



# Google アドワーズ ご利用ガイド

〈基礎編〉

<b>PART 1</b> .....	02
まずはアカウントを開設！	
<b>PART 2</b> .....	07
必ず覚えてたい運用法！	
<b>FAQ</b> .....	30
よくあるご質問	



# PART 1

## 広告のお申し込みから掲載まで

PART1では Google アドワーズへのお申し込みから広告の作成方法、料金の支払いの設定までご紹介。  
PART1の手順が終わると、広告が掲載されます。

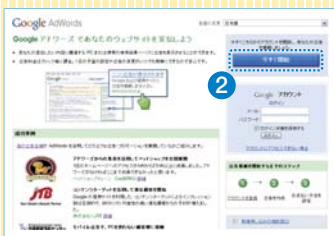
STEP  
1

### アドワーズ アカウントを 開設しよう!

Google アドワーズを始めるには、ご利用いただくためのアクセス権となる「アドワーズアカウント」が必要です。アドワーズアカウントにログインすることで、ID とパスワードが発行され、いつでもご利用いただけるようになります。

#### アカウントを開設しよう!

- 1 インターネットに接続し、Google アドワーズのお申し込み画面を表示。  
お申し込み画面：  
<http://adwords.google.co.jp>



- 2 [今すぐ開始]をクリック。

#### ! Google アカウントをお持ちの方へ

Google アカウントとアドワーズアカウントは異なります。Google アカウントをお持ちでも、アドワーズアカウントを作成していない方は、アドワーズアカウントを作成してください。

- 3 Google の他のサービスで、Google アカウントを使用している場合としていない場合と設定方法が異なります。ご自身の条件に合う方を選んでください。



CASE  
A

#### Google アカウントを使用していない場合

- 1 [他のサービスを利用していません。]を選択。
- 2 使用するメール アドレスとパスワードを入力。
- 3 画面に表示されている文字を入力。
- 4 [アカウントを作成]をクリック。



CASE  
B

#### Google アカウントを使用している場合

##### 既存の Google アカウントでアドワーズを使用する場合

- 1 [ AdSense 、 Gmail 、 Orkut 、 iGoogle などの Google のサービスで使用しているメール アドレスとパスワードがあります。]を選択。
- 2 [既存の Google アカウントを Adwords で使用します。]を選択。
- 3 既存の Google アカウントのメール アドレスとパスワードを入力し、[次へ進む]をクリック。

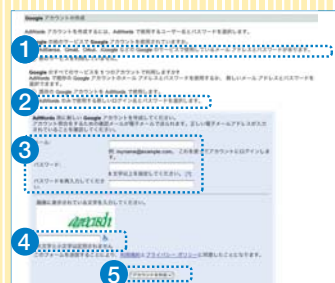


CASE  
C

#### Google アカウントを使用している場合

##### アドワーズ専用のアカウントを作成する場合

- 1 [ AdSense 、 Gmail 、 Orkut 、 iGoogle などの Google のサービスで使用しているメール アドレスとパスワードがあります。]を選択。
- 2 [ Adwords のみで使用する新しいログイン名とパスワードを選択します。]を選択。
- 3 使用するメール アドレスとパスワードを入力。
- 4 画面に表示されている文字を入力。
- 5 [アカウントを作成]をクリック。



## 通貨を設定しよう！

- 1 Google に対し、アカウント料金をお支払いいただく際の通貨を選んでください。



## ! 通貨の変更について

ここで選択した通貨は変更することができません。

## アカウントの ID とパスワードの取得作業完了!

ご登録メールへ、アカウントの確認とお支払い情報の送信をお願いするメールを送信いたします。そのまま最終確認へお進みください。

## 最終確認

アカウント作成のお申し込みが完了すると、ご登録メールアドレス宛に確認メールが送信されます。メールアドレスの入力を間違えますと、本人確認のためのメールがお客様のお手元に届きませんので、ご注意ください。

Mail



- 1 メール本文に記載されている URL をクリック。[メール アドレスの確認が完了しました]の画面が表示されれば、アカウントの開設は完了です。



重要ポイント!

- 2 [続けるにはここをクリックしてください。]をクリック。



STEP

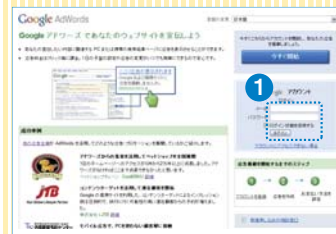
2

## キャンペーン・広告グループを作成しよう!

キャンペーンとは、複数の広告グループをまとめるくくりのこと。最初はひとつのキャンペーンを作り、言語や地域のターゲット設定、広告掲載期間、一日の予算の設定などを行います。

## キャンペーンを作成しよう!

- 1 (ログインしていない場合) <http://adwords.google.co.jp> にアクセスし、登録したメールアドレスとパスワードを入力してログインします(こちらのページをブックマークすると便利です)。



- 2 [初めてのキャンペーンを作成]をクリック。



- 3 キャンペーン名や広告を表示する地域、予算などを設定。



- 4 [次へ]をクリック。

## ! 「広告の予算」について

広告の予算は「1日あたり」の金額で設定します。1日の予算に達すると、翌日まで広告掲載は停止してしまいます。予算を高く設定すると、予算不足による広告停止を防ぎ、1日を通して広告をより多く表示することができます。

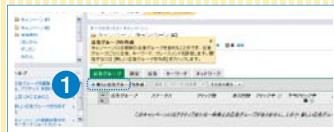
▶▶ 詳しくは、P23をご覧ください。

## アカウント構造の概念

キャンペーン、広告グループの概念を理解しましょう。

## 新しい広告グループを作成しよう！

- 1 [新しい広告グループを作成]をクリック。



- 2 広告グループ名を入力。
- 3 [保存して次へ]をクリック。



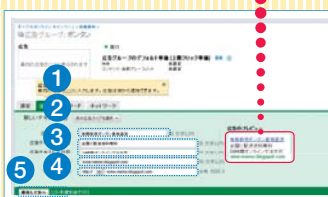
## 広告テキストを作ろう！

実際に掲載される広告の内容を作成してみましょう。  
モバイル用の広告作成については、P24をご覧ください。

### パソコン用広告の作成について

- 1 広告のタイトルを入力  
(全角12文字<半角25文字)以内)。
- 2 広告テキストを入力  
(1行目、2行目共に全角17文字<半角35文字)以内)。
- 3 表示 URL を入力(半角35文字以内)。
- 4 リンク先 URL を入力  
(半角1024文字以内)。
- 5 [保存して次へ]をクリック。

広告のタイトル — 有機栽培ポタン産地直送  
テキスト — 全国に配達送料無料で  
表示 URL — 24時間オンラインで注文可  
wine-memo.blogspot.com



### ※「表示 URL」と「リンク先 URL」

表示 URL には、宣伝する Web サイトの URL を。  
リンク先 URL には、ユーザーが広告をクリックしたときに表示される Web サイトの正確な URL を、それぞれ記載してください。

▶ 詳しくは、  
P13-14を  
ご覧ください。

#### 広告テキスト作成のヒント

広告テキストの作成に関するヒントを参考に  
効果的な文章を考えましょう。

▶ 詳しくは、  
P24を  
ご覧ください。

#### モバイル広告の作成

モバイル広告も作成して、Google アドワーズを  
活用しましょう。

## キーワードを設定しよう！

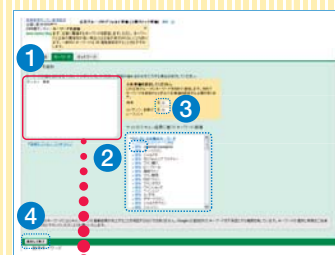
設定したキーワードで検索された際に、広告主様の広告が  
検索結果画面に表示されます。キーワードの設定は、  
どのような検索がされたときに広告が表示されるかを  
決定する重要なポイントです。

ユーザーがどのようなキーワードで検索をしている時に、  
広告主様の広告を表示させたいかをイメージしまし  
ょう。



- 1 広告主様の商品やサービスに関連するキーワードを入力。[“無農薬 みかん”を探する人に対する関連キーワード例：“有機栽培 みかん”など]  
キーワードはいつでも変更、追加、削除ができます。
- 2 どんなキーワードを設定すればよいか分からない場合、広告テキスト入力時に入力した URL の Web ページを分析した結果から関連すると考えられるキーワードを選択することができます。  
[追加]をクリックすることで、そのキーワードを追加できます。
- 3 入札単価を設定。
- 4 保存して終了。

### “無農薬 みかん”に関連する キーワードを入力する



キーワードの組み合わせを1行に1つずつ

みかん 販売

▶ 詳しくは、  
P17を  
ご覧ください。

#### 入札単価のヒント

Google の独自の方法について  
別ページをご覧ください。

▶ 詳しくは、  
P8-12を  
ご覧ください。

#### キーワード設定のヒント

キーワード設定に関するヒントを参考に  
効果的なキーワードを設定しましょう。

STEP

3

## お支払い情報を設定しよう！

Google アドワーズのお支払い方法は、前払い（銀行振込、クレジットカード払い、コンビニ払い）、または後払い（クレジットカード払い）からお選びいただけます。好きなお支払い方法をお選びください。

### お支払い方法について

Google アドワーズのお支払いは、以下からお選びいただけます。前払いから後払いへ、また後払いから前払いへ変更することはできません。変更をご希望される場合、一度アカウントをキャンセルする必要がありますので、ご注意ください。

#### 後払い

広告費が発生した後に請求が行われます。

※「課金」そのものは、クリックごとに行われます。

おすすめ

#### クレジットカード

広告審査が完了していれば、クレジットカード情報を登録すると、すぐに広告が掲載されます。広告主様の広告がクリックされるたびに課金され、ご請求は30日後、またはアカウントのお支払い上限に達した時点のいずれか早い方で行われます。30日以内にアカウントのご利用額がお支払い上限に達するたびに、初回の10,000円から、25,000円、50,000円、最大限度額の100,000円へと順に引き上げられます。お支払い上限に達するか30日が経過すると、新しい請求期間が始まります。

#### 前払い

事前にお支払い頂いた料金から広告料金が差し引かれます（下記3つのいずれの場合でも、アカウント残高が不足すると自動的に広告掲載が停止します）。

#### 銀行振込

広告主様ごとに発行された指定口座にご入金ください。Google でご入金を確認するまでに1~3営業日がかかる場合がございます。ご入金の確認ができ次第、広告の掲載が開始されます。

#### クレジットカード

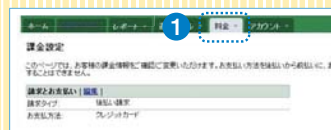
ご指定いただいた金額を広告主様のクレジットカードに対し、前もってご請求するお支払い形態です。有効なクレジットカード情報とお支払いいただける前払い金額をアカウントにご入力いただくと、すぐに広告の掲載が開始されます。

#### コンビニ払い

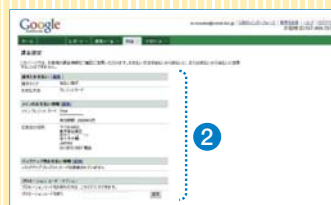
お近くのコンビニエンスストア、Pay-easy（ペイジー）対応のATM やオンラインバンキングでお支払いいただけます。通常はコンビニエンスストアまたは Pay-easy（ペイジー）によるお支払いを行ってから1営業日以内にアドワーズアカウントの残高に反映されます。

## お支払い情報の設定

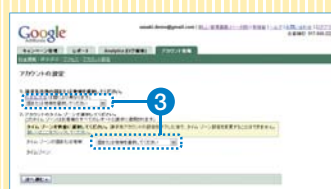
- 1 [料金]のタブから[課金設定]のページを表示。



- 2 [請求とお支払い]など各項目の必要事項を選択または記入していきます。



- 3 請求先住所の国または地域、アカウントのタイムゾーンを選択してください。



- 4 お支払い方法を選択してください。



## ご請求先の詳細情報を入力

### 後払いを選択した場合

- 1 ご利用になるクレジットカードの種類をお選びください。
- 2 請求先住所をご入力ください。
- 3 広告主様のビジネスについて教えてください（任意となります）。
- 4 [保存して開始]をクリック。

### 後払いを選択された場合の流れ

- 1 クレジットカード情報をアカウントにご入力。
- 2 ただちに広告の掲載開始。
- 3 ご利用のクレジットカード会社から利用金額をご請求。

## 前払いを選択した場合

## 銀行振込の場合

- 1 請求先住所をご入力ください。
- 2 広告主様のビジネスについて教えてください（任意となります）。
- 3 [保存して開始]をクリック。
- 4 振込情報の確認のため、[アカウント情報]タブをクリック。
- 5 [お支払い]をクリック。

## 銀行振込による前払いを選択された場合の流れ

- 1 前払いで、広告費用を管理画面に記載されているお客様固有の指定口座にご入金。
- 2 Google がご入金を確認後、広告の掲載開始。
- 3 前払い分の残額が少なくなると、メールや管理画面にてご案内。再度ご入金いただき、広告掲載を継続。

## ご注意

## ! ご入金確認次第、広告スタート

広告主様のご入金を確認でき次第、広告が掲載されます（ご入金を確認されるまでに、1~3営業日ほどのお時間がかかります）。

## ! 画面の印刷をおすすめ

お振込の際、必要な情報が掲載されていますので、必要に応じて印刷してください。

## お支払い

お支払い情報	
ご利用先名	¥ 0 *
最終支払日	¥ 1,000
支払または銀行振込先	<a href="#">印刷</a>

以下に記載されているお客様のアカウント固有の口座番号にお振込みください。通常 3 営業日後で、お客様のアカウントが自動的に入金が発行されます。お振込み先の口座番号を間違えると、ご入金アカウントに反映しませんので、十分ご注意ください。お振込み名義人欄には、任意の個人名、会社名をご指定ください。お客様 ID などの情報も記載していただく必要はありません。お振込み額は、1000 円以上の任意の金額で指定ください。受取人名は Google もしくは、デジタムと記載してください。一部の銀行 ATM およびオンラインバンキングでスマホアプリへの振込みができない場合は、各金融機関の窓口でお支払いください。お振込み手数料はお客様負担となりますのでご了承ください。

銀行名:	お振込み先
銀行コード:	支店
支店名:	支店コード
支店コード:	支店
受取人口座の種類:	支店
受取人の口座番号:	支店
受取人名:	支店

※ 銀行コードは、お振込み先が「ゆうちょ銀行」の場合は「0001」です。

## 前払いを選択した場合

## クレジットカードの場合

- 1 ご利用になるクレジットカードの種類をお選びください。
- 2 請求先住所をご入力ください。
- 3 広告主様のビジネスについて教えてください（任意となります）。
- 4 [保存して開始]をクリック。
- 5 引き続き、お支払い情報の登録画面、または [アカウント情報タブ] の [お支払い] ページより、お支払いを行ってください。
- 6 前払い金として支払う金額を入力。
- 7 [実行] ボタンをクリック。
- 8 確認メッセージが表示されます。お支払い金額に間違いがなければ、[OK] をクリックしてください。

## クレジットカードによる前払いを選択された場合の流れ

- 1 クレジットカード情報とお支払い金額をアカウントにご入力。
- 2 ただちに広告の掲載開始。
- 3 前払い分の残額が少なくなると、メールや管理画面にてご案内。再度カードにて入金いただき、広告掲載を継続。

## アカウントの開設が完了しました！

お支払い方法が確認され次第、広告の掲載が開始されます。次は、右ページから始まる

「必ず覚えたいアドワーズ運用法」をお読みにになり、より効果的な運用法にチャレンジしてください。

# PART 2

## 必ず覚えてたいアドワーズ運用法

PART 2では、広告の掲載が開始されたら、効率良く運用するために必ず覚えておきたい知識をご紹介します。運用法をマスターし、予算を最大限に活用しましょう！

### 管理画面の構成

#### キャンペーン

ナビゲーションツリー内で、黄色いフォルダのアイコンがついているものはキャンペーンです。キャンペーンをクリックすると、そのキャンペーン内にある広告グループが表示されます。また、選択されたキャンペーンの詳細がキャンペーン操作画面内に表示されます。

#### 広告グループ

ナビゲーションツリー内で広告グループをクリックすると、キャンペーン操作画面内でその広告グループが選択されます。



#### 切り替えタブ

管理画面の上部階層のカテゴリを提示したメニューで、操作する主な項目を切り替えることができます。キャンペーンを選択すると、広告主様のキャンペーンに変更を加える操作が可能です。

#### ナビゲーションツリー

操作をしたいキャンペーンや広告グループを選択することができます。

#### 現在の選択項目

現在選択されている、キャンペーンや広告グループが表示されます。

#### キャンペーン操作画面

操作タブにて「キャンペーン」を選択すると表示されます。広告主様のキャンペーンに変更を加える操作全般が可能です。

#### 期間変更ドロップダウン

グラフやデータの集計に利用する期間を選択することができます。

#### 「グラフのオプション」リンク

グラフとして表示するデータの項目を変更することができます。

#### 「フィルタと表示」ボタン

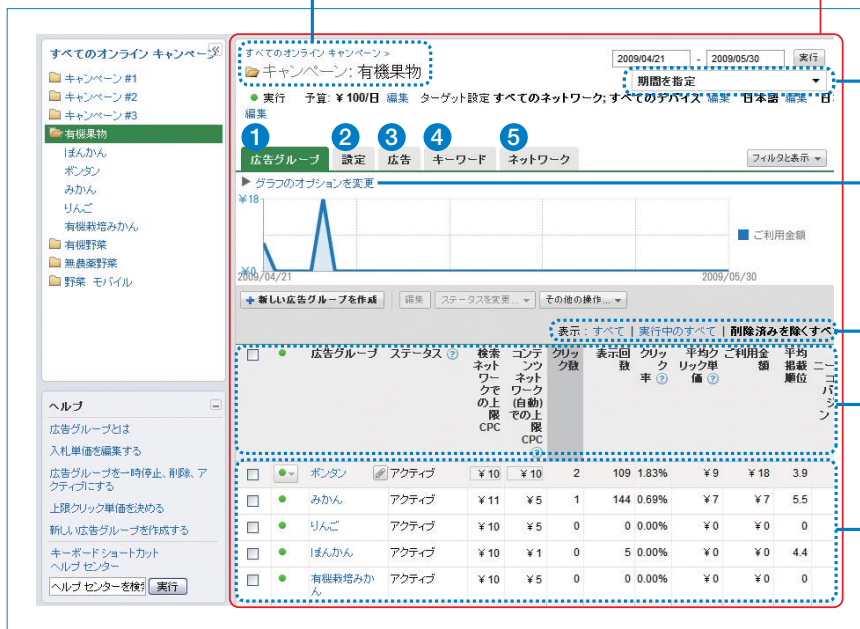
リスト内の表示を絞り込んだり、リスト内に表示するデータの項目を絞り込むことができます。

#### リストのヘッダ

各列のヘッダをクリックすると、リスト内の行をその列のデータに従って並び替えることができます。

#### リスト

「広告」「キーワード」など、選択されているタブに応じた一覧が表示される部分です。



#### 1 「広告グループ」タブ

(ナビゲーションツリーにていずれかのキャンペーンが選択されている場合に表示) クリックすると、そのキャンペーン内で運用されている広告グループの一覧が表示されます。

#### 2 「設定」タブ

クリックすると、選択しているキャンペーンのターゲット地域や予算などの設定を変更することができます。

#### 3 「広告」タブ

クリックすると、選択しているキャンペーン、または広告グループ内に登録されている広告の一覧がリストに表示されます。

#### 4 「キーワード」タブ

クリックすると、選択しているキャンペーン、または広告グループ内に登録されている広告の一覧がリストに表示されます。

#### 5 「ネットワーク」タブ

クリックすると、選択しているキャンペーン、または広告グループ内の広告が、どのネットワークにて表示およびクリックされているかがリストに表示されます。

## CHAPTER

## 1

## キーワードを追加しよう

キーワードを追加することで、広告主様の広告が表示される機会を増やすことができます。あなたの商品やサービスに適したキーワードを追加して、広告の表示機会を最大化してみましょう。

## 実際の操作方法

1 すべてのオンライン キャンペーン

2 キーワード

3 キーワードを追加

4 キーワードを追加

ヘルプ	キーワード	ステータス	上掲広告グループ	クリック数	表示回数	クリック率	広告コスト	広告単価	平均単価	コンバージョン数	コンバージョン率
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%
	キーワード	オン	キーワード	0	0	0.00%	¥0	¥0	0	0	0.00%

1 ナビゲーションツリーからキーワードを追加したいキャンペーンを選択します(フォルダのアイコンが付いているものがキャンペーンです)。

2 キャンペーン内の広告グループの一覧が表示されるので、一覧からキーワードを追加したい広告グループをクリックします。

3 [キーワード]タブをクリックします。

4 [キーワードの追加]をクリックし、キーワードを追加します。



## キーワードづくりのコツ

### コツ1 全国に通信販売できる商品なら…

商品カテゴリ名(例:花屋)や商品名(バラの花)をキーワードにするのが王道。さらに、その商品の特徴(有機農法、色など)をあわせたキーワード「バラ 有機栽培」などが有効です。

### コツ2 店舗がある場合や、特定の地域を対象にサービスを提供するなら…

取扱商品のカテゴリ名や商品名に加えて地域名、例えば、都道府県名や最寄り駅名もキーワードにしてみましょう。「料理教室 広島」「ペンション 軽井沢」「一戸建て 横浜」など。

### コツ3 どこで売っているのか、イメージしにくいものを扱っているなら…

商品のカテゴリ名を、そのままキーワードにしてみましょう。例えば「セキュリティシステム」「ドラム缶」「緑日用屋台」など。どこで売っているか分かりにくいものは、消費者はネット検索で探す傾向が高いのです。

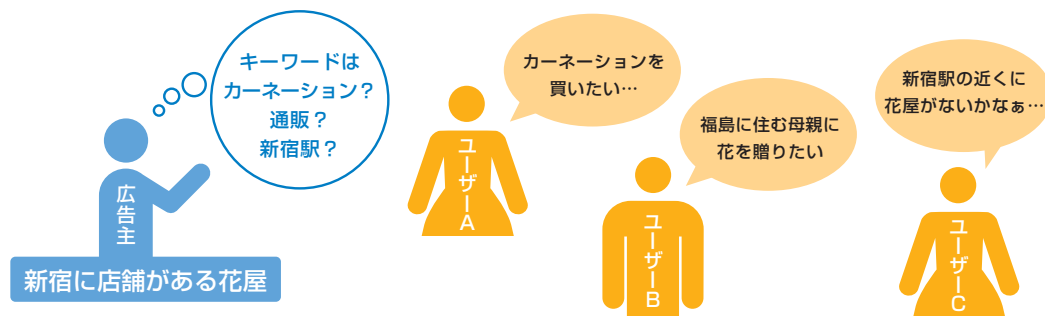
### コツ4 悩みを解決するサービスを提供しているなら…

広告主様の悩みを解決する商品・サービスを提供している場合、商品やサービスそのものの名称ではなく、悩み自体をキーワードにすると効果的です。「肩こり」「確定申告」「賃貸更新手数料」など。

### コツ5 特定の季節や記念日、イベントで使われる商品を扱っているなら…

その商品が扱われる季節(正月、夏)、記念日(バレンタインデー、母の日、節分)やイベント名(運動会、花火大会、祭)をキーワードに設定すると、高い効果を期待できます。例えば、「母の日 贈り物」、「クリスマス レストラン予約」など。

これら以外にもユーザー視点に立つて考えることで、最適なキーワードを発想することができます。



# キーワードの マッチタイプでターゲットを絞り込もう

マッチタイプを指定することで、広告を表示させたいキーワードを詳細に指定することができます。マッチタイプには、除外キーワードと次の3種類があります。

## ◆マッチタイプの特徴

マッチタイプ	特徴	設定方法
部分一致	設定したキーワードと検索キーワードが完全に一致しなくても、他の単語が含まれる場合も広告が表示される。より広範囲のユーザーに広告を表示できる。	初期設定されているので、特に設定は必要なし。 例) みかん 販売 比較
完全一致	設定したキーワードと検索キーワードが完全に一致する場合のみ、広告が表示される。より正確にターゲットを絞ったユーザーに広告を表示できる。	[ ] (半角) で囲む。 例) [みかん 販売 比較]
フレーズ一致	設定したキーワードと検索キーワードのキーワードの順序が同じであれば、他の単語が含まれる場合も広告が表示される。	" " (半角) で囲む。 例) "みかん 販売 比較"

## マッチタイプの設定方法(キーワード追加時に設定)

The screenshot shows the Google Ads 'Keywords' page. At the top, there are tabs for 'Settings', 'Keywords', and 'Networks'. The 'Keywords' tab is selected. Below the tabs, there's a section for 'Add keywords' with a text input field and a 'Add' button. A dropdown menu is open, showing a list of keywords. The keyword 'みかん 販売 比較' is selected, and its match type is set to 'Exact Match' (完全一致). Below the list, there's a table with columns for 'Keyword', 'Status', 'Match Type', 'Clicks', 'Impressions', 'CTR', 'Cost', 'Average CPC', 'Conversion Rate', and 'Quality Score'. The table shows the following data:

キーワード	ステータス	上限クリック数	クリック数	表示回数	クリック率	平均クリック単価	ご利用金額	平均掲載期間	コンバージョン数	費用コンバージョン率	コンバージョン率
みかん 販売 比較	オン	0	4	0.00%	¥0	3.8	0	¥0	0.00%		
合計 - 検索		0	4	0.00%	¥0	3.8	0	¥0	0.00%		
合計 - コンテンツ		0	0	0.00%	¥0	0	0	¥0	0.00%		
合計 - すべてのキーワード		0	4	0.00%	¥0	3.8	0	¥0	0.00%		

キーワードの追加時に、" " や [ ] を利用して、マッチタイプを直接指定することができます。

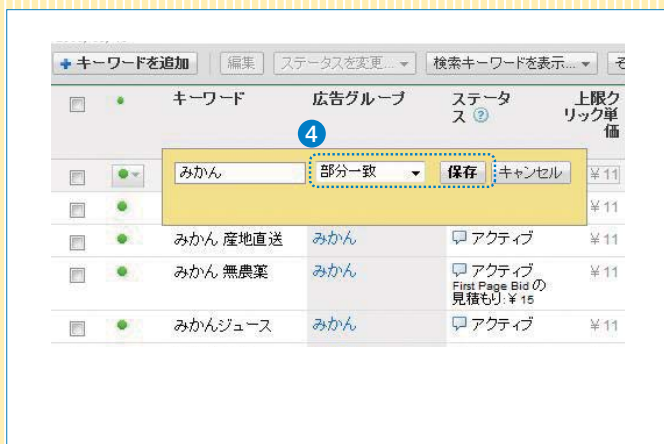
## 後からマッチタイプを変更する場合



- 1 ナビゲーションツリーから、マッチタイプを設定したいキャンペーンまたは広告グループを選択。



- 2 [キーワード]タブをクリックし、マッチタイプを編集するキーワードを選びます。
- 3 リスト内で、マッチタイプを変更したいキーワードをクリック。



- 4 各キーワードの横にあるプルダウンを使って、マッチタイプを選択し、[保存]をクリック。


# 除外キーワードの設定

部分一致と除外キーワードを組み合わせることで、簡単に広告主様のビジネスに関連のあるキーワードを絞り込むことができます。

例えば、「みかん」は販売しているが、「みかんジュース」は取り扱いがない場合、部分一致で「みかん」をキーワードに指定すると、「みかんジュース」と検索された場合にも広告が表示されます。このとき、「ジュース」という言葉を除外キーワードとして指定すれば、「ジュース」を含む検索に対して広告が表示されなくなります。この除外キーワードは、広告グループ単位での除外と、キャンペーン単位での除外を選ぶことができます。

## 設定方法

1



2



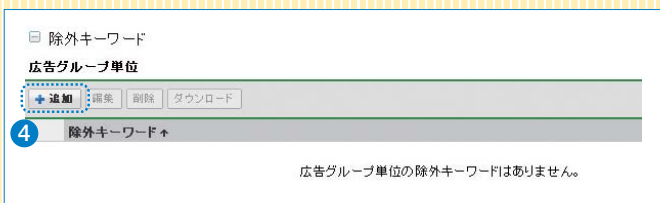
キーワード	広告グループ	ステータス	上限クリック単価	クリック数	
<input type="checkbox"/>	みかん	ポントナ	アクティブ	¥10	0
<input type="checkbox"/>	みかん 販売	ポントナ	アクティブ	¥10	0
合計 - 検索					0
合計 - コンテンツ					0
合計 - すべてのキーワード					0

3

除外キーワード

- 1 ナビゲーションツリーから、除外キーワードを設定したいキャンペーンまたは広告グループを選択。
- 2 [キーワード]タブをクリック。ここで、[検索キーワードを表示...]からどのような検索語句で広告が出記載されているか確認できます。
- 3 除外キーワードの左の[+]をクリック。

4



除外キーワード

広告グループ単位

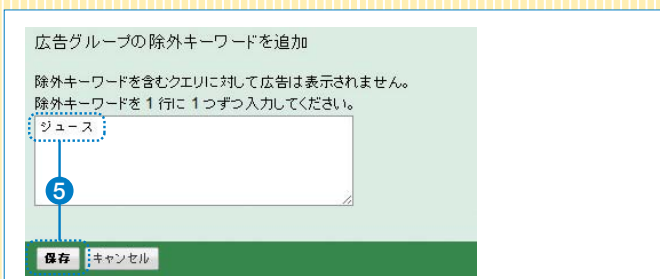
+ 追加 編集 削除 ダウンロード

除外キーワード

広告グループ単位の除外キーワードはありません。

- 4 [追加]をクリック (キャンペーン単位で指定したい場合は、画面の右側のキャンペーン単位の下の方の[追加] ボタンをクリック)。

5



広告グループの除外キーワードを追加

除外キーワードを含むクエリに対して広告は表示されません。  
除外キーワードを1行に1つずつ入力してください。

ジュース

保存 キャンセル

- 5 除外したいキーワードを入力して保存。



- ⑤ 広告タイトル・広告テキスト・URLを入力します。
- ⑥ [広告を保存]をクリック。

## 広告テキストづくり方の発想方法

### まずは、複数の広告を設定してみましょう。

一つの広告グループに複数の広告を設定することで、複数の広告がランダムに表示され、クリック率などの効果を比較することができます。クリック率の高い広告は自動的により多く表示されるようになるので、最適な広告が表示されるようになります。

### 広告タイトルにキーワードを入れましょう(太字になるので、クリック率がアップ!)

設定したキーワードを広告タイトルに入れましょう。広告タイトルに入れたキーワードは、そのキーワードが検索された場合に太字で表示されるため、ユーザーからの注目率が高まります。

#### ◆「バラ 通販」を検索した結果の例

##### ✕ 悪い例

### お花のことなら

人気のお花各種取り揃え。  
全国へ発送もOK。  
[www.google/example](http://www.google/example)

一見良さそうですが、花を扱っていることしか伝わりません。「バラ 通販」で検索しているユーザーには響きません。

##### ◎ 良い例

### 世界のバラを通販

常時20種のバラ、無料ラッピング。  
1500円以上で全国発送無料。  
[www.google/example](http://www.google/example)

検索キーワードの「バラ 通販」をタイトルに含み、太字になっているため、ユーザーの注目度は高くなります。

## メリットを明確に伝えましょう

あなたの商品・サービスの特徴やメリットを明確に伝えることで、クリックされる魅力的な広告になります。

### ◆例えば、こんな広告表現が効果的

#### 数量や期間が限定されている

有名パティシエ〇〇のお菓子。予約締切9/15、先着30名様まで

#### 稀少価値がある

年間生産わずか1000本の幻のワイン〇〇〇。新入荷しました！

#### 値ごろ感(お得感がある)

ネット限定割引券で液晶テレビが特別30%OFF！〇〇電器店

#### 流行している/話題性がある

今、話題の空気清浄器を激安セール中！

#### 「公式」「専門」などの権威

#### 情報の質をアピール

「最新」「満載」「比較」など

#### 明確なメリットや差別性

「ハンドメイド」「無農薬」「国産」

## 行動を促す具体的な表現を使いましょう

クリックした先で「何ができるのか」の明確に表現しましょう。

ユーザーが行いたいと考えている行動を表現することでクリック率が高まります。

#### 自然派化粧品お試し

毎月先着30名様  
無料サンプル進呈中。

[www.google./cosme](http://www.google./cosme)

#### 究極のクラシックカー

世界の名車を販売。  
資料請求はコチラ。

[www.google.example/car](http://www.google.example/car)

例えば、「無料サンプル進呈中」「資料請求はコチラ」  
「オンライン予約可能」などの言葉が効果的です。

## CHAPTER

## 3

# 1日の利用金額を確認し、 1日の予算を変更しよう

ご利用金額が1日の予算に達するとその日の広告掲載は抑制されてしまいます。1日の早い段階で予算に達していないか確認し、適正予算を必要に応じて見直す必要があります。

## 操作方法



- 1 ナビゲーションツリー上で、予算を確認したいキャンペーンを選択します。
- 2 キャンペーン名の下に1日の予算が表示されます。
- 3 [グラフのオプションを変更]をクリックします。



- 4 [ご利用金額]をクリックし、1日の上限予算に近づいていないかを確認します。



- 5 1日の予算を変更する場合には、1日の予算の隣の[編集]をクリックし、[予算]の欄を編集して[保存]をクリックします。



## CHAPTER

## 4

# 上限クリック単価を編集しよう

上限クリック単価を変更することで、  
広告の表示や広告の掲載順位に影響を与えることができます。

## 操作方法

### ◆広告グループ内のキーワードの 上限クリック単価を一括変更する場合

1 すべてのオンライン キャンペーン

2 広告グループ

3 ネットワーク

4 保存

広告グループ	ステータス	キーワード	タイプ	上限クリック単価	表示回数	クリック数	クリック率	平均クリック単価	ご利用金額	平均掲載順位
ボンタン	アクティブ	ボンタン	アクティブ	¥10	2	109	1.83%	¥9	¥18	3.9
みかん	アクティブ	みかん	アクティブ	¥5	1	144	0.69%	¥7	¥7	5.5
みかん	アクティブ	みかん	アクティブ	¥10	0	0	0.00%	¥0	¥0	0

- 1 まず、ナビゲーションツリーにて、キャンペーン(フォルダのアイコンがついているもの)を選択します。
- 2 [広告グループ]タブをクリックします。
- 3 各広告グループの[検索ネットワークでの上限CPC]をクリックします。
- 4 数字を編集し、[保存]をクリックします。

### ◆各キーワードごとに 上限クリック単価(CPC)を変種する場合

1 すべてのオンライン キャンペーン

2 キーワード

3 上限クリック単価

4 保存

キーワード	広告グループ	ステータス	タイプ	上限クリック単価	表示回数	クリック数	クリック率	平均クリック単価	ご利用金額	平均掲載順位
ボンタン販売	ボンタン	アクティブ	アクティブ	¥10	2	82	2.44%	¥9	¥18	3.5
みかん	みかん	アクティブ	アクティブ	¥11	1	112	0.89%	¥7	¥7	5.9
みかん 国産	みかん	アクティブ	アクティブ	¥11	0	0	0.00%	¥0	¥0	0

- 1 まず、ナビゲーションツリーにて、キャンペーン(フォルダのアイコンがついているもの)を選択します。
- 2 [キーワード]タブをクリックします。
- 3 各キーワードの[上限クリック単価]の列の数字をクリックすると、黄色いウィンドウが表示されます。

4 保存

キーワード	広告グループ	ステータス	タイプ	上限クリック単価	表示回数	クリック数	クリック率	平均クリック単価	ご利用金額	平均掲載順位
みかん	みかん	アクティブ	アクティブ	¥10	0	0	0.00%	¥0	¥0	0
みかん 国産	みかん	アクティブ	アクティブ	¥10	0	0	0.00%	¥0	¥0	0
みかん 産地産直	みかん	アクティブ	アクティブ	¥10	0	0	0.00%	¥0	¥0	0
みかん 熟成実	みかん	アクティブ	アクティブ	¥11	0	0	0.00%	¥0	¥0	0
みかんジュース	みかん	アクティブ	アクティブ	¥11	0	0	0.00%	¥0	¥0	0
みかん 販売	みかん	アクティブ	アクティブ	¥11	0	0	0.00%	¥0	¥0	0
みかん 有機栽培	みかん	アクティブ	アクティブ	¥11	0	0	0.00%	¥0	¥0	0

- 4 数字を編集し、[保存]をクリックします。

## 上限クリック単価設定のヒント

重要  
ポイント！

### 上限クリック単価は広告の掲載順位に影響します。

広告掲載の順位は、「上限クリック単価 × 品質スコア」という計算式で決まります。掲載順位を上げたい場合、上限クリック単価(CPC)を上げてみることを試してみましょう。一方、品質スコアは、キーワードのクリック率や、広告の内容とキーワードとの関連性などにより決定します。よくクリックされる品質の高い広告を運用することで、低い上限クリック単価(CPC)の設定でも上位に表示されることが可能になります。

広告掲載  
順位の  
決まり方

上限クリック単価



品質スコア



広告ランク

## 掲載順位の決まり方

ユーザーに支持されれば、低い上限クリック単価でも、上位掲載が可能です。

### 金額のみの場合

	上限クリック単価	掲載順位
A社	100円	1位
B社	50円	2位

### 金額と品質スコア(≒クリック率)の場合

	上限クリック単価	クリック率	広告ランク	掲載順位
B社	50円	3%	150	1位
A社	100円	1%	100	2位

A社の半分の金額しか入札していないB社が上位に表示されます。

## 品質スコアの確認

品質スコアを確認するためには、「キーワード」タブをクリックし、ステータスの列の吹き出しをクリックします。

## 操作方法

The screenshot shows the AdWords interface with the 'Keyword' tab selected. A tooltip is displayed for the keyword 'みかん', showing a quality score of 7/10. The tooltip also includes a note about the relevance of the link and the landing page to the keyword.

- 1 [キーワード]タブをクリックします。
- 2 ステータスの列の吹き出しをクリックします。

## CHAPTER

## 5

## キーワードを広告グループに分けよう

広告グループを分けることで、各広告グループに対して異なる広告やリンク先 URL を設定することができます。異なる広告やリンク先を設定したい場合、広告グループの追加が有効です。

あなたの扱っている商品やサービスが複数あり、広告やキーワードによって別のページにリンクさせたい場合、広告グループを分けることで、別のページへのリンクが可能になります。

商品	広告グループ	表示される広告	リンク先
りんご	「りんご」	人気のりんご10種勢揃い りんご名産地からお取寄せ！ 1kg以上、全国送料無料 <a href="http://www.googlefruit/apple">www.googlefruit/apple</a>	おいしいフルーツいっぱい グーグル果樹園のサイト りんごのページ ポンカンのページ オレンジのページ
ポンカン	「ポンカン」	無農薬の甘いポンカン 厳しい品質検査をパスした ポンカンだけをお届け <a href="http://www.googlefruit/ponkan">www.googlefruit/ponkan</a>	
オレンジ	「オレンジ」	訳ありオレンジが激安 キズありオレンジ大放出 味は正規品と同じです <a href="http://www.googlefruit/orange">www.googlefruit/orange</a>	

## キーワードを広告グループに分けよう

## 操作方法

1 すべてのオンライン キャンペーン

2 [広告グループ] タブをクリック。

3 [新しい広告グループを作成] をクリックします。

- 1 ナビゲーションツリー上で、広告グループを追加したいキャンペーンを選択します。
- 2 [広告グループ] タブをクリック。
- 3 [新しい広告グループを作成] をクリックします。

Google AdWords

すべてのオンライン キャンペーン

すべてのオンライン キャンペーン

広告グループ: 広告グループ #88

広告グループの名前

広告グループ名: 広告グループ #88

広告の特徴

この広告をここに人が見ます。広告は後から追加できます。

イメージ広告、モバイル広告、またはディスプレイ広告にも使用して広告を作成するには、作成中の広告グループに人を探してから、広告グループに広告を追加します。

広告のプレビュー

見出し

説明文 1

説明文 2

表示URL

リンク先URL

キーワード

キーワードを1行に1つずつ入力してください。

新しいキーワードを入力してください

プレースメント

広告グループのデフォルト 単価 (上限クリック単価)

広告の掲載回数(回)は 上限クリック単価 (CPA) の設定にも影響します。上限クリック単価は広告の1回のクリックに対してお支払い可能な金額の上限です。いつでも変更できます。

種類  単価

広告/クリック  単価

広告/コンバージョン  単価

広告/コンバージョン  単価

広告/コンバージョン  単価

3 広告グループは、上で1つ以上の広告とプレースメントまたはキーワードを入力するまで実行されません。作成中の広告グループに人を探して、広告を追加することができます。

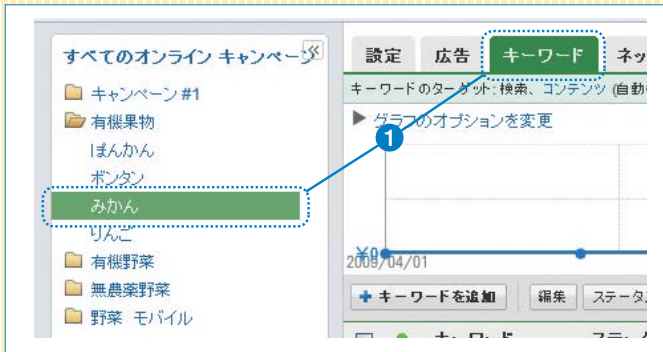
広告グループを保存

- 3 必要事項を埋めて [広告グループを保存] をクリックします

## 広告グループ追加のヒント

キーワード数が増えてきた場合、キーワードの中いくつかの方向性が含まれている場合があります。キーワードの意味のまとまりで広告グループを複数に分け、意味のまとまりごとに関連性の高い広告を設定することで、より高いクリック率が期待できます。多くのキーワードが含まれる広告グループを意味のまとまりで分割する場合、次のようなキーワードのコピーが便利です。

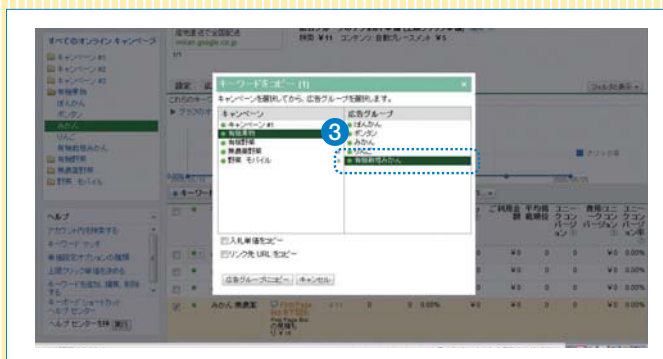
### ◆キーワードを他の広告グループにコピーする操作



- 1 広告グループを選択し、[キーワード]タブをクリックします。



- 2 コピーしたいキーワードをチェックし、[その他の操作]をクリック。表示される[コピー]をクリック。



- 3 コピー先の広告グループを認定します。

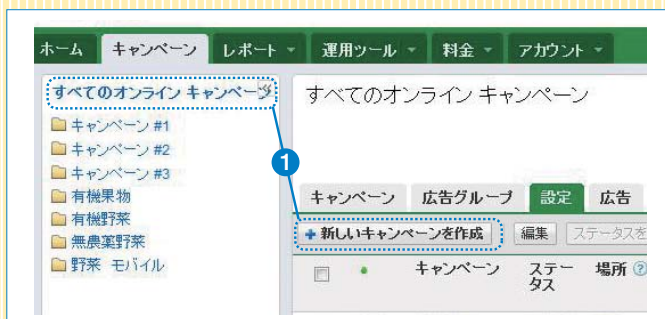
## CHAPTER

## 5

# 広告キャンペーンを追加しよう

1日の予算設定を商品や事業部毎に分けたい場合や、特定の地域にのみ表示させる広告を新たに設定したい場合、広告キャンペーンを追加します。

## 操作方法



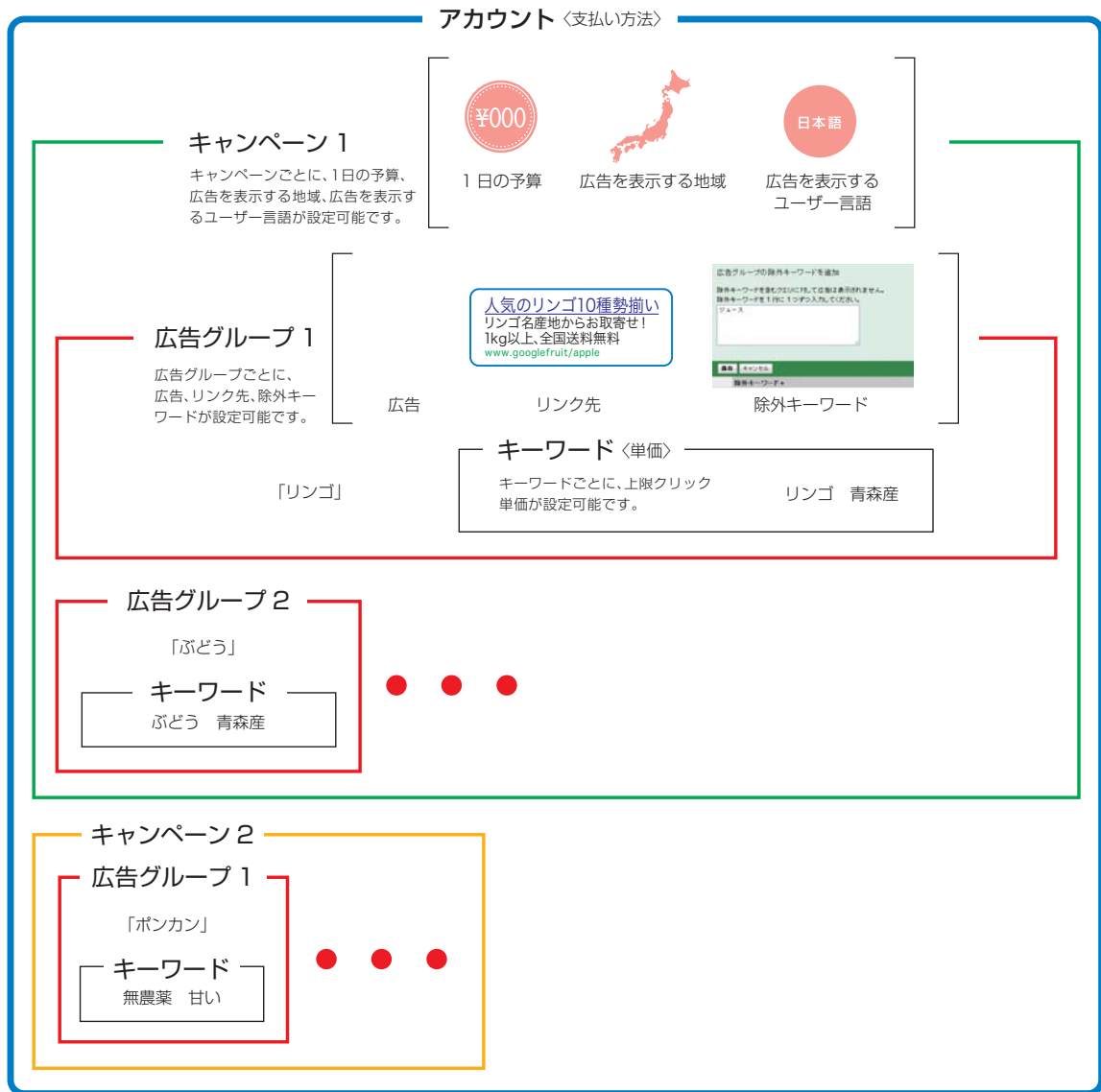
- 1 ナビゲーションツリーで[すべてのオンライン キャンペーン]をクリックした後、[新しいキャンペーンを作成]をクリック。



- 2 キャンペーン名や広告を表示する地域、予算などを設定し、[保存して次へ]をクリック。

## まとめ

## アカウント構造の概念



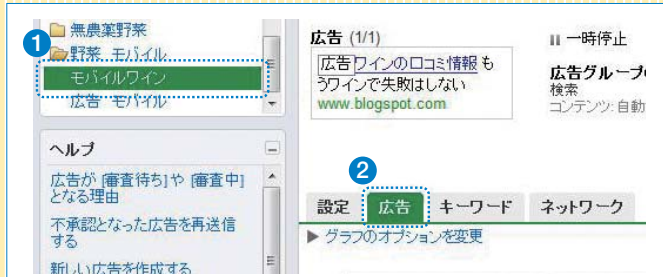
## CHAPTER

## 6

## モバイル広告を設定しよう

携帯電話からインターネットを使う人が急増しています。モバイル広告も用意して、携帯電話の検索結果にも広告を表示させ、より広告主様の広告の表示機会を増やしましょう。また、モバイル広告を始めるために新たにアカウントを作成する必要はありません。

## 操作方法

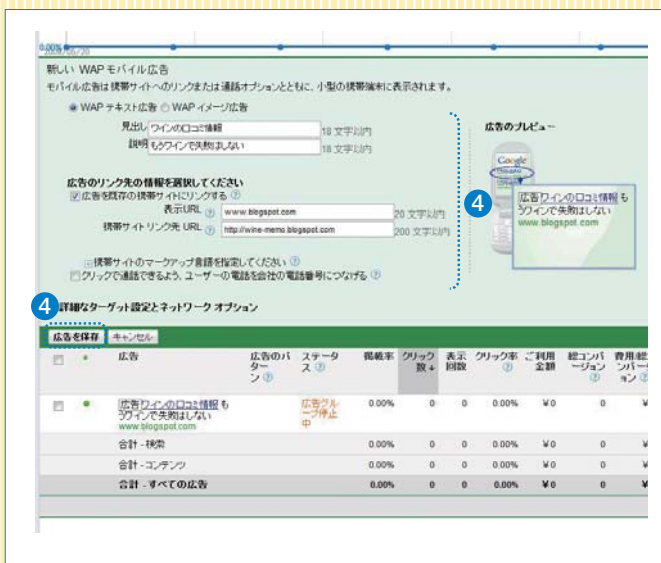


1 ナビゲーションツリーにてキャンペーンを選択し、モバイル広告を設定したい広告グループをクリック。

2 [広告]タブをクリック。



3 [新しい広告を作成]をクリックし、[モバイル広告]を選択。



4 広告テキストやリンク先情報を設定し、[広告を保存]をクリック。

モバイル広告はキャンペーンを分けた方が、予算管理、対象地域、効果把握の面からより効果的です。キーワードやターゲットごとに広告グループを分けてみましょう。



## CHAPTER

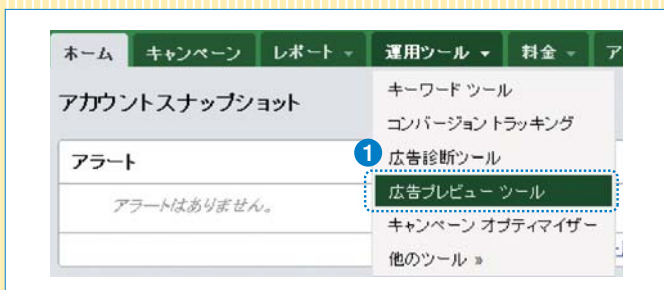
## 7

# 広告の成果を確認しよう

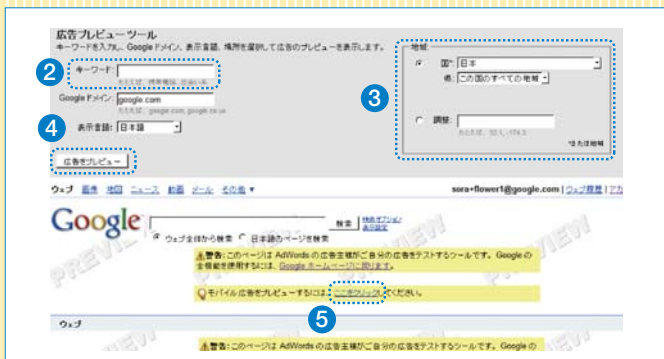
Google アドワーズの各種機能や Google Analytics を活用して、  
広告の成果を確認し、より効果的な広告展開に役立てましょう。

## 広告プレビューツールを使おう

お客様によるテスト表示などクリックされない広告表示が多く行われると、クリック率が下がり、掲載順位評価が低下する恐れがあります。このツールを利用すれば、広告プレビュー表示は表示回数にカウントされないため、表示回数を無駄に増やすことなく気軽に広告の表示状況を確認できます。日々の広告表示状況の確認に、ぜひお役立てください。



- 1 [運用ツール] タブで [広告プレビューツール] を選択します。



- 2 [キーワード] 欄にキーワードを入力します。
- 3 [地域] で、広告の配信地域として設定されている地域を選択します（配信地域を限定していない場合、任意）。
- 4 [広告をプレビュー] をクリックします。
- 5 モバイル広告をプレビューする際は、[ここをクリック] をクリックします。



- 6 Google 検索結果ページのプレビュー画面が表示されます

# コンバージョンを設定しよう

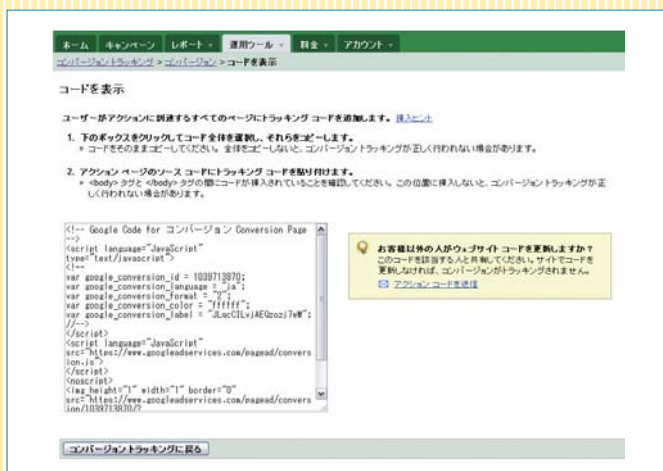
コンバージョンとは、ユーザーが広告主様のサイトに訪問した場合の、商品購入や資料請求など、何らかの成約を指します。コンバージョンを設定して、成果を確認しましょう。曜日ごとにコンバージョンが異なる場合、曜日ごとに上限クリック単価を変えろといった設定ができます。



- 1 [運用ツール]タブからコンバージョントラッキングを選択。
- 2 [新しいアクションを作成]をクリック。



- 3 下記の必要事項を入力し、全ての情報を記入後、[アクションを保存し、コードを取得]というボタンをクリックします。
  - (1)「アクション」は、お客様の分かりやすいように任意に入力します。例)資料請求
  - (2)「アクションの収益」は、コンバージョンあたりの収益金額が固定である場合に入力しておくことで、コンバージョン発生の都度、ここに指定した金額がレポートに加算されます。
  - (3)「コンバージョンページの言語」は、日本語サイトの場合、日本語を指定します。ここで指定した言語でトラッキングインジケータのメッセージが表示されます。
  - (4)「コンバージョンページのセキュリティレベル」は、コンバージョンページのプロトコル(HTTP または HTTPS)を選択します。こちらの選択を間違えると、コンバージョントラッキングが正しく機能しない可能性がありますので、ご注意ください。なお、http と https のどちらか不明の場合には、https を選択してください。
  - (5)「コンバージョンページのマークアップ言語」は、PC用の場合、[html]を選択します。モバイルの場合は、サイト管理者に記述言語を確認してください。
  - (6)「テキストフォーマットの選択」は、広告をクリックしたユーザーがコンバージョンページを訪れた再に表示させるメッセージを選択します。「なし」を選択すると、インジケータは表示されません。



- 4 新しく作成したアクション名を選択し、[ステータス]や[トラッキングの目的]を設定。
- 5 表示されたコードをコピーし、購入や資料請求の後に表示されるページなどのHTMLの<body> タグと </body> タグの間のページ下部に挿入していただくことをお勧めします。

# Google Analytics を活用しよう

Google が無料でご提供する解析ツール「Google Analytics」では、広告主様のサイトを訪問したユーザーの参照元やサイト内での行動を把握できます。設定して、広告グループやキーワードごとにリンクさせ、ユーザーの行動や収益性を比較してみましょう。

1



1 [レポート]タブから[ Google Analytics ]を選択

2 ( Google Analytics のアカウントをお持ちでない場合) [無料の Google Analytics アカウントを作成します]をチェックし、[次へ]をクリック。画面の案内の手順を踏めば、あなたの Web サイトを訪問するユーザーの行動がわかります。

3 ( Google Analytics のアカウントをお持ちの場合) [ Google Analytics のアカウントを持っています]をクリックし、案内の手順に沿って手続きしてください。



Google Analytics のさまざまな機能。

# レポートを活用しよう

広告の掲載結果のレポートを作成し、クリック数やクリック率、コンバージョン数を確認しよう。  
レポートでは、次のようなこともできます。

- ・時系列(日次・週次・月次)でクリック数、クリック率、コンバージョン数を確認できる。
- ・定期的にメールでもレポートを送信できる。



- 1 [レポート]タブから[レポート]をクリック。
- 2 [新しいレポートを作成]をクリックし、目的に応じてレポートを作成します。

## 利用料金を確認しよう

料金概略ページで、広告主様のお支払いの履歴やご利用料金をご確認いただけます。定期的にチェックし、広告の予算を検討するときの参考資料にしてみましょう。

1 [料金]タブから[料金概略]を選んでクリックし、ご利用料金をご確認ください。

2 ご利用料金を確認します。

料金概略

総額のお支払い: JPY ¥583  
2009年03月 Visa (...8334)

お金の支払い方法: Visa (...8334) 有効  
バックアップなし

残りの残高: JPY ¥1,264  
JPY ¥10,000 ごとに請求されます。

2009年04月01日 - 2009年05月31日

この月の請求書

日付	説明	料金 (円)	クレジット (円)	残高 (円)
4月1日	開始時刻			
4月1日	Campaign Activity: スクランブル	42		29
4月7日	Campaign Activity: スクランブル	48		34
4月3日	Campaign Activity: スクランブル	16		38
4月4日	Campaign Activity: スクランブル	18		40
4月5日	Campaign Activity: スクランブル	8		41
4月6日	Campaign Activity: スクランブル	43		46
4月7日	Campaign Activity: スクランブル	12		47
4月8日	Campaign Activity: スクランブル	38		51
4月9日	Campaign Activity: スクランブル	21		53
4月12日	W252のお支払い請求書			53
4月13日	支払い: Visa (...8334)		262	22

# FAQ

## よくあるご質問

詳しくは、<http://adwords.google.co.jp/support/> より、アドワーズのヘルプセンターをご活用ください。

Q

### 広告が表示されないのですが、 なぜですか？

**A** 広告が表示されないのは下記のような場合が考えられます。

**広告が不承認の場合:** Google のポリシーに適合していない広告は不承認となり、掲載されません。管理画面より、「広告」タブをクリックし、リストの中からステータスをご確認ください。不承認となっている場合、横の吹き出しをクリックすると不承認理由が確認できます。



**掲載順位が低い場合:** 広告ランク(18ページ参照)が低く、検索結果ページの2ページ目以上に広告が表示されていたり、この場合、管理画面上で、上部の[キャンペーン]タブをクリックし、画面中央部の[広告]タブをクリックすると、広告が表示されます。

**残高不足やクレジットカードの不承認の場合:** 前払いの場合、残高が不足すると広告は表示されなくなります。後払いの場合にはご登録いただいているクレジットカードの認証が通らない場合、広告が表示されません。[料金]→[料金概略]より、ご確認ください。前払いでお支払いをいただいても、5ページの通り、お支払い方法によって残高への反映に時間がかかる場合があります。

**予算に到達した場合:** 1日の予算に到達した場合、その日は広告が表示されなくなります。管理画面上部の[キャンペーン]タブをクリックし、キャンペーンを選択した後、グラフのオプションを[ご利用金額]に変更し、ご利用金額が予算に近づいていないかを確認ください。また、キャンペーンを選択した状態で[設定]タブをクリックし、予算の[編集]をクリックすると推奨予算が表示されるので、こちらを参考にすると便利です。

**キャンペーンの設定による場合:** 地域ターゲットを設定しており広告表示の対象とされていない地域から確認している場合、確認時の Google 検索の表示設定で選択した言語とアドワーズで設定した言語が異なっている場合、広告のスケジュール設定をしている場合、などが考えられます。管理画面から、[運用ツール]タブ内の[広告プレビューツール]をお使いいただくと、異なる地域や言語の設定でも広告を確認することができます。

Q

### 検索結果上部の黄色の部分に 広告を掲載するには、 どうすればいいですか？

**A** こちらのスペースには、品質スコアや上限クリック単価が一定基準を満たした広告のみが表示されます。上限クリック単価が高くても、品質スコア(18ページ参照)が低ければこちらのスペースには表示されないため、このスペースに掲載するには品質スコアが特に重要です。また、常にこちらのスペースに広告掲載を保証するサービスは提供しておりません。

Q

管理画面にログインできません。

**A** <http://adwords.google.co.jp> にアクセスし、メールアドレスとパスワードを入力してログインします。こちらのページはブックマークをすると便利です。

Q

パスワードを忘れてしまいました。

**A** <http://adwords.google.co.jp> にアクセスし、[ログイン]ボタンの下にある[アカウントにアクセスできない場合]をクリックし、手順にしたがいます。

Q

モバイル広告を利用するのに別のアカウントは必要ありますか？

**A** 必要ありません。通常のアドワーズアカウントからモバイルの広告も作成できます。モバイル広告の利用については、24ページを参照してください。

Q

料金概略で最初に差し引かれる500円は何ですか？

**A** アカウントの開設費が500円発生します。こちらは支払い方法に関わらず必要となります。

Q

お支払い方法は変更できますか？

**A** 前払いの場合、クレジットカードから銀行振込、銀行振込からクレジットカードへ変更することができます。ご利用されるクレジットカードの変更もいつでも可能です。

ただし、お支払い方法を後払いから前払いへ、または前払いから後払いへ変更することはできません。このような変更を希望される場合は、ご利用中のアドワーズアカウントをキャンセルしてから、新規のアドワーズアカウントを作成していただき、ご希望のお支払い方法を設定してください。なお、キャンセルされたアカウントの情報や掲載結果は、新しいアカウントへ引き継ぐことができないので、ご注意ください。

Q

請求書はもらえますか？

**A** 管理画面より、[料金]タブ内の[料金概略]をクリックし、画面内の[請求書]をクリックすると印刷可能な請求書が表示されますのでこちらを印刷ください。請求書の郵送は行っておりません。

Q

クレジットカードの後払いを利用しています。今月は2回請求が来たのですが、なぜですか？

**A** 前回のお支払いから30日後、もしくはご利用金額の上限(5ページ参照)を超えた場合のいずれかのタイミングで請求が行われますので、請求は月に一度とは限りません。

Google アドワーズについてもっと知りたい方は、こちらまで。

Google   [検索オプション](#)  
[表示設定](#)

ウェブ全体から検索  日本語のページを検索

<http://adwords.google.co.jp>