

# Google広告の出稿手順

---



# 広告出稿手順

---

- ① キャンペーン作成
- ② 広告グループの作成
- ③ キーワードの作成
- ④ 広告文の作成

# ① キャンペーン作成

概要  キャンペーン オークション分析

最適化案

**1**  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

**2**  

2019年9月18日

キャンペーンのステータス: 削除済みを除くすべて フィルタを追加

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/> キャンペーン	予算	ステータス	キャンペーン タイプ	
合計: すべてのキャンペーン (削除済みを除く) 					

# ① キャンペーン作成

- ・ 自社の商品・サービスにあった項目をクリック

このキャンペーンで達成したい目標を選択 

 販売促進	 見込み顧客の獲得	 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	 目標を指定せずにキャンペーンを作成する	

[続行](#) [キャンセル](#)

# ① キャンペーン作成

- 「検索」「ディスプレイ」「ショッピング」とあり、それぞれ広告の掲載先が違う

キャンペーンタイプを選択してください ②

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使っ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

# ① キャンペーン作成

タイプ: 検索

目標: 販売促進

**目的にあったものを選択**



キャンペーン名

キャンペーン名を入力してください



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

**検索広告の場合は「ディスプレイネットワーク」のチェックボタンを外す**

どちらもチェックボタンが入っている状態であれば、同一キャンペーンで検索広告とディスプレイ広告どちらも出すことが可能。ただ予算の管理が面倒で成果が分かりにくいいため、基本的には検索広告とディスプレイ広告でキャンペーンを分ける。

# 地域

ターゲティングとオーディエンス  
リーチする対象を選択してください

地域

ビジネスにとって重要な意味を持つ地域の選択 [詳細](#)

- すべての国と地域
- 日本
- カスタム

対象とする地域または除外する地域を入力 [検索オプション](#)  
国や地域、都市、郵便番号などを入力します

^ [地域の設定](#)

含める地域では、次の対象に広告を表示します。

- 選択した地域にいるユーザー、およびそれらの地域に関心を示しているユーザー（推奨）
- 選択した地域にいるユーザー
- これらの地域を検索しているユーザー

地域入力画面の下にある「含める地域では、次の対象に広告を表示します。」  
というところも併せてビジネスに合わせたものを選択しましょう。

# 言語

売りたい商品の広告を海外に向けて出稿したい場合には  
この言語でその国の言語を選択する

<p>言語</p>	<p>ユーザーの言語を選択してください</p> <p>広告は、これらの言語を設定しているユーザーに対して、またはこれらの言語が設定されているサイトで表示されます。</p> <p>🔍 言語を入力</p> <p>日本語 ×</p>	<p>ターゲット地域に適した推奨言語: ^</p> <p>英語</p> <p>すべて追加</p>
<p>オーディエンス</p>	<p>キャンペーンに追加するオーディエンスを選択します</p> <p>▼</p>	



# オーディエンス

ユーザー:リーチする対象  
オーディエンス、ユーザー属性、またはそ

Google側で用意されたカテゴリーがありますので  
実際に選択してみて自分のビジネスにマッチした項目を探す

オーディエンス

広告を表示する対象となるオーディエンスを選択します ②

ターゲットとするオーディエンスの編集		完了
検索	閲覧	候補数 (0)
何も選択されていません		すべてクリア
ユーザーの興味や関心、習慣 (アフィニティとカスタム アフィニティ)	>	ターゲットに設定するオーディエンスを1つ以上選択します。
ユーザーが積極的に調べている情報や立てている計画 (購買意向強、カスタム インテント)	>	
ユーザーがお客様のビジネスを利用した方法 (リマーケティングと類似ユーザー)	>	

# オーディエンス

ユーザー:リーチする対象  
オーディエンス、ユーザー属性、またはその両方を定義します

もし用意されたカテゴリーがなかった場合には  
自分オリジナルのカテゴリーを作成

オーディエンス

広告を表示する対象となるオーディエンスを選択します ②

ターゲットとするオーディエンスの編集

完了

検索 閲覧 候補数 (0)

何も選択されていません

すべてクリア

← ユーザーが積極的に調べている情報や立てている計画

ターゲットに設定するオーディエンスを1つ以上選択します。

カスタム インテント オーディエンス ^

オーディエンスを作成するには、ターゲットユーザーが積極的に情報を収集している商品やサービスに基づいて、それに関連するキーワードと URL を使用します。

購買意向の強いオーディエンス ^

アパレル、アクセサリ v

イベントのチケット v

新しいカスタム インテント オーディエンス

+ キーワードと URL を使ってカスタムのオーディエンスを作成

# オーディエンス

## 新しいカスタム インテント オーディエンス

商品やサービスについて積極的に情報を探しているユーザーを集めたオーディエンスを作成します

オーディエンス ターゲティングを使用した広告は、[パーソナライズド広告に関するポリシー](#)に準拠している必要があります。デリケートなカテゴリに属するキーワードを使用すると、配信可能なオーディエンスにのみ広告が配信されるか、広告がまったく配信されなくなる可能性があります。Google 広告の広告掲載ポリシーはすべてのキャンペーンが適用対象となるため、いかなる場合も不適切なコンテンツを含めることはできません。 [詳細](#)

オーディエンス名  
テスト

このオーディエンスが積極的に調べている商品やサービスに関連するキーワードと URL を入力してください。 [詳細](#)


関連するキーワードと URL

Web

候補

ユーザー層の規模

オーディエンス推定の設定   
アメリカ合衆国、英語、ディスプレイ 

カスタム インテント オーディエンスの推定規模 

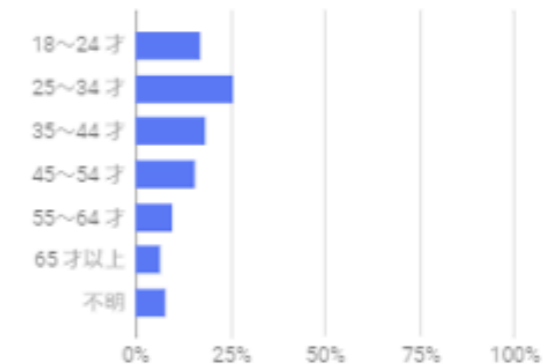
表示回数 (週単位)

5000万~1億

実際の掲載結果はキャンペーンによって異なります。すべてのキャンペーンには Google 広告の広告掲載のポリシーが適用されます。 [詳細](#)

ユーザー属性

年齢



任意のキーワードやURLを指定して  
関連するオーディエンスリストを作成することができます。

リマーケティングは別の講義で

# 予算

「入力した金額×当月の日数＝当月のキャンペーンにかかる費用」

## 予算と入札単価

予算額と予算の使い方を定義します

### 予算

1日あたりの平均費用としてご希望の額を入力してください

¥

広告費用は日によって予算を下回ったり、予算の最大2倍に増えたりすることがありますが、1か月の請求額が、1日の予算に1か月の平均日数を掛けた額を超えることはありません。  
[詳細](#)

### 配信方法

標準

集中化

標準: 予算を1日の中で均等に消化します。

# 入札単価

---

- 入札単価は広告露出をコントロールする上で重要
- コンバージョン
  - コンバージョン数が最大化されるように調整・コンバージョン値
  - ROASが目標値になるように調整
- クリック数
  - クリックが最大化されるように調整
  - ※1クリックあたりの単価上限を設定可能
- インプレッションシェア
  - 表示機会に対して何%目標とする掲載位置に広告掲載をするか設定
  - ※1ページ以内、検索結果上部、検索結果最上位を選択可能
  - ※1クリックあたりの単価上限を設定可能

# 入札単価

## 入札単価

重視している要素は何ですか？ ⓘ

目標達成に役立つ指標

コンバージョン

コンバージョン値

その他の指標

クリック数

インプレッションシェア

を設定（任意）

キャンペーンでは「コンバージョン数の最大化」入

コンバージョンとは、  
お客様のウェブサイトやアプリ、  
店舗においてユーザーに期待する  
ご自身で定義する行動です。

[詳細](#)

## 入札単価

重視している要素は何ですか？ ⓘ

コンバージョン ▼

お客様のキャンペーンへのおすすめ

目標コンバージョン単価を設定（任意）

📌 ご指定に基づき、このキャンペーンでは「コンバージョン数の最大化」入  
札戦略が使われます。 ⓘ

[または、入札戦略を直接選択します](#)

コンバージョンとは、  
お客様のウェブサイトやアプリ、  
店舗においてユーザーに期待する  
ご自身で定義する行動です。

[詳細](#)

## 入札単価

[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 ⓘ

個別のクリック単価 ▼

拡張クリック単価を使ってコンバージョンを増やす ⓘ

⚠️ 個別単価設定では掲載結果が低下する可能性があります。掲載結果を  
改善するには、スマート自動入札でさらに多くのシグナルを活用し  
て、入札単価を最適化してください。 [詳細](#)

「個別クリック単価制」では、  
広告ごとに上限クリック単価を個

[詳細](#)

# 広告のスケジュール

広告のスケジュール

0:00 から 0:00

広告が表示される期間を限定するには、  
広告のスケジュールを設定します。  
スケジュールを設定した場合、  
広告はその期間にのみ表示されます。

すべての曜日  
月曜日～金曜日  
土曜日～日曜日  
月曜日  
火曜日  
水曜日  
木曜日  
金曜日  
土曜日  
日曜日

（GMT+09:00）日本標準時  
設定が削除されて新しい設定が追加され、すべての  
表示されます

広告のローテーション

も良好な広告  
ます

無制限にロー  
ション

最適化（サポ

クリックやコンバージョンの獲得数が多いと見込まれる広告を表示します。  
ほとんどの場合におすすめです。

均等にローテーション（サポート対  
象外）

# 広告のローテーション

- 最適化を選択

クリックやコンバージョンの獲得数が多いと思われる広告を優先的に表示

- 最適化しないを選択

獲得見込みなどは関係無く全ての広告機会に対して均等に広告をローテーション表示する

## 広告のローテーション

- 最適化: 掲載結果が最も良好な広告が優先的に表示されます
- 最適化しない: 広告を無制限にローテーションして表示します
- コンバージョン重視で最適化 (サポート対象外)
- 均等にローテーション (サポート対象外)


クリックやコンバージョンの獲得数が多いと見込まれる広告を表示します。ほとんどの場合におすすめです。 ^



# ② 広告グループの作成

## ・ 広告グループの役割


→グループごとに広告文を設定できる


広告グループ名	<input type="text" value="広告グループ1"/>	グループ名を入力	
キーワード	この広告グループで何を宣伝するか説明して、関連性の高いキーワードを見つけましょう		
	<input type="text" value="関連するウェブページの URL を入力する"/>		
	<input type="text" value="商品またはサービスを入力する"/>		
	<input type="button" value="キーワードを取得"/>	関連サイトのURLや商品名などを 入力する事で関連キーワードを自動的に 取得してくれます。	

# ③ キーワードの作成

キーワード

この広告グループで何を宣伝するか説明して、関連性の高いキーワードを見つけましょう

 関連するウェブページの URL を入力する

 商品またはサービスを入力する

キーワードとは、ユーザーが検索している語句と広告を一致させるために使用される単語やフレーズです

web マーケティング  
3c 分析  
ネット マーケティング  
ウェブ マーケティング  
マーケティング リサーチ  
コンテンツ マーケティング  
web マーケティング とは  
デジタル マーケティング  
マーケティング とは  
マーケティング 4p  
ana 広告

マッチタイプを使うと、広告が表示される検索語句の条件をコントロールできます

キーワード（そのまま）は、部分一致になります。 "キーワード"は、フレーズ一致になります。  
[キーワード]は、完全一致になります。 [詳細](#)

# ④ 広告文の作成

## 広告を作成する

すべての広告グループで、キーワードのテーマと関連性の高い、広告の有効性が最低「良好」であるレスポンス検索広告を作成することをおすすめします。

広告グループ: 広告グループ 1

キーワード: web マーケティング, 3c 分析, ネット マーケティング, ウェブ マーケティング, マーケティング リサーチ, コンテンツ マーケティング, web マーケティングとは他 18 個 [▼ もっと見る](#)

[+ レスポンス検索広告](#)

[戻る](#)

[保存して次へ](#)

[フィードバックを送信](#)

# ④ 広告文の作成

広告グループ: 広告グループ 1

キーワード: web マーケティング, 3c 分析, ネット マーケティング, ウェブ マーケティング, マーケティング リサーチ, コンテンツ マーケティング, web マーケティング とは他 18 個 [▼ もっと見る](#)

< > 最終ページ URL を追加



広告の有効性 ⓘ  
未完了

- 広告見出しを追加しましょう [候補を表示](#)
- よく使われているキーワードを広告見出しで使用してください [候補を表示](#)
- 広告見出しをより独自性のあるものにしましょう [候補を表示](#)
- 説明文をより独自性のあるものにしましょう [候補を表示](#)

最終ページ URL ⓘ

https://www.example.com

表示 URL のパス ⓘ

www.example.com / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
0 / 15 0 / 15

広告見出し 0/15 ⓘ

↑ 広告の掲載結果を最適化するために、これらのキーワードを広告見出しに追加しましょう

[stp 分析](#)   [sns マーケティング](#)   [ペルソナ とは](#)  
[マーケティング とは](#)   [デジタル マーケティング](#)   [3c 分析](#)  
[web マーケティング](#)   [ugc とは](#)   [4c 分析](#)   [bownow](#)

[その他の候補 >](#)

プレビュー



広告 · www.example.com/ ⓘ

広告見出し 1 | 広告見出し 2 | 広告見出し 3

説明文 1。説明文 2。

このプレビューでは、お客様のアセットを使って作成される広告の候補が表示されます。すべての組み合わせが表示されるわけではありません。アセットは順序不同で表示されるため、それぞれのアセットが単体でも組み合わせられても意味を成すようにし、Google 広告のポリシーや地域の法律に違反しないようにしてください。フォーマットによっては、一部が省略される場合もあります。特定のテキストが広告に表示されるようにすることは可能です。

[詳細](#)

# ④ 広告文の作成

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
新しい見出し	0 / 30

+ 広告見出し

広告 · <https://www.internetacademy.jp/> ▾ 03-3341-3781

## Webマーケティングの基礎を学ぶ - 経産省認定/70%給付金

🔍 429,289 📄 1,036 🔑 0

自宅でのスキルアップを応援。**Webマーケティング**の実践的な運用の知識をつけて仕事に活かそう！自宅学習でスキルと収入UPを目指す！3万人超の卒業生は信頼と伝統の証、あなたも夢を叶えよう。学んでつながる・2万5千人の卒業実績・ホンモノを学ぶ。

広告 · <https://www.break-weblesson.com/webマーケ/無料セミナー> ▾

## Webマーケティングとは何か解説 - ゼロから始めるWebマーケ...

🔍 0 📄 502 🔑 3

プロの現役**Web**マーケターが、未経験から**Web**マーケターになる為の具体的な方法をわかりやすく解説。そもそも**Webマーケティング**とは何か、専門用語、**Web**広告の設定方法など、内容盛り沢山の3時間。チャットでの生涯サポート・12週間200時間。

広告 · <https://www.shelikes.jp/> ▾

## 【最短2ヶ月】Webマーケティング - 企業のWebマーケター...

🔍 10,877 📄 N/A 🔑 N/A

【SHElikes】**Webマーケティング**を学び、副業・転職を実現/年収100万円アップも目指せる！転職・副業・フリーランスを目指すなら/働きながらも勉強できる女性のためのキャリアスクール。学びを、仕事に。私らしい働き方を叶える・無料体験レッスン受付中。

[Webデザインの魅力を知る](#) · [コース一覧](#) · [ロールモデルに出会う](#) · [副業のはじめかた](#) · [F&Q](#)

# ④ 広告文の作成

説明文 0/4 候補を表示

新しい説明文

新しい説明文 0 / 90

[+ 説明文](#)

[▼ 広告の URL オプション](#)

完了 [キャンセル](#)

広告 · <https://www.internetacademy.jp/> ▼ 03-3341-3781

## Webマーケティングの基礎を学ぶ - 経産省認定/70%給付金

429,289 1,036 0

自宅でのスキルアップを応援。**Webマーケティング**の実践的な運用の知識をつけて仕事に活かそう！自宅学習でスキルと収入UPを目指す！3万人超の卒業生は信頼と伝統の証、あなたも夢を叶えよう。学んでつながる・2万5千人の卒業実績・ホンモノを学ぶ。

広告 · <https://www.break-weblesson.com/webマーケ/無料セミナー> ▼

## Webマーケティングとは何か解説 - ゼロから始めるWebマーケ...

0 502 3

プロの現役**Web**マーケターが、未経験から**Web**マーケターになる為の具体的な方法をわかりやすく解説。そもそも**Webマーケティング**とは何か、専門用語、**Web**広告の設定方法など、内容盛り沢山の3時間。チャットでの生涯サポート・12週間200時間。

広告 · <https://www.shelikes.jp/> ▼

## 【最短2ヶ月】Webマーケティング - 企業のWebマーケター...

10,877 N/A N/A

【SHElikes】**Webマーケティング**を学び、副業・転職を実現/年収100万円アップも目指せる！転職・副業・フリーランスを目指すなら/働きながらも勉強できる女性のためのキャリアスクール。学びを、仕事に。私らしい働き方を叶える・無料体験レッスン受付中。

[Webデザインの魅力を知る](#) · [コース一覧](#) · [ロールモデルに出会う](#) · [副業のはじめかた](#) · [F&Q](#)

# 商圏・地域の設定

概要 合 ターゲット設定済み 含まれない 地域別レポート

今日 2019年4月1日~12日

ピンモード

お客様のビジネスにとって重要な意味を持つ地域を選択します

地域  範囲 (ある地点を中心とする一定の距離内の範囲)

地名、住所、または屋号を入力する

5 km

「(35.665688,139.727818) (カスタム)」から半径 5 km 圏内

一致

# キーワードの除外

---

- **除外キーワードの設定**  
=無駄なクリックを減らし、  
費用が無駄に発生しないようにするために有効な設定
- **除外キーワードのマッチタイプ**
- **完全一致**  
→全く同じ検索がされた場合のみに広告を表示させない
- **フレーズ一致**  
→順序そのまま、前後にキーワードが追加された場合に  
広告を表示させない
- **部分一致**  
→通常キーワードの部分一致と意味が変わり  
絞り込み部分一致と同じ意



# キーワードの除外

The screenshot displays the Google AdWords dashboard. The top navigation bar includes the Google AdWords logo, a search bar, and icons for mobile, print, search, help, notifications, and user profile. A red circle highlights the search icon, with a red arrow pointing to it from the right. The main content area shows a summary of campaign performance for the period 2018年6月1日~26日. Below the summary, there are several data tables and charts. The top chart shows a line graph with two lines (blue and red) over time, with a red arrow pointing to the right side of the graph. The bottom section contains three tables: '最も変化の大きい要素' (Top changes), 'キャンペーン' (Campaigns), and '検索キーワード' (Search keywords). The '検索' (Search) table is partially visible at the bottom left.

最も変化の大きい要素	費用	クリック数	クリック率
...	...	...	...

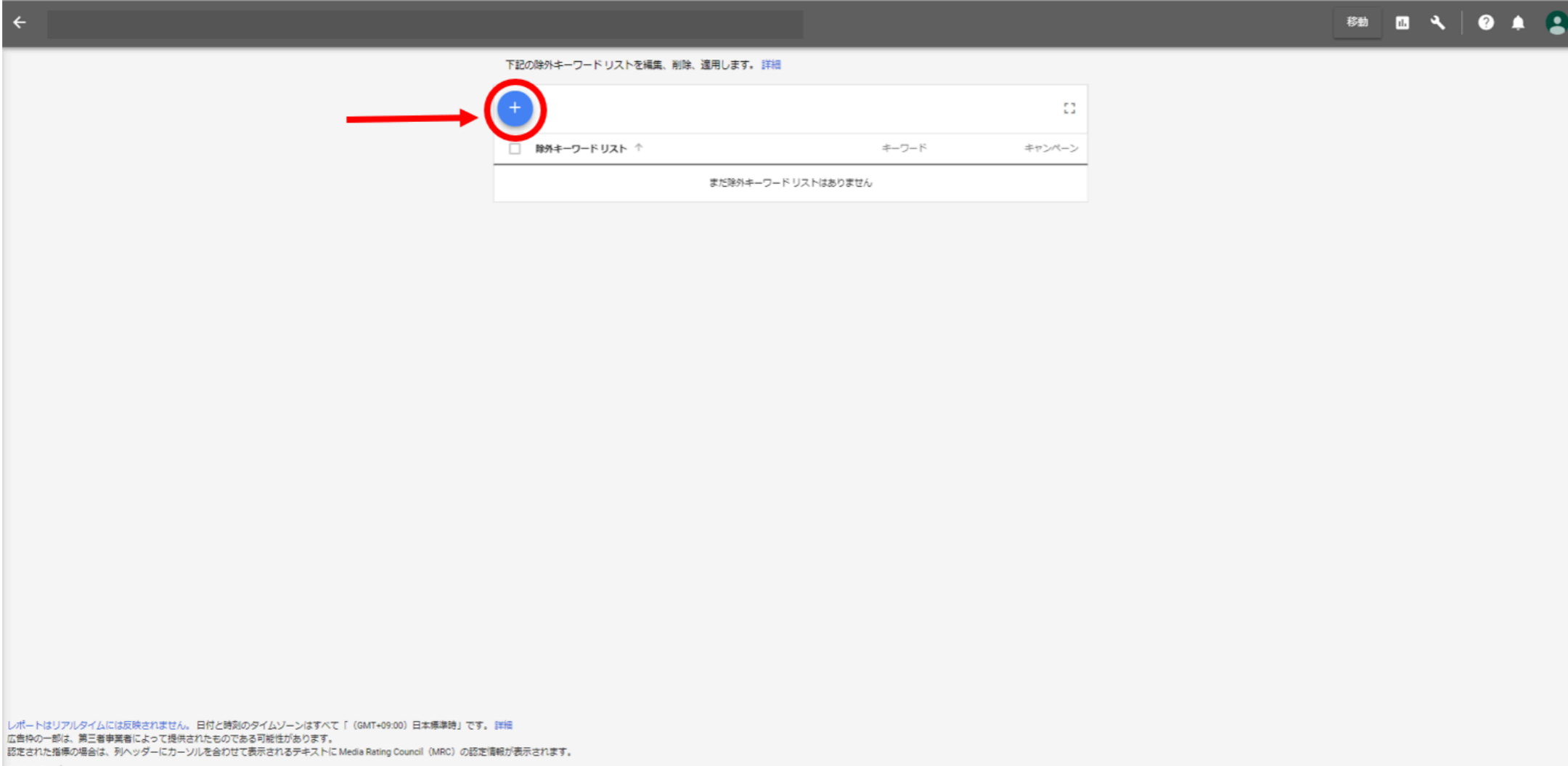
キャンペーン	費用	クリック数	クリック率
...	...	...	...

検索キーワード	費用	クリック数	クリック率
...	...	...	...

# ④ 広告文の作成

The image shows a screenshot of the Google AdWords interface. A red box highlights the 'Settings' (設定) menu in the top right corner. Within this menu, the 'Exclude Keyword List' (除外キーワードリスト) option is circled in red. A red arrow points from this option to the 'Campaigns' (キャンペーン) section of the dashboard. The dashboard itself displays a line graph for the period from June 1st to June 26th, 2018, and several summary cards for 'Most Significant Changes' (最も変化の大きい要素), 'Campaigns' (キャンペーン), 'Search Keywords' (検索キーワード), 'Search' (検索), 'Special Search Ads' (特に表示回数が多かった検索広告), and 'Auction Analysis' (オークション分析).

# キーワードの除外



下記の除外キーワードリストを編集、削除、運用します。 [詳細](#)

除外キーワードリスト ↑      キーワード      キャンペーン

まだ除外キーワードリストはありません

レポートはリアルタイムには反映されません。日付と時刻のタイムゾーンはすべて「(GMT+09:00) 日本標準時」です。 [詳細](#)  
広告枠の一部は、第三者事業者によって提供されたものである可能性があります。  
認定された指標の場合は、列ヘッダーにカーソルを合わせて表示されるデスクトップに Media Rating Council (MRC) の認定情報が表示されます。  
© 2018 Google

# キーワードの除外

除外キーワード リストを追加します

---

リスト名 \_\_\_\_\_

除外キーワードを追加

除外キーワードを1行に1つずつ入力するか、貼り付けます

---

保存    キャンセル



除外キーワード リストを追加します

---

マーケティング \_\_\_\_\_

除外キーワードを追加

インフルエンサーマーケティング  
SNSマーケティング

---

保存    キャンセル

# キーワードの除外

「除外キーワードリスト」をキャンペーンに紐づけ

下記の除外キーワードリストを編集、削除、適用します。 [詳細](#)

<input type="checkbox"/>	除外キーワードリスト ↑	キーワード	キャンペーン
<input type="checkbox"/>	マーケティング	4	0

1行選択済み | 編集 | **キャンペーンに適用** ×

<input checked="" type="checkbox"/>	除外キーワードリスト ↑	キーワード	キャンペーン
<input checked="" type="checkbox"/>	マーケティング	4	0

レポートはリアルタイムには反映されません。日付と時刻のタイムゾーンはすべて「(GMT+09:00) 日本標準時」です。 [詳細](#)  
広告料の一部は、第三者事業者によって提供されたものである可能性があります。  
認定された指導の場合は、列ヘッダーにカーソルを合わせて表示されるテキストに Media Rating Council (MRC) の認定情報が表示されます。  
© 2018 Google

# キーワードの除外

「除外キーワードリスト」をキャンペーンに紐づけ

下記の除外キーワードリストを編集、削除、適用します。 [詳細](#)

1行選択済み | 編集 | キャンペーンに適用

除外キーワードリスト ↑	キーワード	キャンペーン
<input checked="" type="checkbox"/>	キャンペーンを選択	

検索  1個を選択済み [すべてクリア](#)

<input checked="" type="checkbox"/>	1個のキャンペーン	<input checked="" type="checkbox"/> マーケティング
<input checked="" type="checkbox"/>	マーケティング	

[キャンセル](#) [適用](#)

レポートはリアルタイムには反映されません。日付と時刻のタイムゾーンはすべて「(GMT+09:00) 日本標準時」です。 [詳細](#)  
広告枠の一部は、第三者事業者によって提供されたものである可能性があります。  
認定された指標の場合は、列ヘッダーにカーソルを合わせて表示されるテキストに Media Rating Council (MRC) の認定情報が表示されます。

© 2018 Google