

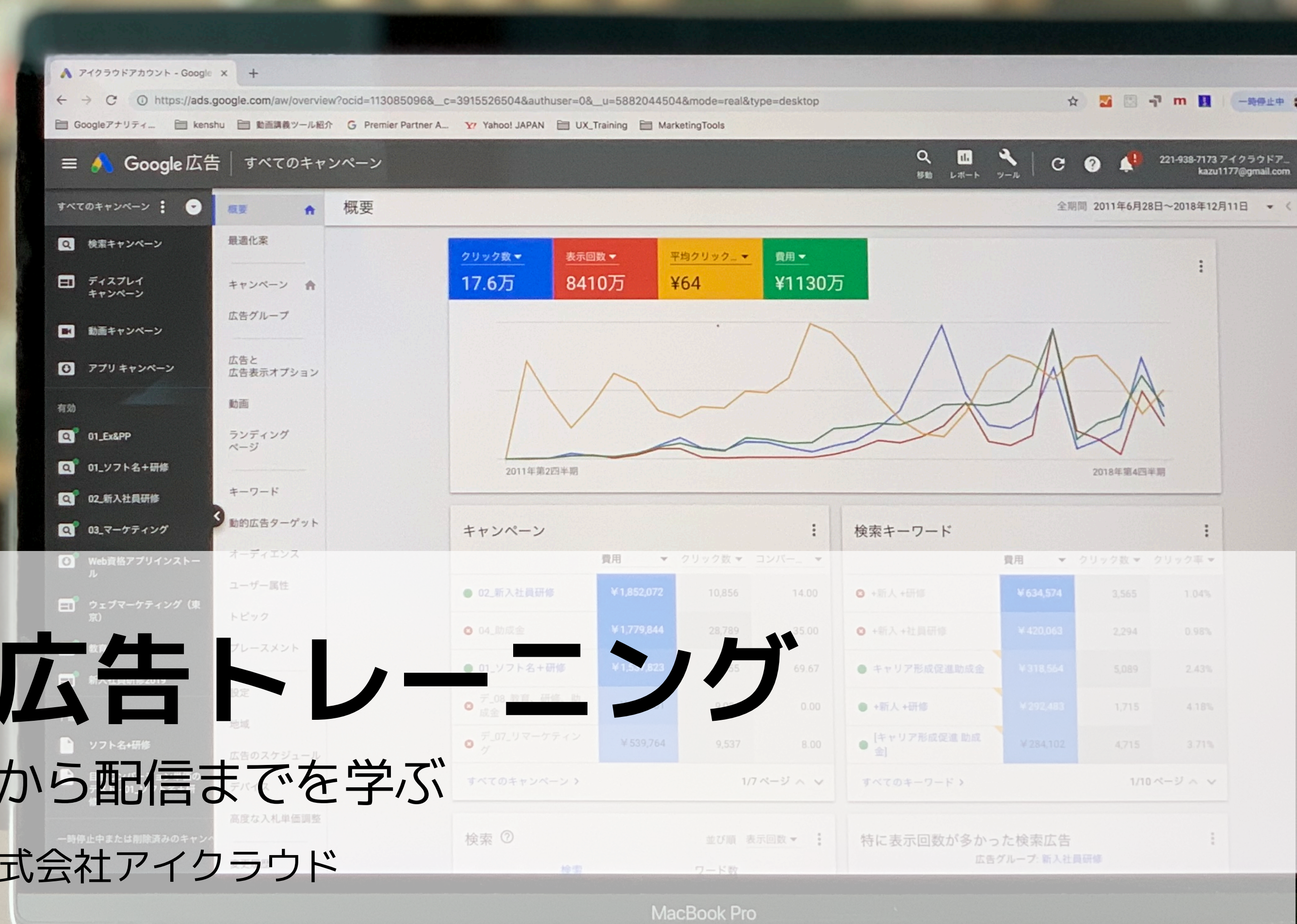
2日目資料 -Day2 Document-

Google 広告基礎 & 検索広告トレーニング

Google 広告の仕組みの理解と、検索広告の設定から配信までを学ぶ

担当講師 富田一年 kazutoshi TOMITA 提供企業 株式会社アイクラウド

icloud デジタル人材育成トレーニング



デジタルに関する人材育成
株式会社アイクラウド代表取締役

とみた

かずとし

富田一年

「むずかしい」をわかりやすく

Google Partners Academy認定トレーナー

GAIQ, Google 広告認定資格（全資格取得）

WACA 上級ウェブ解析士、ウェブ解析士マスター

WACA 2015/2016ベストトレーナー

Google 広告基礎&検索広告トレーニング

はじめに



はじめに | Google 広告基礎 & 検索広告トレーニング

3日間で学べること

1日目

デジタル マーケティング基礎

デジタルマーケティングの
全体像を理解し
考え方と用語を学ぶ

2日目

Google 広告基礎 検索広告

Google 広告の用語と仕組みの
理解と、検索広告の配信と
自動入札を学ぶ

3日目

Google 広告 ディスプレイ & 動画

ディスプレイ広告と動画広告の
フォーマットの違いや
ターゲティングの種類を学ぶ

3種類のトレーニングで デジタルの基礎が学べるオンライン授業

Google 広告基礎 & 検索広告(2日目)で学べること

1 日目

デジタル
マーケティング基礎

2 日目

Google 広告基礎
検索広告



3 日目

Google 広告
ディスプレイ & 動画

Google 広告
共通
(設定と管理)

検索広告
基礎

コンバージョンの
計測と自動入札

オフラインで利用される広告

109シリンダー広告



電車中吊り広告



街中の看板広告



テレビCM



バス広告



広告費用として
○日掲載して○円
という形態が一般的

オンラインで利用される広告

検索連動型広告

沖縄 ダイビング 資格

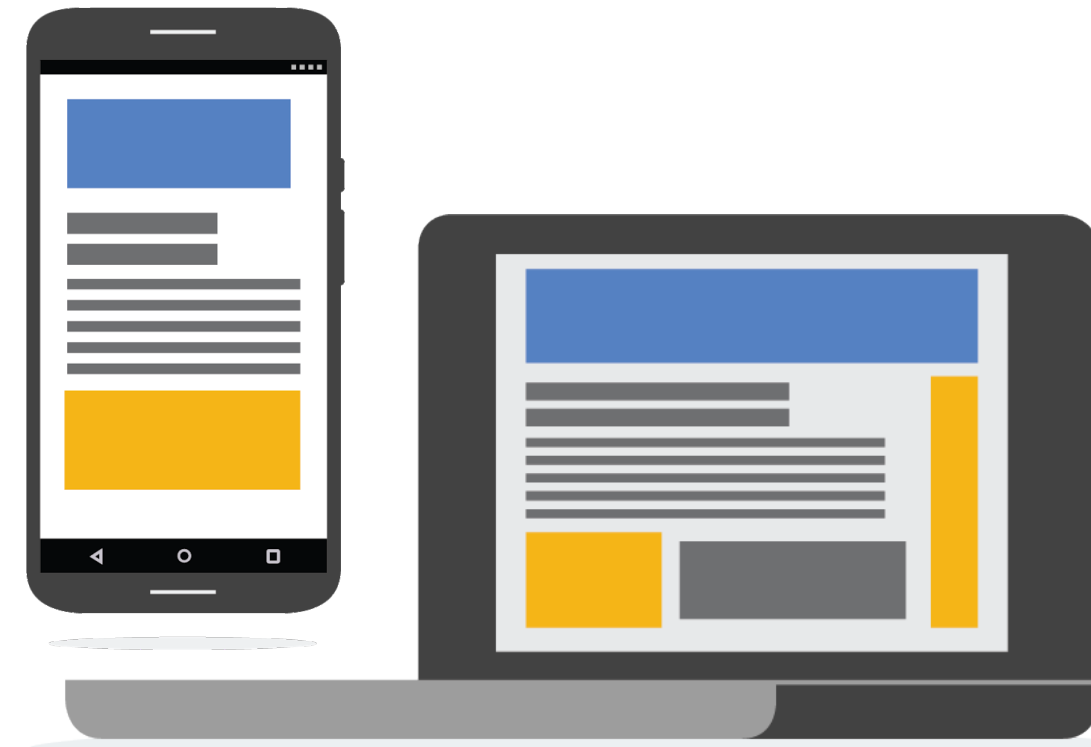


沖縄の綺麗な海でライセンス取得 - 先着
10名様特別プライス

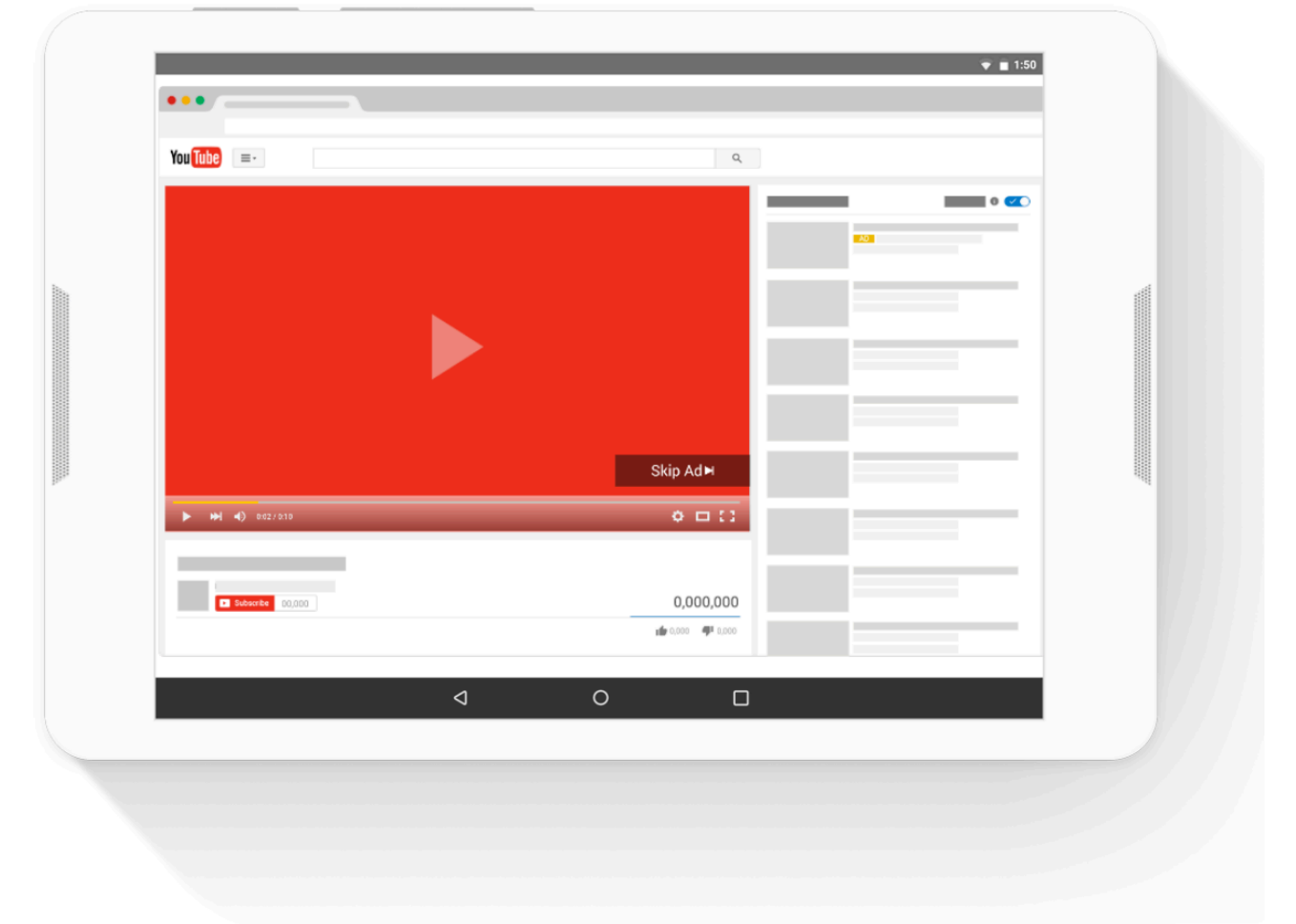
広告 www.example.com/

プールで練習後きれいな海で資格取得！
器材レンタル料込み19,800円より

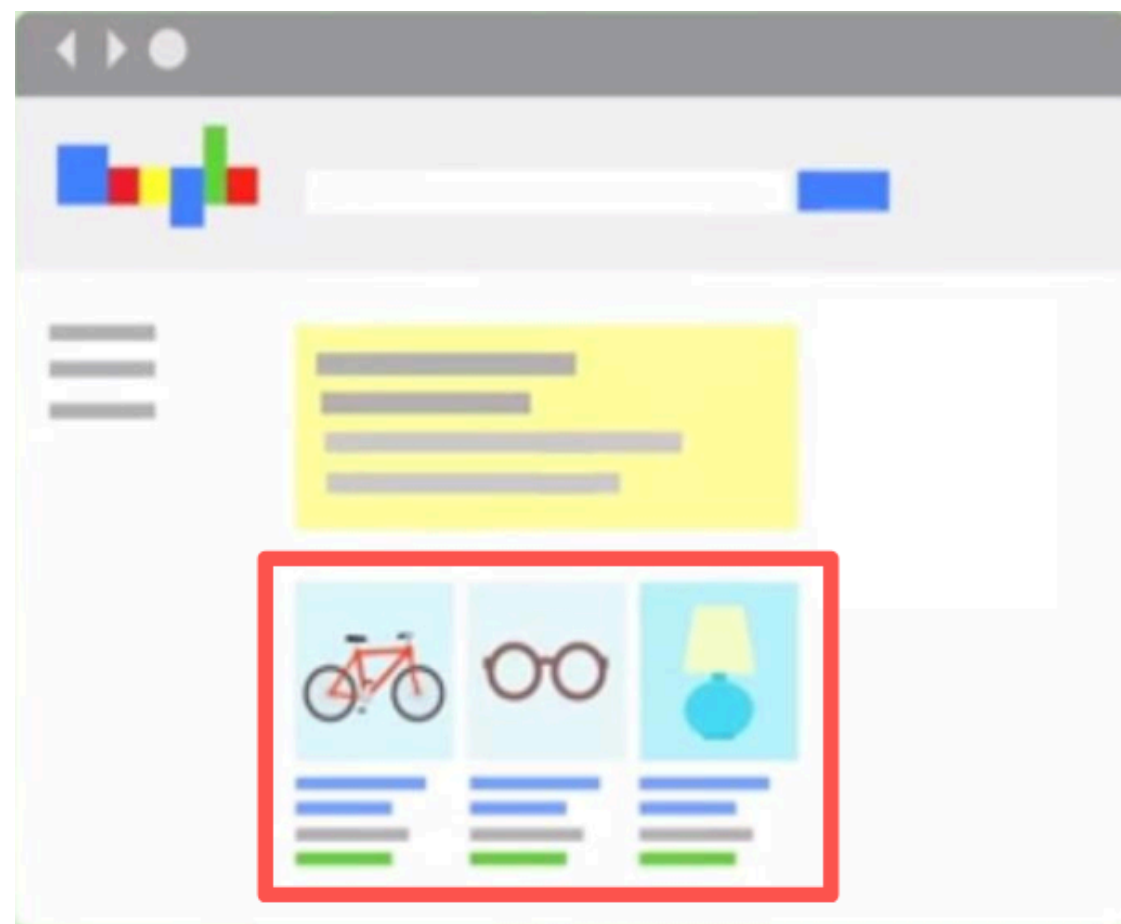
ディスプレイ広告



動画広告



ショッピング広告



アプリ広告

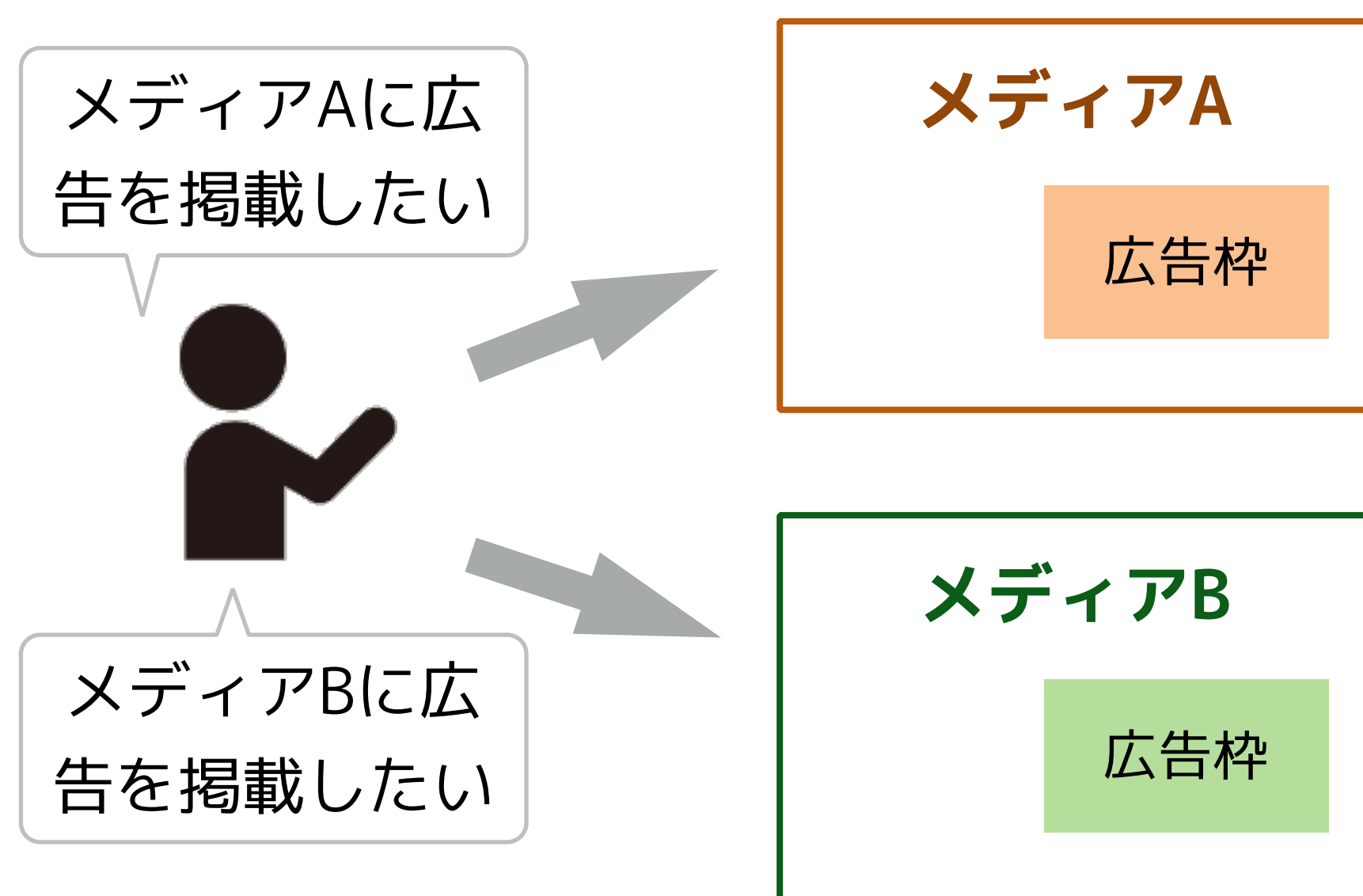


広告費用として
クリック、表示、視聴ごとに
課金という形態が一般的

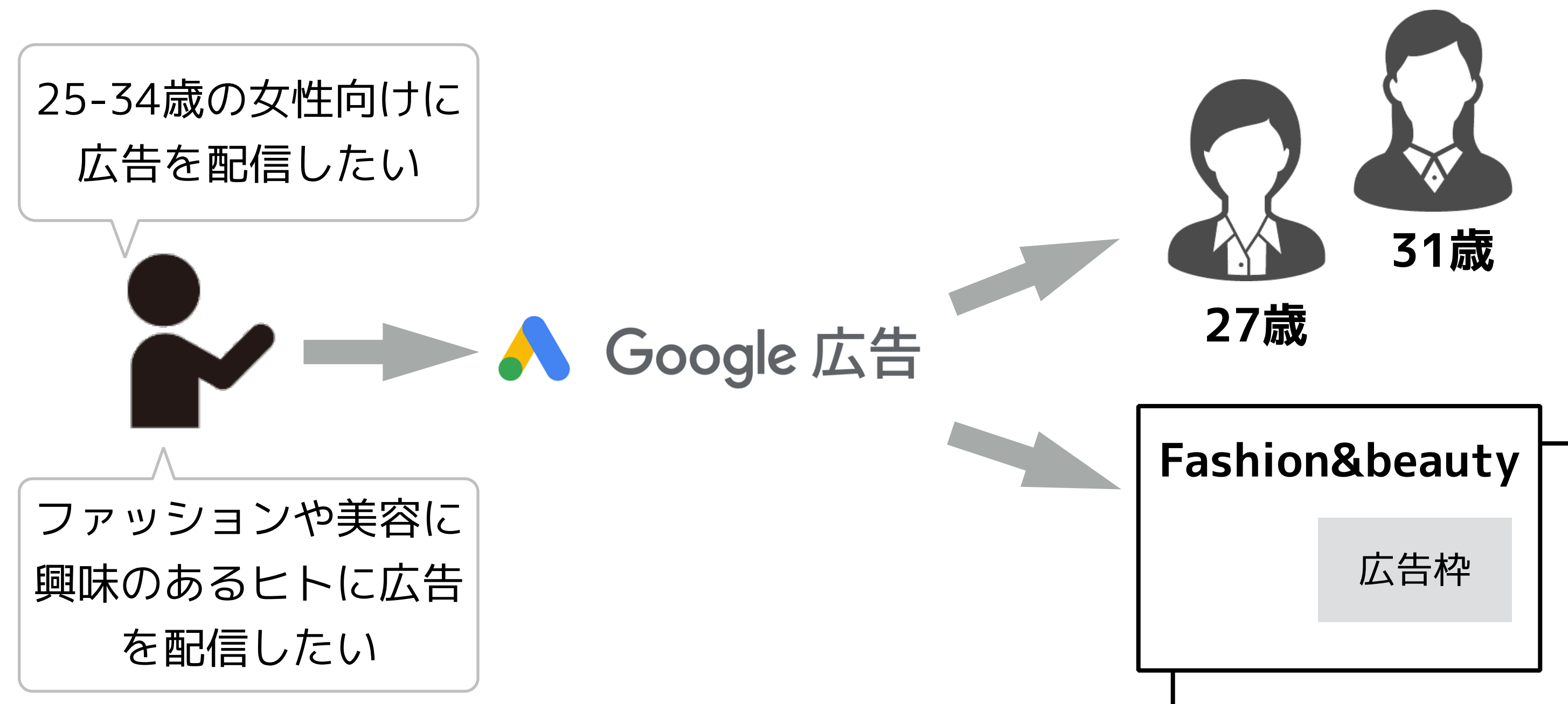
枠からヒトへ配信される広告

昔は枠へ配信される広告(いわゆる純広告)が中心でしたが、昨今は、枠だけでなくヒトへ配信される広告(技術を駆使した広告、アドテクノロジー)が中心です。Googleアカウント情報などをもとに、ユーザーの年齢や性別、興味関心、そしてウェブサイトのテーマなどに合わせて広告を配信することが可能です。

純広告（枠へ配信）



アドテクノロジー（ヒトへ配信）



※利用されるデータは匿名です。

また、ユーザーが提供するデータは自身でオプトイン、オプトアウトすることができます。

Google 広告基礎&検索広告トレーニング

第1章 Google 広告の仕組み



第1章 Google 広告の仕組み

Google 広告の概要

Chapter1

Google 広告の概要



Chapter2

広告管理と設定

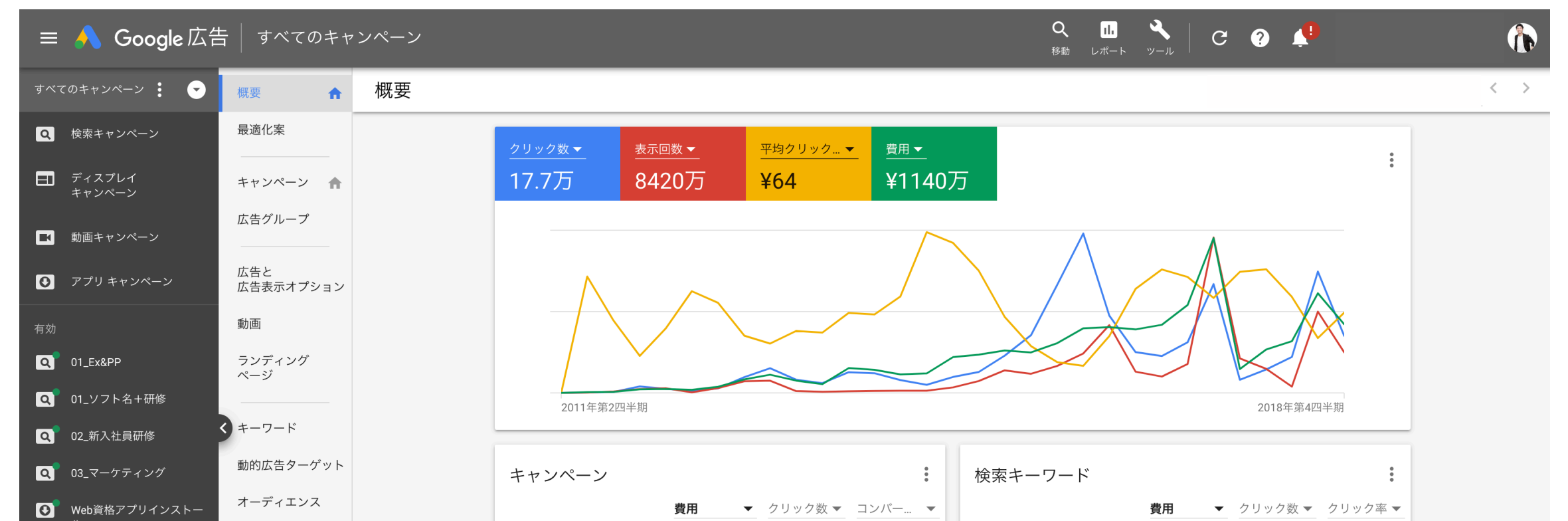
Google 広告とそのメリット

Google 広告とは、Googleが提供する広告配信や管理、広告運用サービスです。Google検索の結果画面に表示される検索広告や、テキスト広告、イメージ広告、動画広告など、目的や用途に合わせた広告配信をすることが可能です。Googleディスプレイネットワークは**全世界の90%のユーザーにリーチすることが可能**です。※Googleディスプレイネットワークについては後述。

Google 広告ログイン画面：<https://ads.google.com>



Google 広告の「概要」レポート画面



多様な広告配信手法

自社の商品・サービスに関心の高いユーザーにアプローチ可能

例：エリア（東京のみ、店舗から半径 5 km）、時間、年齢・性別、ユーザーの興味・関心などを設定し、ターゲティングした広告配信ができます

迅速・手軽

- 1.作成から入稿まですべてオンラインで実施
- 2.集客したいときに予算を変更して広告配信数を増加させたり、クリック単価もリアルタイムに調整可能

例：週末なのに予約が少ない飲食店が急遽予算を追加して広告配信数を増やす

効果が見える

オンライン広告は他媒体よりも成果を測りやすいため、広告が成果をあげているかどうか簡単に判断して、すぐに広告を編集・改善することが可能

例：成果が悪い広告は改善し、成果が高い広告は予算を増やしてさらに効果 UP

設定、他ツールとの連携などは右上のメニューから

共有ライブラリや、キーワードプランナーなどのツールは右上にあるメニューにまとめられています。

管理画面右上のボタンをクリックするとメニューが表示されます。

Google 広告

すべてのキャンペーン

移動

レポート

ツール

すべてのキャンペーン

▼

検索キャンペーン

ディスプレイ
キャンペーン

動画キャンペーン

アプリ キャンペーン

有効

🔍

🔍

🔍

🔍

🔍

🔍

📄

概要

🏠

概要

最適化案

キャンペーン

広告グループ

広告と
広告表示オプション

動画

ランディング
ページ

← キーワード

動的広告ターゲット

オーディエンス

ユーザー属性

トピック

クリック数 ▼

17.7万

2011年第2四半期

2018年第4四半期

📅 プランニング

📖 共有ライブラリ

📁 一括操作

🕒 測定

⚙️ 設定

📅 キーワード プランナー

📄 広告プレビューと診断

📄 ディスプレイ キャンペーン プランナ

👤 オーディエンス マネージャー

📄 入札戦略

📄 除外キーワード リスト

📄 共有予算

📄 プレースメントの除外リスト

📄 すべての一括操作

📄 ルール

📄 スクリプト

📄 アップロード

📄 コンバージョン

📄 Google アナリティクス

📄 検索アトリビューション

📄 請求とお支払い

📄 ビジネスデータ

📄 アカウントのアクセス権

📄 リンク アカウント

📄 各種設定

📄 Google Merchant Center

📄 キャンペーン

費用 ▼

クリック数 ▼

コンバー...

● 02_新入社員研修

¥1,869,257

10,917

14.00

❌ 04 助成金

¥1,779,844

28,789

35.00

📄 検索キーワード

費用 ▼

クリック数 ▼

クリック率 ▼

❌ +新人 +研修

¥634,574

3,565

1.04%

❌ +新入 +社員研修

¥420,063

2,294

0.98%

各種メニューの名称について

ページメニュー

アカウントのさまざまなページをクリックし、キーワード、広告表示オプション、設定を確認することができます。

検索、レポート、ツール

請求額、各種ツールへのアクセス、コンバージョントラッキング、レポートなどを開くことができます。

ナビゲーションパネル

キャンペーン、広告グループを切り替えることができます。

Google 広告

すべてのキャンペーン

移動

レポート

ツール

リフレッシュ

ヘルプ

すべてのキャンペーン

概要

最適化案

キャンペーン

広告グループ

広告と広告表示オプション

動画

ランディングページ

キーワード

動的広告ターゲット

オーディエンス

ユーザー属性

トピック

プレースメント

設定

地域

広告のスケジュール

概要

キャンペーン、広告グループなどビジュアル化されたカードが表示され、掲載結果を確認することができます。

17.7万

8420万

¥64

¥1140万

キャンペーン

	費用	クリック数	コンバー...
02_新入社員研修	¥ 1,869,257	10,917	14.00
04_助成金	¥ 1,779,844	28,789	35.00
01_ソフト名+研修	¥ 1,538,166	7,556	69.67
デ_08_教育、研修、助成金	¥ 741,161	9,084	0.00
デ_07_リマーケティング	¥ 539,764	9,537	8.00

検索キーワード

	費用	クリック
+新人 +研修	¥ 634,574	3,
+新人 +社員研修	¥ 420,063	2,
キャリア形成促進助成金	¥ 318,564	5,
+新人 +研修	¥ 299,954	1,
[キャリア形成促進 助成金]	¥ 284,102	4,

カード

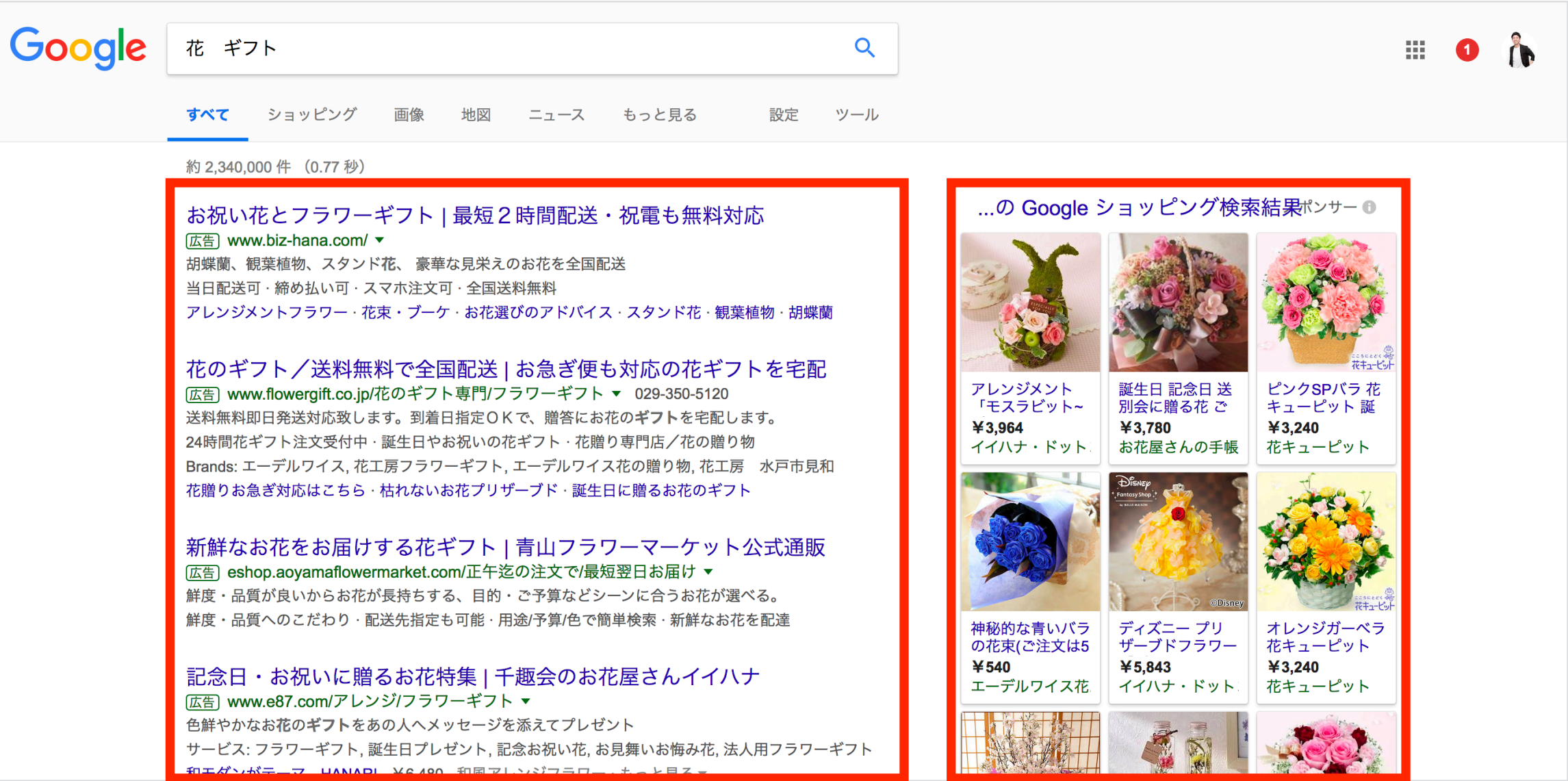
各種カードにはビジュアル化された掲載結果が表示されます。

Googleネットワークとは

Googleネットワークとは、Google 広告を表示できるすべての場所のことをいい、大きく以下の2つのネットワークがあります。

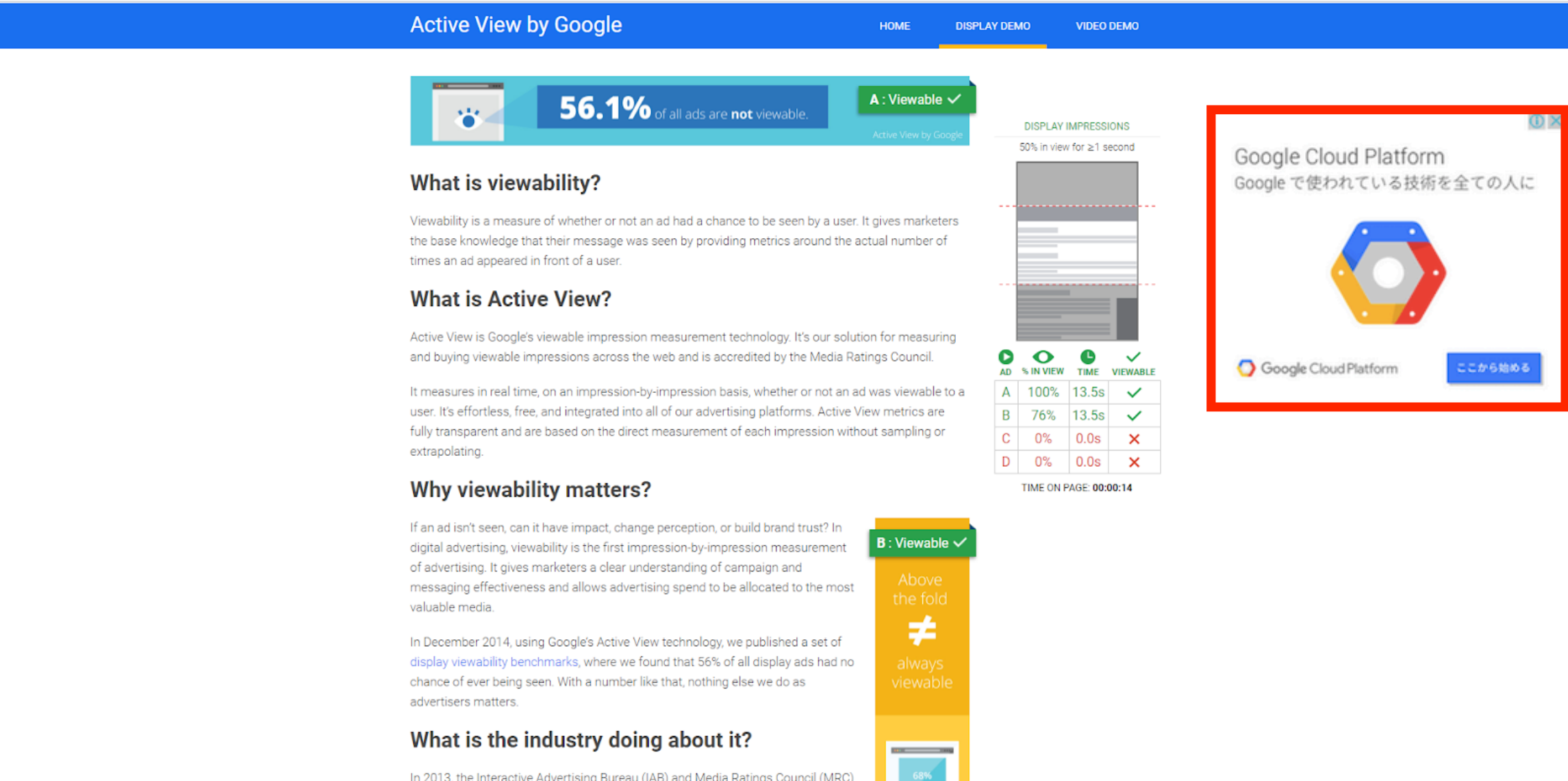
Google 検索ネットワーク

Google Search Network



Google ディスプレイネットワーク

Google Display Network(GDN)



Google検索、およびGoogleパートナーサイトに
広告を表示することができます。

※Googleパートナーサイト：Infoseek、au one、Dメニュー、goo.ne.jp、livedoor.comなど

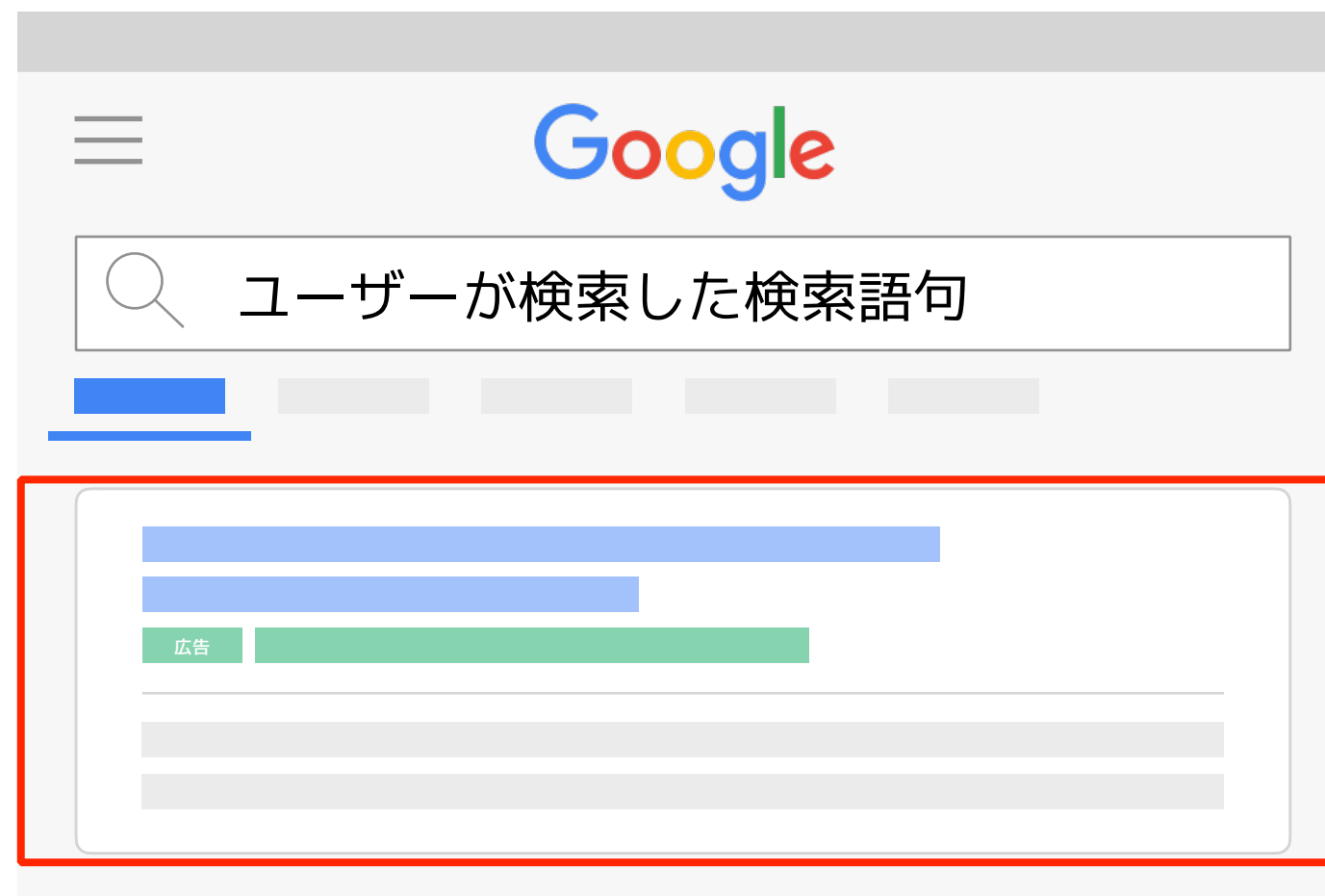
300万以上のウェブサイト&モバイルアプリに
広告を表示することができます。

※YouTube、Gmailなど、Googleサイトにも掲載。

2日目,3日目で学べる広告の種類

検索広告

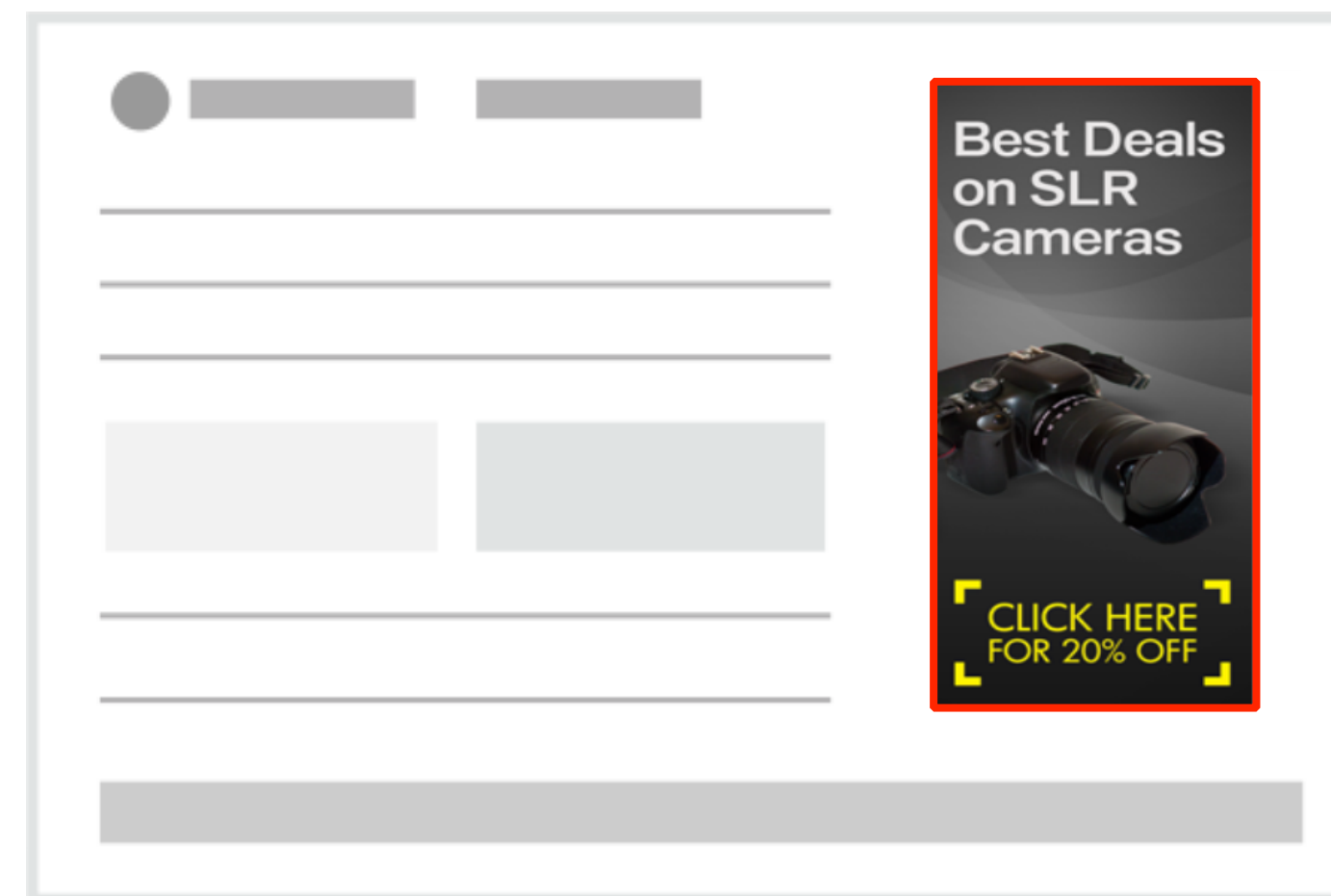
ユーザーが検索した検索語句にあわせて広告を表示



Google検索
ネットワーク

ディスプレイ広告

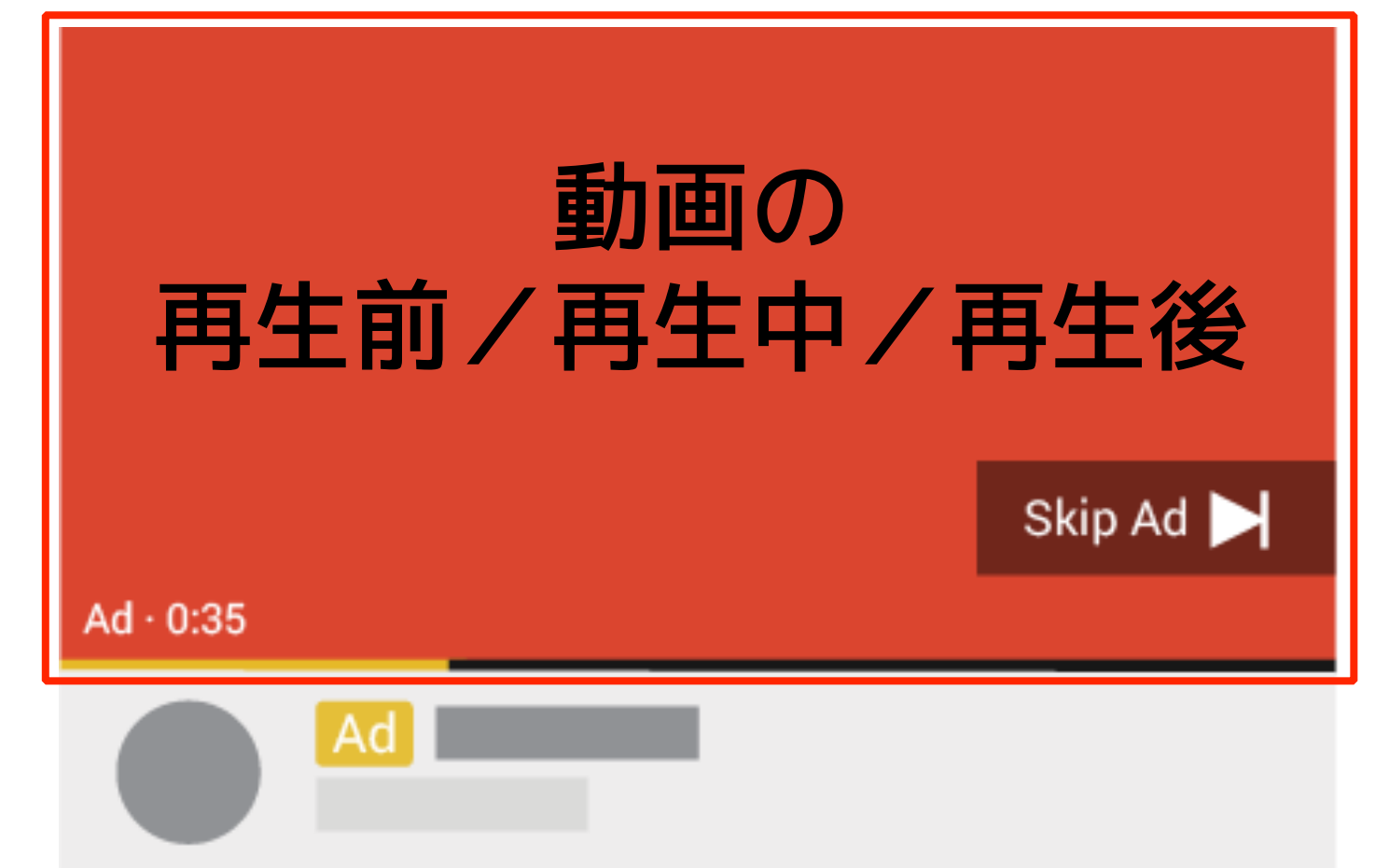
300万以上のウェブサイト & モバイルアプリに広告を表示



Googleディスプレイ
ネットワーク(GDN)

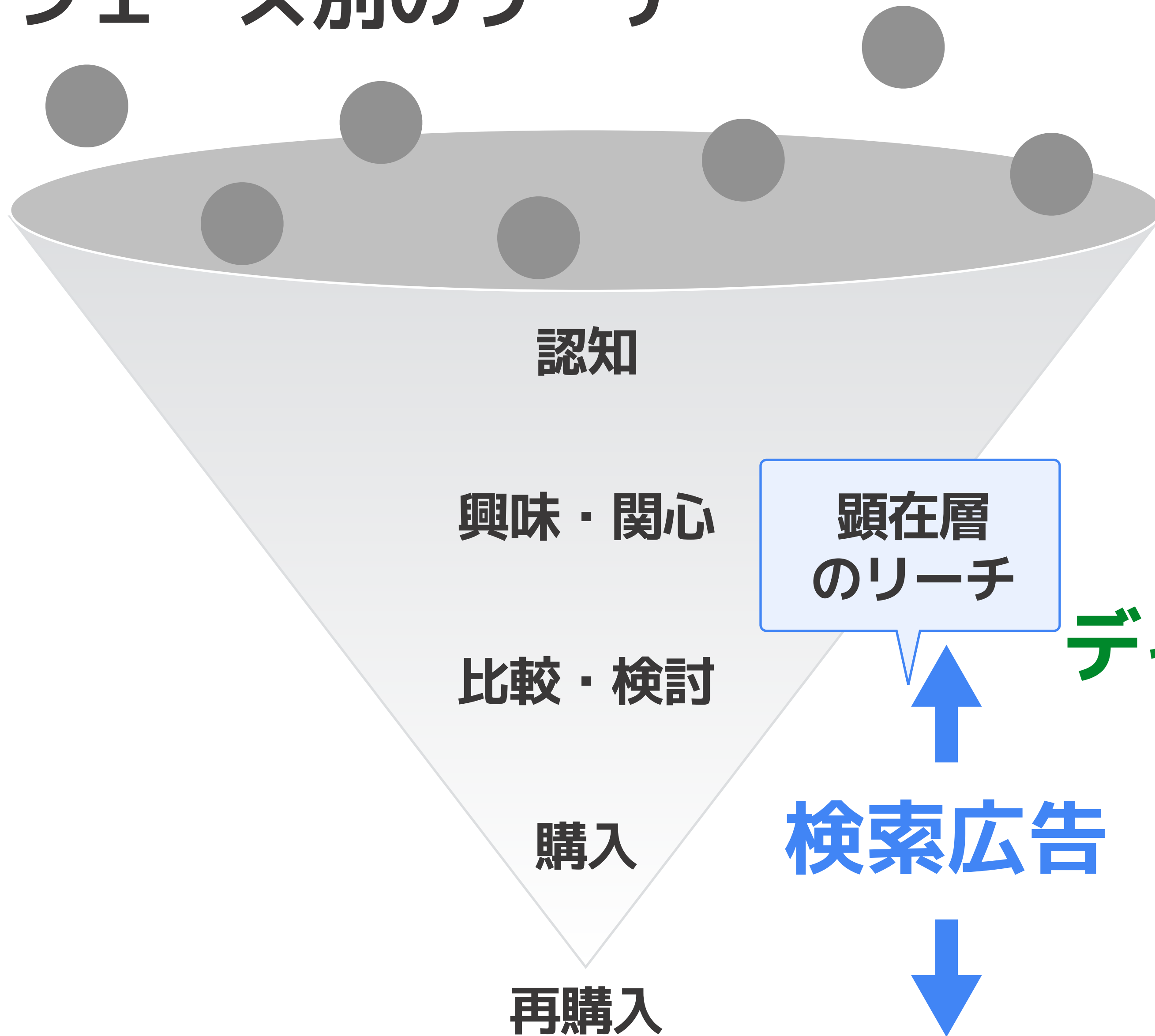
動画広告

ユーザーが閲覧する動画、YouTubeの検索結果画面などに動画広告を表示



YouTube(GDN)

フェーズ別のリーチ



目的に合わせて広告タイプを選択しましょう。

潜在層・顕在層
のリーチ

ディスプレイ広告

動画広告

潜在層・顕在層
のリーチ

検索広告

問題：理解度テストをやってみましょう

Google 広告 理解度テスト①

テレビや出版物、ラジオからオンラインへ広告を切り替えようと考えているクライアントがいます。投資収益率の観点から見て、従来型メディアと比べたオンライン広告のメリットは何ですか。

- 1)従来型メディアは露出するだけだが、オンライン広告なら売上が立つことが保証されている
- 2)従来型メディアの場合は四半期ベースの予算を事前に決める必要があるが、オンライン広告なら一ヶ月単位で固定予算を設定できる
- 3)従来型メディアは成果を測定しにくいだが、オンライン広告なら細かく測定可能で、クリックに関するデータを分析できる
- 4)オンライン広告は従来型メディアよりコストがかからない

Google 広告 理解度テスト②

Google ディスプレイ ネットワークのリーチはどのくらいですか。

- 1)世界のインターネット ユーザーの 40% 以上
- 2)世界のインターネット ユーザーの 50% 以上
- 3)世界のインターネット ユーザーの 60% 以上
- 4)世界のインターネット ユーザーの 90% 以上

問題解答：理解度テスト①

テレビや出版物、ラジオからオンラインへ広告を切り替えようと考えているクライアントがいます。投資収益率の観点から見て、従来型メディアと比べたオンライン広告のメリットは何ですか。

- 1)従来型メディアは露出するだけだが、オンライン広告なら売上が立つことが保証されている
- 2)従来型メディアの場合は四半期ベースの予算を事前に決める必要があるが、オンライン広告なら一ヶ月単位で固定予算を設定できる
- 3)従来型メディアは成果を測定しにくいだが、オンライン広告なら細かく測定可能で、クリックに関するデータを分析できる
- 4)オンライン広告は従来型メディアよりコストがかからない

正解

3)従来型メディアは成果を測定しにくいだが、オンライン広告なら細かく測定可能で、クリックに関するデータを分析できる

解説

オンライン広告は他媒体よりも成果を測りやすいため、広告が成果をあげているかどうか簡単に判断して、すぐに広告を編集・改善することが可能です。

Google 広告広告のメリット

ターゲティング
精度の高さ

迅速・手軽

効果が見える

問題解答：理解度テスト②

Google ディスプレイ ネットワークのリーチはどのくらいですか。

- 1)世界のインターネット ユーザーの 40% 以上
- 2)世界のインターネット ユーザーの 50% 以上
- 3)世界のインターネット ユーザーの 60% 以上
- 4)世界のインターネット ユーザーの 90% 以上

正解

4)世界のインターネット ユーザーの 90% 以上

解説

Googleディスプレイネットワークでは、世界中のインターネットユーザーの90%以上に広告をリーチすることが可能です。



第1章 Google 広告の仕組み

広告管理と設定

Chapter1

Google 広告の概要



Chapter2

広告管理と設定

アカウントの階層構造

アカウント構造の考え方は重要です。各階層で設定できること、管理できることを理解しておきましょう。



アカウントの階層構造：ゴルフショップの例

ゴルフ専門ショップ Example Golf

ad@examplegolf.com / パスワード / 予算消化状況

ゴルフクラブ

15,000円 / 検索 / 日本語・日本 / 毎日

ゴルフウェア

10,000円 / ディスプレイ / 日本語・日本 / 毎日

ドライバー

プロ御用達のドライバー - 人気商品取り揃え

www.examplegolf.com

高性能ドライバーが特価！
即日発送、全国送料無料

- ・ゴルフ ドライバー
- ・ゴルフ ドライバー 通販
- ・ドライバー ランキング...

アイアン

プロ御用達のアイアン - 人気商品取り揃え

www.examplegolf.com

高性能アイアンが特価！
即日発送、全国送料無料

- ・ゴルフ アイアン
- ・ゴルフ アイアン 通販
- ・アイアン ランキング...

ポロシャツ

ゴルフ用ポロシャツなら - 人気商品取り揃え

www.examplegolf.com

各種ブランドが大特価！
即日発送、全国送料無料

- ・ポロシャツ ゴルフ
- ・ポロシャツ お洒落 ゴルフ
- ・ゴルフポロシャツブランド...

パンツ

ゴルフ用パンツなら - 人気商品取り揃え

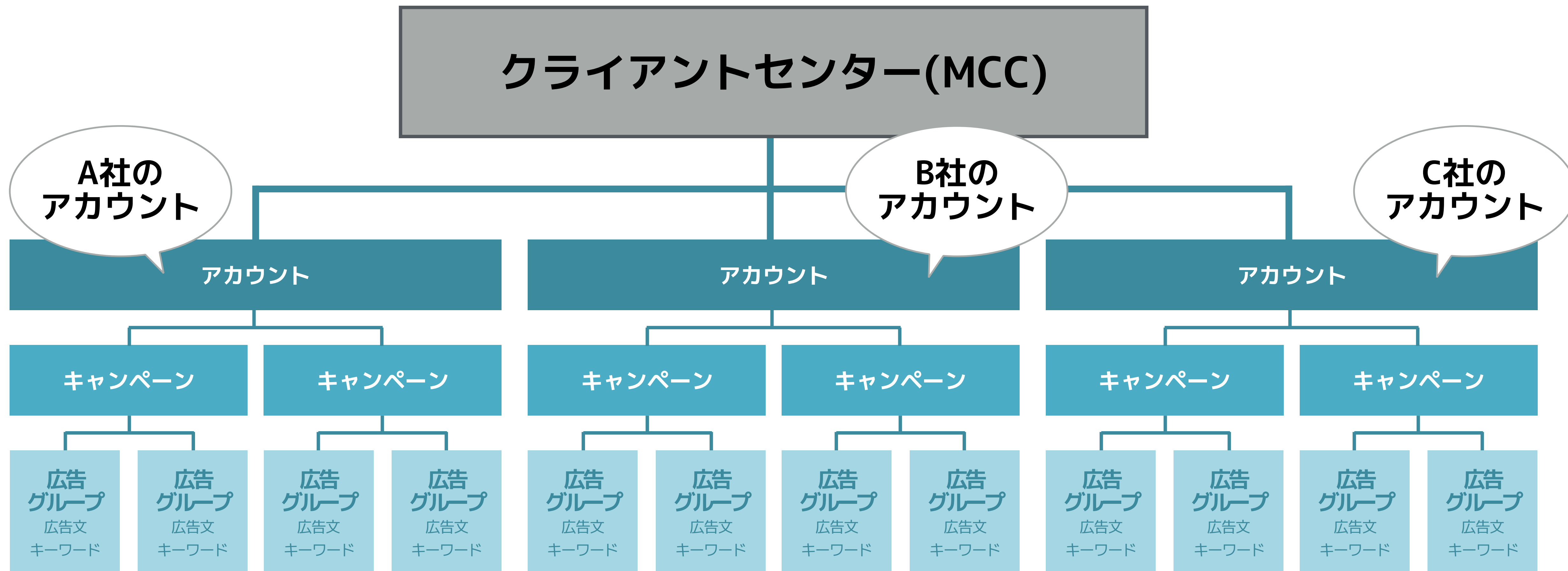
www.examplegolf.com

各種ブランドが大特価！
即日発送、全国送料無料

- ・ゴルフ パンツ
- ・ゴルフ スラックス
- ・ゴルフ パンツ ブランド...

参考：クライアントセンター(MCC)とは

クライアントセンター(MCC:My Client Center)とは、1回のログインで、複数のGoogle 広告アカウントを包括的に管理することができるものです。



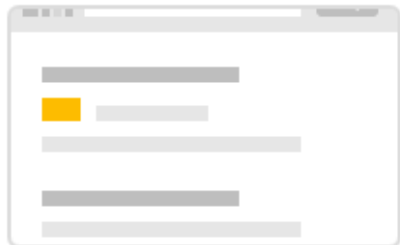
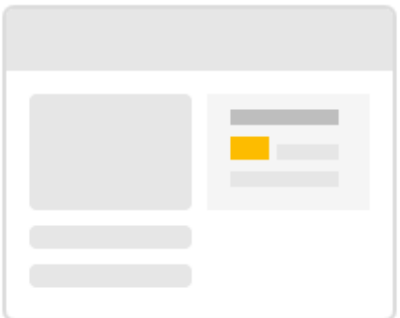
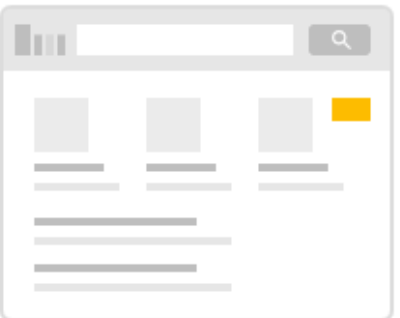
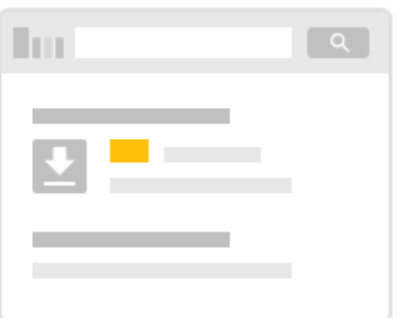
参考：キャンペーンで達成したい目標とキャンペーンタイプ

キャンペーンを作成すると、最初にキャンペーンで達成したい目標を選択します。達成したい目標を選択すると、それに合わせてキャンペーンタイプやキャンペーン設定がされるようになっています。

キャンペーンで達成したい目標

 販売	 見込み客の獲得	 ウェブサイトのトラフィック	 商品やブランドの比較検討	 ブランド認知度とリーチ	 アプリのプロモーション	 目標設定せず キャンペーン作成
オンライン、アプリ内、電話、店舗での売り上げの向上を図ります	ユーザーの行動を促し、見込み顧客やその他のコンバージョン獲得につなげます	適切なユーザーがサイトにアクセスするよう促します	ユーザーの興味を引き付けて、商品やサービスを検討するように促します	幅広いユーザーにリーチして認知度を向上します	アプリのインストール数とインタラクション数を増やします	目標を指定せず、利用可能なキャンペーンタイプを使用してキャンペーンを細かく設定します

キャンペーンタイプ

検索  お客様の商品やサービスに関心があるユーザーにテキスト広告を表示します	ディスプレイ  ウェブ全体にさまざまな種類の広告を配信します	ショッピング  ショッピング広告を通じて商品を宣伝します	動画  YouTube とウェブ全体でユーザーにリーチします	アプリ  Google のネットワーク全体でアプリのインストールを促します
--	---	--	--	---

Google 広告の仕組み | Google 広告基礎 & 検索広告トレーニング

キャンペーンで設定できること

検索キャンペーンの作成(設定)画面

×

新しいキャンペーンを作成

🔍

検索

📊

レポート

🔧

ツールと設定

?

🔔

👤

1

キャンペーン設定を選択する

2

広告グループを設定する

3

広告を作成する

4

確認する

全般設定

タイプ: 検索

✎

キャンペーン名

Search-39

⬆

ネットワーク

📊

検索ネットワーク

登録したキーワードと関連性の高い語句で検索が行われたときに、Google の検索結果の横や他の Google サイトに広告が表示されます

☒ Google 検索パートナーを含める ⓘ

📱

ディスプレイ ネットワーク

サイトや動画、アプリを利用している関連性の高いユーザーに対し、インターネットの全域で広告が表示されます

☒ Google ディスプレイ ネットワークを含める ⓘ

▼ 設定をすべて表示

地域

ターゲット地域を選択してください ⓘ

☐ すべての国と地域

☒ 日本

☐ 別の地域を入力する

🔍

ターゲットにする地域や除外する地域を入力

国や地域、都市などを入力します

検索オプション

▼ 地域の設定

キャンペーンで設定できる内容

配信するネットワーク

地域

言語

1日の予算

単価設定 (入札戦略)

広告のスケジュール

広告表示オプション

XX駅徒歩1分のヨガスタジオ

広告 www.example.com/

0円体験実施中 | 最大2ヶ月無料で通い放題

理想的な美しい身体になる

体験レッスン

¥0

ヨガ初心者でもOK

通い放題

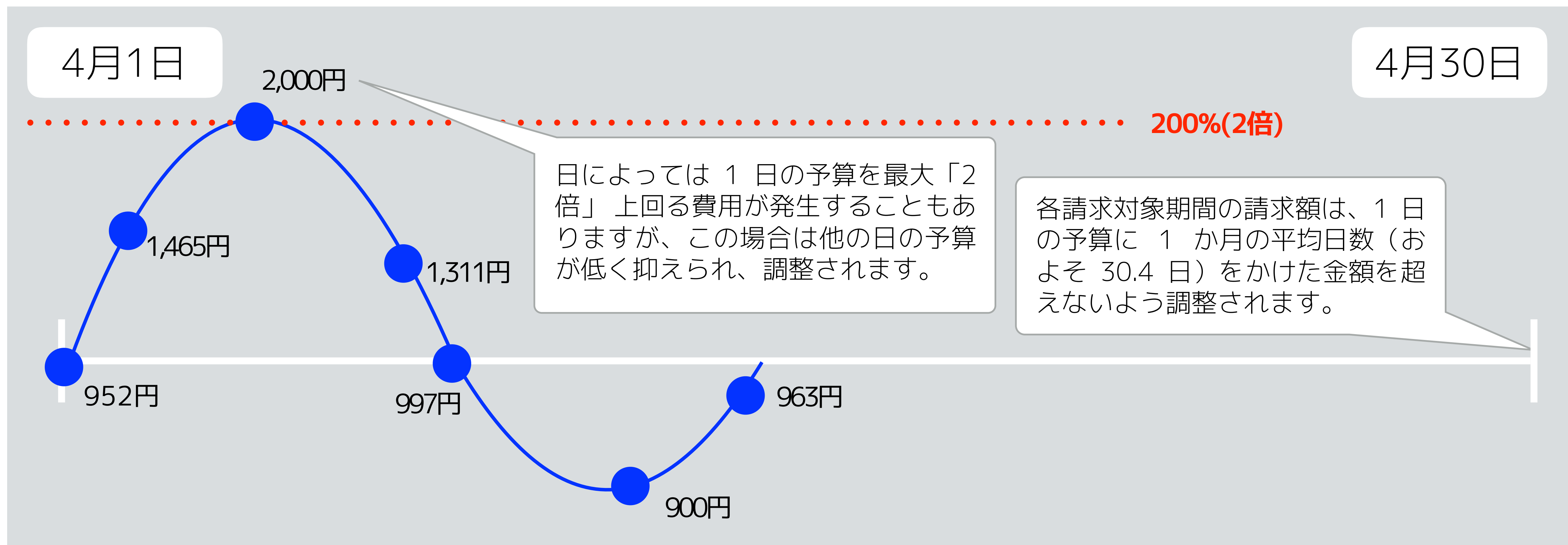
¥8,900円/月

最大2ヶ月0円

1日の予算について

1日の予算とは、個々の広告キャンペーンに設定する金額で、1日にお支払い可能な費用の平均額です。予算に達すると、通常、その日の広告掲載は停止（制限）されます。1日の広告掲載のペースは、広告配信オプションによって決まります。

1日の予算：1,000円で設定した場合



【再掲載】アカウントの階層構造

アカウント構造の考え方は重要です。各階層で設定できること、管理できることを理解しておきましょう。



効果的なテキスト広告の作成

**価格、特典
限定サービスを
記載する**

例：2980 円～,
3 月末まで入会金無料など

**複数の広告を
比較する**

広告のローテーションで、どの広
告が最も効果的なのか確認

**ユーザーの
検索語句を
含める**

ユーザーが探している情報に関す
る広告であることをアピール

**広告とランディ
ングページを
一致させる**

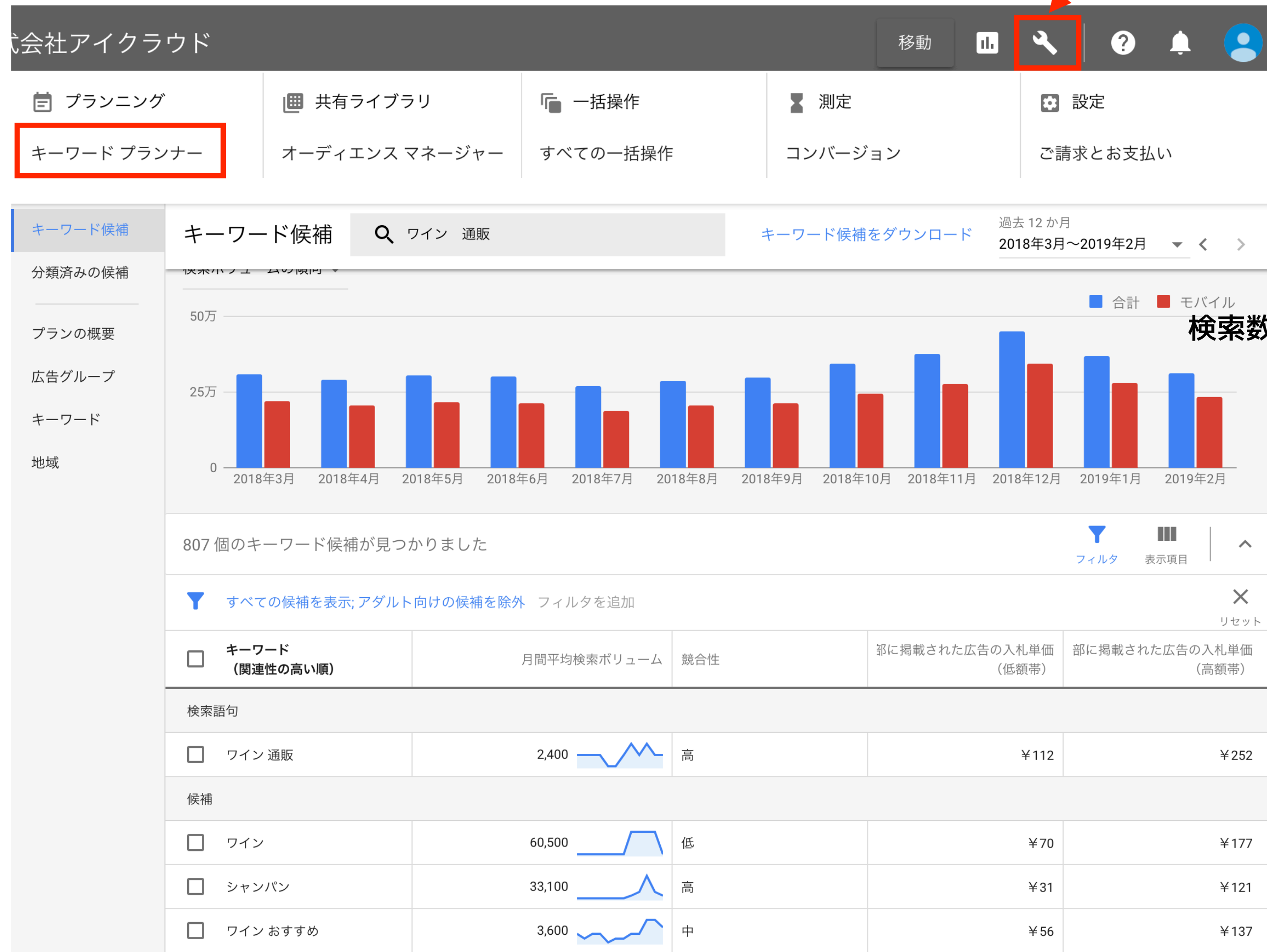
広告で宣伝している商品情報の
ページや優待情報を含める

**ユーザーに
行動を促す**

例：「ご注文」
「お申込み」「お見積り」など

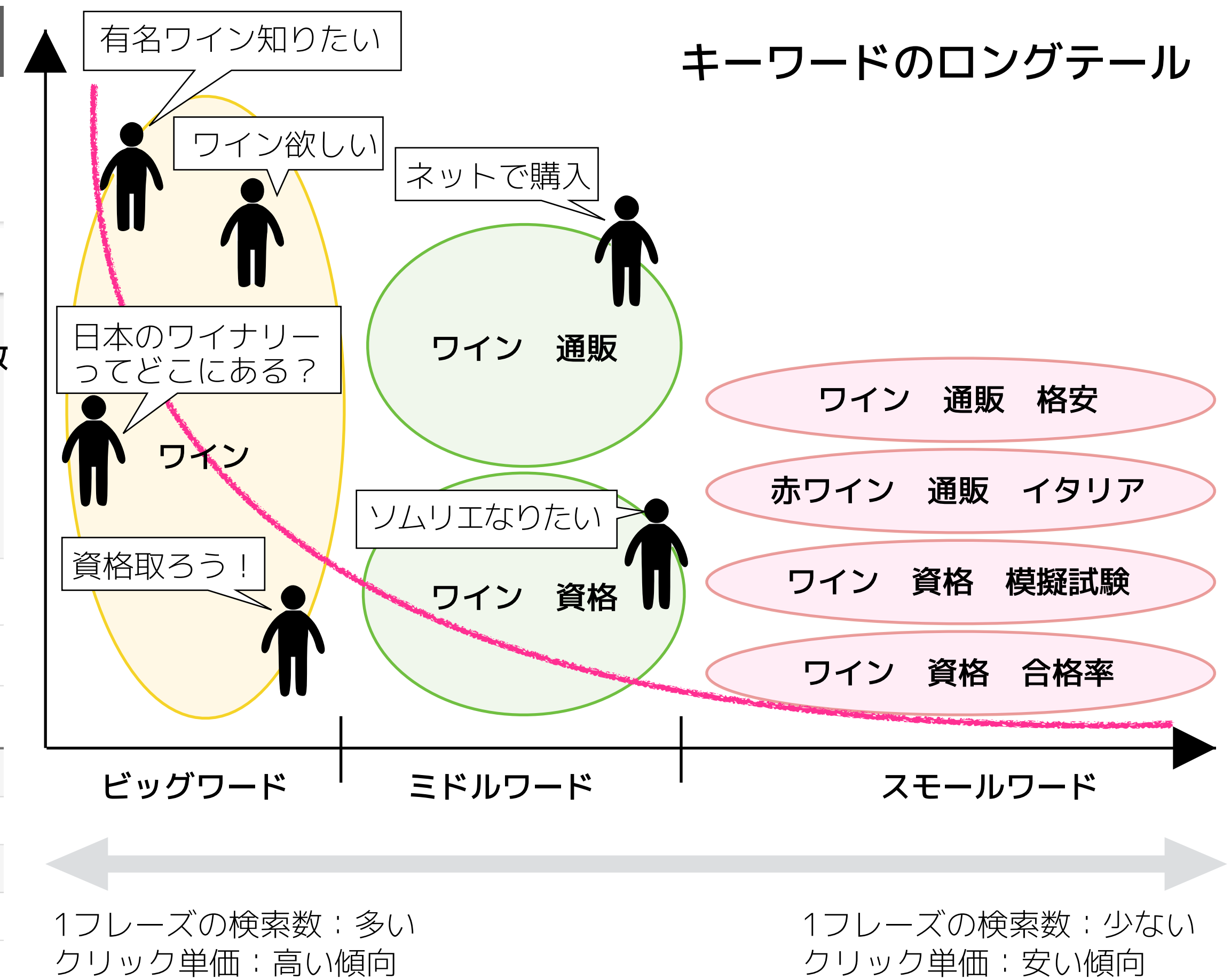
キーワードプランナー：キーワードをリサーチするツール

Googleキーワードプランナーは、Google検索されているキーワードの月間検索ボリュームや推奨入札単価、広告における競合性などを調べることができるツールです。



クリックするとメニューが開きます

キーワードのロングテール



キーワードのマッチタイプ

キーワードを入稿する際、完全に一致した時に広告を表示させる「完全一致」や、一部が一致した時に広告を表示させる「部分一致」などがあります。それぞれの違いを理解しましょう。

マッチタイプ	定義	広告グループに設定したキーワード	広告が表示される検索語句の例	広告が表示されない検索語句の例	使用方法
部分一致	キーワードの語句だけでなく、キーワードに関連する語句に対しても広告を表示。*表記のゆれに対応	テニス シューズ	テニス シューズ シューズ テニス テニス シューズ ブランド テニス 靴		キーワードの拡張が働くため、様々な検索で広範囲のユーザーに広告が表示される可能性が高まる
+絞り込み部分一致	語順にかかわらず、指定したキーワードが検索語句に含まれる場合に広告を表示 *表記のゆれに対応	+テニス シューズ	テニス シューズ セール テニス 靴 ブランド	スポーツ シューズ	宣伝内容と特に関連性が高い重要なキーワードを限定しながら、部分一致キーワードを組み合わせることで拡張を働かせる
“フレーズ一致”	指定したキーワードと同じ語順のフレーズで検索された場合に広告を表示 *表記のゆれに対応	"テニス シューズ"	赤 テニス シューズ テニス シューズ 購入	シューズ テニス テニス 靴	部分一致キーワードよりも具体性・関連性が増すためクリック率やコンバージョン率向上が期待されるが、そのぶんリーチは狭くなる
[完全一致]	指定したキーワードで検索したユーザーだけに広告を表示。*表記のゆれに対応	[テニス シューズ]	テニス シューズ	赤 テニス シューズ テニス 靴	マッチタイプの中で最も表示対象を絞り込むため、フレーズ一致よりもさらに少ない費用でクリック率やコンバージョン率の向上が期待される
-除外	指定した語句で検索が行われた場合に広告が表示されなくなる。	テニス シューズ -ジュニア	テニス シューズ テニス シューズ ブランド	ジュニア用 テニス シューズ ジュニア テニス 靴	検索語句レポートを確認し、関連性が低い検索語句での広告表示が多い場合は、除外を検討する

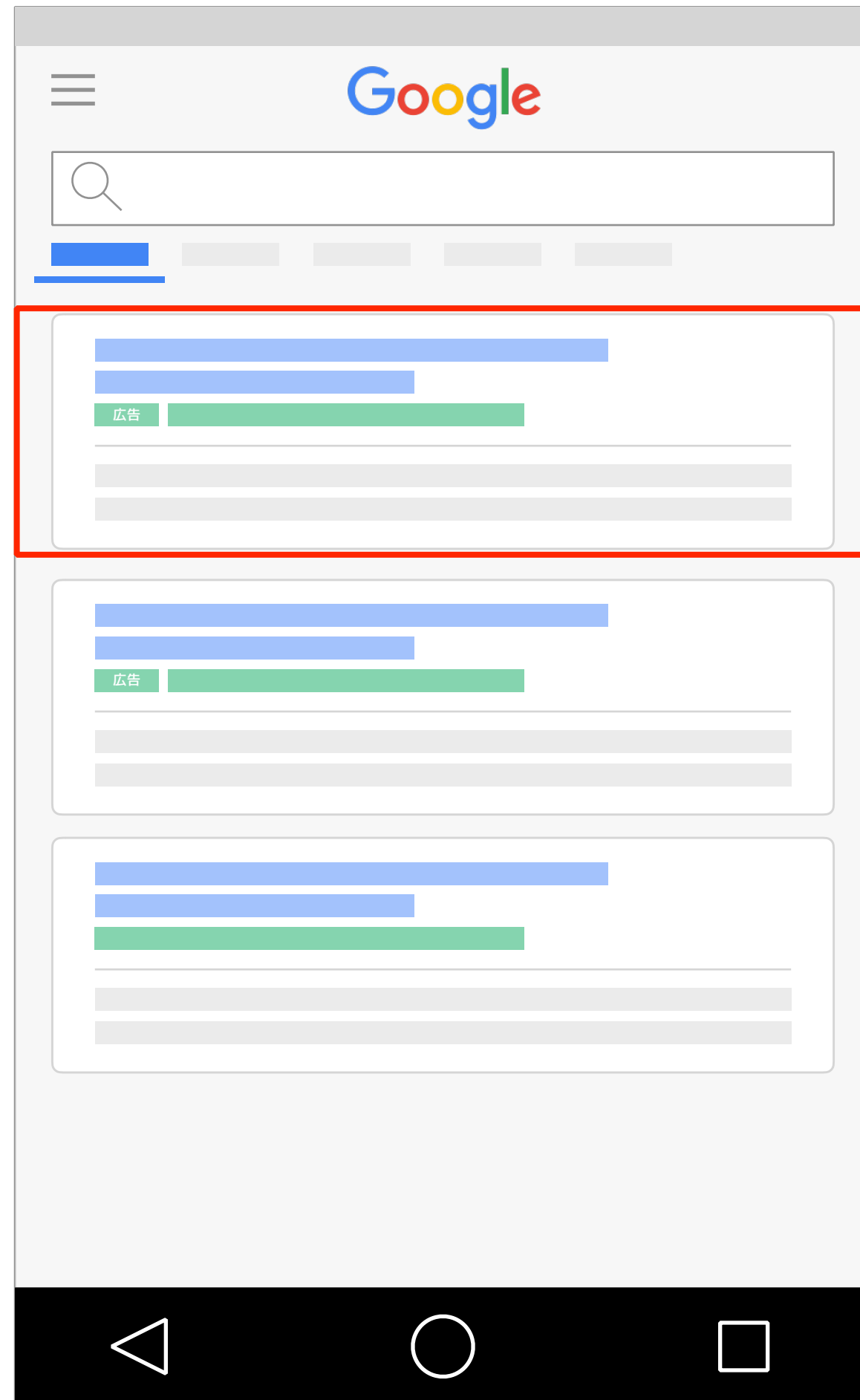
Google 広告基礎&検索広告トレーニング

第2章 検索広告

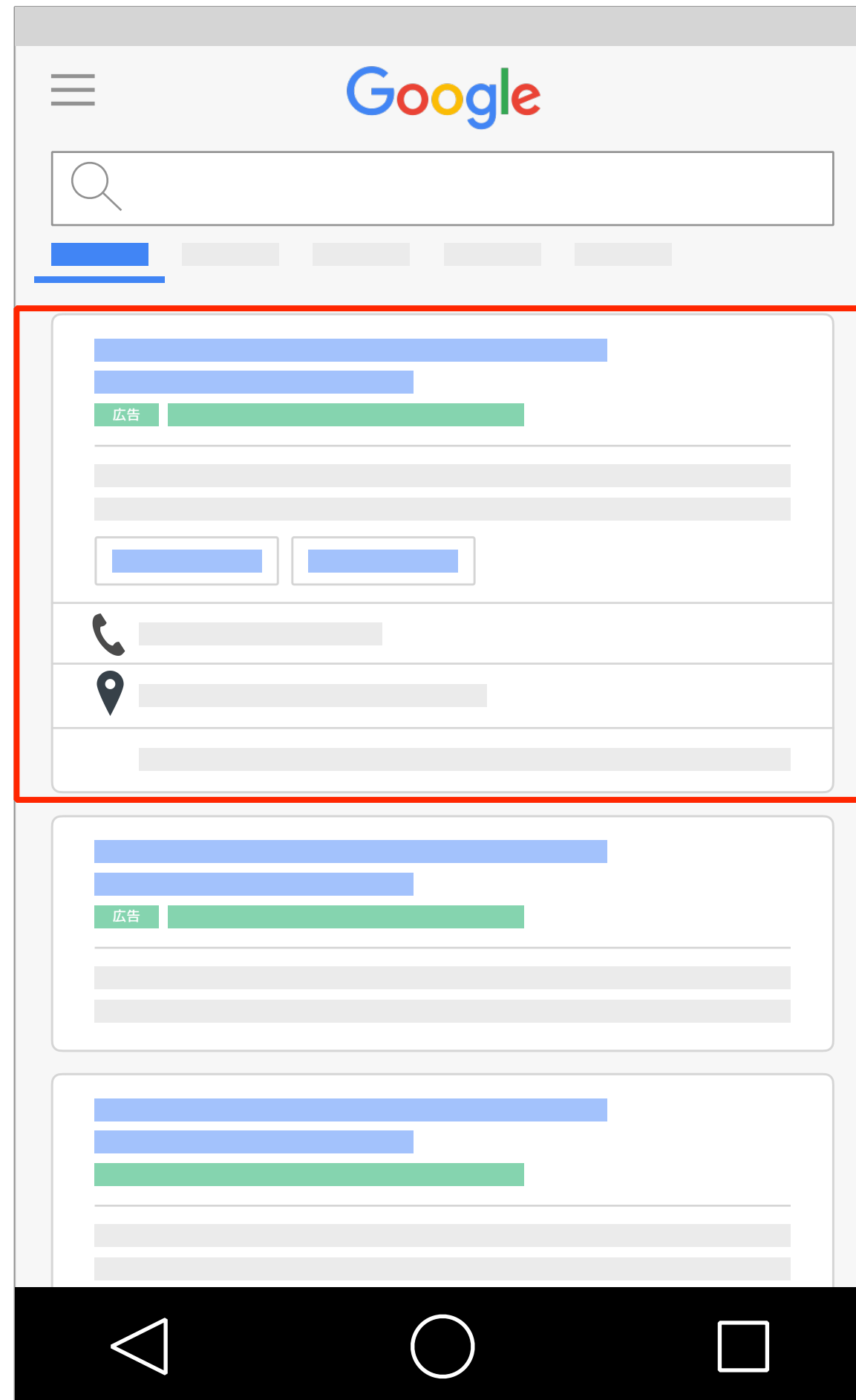


広告フォーマット：検索広告

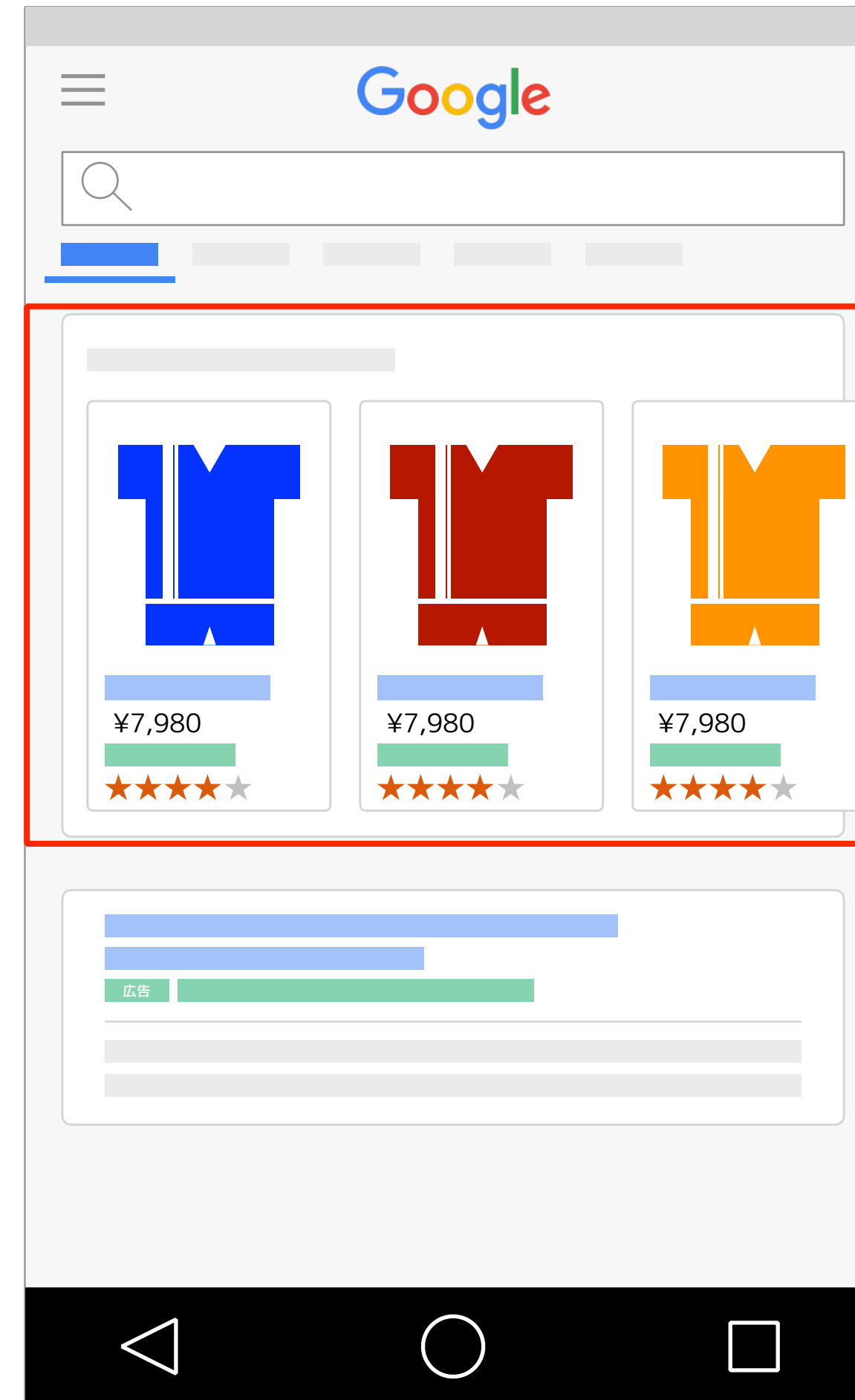
テキスト広告



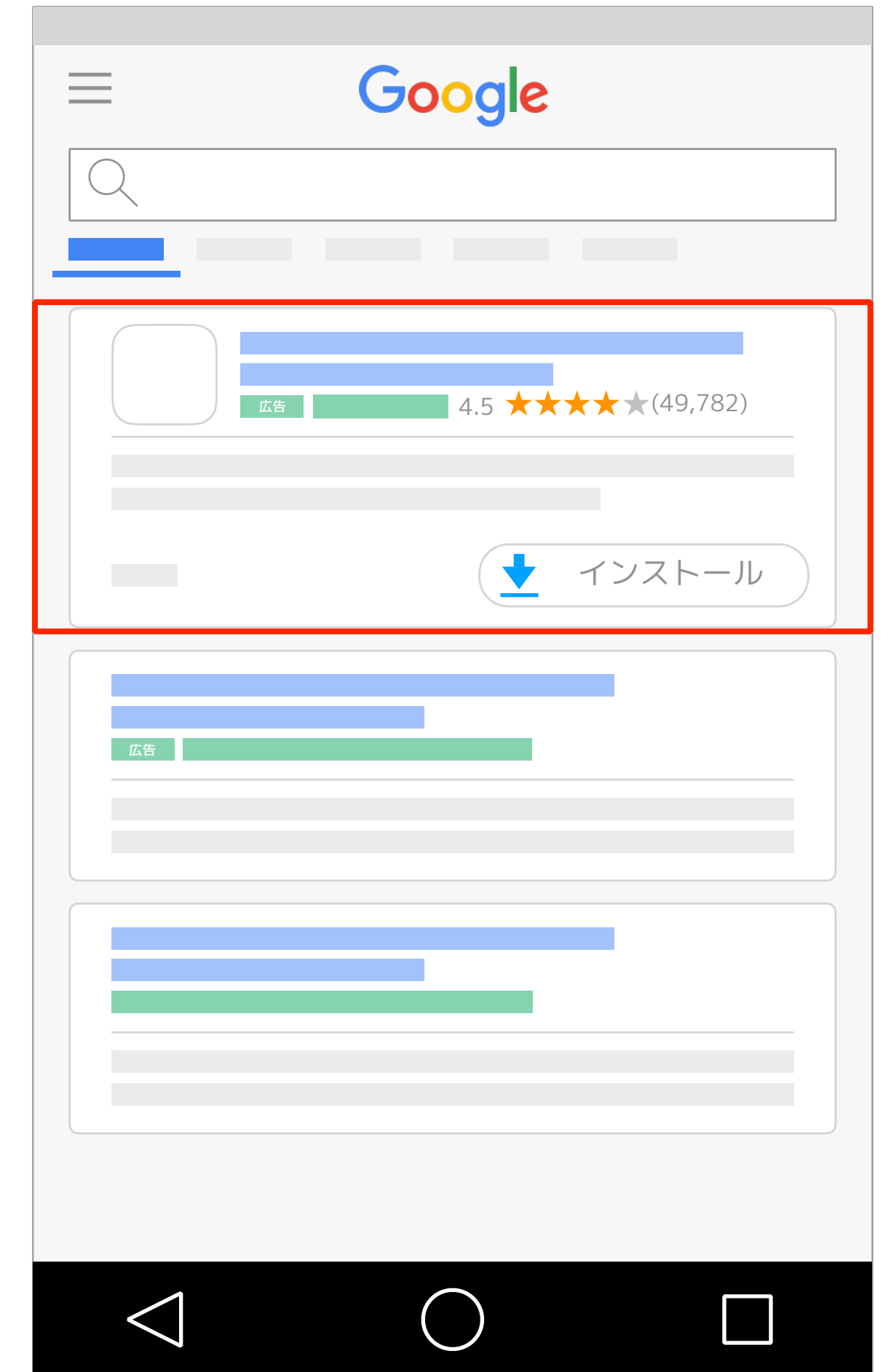
テキスト広告 (広告表示オプション使用)



ショッピング広告

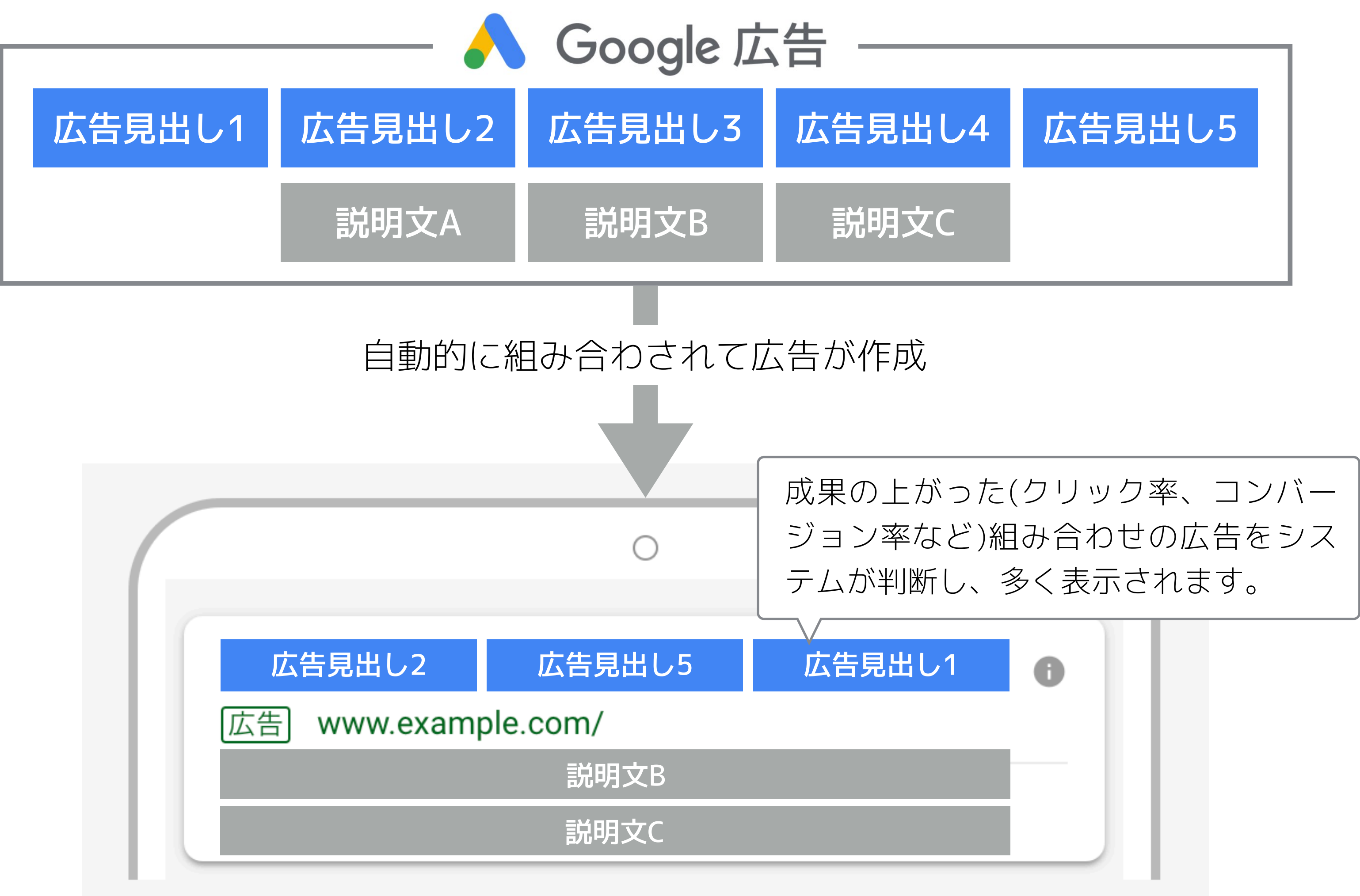


アプリインストール広告



レスポンス検索広告

レスポンス検索広告を利用すれば、複数の広告見出しと説明文を作成することで、それらが自動的に組み合わせられて広告が作成されます。



最終ページ URL

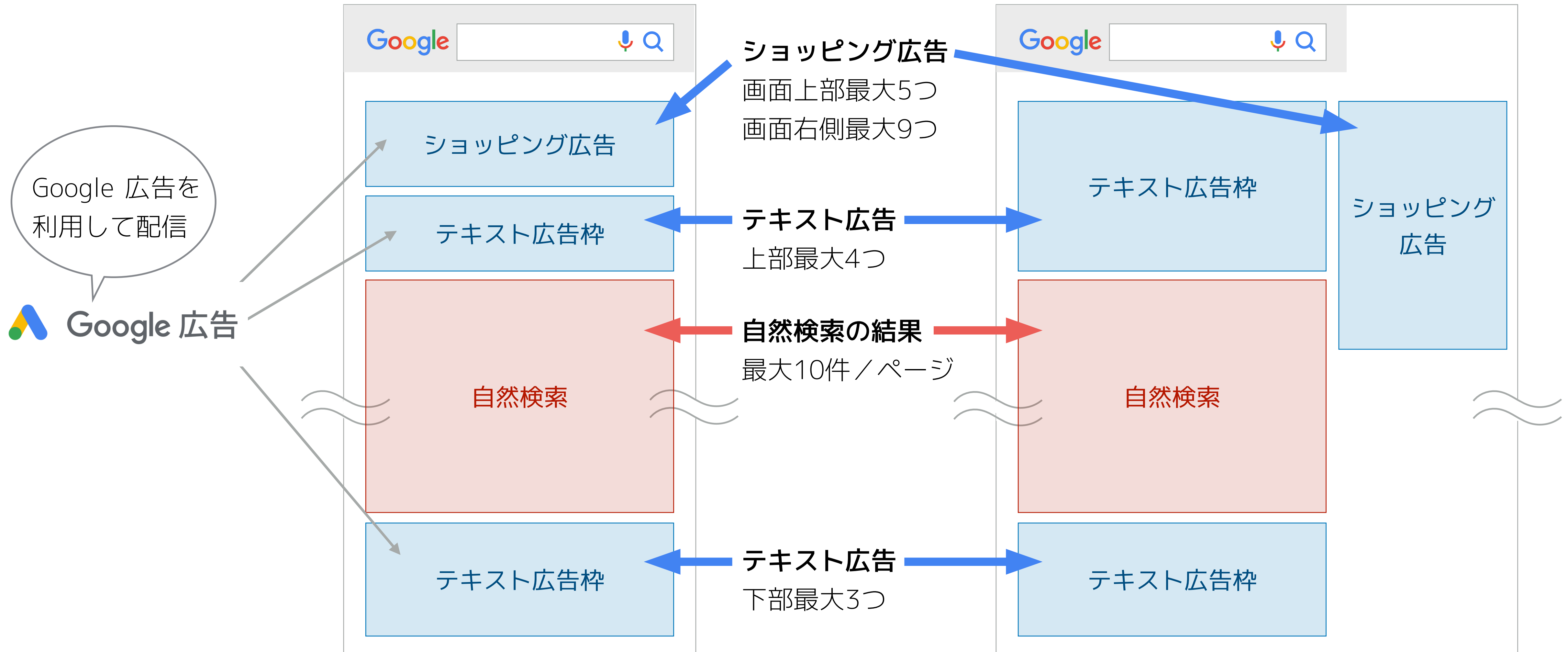
表示 URL ?
www.example.com / /
0 / 15 0 / 15

広告見出し ?
新しい見出し
0 / 30
新しい見出し
0 / 30
新しい見出し
0 / 30
新しい見出し
0 / 30
新しい見出し
0 / 30
新しい見出し
0 / 30
[広告見出しを追加](#)

説明文 ?
新しい説明文
0 / 90
新しい説明文
0 / 90
[説明文を追加](#)

Google検索ネットワーク

広告主様が登録したキーワードと関連性の高い語句でユーザーが検索した際、Google検索結果やGoogle検索パートナーサイト(au one、infoseek(楽天)、livedoor.comやgoo.ne.jpなど)に広告を表示させることができます。



検索広告：検索ネットワークの配信までの流れ

広告主様が登録したキーワードと関連性の高い語句で検索が行われた際に、Google検索結果や、他の検索サイト(Googleパートナーサイト)に広告が表示されます。Google検索ネットワークは、ユーザーが「〇〇が欲しい」「情報を探している」「悩んでいる」といったユーザーが何かを求めて検索している際に広告を表示させることができます。

登録したキーワード

登録した広告とキーワード

沖縄の綺麗な海でライセンス取得 - 先着10名様特別プライス

広告

www.example.com/

プールで練習後きれいな海で資格取得！
器材レンタル料込み19,800円より

- 沖縄 ダイビング 資格
- 沖縄 スキューバ ライセンス
- 沖縄 スキューバ 資格取得

ユーザーが検索する

ユーザーの検索語句

沖縄 ダイビング 資格

スキューバ 資格 沖縄

沖縄 スキューバ 資格

沖縄 海水浴

広告が表示される

検索結果画面

Google

沖縄 ダイビング 資格

すべて 画像 地図 ニュース ショッピング もっと見る 設定 ツール

約 724,000 件 (0.67 秒)

沖縄の綺麗な海でライセンス取得 - 先着10名様特別プライス

広告

www.example.com

プールで練習後綺麗な海で資格取得！器材レンタル料込み19,800円より

3泊4日沖縄の海でライセンス取得 - お客様満足度92%

広告

www.example.com

空港からの無料送迎あり。安心・快適にCカードを取得！

沖縄ダイビング | ダイビングライセンス取得が格安的那覇オーシャン ...

okinawa-od.com/ ▼

事前学習により現地での講習時間が短縮できる為、格安の料金設定が可能になりました。ダイビング未経験者、体験ダイビング経験者の方、専用コースです。もしも、当店よりも安いお店があればその料金で対応させていただきます。お問い合わせください。

沖縄ダイビングやライセンスの取得なら「バグース」

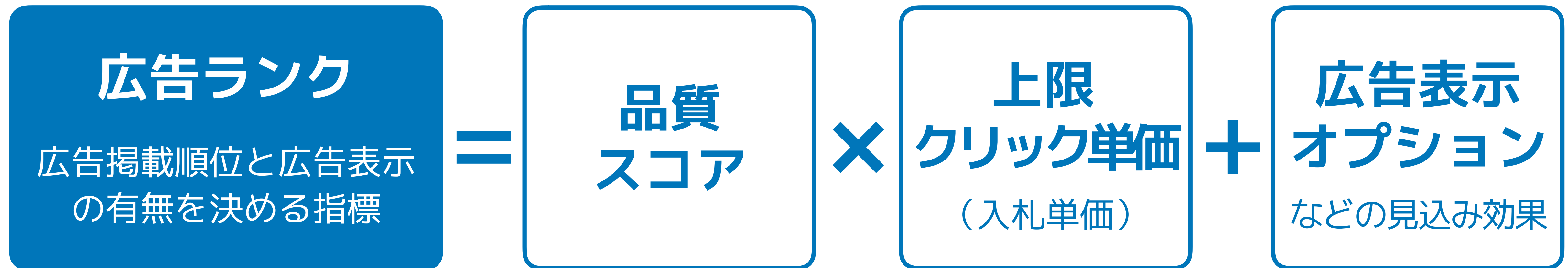
okinawabagus.com/ ▼

沖縄ダイビングショップのバグースでは、慶良諸島をメインに沖縄本島付近や栗国島・渡名喜島など幅広く沖縄の海をご案内！少人数でも安心して楽しめる体験ダイビングサービスもおすすめのプランです。

広告の掲載順位は広告ランクによって決まる

広告が表示される順位は、広告ランクの高い順に表示されます。

広告ランクは入札単価(上限クリック単価)だけで決まるわけではなく、入札額と品質スコアの乗算で算出されます。それに広告表示オプションの設定有無などによって広告ランクが決まります。



広告表示オプションとは

広告表示オプションとは、ビジネスに関する追加情報(テキスト広告に入りきらない情報)を表示するオプションで、さまざまな広告表示オプションの種類があります。

サイトリンク表示オプション

公式 / XXXXX自動車 - 新車ラインナップ

[\(広告\) www.example.com/](#)

XXXXX自動車の最新情報をご提供

30日モニター体験開催中

[車種一覧はこちら](#) [試乗予約はこちら](#)

[お見積りはこちら](#) [販売店検索はこちら](#)

電話番号表示オプション

XX生命なら月々399円より - あなたに合わせた保証を紹介

[\(広告\) www.example.com/](#)

あなたに最適な保険を見直し
通話料無料でお見積りいただけます

 電話：0120-123-456

住所表示オプション

ファミリーレストランXXX - 季節限定メニュー

[\(広告\) www.example.com/](#)

24時間営業
心地よい空間とサービスでおもてなし

 [六本木1-2-3 パレット1階](#)

価格表示オプション

XX駅徒歩1分のヨガスタジオ

[\(広告\) www.example.com/](#)

0円体験実施中 | 最大2ヶ月無料で通い放題
理想的な美しい身体になる

体験レッスン

¥0

ヨガ初心者でもOK

通い放題

¥8,900円/月

最大2ヶ月0円

コールアウト表示オプション

旅行予約ならXXXXトラベル - 豊富なプランから検索

[\(広告\) www.example.com/](#)

予約手数料0円。24h予約可能。
国内外のホテルや航空券を格安予約

クレカ各種対応・コンビニ決済可・24hサポート

プロモーション表示オプション

母の日に贈るフラワーギフト特集 - 法人お花ギフトの〇〇

[\(広告\) www.example.com/](#)

当日配送可能！取引社数2000社 設置・撤去無料。お電話でもご相談受付。

 **母の日**・カーネーション花束が10%オフ

広告が表示される仕組み

A社

入札単価：100円

沖縄の綺麗な海でライセンス取得 - 先着10名様特別プライス

広告 www.example.com/

プールで練習後きれいな海で資格取得！
器材レンタル料込み19,800円より

8 沖縄 ダイビング 資格

7 沖縄 スキューバ ライセンス

4 沖縄 スキューバ 資格取得

品質スコア

B社

入札単価：100円

沖縄でスキューバ資格取得 | 2泊3日でリゾート気分も満喫

広告 www.example.jp/

空港から無料送迎有り。お客様満足度94%。安心・快適にCカードを取得！

6 沖縄 ダイビング 資格

7 沖縄 スキューバ ライセンス

5 沖縄 スキューバ 資格取得

品質スコア

ユーザーが検索

沖縄 ダイビング 資格



広告が表示

Google



すべて ニュース 画像 ショッピング 動画

800

沖縄の綺麗な海でライセンス取得 - 先着10名様特別プライス

広告 www.example.com/

プールで練習後きれいな海で資格取得！
器材レンタル料込み19,800円より

600

沖縄でスキューバ資格取得 | 2泊3日でリゾート気分も満喫

広告 www.example.jp/

空港から無料送迎有り。お客様満足度94%。安心・快適にCカードを取得！

広告の掲載順位を向上させる「品質スコア」

品質スコアとは、登録しているキーワードごとに割り当てられる1～10の数値で、そのキーワードに対応する広告やランディングページの品質を評価するものです。費用を抑えながら成果を上げるためには「品質スコアを上げる」ことを考えましょう。また、品質スコアの要素は主に以下の3つです。

品質スコア



キーワードレポート

☐ ☒	キーワード	キャンペーン	広告グループ	ステータス	ック単価	表示回数	平均クリック単価	クリック数	クリック率	費用	均掲載順位	品質スコア	広告の関連性	推定クリック率	ランディングページの利便性
☐ ☒	キーワードA	キャンペーン1	広告グループ①	有効	－	87,134	¥291	195	0.22%	¥56,809	2.6	5/10	平均より上	平均より下	平均値
☐ ☒	キーワードB	キャンペーン2	広告グループ②	有効	－	72,539	¥141	1,552	2.14%	¥219,178	2.9	3/10	平均より上	平均より下	平均より下

品質スコアを高めるためには

品質スコアを決める要因として「広告の関連性」「推定クリック率」「ランディングページの利便性」があります。
ユーザーにとって良い広告を配信することで品質スコアが高まります。

広告の関連性

ユーザーの検索語句と表示される広告の関連性を高くする

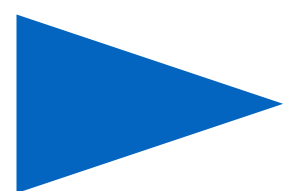
推定クリック率

ユーザーがクリックしたくなるような魅力的な広告文にする

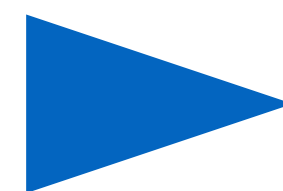
ランディングページの利便性

検索語句や広告内容とランディングページが一致し、ユーザーにとって有益

ユーザーが検索する



広告が表示される



ランディングページ

沖縄 ダイビング 資格



沖縄の綺麗な海でライセンス取得 - 先着
10名様特別プライス

広告 www.example.com/

プールで練習後きれいな海で資格取得！
器材レンタル料込み19,800円より

サイトロゴ

お申込はこちら

沖縄でダイビングの
資格を取得する

19,800円
機材レンタル
料込み

上限クリック単価（＝入札単価、上限CPC）

上限クリック単価とは、広告の1回のクリックに対して広告主がお支払い可能な上限額として設定する入札単価のことです。広告を通じて得られる利益を考慮して設定します。

C社（品質スコア5 × 上限クリック単価100円 = 広告ランク500）が掲載順位を向上させるための施策を例に考えてみましょう。

A案

上限クリック単価は変更せず、品質スコアを改善する

品質スコア	上限クリック単価	広告ランク
10	× 100円	= 1000
8	× 100円	= 800
5	× 100円	= 500



B案

品質スコアは改善せず、上限クリック単価を引き上げる

品質スコア	上限クリック単価	広告ランク
5	× 200円	= 1000
5	× 160円	= 800
5	× 100円	= 500

参考：実際のクリック単価を計算してみよう

実際のクリック単価とは、1回のクリックに対して請求される最終的な金額です。入札した際のクリック単価とは異なることに注意しましょう。実際のクリック単価は以下の数式で算出されます。

実際の
クリック単価

=

掲載順位直下の広告ランク

÷

自社の品質スコア

+

1円

Google

助成金 研修

すべて ニュース 画像 地図 ショッピング もっと見る 設定 ツール

約 7,210,000 件 (0.62 秒)

定額制社員研修／法人限定 - tohmatsu.co.jp

広告 [www.ti.tohmatsu.co.jp/](#)

トーマツ品質の研修を全社員に何度でも 業界トップクラスのBiz CAMPUS
受講者150万人・無料体験会実施中・業界初 定額制研修・導入企業9,200社

ご利用料金・他社比較

お客様の声・導入実績

よくあるご質問

業界初の定額制研修

28年度のキャリア形成促進助成金 - IT研修を実施し、研修費用を軽減

広告 [www.icloud.co.jp/助成金の活用](#)

コンピュータに特化した新入社員研修 カスタマイズ教育／申請サポートを全国で
カスタマイズカリキュラム・企業規模問わず助成金活用・研修後の効果測定レポート
最大0円で実施の助成金制度・新入社員研修カリキュラム

助成金申請お任せください - 実績豊富な品川社労士事務所

広告 [shinagawa-sr.sakura.ne.jp/lp3](#)

今なら専門家が無料相談実施中

順位	上限 クリック単価	品質 スコア	広告 ランク	実際の クリック 単価
1位	300円	7	2,100	251円
2位	350円	5	1,750	321円
3位	400円	4	1,600	4位の広告 ランクで算出

問題：理解度テストをやってみましょう

検索広告 理解度テスト③

次のうち品質スコアを決める要素でないものはどれですか。

- 1) 広告の関連性
- 2) 推定クリック率
- 3) ランディングページの使いやすさ
- 4) 上限クリック単価

検索広告 理解度テスト④

検索結果ページの最上位に広告を掲載するために最も適したアドバイスはどれですか。

- 1) 品質スコアを改善してクリック単価の入札額を引き下げる
- 2) 品質スコアを改善してクリック単価の入札額を引き上げる
- 3) クリック単価の入札額を引き下げて1日の予算を引き上げる
- 4) クリック単価の入札額を引き下げて1日の予算を引き下げる

問題解答：検索広告 理解度テスト③

次のうち品質スコアを決める要素でないものはどれですか。

- 1) 広告の関連性
- 2) 推定クリック率
- 3) ランディングページの使いやすさ
- 4) 上限クリック単価

正解

4) 上限クリック単価

解説

品質スコアは、各キーワードに割り当てられる1～10の数値で、そのキーワードに対応する広告やランディングページの品質を評価するものです。

品質スコア

広告の
関連性

クリック率

ランディング
ページの
利便性

上記3つを改善することで品質スコアが向上します

問題解答：検索広告 理解度テスト④

検索結果ページの最上位に広告を掲載するために最も適したアドバイスはどれですか。

- 1)品質スコアを改善してクリック単価の入札額を引き下げる
- 2)品質スコアを改善してクリック単価の入札額を引き上げる
- 3)クリック単価の入札額を引き下げて1日の予算を引き上げる
- 4)クリック単価の入札額を引き下げて1日の予算を引き下げる

正解

2)品質スコアを改善してクリック単価の入札額を引き上げる

解説

広告の掲載順位は、広告ランクで決まります。最上位に広告を掲載するためには、広告ランクを高める必要があります。広告ランクは上限クリック単価(入札単価)と品質スコアの乗算で計算されます。

$$\text{広告ランク (広告の掲載順位)} = \text{入札単価 (上限クリック単価)} \times \text{品質スコア}$$

Google

ハワイ旅行



クオリタ/ハワイ - <旅行好き必見>初夢フェア - qualita-travel.com

[広告] www.qualita-travel.com > 話したくなる旅 > QUALITA >

ちょっと贅沢な旅がお手ごろ価格。このチャンスをお見逃しなく。

【大人旅】・【記念日旅行】・【女子旅】・【資料請求】・【海外・国内ホテル】・【海外・国内ツ...

自分だけのハワイ旅行をつくる - 創業30年のハワイ旅行専門店

[広告] www.1stwise.com > ハワイツアー > 専門店 >

憧れの5つ星ホテルも最大50%オフ! 専属スタッフのトータルサポートで安心のハワイ旅
現地でのサポート充実・レンタルサービスあり・あなただけの専属担当制・カード払い可
おすすめのホテル: ハレクラニ, ザ・カハラ・ホテル, トランプ, ロイヤルハワイアン

GWスペシャル割引プラン・1月発緊急入荷/二人向け・1月発緊急入荷/ご家族に

広告ランク

800

600



掲載順位は
広告ランクで
決まります

Google 広告基礎&検索広告トレーニング

第3章 広告の最適化と効果測定



コンバージョンを計測できるようにする

コンバージョンとは、ウェブサイトの成果(購入、お問い合わせ、資料請求など)が起こった事を言い、コンバージョン計測をすることによって「成果に紐づいたキャンペーン、広告グループ、キーワード」を把握することができるようになります。



コンバージョン計測とできること

コンバージョン計測(コンバージョントラッキング)をすると、コンバージョン数、CVR(コンバージョン率)、クロスデバイスコンバージョン、ビュースルーコンバージョン(GDNのみ)などの指標数値が見れるようになり、成果に紐づいた広告運用をすることができます。

成果が起こった数

CV数

コンバージョン数

成果が起こった率

CVR

コンバージョンレート

1コンバージョンあたりの費用

CPA

顧客獲得単価

複数のデバイス利用での成果

クロスデバイス コンバージョン

GDNのみ

広告閲覧後、成果が起こった数

ビュースルー コンバージョン

MCC利用

複数のアカウントで成果の把握

クロスアカウント コンバージョン

成果に紐づいた広告運用をしましょう

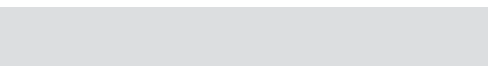
機械学習による自動入札

自動入札機能を活用すれば、入札に割く時間を減らしつつ、的確なデータにもとづいて入札単価を設定できます。
コンバージョン数や投資収益率の向上が期待できます。

オークションごとの自動入札単価調整

検索語句単位での順応型学習機能

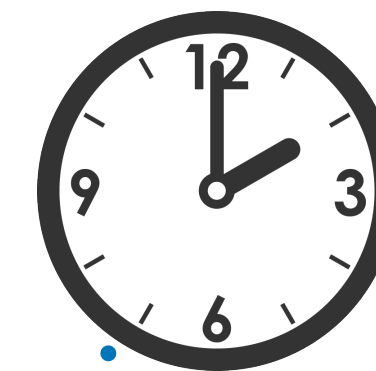
幅広いシグナルとシグナルの組み合わせに基づく分析

1. 
2. 
3. 

リマーケティング
リスト



広告内容



時間帯

入札単価は2つ以上のシグナルの組み合わせによって調整されることもある。



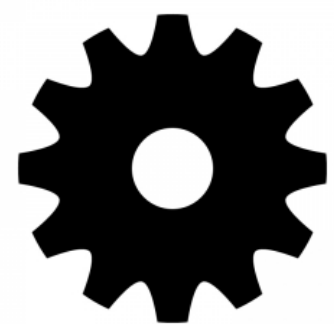
ユーザーの
検索語句



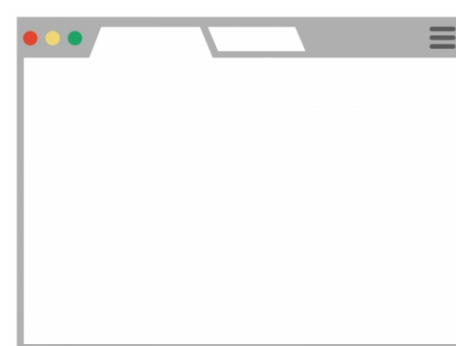
デバイス



地域



OS



ユーザーの
使用ブラウザ

自動入札戦略の種類

目的にあわせて自動入札戦略を選択します。例えば、コンバージョン数だけでなく、最終的な広告から得られる収益を目的としている場合は、目標広告費用対効果(tROAS)を利用しましょう。

自動入札	目標	概要	仕組み
目標 インプレッションシェア (tCPM)	広告表示機会UP ※ディスプレイ広告	Google検索結果の最初のページやページ上部への広告掲載を増やす(視認性UP)	検索結果の最初のページやページ上部に広告を表示できる機会が増えるように、入札単価が自動的に調整されます。
クリック数の 最大化	クリック数UP	サイトへの訪問を増やす	予算内でクリック数を最大化できるように入札単価が自動的に調整されます。

スマート自動入札	目標	概要	仕組み
コンバージョン数の 最大化	コンバージョン数UP	予算全体を消化しようとしながらコンバージョンを増やす	コンバージョン数の最大化を使用すると、予算全体を使おうとしながらキャンペーンのコンバージョン数を最大化するように自動的に入札単価が設定されます。
目標 コンバージョン単価 (tCPA)	コンバージョン数UP	目標コンバージョン単価(目標とするCPAを設定)でコンバージョンを増やす	目標とするコンバージョン単価となるように、入札単価が自動的に調整されます。
目標 広告費用対効果 (tROAS)	収益、 コンバージョン値UP	各コンバージョンの価値が異なる場合に、目標広告費用対効果(ROAS)を達成する	指定した目標広告費用対効果でコンバージョン値を最大化できるように、入札単価が自動的に調整されます。

入札戦略：目標コンバージョン単価(tCPA,CPA)

設定した目標コンバージョン単価(システムが提示する推奨額を参照)でコンバージョンを最大限に獲得できるように、キャンペーンの過去の情報やオークション時の状況を基に、広告が表示されるたびに最適なクリック単価が自動的に算出。コンバージョンにつながる見込みが高い場合は単価が引き上げられます。

以前の入札エディタに戻る

入札戦略を選択してください ?

目標コンバージョン単価

目標コンバージョン単価

¥

目標コンバージョン単価 (tCPA、CPA)

オークション時の
様々なシグナル

⇒

推定
コンバージョン率

⇒

入札単価

←

設定した目標
コンバージョン単価

↑

アカウント全体の検索語句単位での
掲載結果データ

例えば、上記の場合、目標コンバージョン単価(CPA)を10,000円と設定した場合、1件のコンバージョンを10,000円の費用で達成できるように入札単価が自動調整されます。

利用
POINT

自動入札戦略を利用する際、「学習期間」がある程度必要です。CV獲得が多いほど機械学習が早くすすみます。

入札戦略	目標	仕組み	範囲
目標 コンバージョン単価	コンバージョン数UP：目標コンバージョン単価(目標とするCPAを設定)でコンバージョンを増やす	コンバージョンを最大限に獲得できるように、検索広告やディスプレイ広告の入札単価が自動的に調整されます。	キャンペーン 広告グループ

参考：入札戦略：目標広告費用対効果(tROAS,ROAS)

広告費用に対して得られる収益の割合を増やしたい場合、入札戦略として「目標広告費用対効果(ROAS)」を利用します。指定した目標広告費用対効果を達成しながら、できるだけ多くのコンバージョンを獲得できるように入札単価が自動的に調整されます。

単価設定

入札戦略を選択してください ②

目標広告費用対効果

目標広告費用対効果 ②

300 %

$$\text{ROAS}(\%) = (\text{売上} \div \text{広告費}) \times 100$$

例えば ROAS300% とは、100 万円の広告費を利用したことで 300 万円の売上が上がるということ指します。

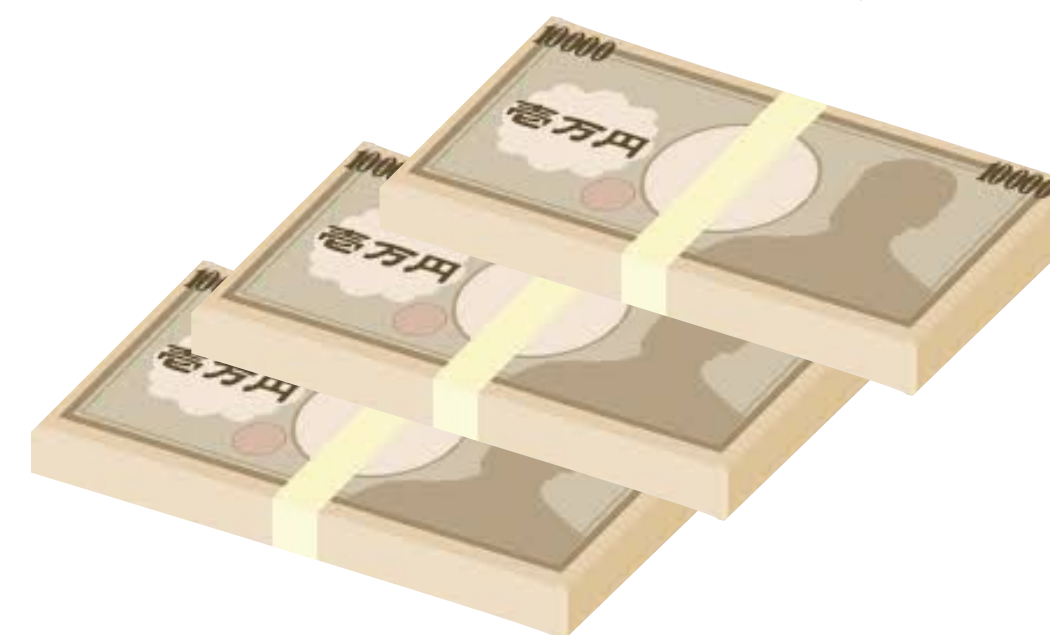
例) $\text{ROAS}(\%) = (300 \text{ 万円} \div 100 \text{ 万円}) \times 100 = 300\%$

例：ROAS300%を設定した場合

100万円の広告費



300万円の売上



ROAS300%を目指し、
単価を自動調整

成果が起こる見込みが

低い場合

高い場合

入札単価
100円→70円

引き下げ

入札単価
100円→150円

引き上げ

最適化スコア

最適化スコアとは、より良い掲載結果を得るためアカウントの設定がどの程度最適化されているかを示す推定値です。最適化スコアは 0% から 100% までで表され、100% のときアカウントは最も最適化されています。

Google 広告 | すべてのキャンペーン

検索 | レポート | ツールと設定

カード | 表 | ダウンロード

すべてのキャンペーン

最適化案

検索キャンペーン

ディスプレイ キャンペーン

動画キャンペーン

アプリ キャンペーン

有効

キーワード

動的広告ターゲット

オーディエンス

ユーザー属性

トピック

プレースメント

設定

地域

広告のスケジュール

デバイス

概要

最適化案

最適化スコア 83%

以下に紹介するおすすめの設定に従って、スコアを改善できます

すべての最適化案

入札と予算 +11.2%

キーワードとターゲット設定 +1.2%

広告と広告表示オプション +4.5%

「コンバージョン数の最大化」を使って、広告費用対効果を改善しましょう

コンバージョン数の最大化を使うと、現在と同程度の費用でより多くのコンバージョンを自動的に獲得できるようになります

推奨理由: お客様のアカウントには十分なコンバージョン データがあり、コンバージョン数の最大化に基づく入札を導入すると、すべてのキャンペーンのデータを使用して掲載結果を最適化できるので、成果の向上が見込めます

4 件の最適化案を表示

すべて適用

新しい広告パターンを作成しましょう

新しい広告を作成し、最良の広告を表示させる

推奨理由: 広告が 1 個しかなく、新しい広告を追加することで成果の向上を期待できる広告グループがあるため

2020年度のデジタル新入社員研修 | Excel/パワポ/ウェブ/エンジニア

コンピュータ教育専門の新人研修、助成金利用で費用が最大0円に 全国可. デジタルに強い人材育成をする専門会社、株式会社アイクラウドの企業研修サービス

7 件の最適化案を表示

レスポンス検索広告にアセットを追加する

テキスト広告の広告見出しと説明文を追加して、レスポンス検索広告が適切に表示されるようにします

推奨理由: 同じ広告グループ内のテキスト広告で使用されている広告見出しと説明文が入力されていないレスポンス検索広告があります

3 件の最適化案を表示

すべて適用

最適化案の一例

「コンバージョン数の最大化」を使って、広告費用対効果を改善しましょう

コンバージョン数の最大化を使うと、現在と同程度の費用でより多くのコンバージョンを自動的に獲得できるようになります

推奨理由: お客様のアカウントには十分なコンバージョン データがあり、コンバージョン数の最大化に基づく入札を導入すると、すべてのキャンペーンのデータを使用して掲載結果を最適化できるので、成果の向上が見込めます

4 件の最適化案を表示

すべて適用

新しい広告パターンを作成しましょう

新しい広告を作成し、最良の広告を表示させる

推奨理由: 広告が 1 個しかなく、新しい広告を追加することで成果の向上を期待できる広告グループがあるため

2020年度のデジタル新入社員研修 | Excel/パワポ/ウェブ/エンジニア

コンピュータ教育専門の新人研修、助成金利用で費用が最大0円に 全国可. デジタルに強い人材育成をする専門会社、株式会社アイクラウドの企業研修サービス

7 件の最適化案を表示

問題：理解度テストをやってみましょう

Google 広告 理解度テスト11

コンバージョントラッキングをするメリットとして誤っているものはどれですか。

- 1)投資収益率（ROI）を把握し、十分な情報に基づいて広告費を割り当てることができる
- 2)Googleアナリティクスと連携することができる
- 3)目標コンバージョン単価、拡張クリック単価、目標広告費用対効果などの入札戦略を使用し、目標にあわせてキャンペーンを自動的に最適化することができる
- 4)成果につながっているキーワード、広告、広告グループ、キャンペーンを把握することができる

Google 広告 理解度テスト12

サイトへアクセスするユーザーを増やしたいと考えているクライアントがいます。このクライアントのディスプレイネットワークのデータを分析する際には、どの指標の改善を最も重視しますか。

- 1)コンバージョンに至ったクリック
- 2)コンバージョン率
- 3)インプレッション数
- 4)クリック率

問題解答：理解度テスト11

コンバージョントラッキングをするメリットとして誤っているものはどれですか。

- 1)投資収益率（ROI）を把握し、十分な情報に基づいて広告費を割り当てることができる
- 2)Googleアナリティクスと連携することができる
- 3)目標コンバージョン単価、拡張クリック単価、目標広告費用対効果などの入札戦略を使用し、目標にあわせてキャンペーンを自動的に最適化することができる
- 4)成果につながっているキーワード、広告、広告グループ、キャンペーンを把握することができる

正解

2)Googleアナリティクスと連携することができる

解説

コンバージョントラッキングを利用すると、Google 広告を通じて、何件のコンバージョンが発生したか計測できます。

つまり、Google 広告がどれくらい有益なユーザー行動に貢献したのか測定することができます。Google アナリティクスとの連携は、コンバージョントラッキングをしなくてもリンクすることが可能です。



Google 広告とGoogleアナリティクスをリンクするとできること

ウェブサイトでのユーザーの訪問経路などを解析し、サイトを訪れたユーザーのリピート率を高める方法を分析したり、Google 広告のパフォーマンス向上に活用できます。

問題解答：理解度テスト12

サイトへアクセスするユーザーを増やしたいと考えているクライアントがいます。このクライアントのディスプレイネットワークのデータを分析する際には、どの指標の改善を最も重視しますか。

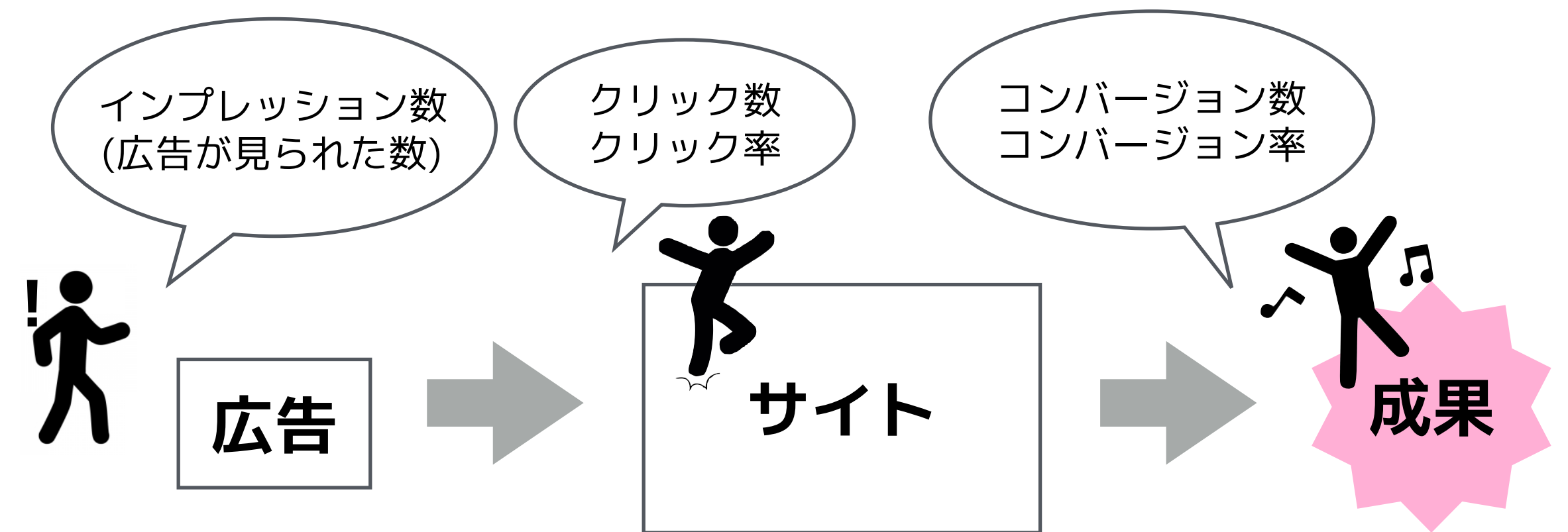
- 1) コンバージョンに至ったクリック
- 2) コンバージョン率
- 3) インプレッション数
- 4) クリック率

正解

4) クリック率

解説

見るべき指標は目的によって異なります。認知度向上(インプレッション数)、サイト訪問(クリック数やクリック率)、成果向上(コンバージョン数、コンバージョン率)など、目的に合わせて指標をみるようにしましょう。



参考：コンバージョンに至ったクリック=CTC(Click to Conversion)

コンピュータとインターネットをすべてのひとが利活用できる生活を。

i cloud

2020/4/22

Google/パートナー新卒・中途研修 アンケートのご入力



さいごに | Google 広告基礎 & 検索広告トレーニング

株式会社アイクラウドについて

株式会社アイクラウドはデジタルマーケティングに関する人材育成を専門としている研修会社です。

Googleアナリティクス、Google 広告、デジタルマーケティングなど、企業さまのご要望をオーダーメイドでカリキュラムを構築し、研修をご提供いたします。

<https://www.icloud.co.jp>

アイクラウド研修サービスはコンピュータに関するさまざまな研修をご提供いたします。

icloud アイクラウド研修サービス

[会社概要](#) | [採用情報](#) | [よくあるご質問](#) | [プライバシーポリシー](#) | [サイトマップ](#)

 **03-6863-4805**
全国対応可能 受付時間 10:00~17:00 (平日)

[お問い合わせはこちら](#)

[アイクラウドの強み](#)

[研修実績](#)

[研修でコスト削減](#)

[研修一覧](#)

[研修会場](#)

[研修までのながれ](#)

[会社概要](#)

デジタル人材育成のアイクラウド

全国都市で実施

[研修一覧ページはこちら >](#)

✓ 全国 **13** 都道府県で実施
東京・沖縄・大阪・名古屋・広島・香川ほか

✓ 受講者 **20,000** 名以上
2011年~2017年の述べ受講者数

✓ 受講生満足度 **97.9** %
2015年~2017年の受講者アンケート

貴社のデジタル 人材育成を支援

オーダーメイドの カリキュラムを構築

日時・内容・場所 貴社ご要望にて実施