できるようになりました。



さらに、Merchant Center で無料リスティングのアクセス数を商品、ブランド、カテゴリ別に分割して、クリック レポートをさらに細かく分析することができます。