



2009年2月

グーグル株式会社

# Google AdWords とは？



# ユーザー、広告主様、サイト運営者様を結びつける Google の広告



# Google AdWords とは

Google AdWords は、ユーザーの購買行動や興味・関心に応じて  
広告を配信できる、広告プラットフォームです。



# Google AdWords のメリット

---

## ● 目的に合った的確なターゲティング

ユーザーが何かの情報を必要としているときに、関連した広告を出すことができます。そのため非常に高い効果を望むことができます。サイト単位やキーワード単位などマーケティングの目的にあわせて、自由にターゲット設定が可能です。

## ● 多彩な配信方法と広告フォーマット

検索連動型広告だけでなく、コンテンツターゲットやプレースメントターゲットといった様々な配信方法や、テキスト広告、イメージ広告、動画広告、ガジェット広告といった複数の広告フォーマットを使い分けることができます。

## ● 効果に見合ったコスト

企業や事業規模に合わせて自由に予算設定が可能。露出・クリックなどの結果に応じた課金方式なので、費用対効果の高い広告を出すことができます。

## ● 予算・原稿・キャンペーンなどをオンラインで設定・確認

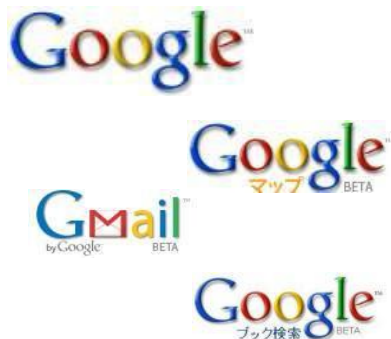
予算や原稿などを専用のオンラインツールで細かく設定をすることができます。キャンペーンの運用、効果測定などもオンラインで確認いただけます。

# Google の広告は、Google とパートナーサイトで掲載されます

AdWords は Google の検索結果だけではなく、**Google 広告ネットワークのさまざまなサイトへ掲載**することができます。マーケティング目的に合わせ、最適な掲載先を Google が自動的に探し出したり、広告主様がサイトを選択して出すこともできます。

インターネットユーザーの 77% 以上にリーチ\*する、Google の広告ネットワーク

Google の  
さまざまなサービスに掲載



Google の  
検索パートナーに掲載



Google の  
コンテンツパートナーに掲載



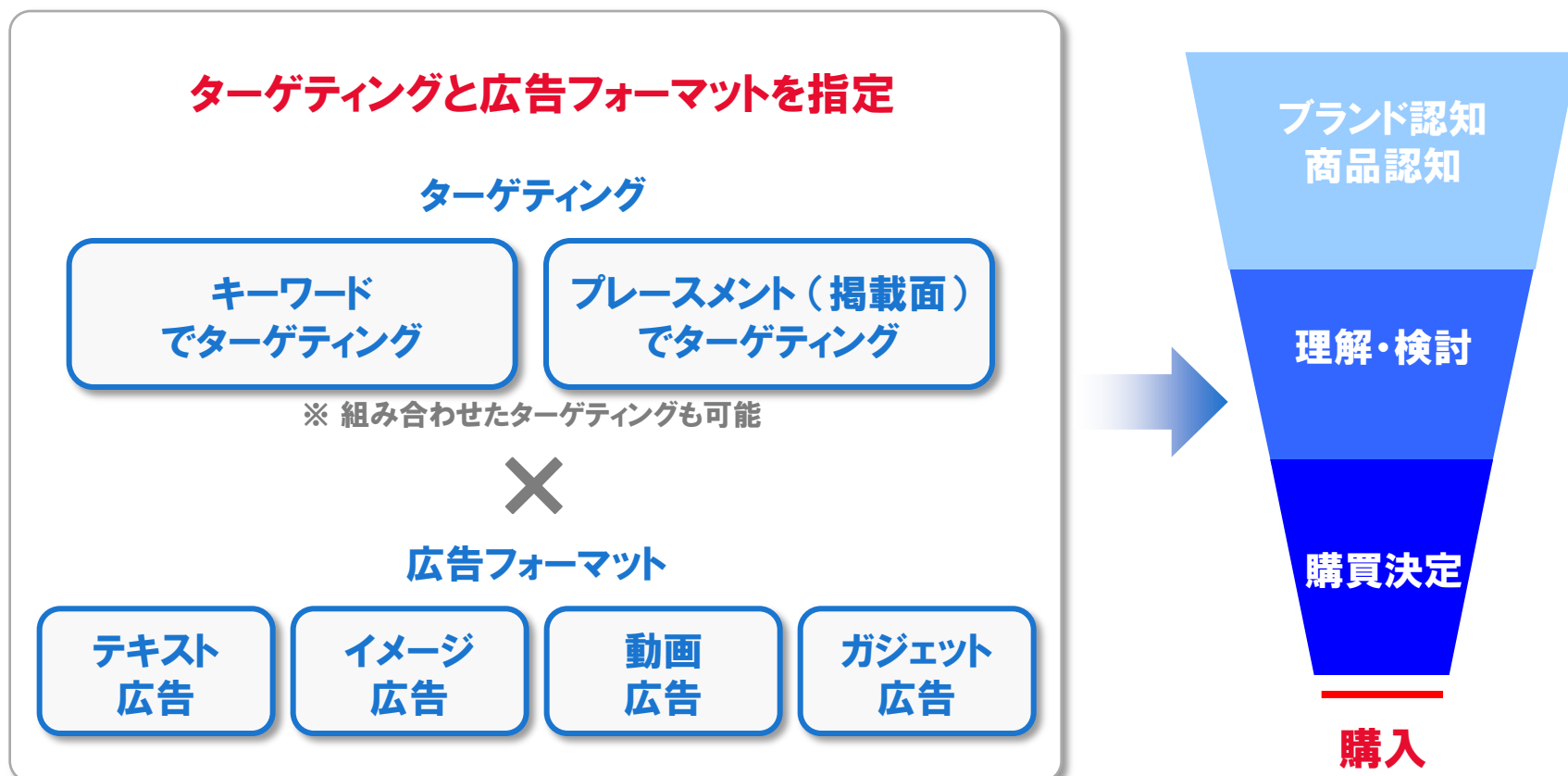
他さまざまな世界中の  
ウェブサイトやブログなど

\*Source: Nielsen NetView レポート: 非重複利用者分析 (インターネットアプリをレポートに含める)  
レポート期間: Month of December, 2008 / パネル種別: Home and Work / 対象国: Japan \*上記リーチにモバイルユーザーは含まれません

# ユーザーの購買行動にあわせて使える Google AdWords

AdWords には、検索連動型広告以外にもさまざまな配信方法があります。

これらの配信方法と広告フォーマットを組み合わせることにより、ユーザーの購買プロセスにあわせた様々な使い方ができます。



# 検索連動型広告とは

GoogleやGoogleの検索パートナーでキーワード検索した結果に出る広告です。  
キーワード設定により、ダイレクトレスポンス・ブランディングどちらの目的にもご利用いただけます。

インターネットユーザーの  
73%以上ヘリーチ\*する  
検索ネットワーク

テキスト広告



...など多数



Google アドワーズ

ウェブ アドワーズの検索結果 約 536,000 件中 1 - 10 件目 (0.06 秒)

他の検索サイトを試す Yahoo, Ask, AllTheWeb, Live, Lycos, Technorati, Bloglines, Altavista

Google アドワーズ 月額費用無し、予算は自由に設定可能 キーワードでターゲットは自由自在！

Google アドワーズ 月額費用無し、予算は自由に設定可能 キーワードでターゲットは自由自在！

他のキーワード: アドワーズ広告, google アドワーズ, アドワーズ キーワード, アドワーズ モバイル, アドワーズ ログイン

AdWords へようこそ [5/10]

すでに Google の検索結果に表示されている場合でも、AdWords では Google の新たなユーザーや広告ネットワークに広告を掲載する ... 毎月の固定費用はなく、AdWords の広告予算は自由に決めいただけます。たとえば、1 日の予算を 500 円、広告の上限 ...

adwords.google.co.jp / - 35k - キャッシュ - 関連ページ - フィルタ

キーワードツール, 広告掲載, Google AdWords 初まじめよう

Google Advertising Professional ヘルプ, Google

アドワーズ完全攻略法とは

歯科医院の先生へ

アドワーズ広告のことなら



[AD] **Google 保険**  
- 各種保険の資料請求無料  
www.example.com  
TEL: 0120-xxx-xxx

\*Source: Nielsen NetView レポート: 非重複利用者分析 (インターネットアプリをレポートに含める)  
レポート期間: Month of December, 2008 / パネル種別: Home and Work / 対象国: Japan \*上記リーチにモバイルユーザーは含まれません





# コンテンツターゲットとは

Googleテクノロジーを用いて、Googleコンテンツネットワーク内のウェブサイトのテーマを解析。  
関連性の高いウェブサイトに対して、自動的に広告が配信される仕組みです。

さまざまなジャンルや規模の  
コンテンツパートナーへ  
広告を配信

テキスト広告

イメージ広告

動画広告

ガジェット広告



[AD] 季節の蟹を宅配  
-とれたて生ズワイガニ  
www.example.com  
TEL: 0120-xxx-xxx

# プレースメントターゲットとは

広告の目的にあわせて、Googleコンテンツネットワークのウェブサイトから、複数のプレースメント（ウェブサイト内の広告掲載箇所）をフレキシブルに選んで広告を配信できる仕組みです。

マーケティング目的に合わせて、ターゲットにリーチしそうなサイトを自由に組み合わせが可能

テキスト広告

イメージ広告

動画広告

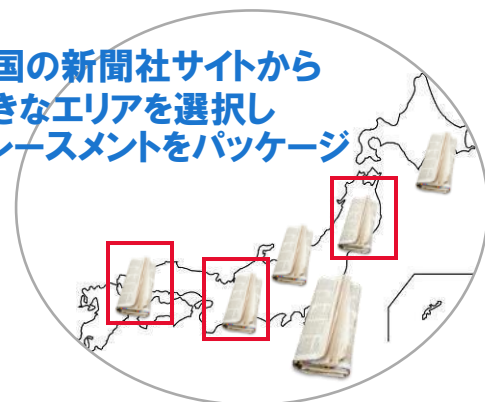
ガジェット広告



情報に敏感な女性が見るサイトだけを集めて、F1ターゲットパッケージを自由に作成



全国の新聞社サイトから好きなエリアを選択しプレースメントをパッケージ



数あるエンタメ系サイトから、ターゲットにマッチしたサイトを選んでパッケージ



様々な広告フォーマットで、広告ユニットを独占することも



# 対応している広告フォーマット

広告の配信方法により、配信することができる広告フォーマットが異なります。コンテンツターゲットやプレースメントターゲットは、イメージ広告、動画広告、ガジェット広告を配信できます。

配信方法	テキスト広告		イメージ広告	動画広告	ガジェット広告
	サイトヘリンク	Click-to-call			
フォーマット	<p>Google AdWords を 投資収益率の向上。新規顧客 の獲得。お申し込みはこちら。 <a href="http://adwords.google.co.jp">adwords.google.co.jp</a></p> <p>[AD] <b>グーグルピザ宅配</b> - 携帯で注文 <a href="http://googlepz.com">googlepz.com</a></p> <p>サイトURLを クリックしてアクセス</p>	<p>[AD] <b>マッサージの予約</b> - 携帯から予約 <a href="http://googlepz.com">googlepz.com</a> TEL: 03-1234-5678</p> <p>電話番号を クリックして通話</p>			
検索連動型 広告			/		
コンテンツ ターゲット					
プレースメント ターゲット					

## コンテンツターゲット

ユーザーが見ているサイトに、関連性の高い広告を配信

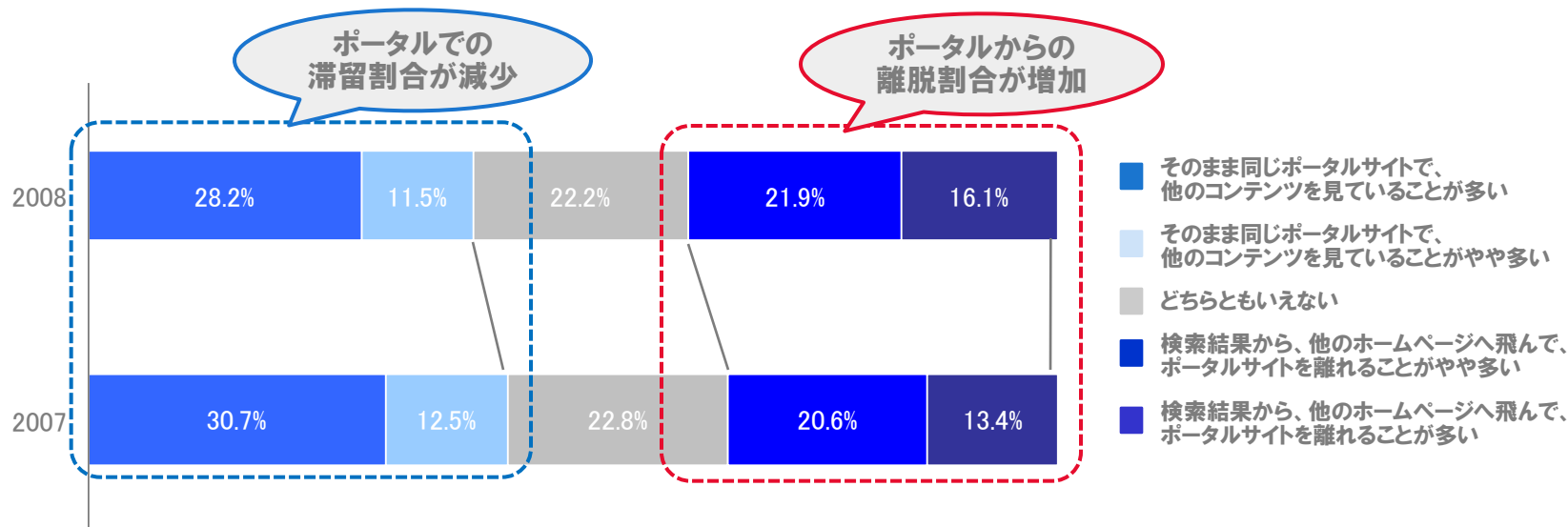


# ユーザーは、コンテンツサイトに時間を費やす

ユーザーはインターネットを使って様々な情報を探しています。それは検索サイトやポータルサイトだけではなく。何か見たいコンテンツを求めて検索した後、ポータルサイトの先、つまりコンテンツサイトの閲覧に費やしているユーザーが増えています。

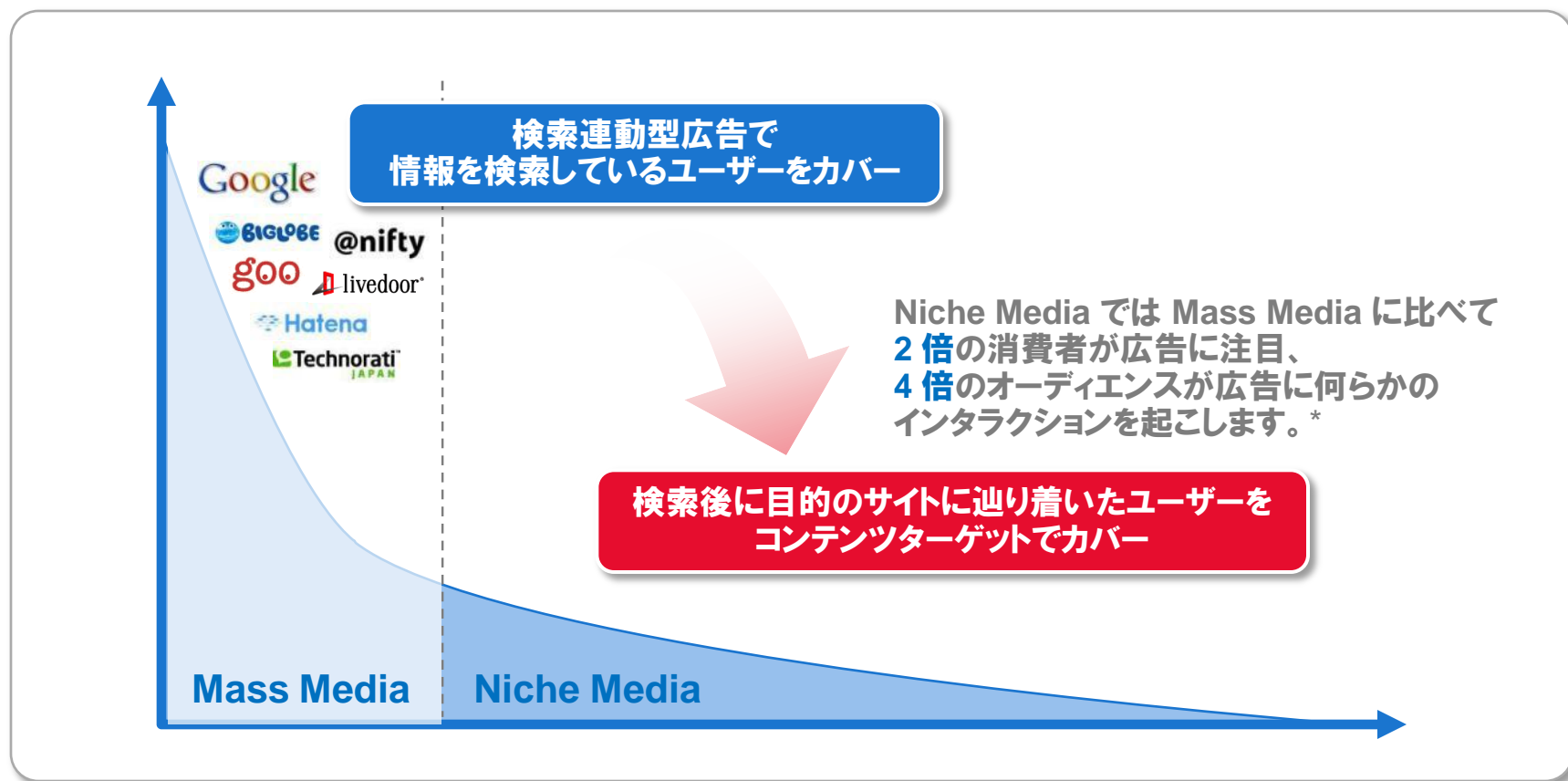
## 検索後のポータルサイトの利用の仕方

Q. あなたが普段インターネットに接している時間のうちで、ポータルサイトで検索した後のポータルサイトの使い方、利用の仕方として、近いと考えられるものを選んでください。



# ユーザーにとって有益な情報として広告掲載ができます

ユーザーは検索サイトで情報を検索し、ユーザーにとって興味のあるサイトへと到達します。コンテンツターゲットをご利用いただくと、検索結果からユーザーが到達するサイトをネットワーク化した、Googleのコンテンツネットワークで広告を表示でき、ビジネスチャンスを拡大できます。



# Google 広告ネットワーク

日本のユーザの **77% 以上\*** にリーチする、**世界につながる日本最大級の広告ネットワーク。**

\*コンテンツネットワークのほか、Googleサイト・Googleの検索ネットワークを含む)

地域や時間など**ターゲット設定は自在**です。コンテンツネットワークを利用すれば、**検索連動型** 広告だけでは接触できない**新しいユーザー**に到達することができます。



テキスト広告	イメージ広告	動画広告	ガジェット広告
<p><b>オフィスにコーヒーを導入</b> 9種類のコーヒーを事務所に簡単設置 メンテナンスは毎日。1台から注文ok <a href="http://www.example.com">www.example.com</a></p>	<p>庭いじりが苦手なあなたへ ガーデニングのことは、 私たちに任せください。 Green Garden Care</p>	<p>TAKE THE 250,000 MILE TEST DRIVE</p> <p>Click to Launch</p>	<p>American Airlines</p> <p>From: City or Airport Code San Francisco</p> <p>To: City or Airport Code Paris</p> <p>Departure: May 25</p> <p>Return: June 1</p> <p>Passengers: 1</p> <p>GO</p>

多くのユーザーを集める大規模サイト	テーマの絞られた専門サイト	ユーザと密着した小規模サイト
		<p>コンテンツパートナーサイトリスト <a href="https://adwords.google.com/select/partners/afc.html">https://adwords.google.com/select/partners/afc.html</a></p>

\*Source: Nielsen NetView レポート: 非重複利用者分析 (インターネットアプリをレポートに含める)  
レポート期間: Month of December, 2008 / パネル種別: Home and Work / 対象国: Japan \*上記リーチにモバイルユーザーは含まれません



# ターゲティングのしくみ

Googleのテクノロジーを用いてページのテーマを把握し、  
関連性の高い広告を自動的に配信いたします。

The screenshot shows a web page from asahi.com with several annotations in blue speech bubbles and boxes:

- 位置** (Location): Points to the breadcrumb trail "スポーツ > ゴルフ > 男子ゴルフ > 記事".
- 言語** (Language): Points to the page content.
- 大きさ** (Size): Points to the main headline "ウッズが首位、今田26位 ゴルフ・ワコビア選手権".
- 出現回数** (Frequency): Points to the word "ゴルフ" in the article text.

At the bottom, a box labeled "Ads by Google" contains three advertisements:

- 世界の名門ゴルフ場プレイ セントアンドリュース、ペブルビーチ 世界名門コースゴルフ旅行社 www.fairway.cc
- アメリカゴルフツアー アメリカゴルフ情報必須サイト オンラインで即予約も可能! www.golflisure.com
- USAゴルフクラブ通販 キャップ、ツアーバッグ豊富な在庫 USAツアーカスタムオーダー可能 www.fairwaygolfusa.com

## ページのテーマを把握

キーワード、出現回数、文字の大きさや位置、書かれている言語などを使って、ページのテーマを把握します。

ページの  
テーマ

- ◎ ゴルフツアー
- ゴルフ用品
- × 自動車(車名)

ページ内の文章を  
自動的に解析

## 広告のテーマを把握

広告主様のキーワードや広告  
テキストを解析し、広告のテーマ  
を把握します。

広告の  
テーマ

- ◎ ゴルフツアー
- ゴルフ用品
- × 自動車(車名)

テーマに即した広告  
を自動的に配信



# 広告の配信を自在にコントロール

配信先別の掲載結果を確認しながら、配信先を抑制・除外したり、特定の配信先を指定して入札額を増やし、そのサイトからのトラフィックを増やすなどのコントロールが可能です。

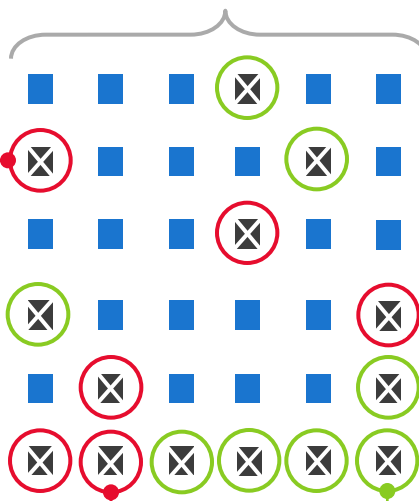
## 除外キーワード

広告を表示したくないコンテンツをキーワードで指定し、ビジネスと関連性の低いページへの配信を抑制できます。

## サイトとカテゴリの除外ツール

広告を表示しないサイトやカテゴリを指定し、配信を除外できます。

広告グループと関連性の高い配信対象サイト



## 配信先レポート

どのサイトに広告が掲載されたかを確認できます。サイト毎の掲載結果の統計情報を分析して、広告グループの設定改善に役立てることができます。

## 特定サイトへの入札

あるサイトでの掲載結果が良い場合、そのサイトを指定して広告を配信することができます。

※広告配信先として不適切な内容のページには、たとえ AdSense 広告ユニットが掲載されていたとしても、広告配信が自動的に抑制されます。

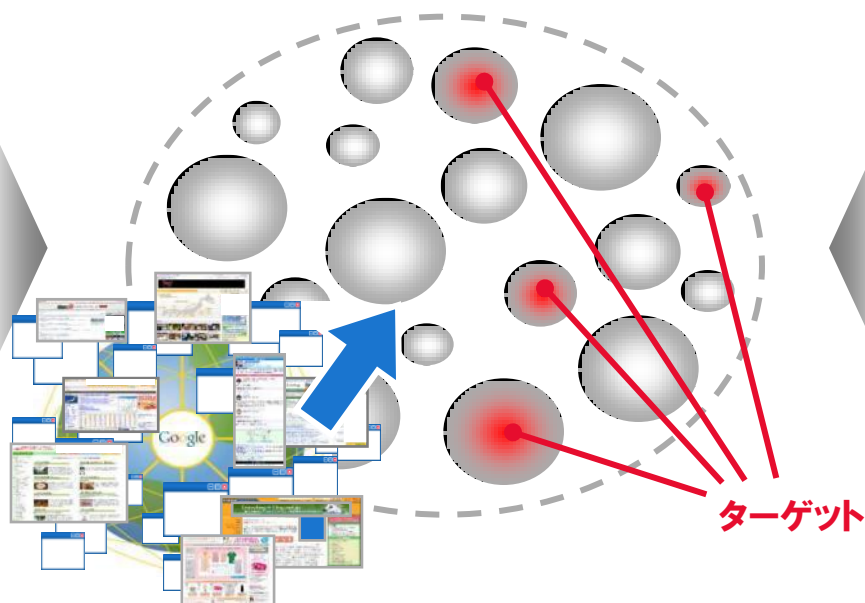
## プレースメントターゲット

目的にあわせてフレキシブルにプレースメントを選択・広告配信



# プレースメントターゲットとは

広告主様が**広告の目的にあわせて**、Googleコンテンツネットワーク上のウェブサイトから自由に複数のサイトを選んで、**広告を配信できる**仕組みです。



ターゲットが見ていそうな  
プレースメントを抽出

マーケティング目的にあった  
広告配信が可能

テキスト広告

イメージ広告

動画広告

ガジェット広告

インプレッション課金方式（CPM:1000回表示毎の上限価格を設定し、オークションにて掲載決定）と  
クリック課金方式（1クリックあたりの上限価格を設定し、オークションにて掲載決定）を選択できます。

# このようなお悩みをお持ちではありませんか？

既に検索連動型広告を  
実施中の広告主様



ターゲットをさらに広げたり、  
有効にリーチできる手段は  
他にないかなあ・・・



Googleコンテンツネットワーク上の  
ウェブサイトから、自由にサイトを  
抽出し広告を配信できます。

そのため、広告主様のマーケティング  
目的に合わせ、的確なター  
ゲットにリーチすることができます。

商品/サービスのターゲットが  
限られている広告主様



自分たちが本当に広告を打ち  
たいターゲット層に接触できる  
方法はないの？



ターゲットが限定されている  
商品/サービスでも、広告の  
配信先は数多くあります。

またサイト中の特定のコンテンツ  
ページだけに広告を出すことも  
可能です(例:ニュースサイトの  
「スポーツ」セクションだけに広  
告を出すなど)。

バナー広告の広告予算管理や  
プランの変更などをより柔軟に  
迅速に行いたい広告主様



もっと効率よく予算や  
キャンペーンの管理ができる  
バナー出稿の方法はないの？



配信先や予算の管理は、  
AdWordsの管理画面で  
一括しておこなうことができます。

キャンペーンの掲載結果は、  
いつでも自由に確認し、原稿や  
配信先を修正・追加することが  
できますので、効率良い運用が  
可能です。

# Google があなたのターゲットを探してきます



たとえば・・・

“乾燥肌向けスキンケア商品のサンプル請求キャンペーン” の場合

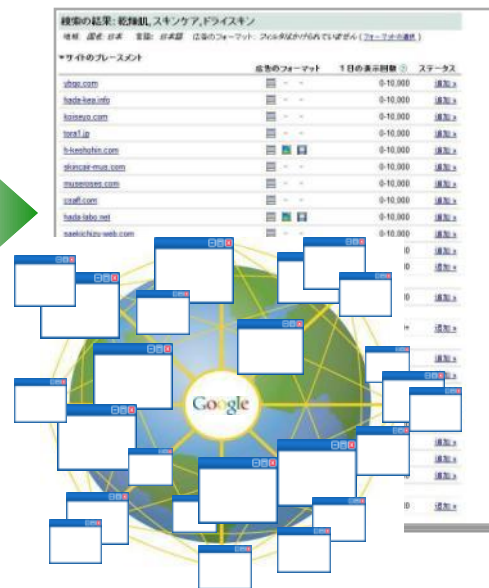
① プレースメントツールで  
ターゲットに合う条件を入力



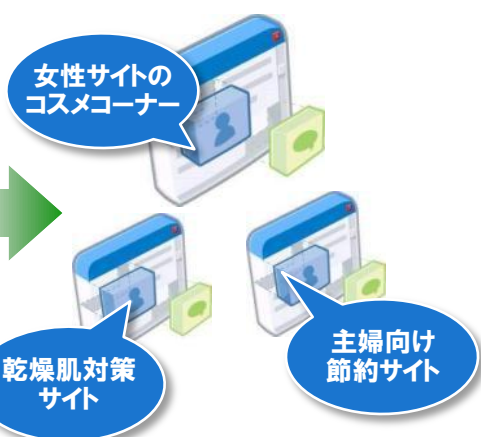
キーワードで検索  
「乾燥肌」「コスメ」  
「化粧品 お試し」  
etc.

URL入力で同種の  
プレースメントを検索  
kansohadaexample.com  
etc.

② 入力した条件に合った  
プレースメントを一覧表示



③ 一覧から広告を掲載したい  
プレースメントを指定



④ 入札、広告掲載



⑤ 掲載結果を見ながらキャンペーン中  
いつでも再度プレースメントを追加、  
削除が可能

# プレースメントターゲットなら、こんなキャンペーンが展開可能

マーケティング目的に応じて、自由自在にキャンペーンを組み立てることができます。



## 例) 化粧品製造販売 A社様

検索連動型広告はすでに展開済み。  
自社ブランドの認知をターゲットに  
対して反応を高め、興味をもってもらう  
ための手段は？



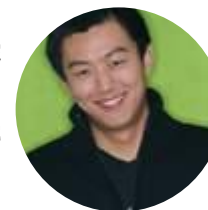
美容情報サイト  
新聞社サイト  
女性ページ  
女性系 SNS

お肌が気になるあなたに、新発想の  
スキンケア TVCM 放映中。サンプル申し込みは [こちらから](#)。  
www.google.com Ads by Google

プレースメントツールで検索した潜在顧客が訪問する候補の  
中から、掲載箇所を指定。CPMでイメージ広告を配信。

## 例) 音楽ダウンロードサイト運営 B社様

検索連動型広告で実績の高かった  
モバイルユーザーからさらに、自社運営  
サイトへのトラフィックを増やしたい。



歌詞サイト  
音楽ダウンロードサイト  
学生用掲示板サイト

[AD] - 無料音楽ダウンロード - 最新曲も多数 - [googlemusic.com](http://googlemusic.com)

音楽ダウンロードサイトユーザーと関連性の高い掲載箇所を  
プレースメントツールから選択。CPCでテキスト広告を配信。

## さまざまな広告フォーマット

文字表現を超えて、ブランド認知や商品理解を促進



# マーケティング目的に合わせて選べる、さまざまな広告フォーマット

AdWords では、テキスト広告以外にもさまざまなフォーマットをご用意しており、広告主様の商品、サービスの強みやマーケティング目的に合わせて、最適なフォーマットを選択することができます。



## Google のコンテンツネットワークへ、目的に応じて的確にリーチ

- コンテンツターゲットやプレースメントターゲットで利用できるフォーマットです。Google のコンテンツネットワークに配信されます。
- Google のコンテンツネットワーク上の多数のサイトの中から、関連性の高いサイトへ広告が配信されます。

### <メリット 1> 文字を超えて伝えたいベネフィットを表現

- 映画のトレーラー、デザイン性の高い商品、ホテルや旅館のイメージなどの文字だけでは伝わり切らない魅力を、ターゲット顧客へわかりやすく伝えることができます。

### <メリット 2> 広告料金はテキスト広告と同じ

- 追加の配信費用やサーバー費用は必要ありません。
- クリック課金もしくはインプレッション課金方式となるので、無駄がありません。
- 掲載結果はレポート機能で毎日検証、随時最適化が可能です。



# ブランド認知・商品理解を促す – イメージ広告や動画広告

商品やサービスのベネフィットを文字表現を超えて表現したい時には、**イメージ広告や動画広告**があります。

## ・イメージ広告

例) 英会話スクール様の場合

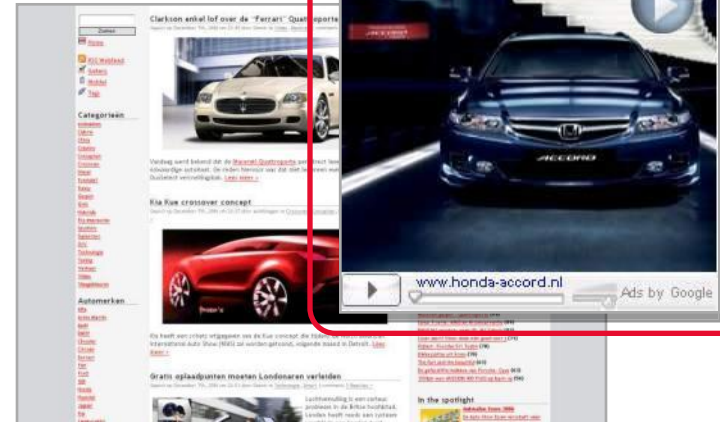
テキスト広告では伝えきれないブランドロゴやカラーで訴求できる**イメージ広告**を利用。英語に触れる機会が多いユーザーが集まる英語辞書のサイトなどに**広告を表示**。



## ・Click-to-Play 動画広告

例) 自動車メーカー様の場合

車ファンが多く集まるサイトへ、新車のスピード感や洗練されたデザインをわかりやすく伝えるために**動画広告**を活用。



# Click-to-play 動画広告の例

マーケティング目的にマッチしたターゲットのいるサイト上で、動画ならではのメッセージを伝えることができます。



例) サッカー関係のサイトに、  
スポーツシューズの動画広告

例) ギタースコアのサイトに、  
ギターチューナーの動画広告



その他の事例は、Click-to-play 動画広告デモページをご覧ください。  
<https://adwords.google.com/select/afc/ads/videoadsdemo.html>

# ユーザーとのインタラクションを形成する – ガジェット広告

フィード、イメージ、音声、Flash、動画などを組み合わせて表示したり、**広告上でユーザーとのインタラクションを行いたい場合は、リッチメディア広告フォーマットのガジェット広告が有効です。**

## • ガジェット広告

例) 映画会社様の場合

さまざまな DVD をサムネイル形式で陳列し、クリックすると該当するタイトルの紹介ページへリンク



ユーザーが自分の興味に合わせて自由に商品を選べる  
(= インタラクション性)

1つの広告で複数の商品を紹介することができる

ガジェット広告は、マーケティング目的とアイデア次第で、色々な利用方法があります。

# ガジェット広告の例

広告上での動画再生や iGoogle への追加などのインタラクションをレポートで取得できます。クリックスルーだけでなく、どれだけ広告内容がユーザーとコミュニケーションできたのかを数値で把握できます。

Daniel Pearl の  
ストーリーを読む

関連性の高い  
ニュースをフィード

iGoogle へ直接追加  
できる機能を設置



タイムラインそって  
流れをリッチに紹介

動画  
(映画予告編)

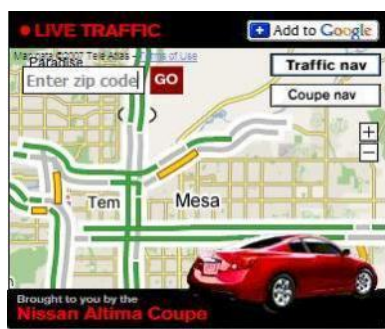


# ガジェット広告の例

マーケティング目的に応じて、さまざまな方法でユーザーとのインタラクティブなコミュニケーションを構築することができます。



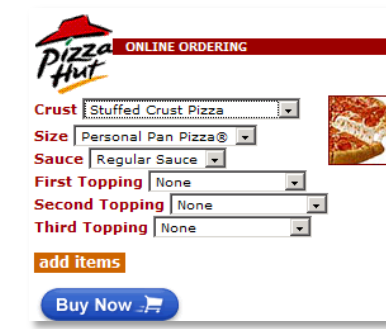
商品を題材にした  
コメディを動画で配信



マップをエンベッドし  
渋滞情報を表示



フォームへ条件を入力、  
検索結果がリンク先に



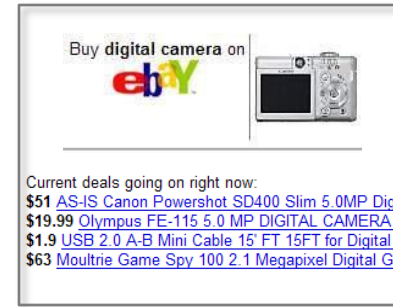
プルダウン形式で  
注文フォームを



映画のトレーラー、最新情報、俳優情報などを  
動きのあるクリエイティブで



ゲームをしながら、  
ブランド理解の促進



日々の売れ筋情報を  
画像とともに更新

その他の事例は、ガジェット広告ご案内ページを  
ご覧ください。  
<http://www.google.co.jp/adwords/gadgetads/>

# モバイル広告

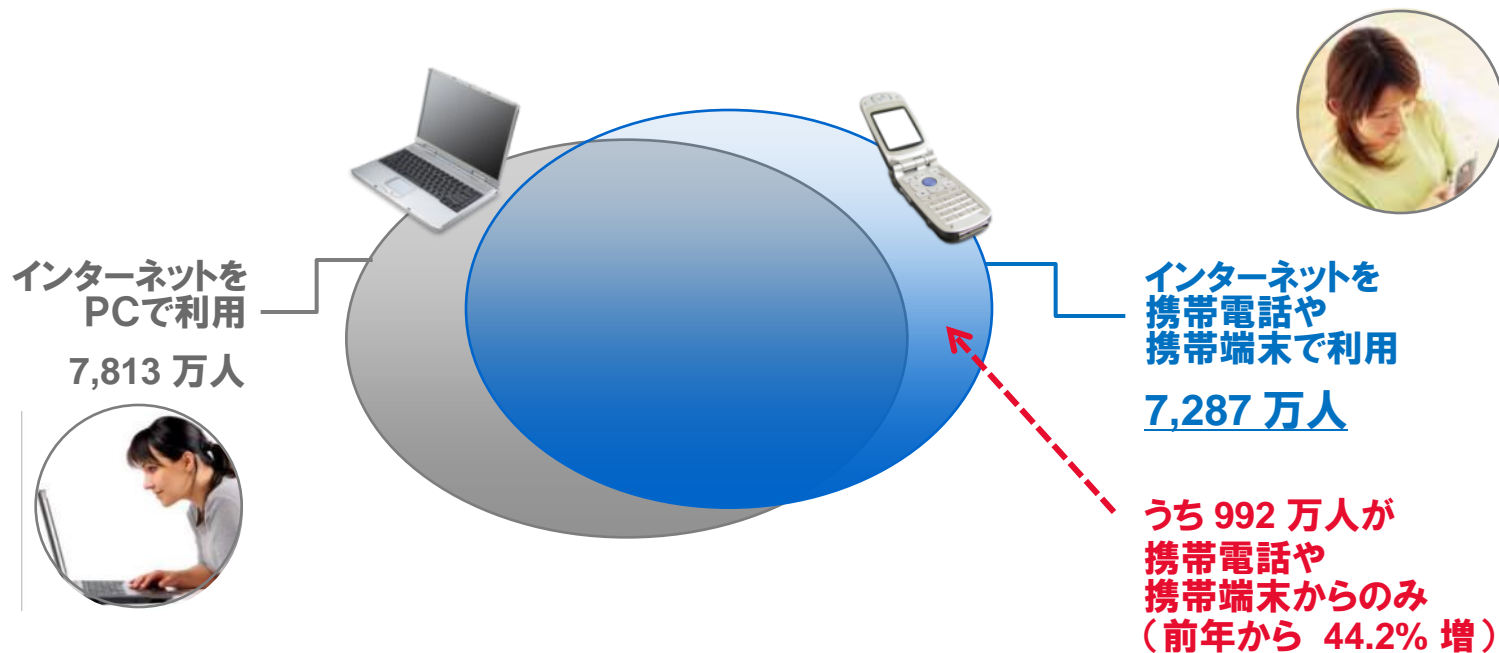
携帯電話を利用するユーザーとの接点



# モバイル・インターネット市場は、新たに創出されている市場

インターネットを携帯電話で利用する層は、新たな顧客開拓のチャンスとして注目されています。

## PC、携帯電話や携帯端末からのインターネット利用者数



# モバイル・インターネットでの情報検索サービス利用率は高い

モバイルで情報検索するユーザーは多く、さらにそのトレンドは増加傾向にあります。



## 携帯電話でのインターネット利用目的

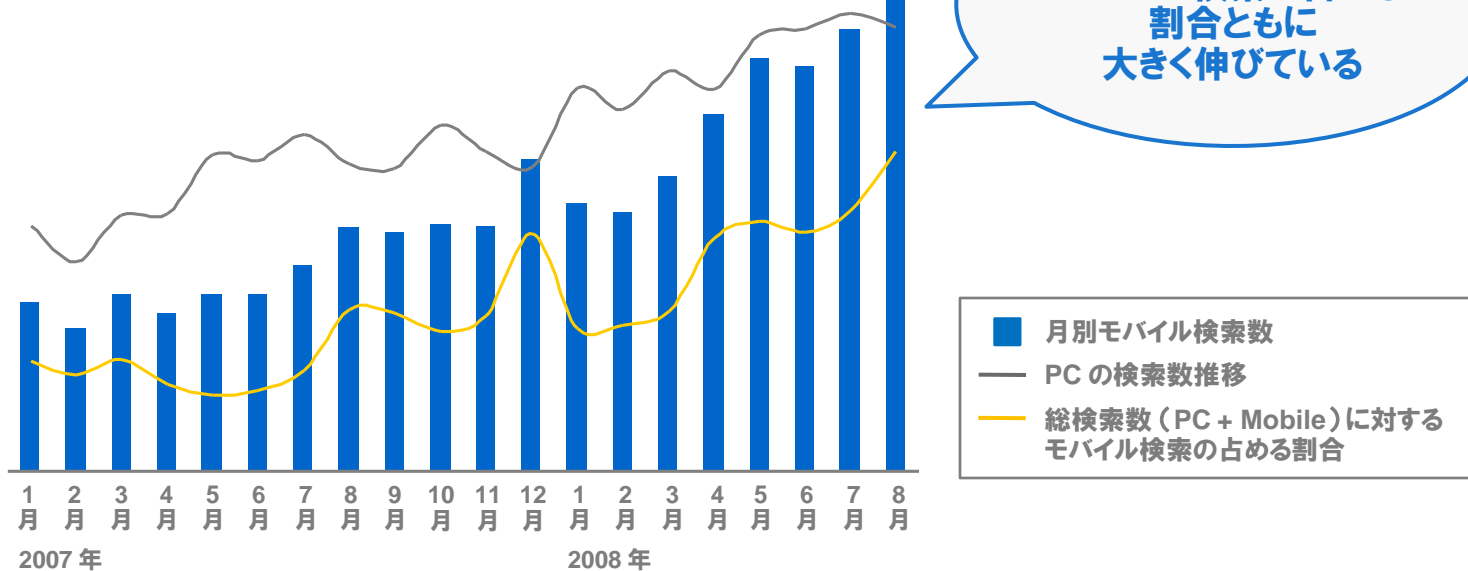
	2008 年	2007 年
<b>1位 情報を検索</b>	<b>64.3% ←</b>	<b>60.5%</b>
2位 ニュースを見る	47.9%	41.1%
3位 電子メール	46.7%	47.7%
4位 画像や音楽のダウンロード	21.1%	22.4%



# Google モバイルでの検索回数は増えている

PC を含む検索回数全体の中でも、**モバイル検索の占める割合は高まっています。**  
PC とモバイルを両方活用することで**ユーザーに接触する機会を最大化**することができます。

日本国内の Google モバイルおよび  
モバイル検索パートナーでの検索数



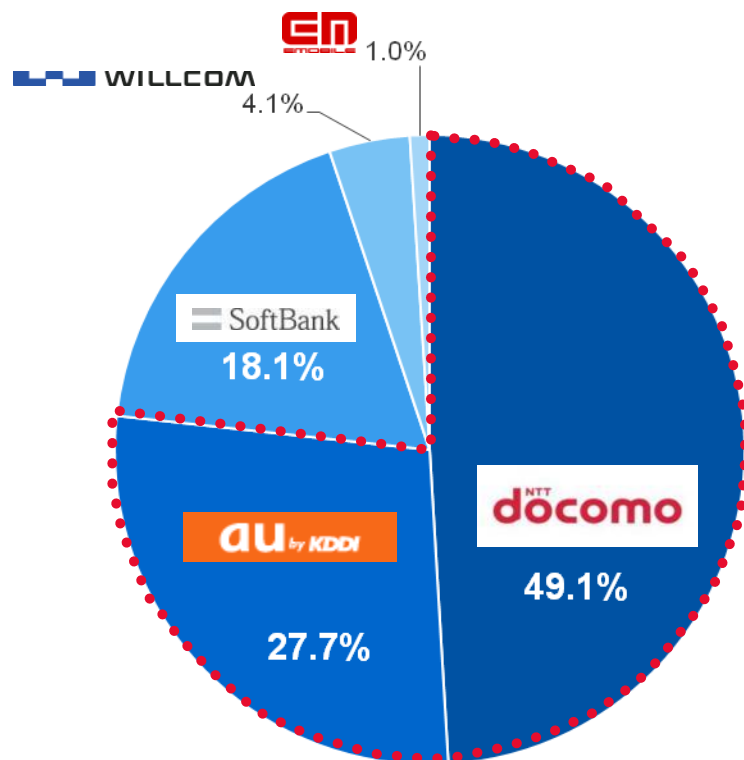
# Google のモバイル広告ネットワーク

モバイルで検索をしているユーザー、コンテンツを閲覧しているユーザー両方にリーチできます。  
日々 Google のモバイル広告ネットワークは拡大しています。



# Google のモバイル検索ネットワーク

Google モバイルの検索パートナーであるドコモと au/EZweb のユーザーを合わせると携帯ユーザーのおよそ 8 割にリーチしています。



Google  
AdWords



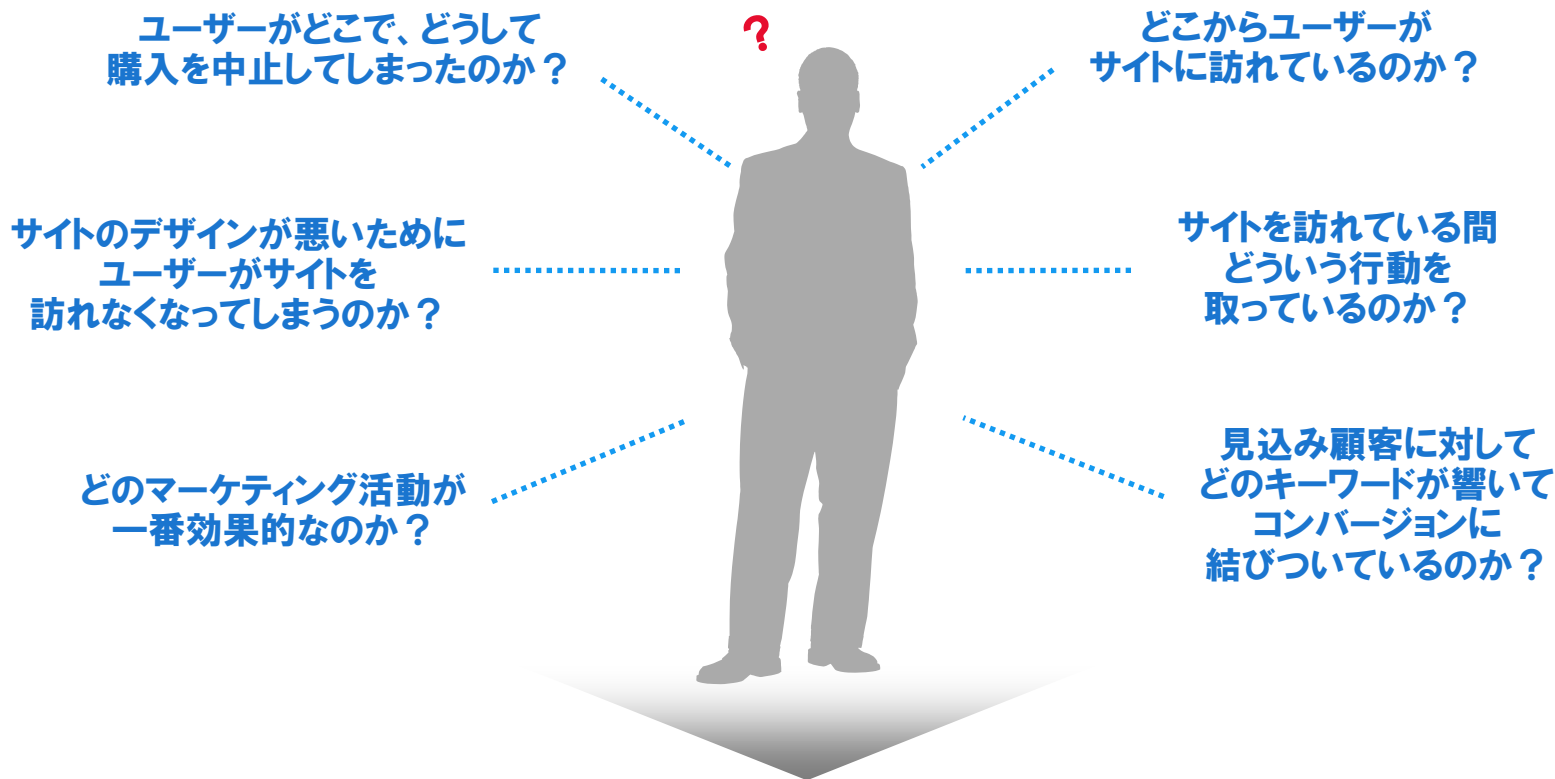
約 77% の携帯電話ユーザーにリーチ

# Google Analytics

広告の効果検証、ウェブサイトの解析に



# ウェブサイトの解析で、こんな悩みをお持ちではありませんか？



Google Analyticsで、広告の効果やウェブサイトのデザイン改善に役立つ情報を簡単に取得することができます。

# 無料のウェブ解析ツール、Google Analytics

Google Analytics

<http://www.google.co.jp/analytics/>

• ウェブ解析に関わる情報が簡単に取得できます



• 簡単に開始、運用することができます



# Google Analytics の機能



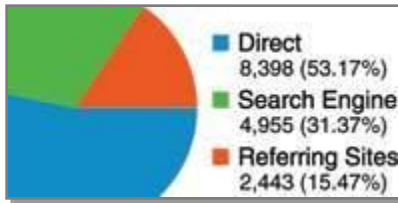
## 導入は簡単

Google Analytics のトラッキングコードをウェブサイトの各ページに貼り付けるだけで、すぐにトラッキングが開始します。



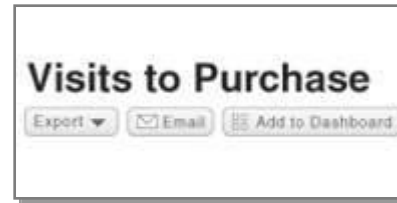
## 傾向と日付のスライダ

時間帯を比較して、長期的な傾向の把握が可能な期間を選択します。



## キーワードとキャンペーンの比較

Google や他の検索エンジンに掲載している広告、メール、ニュースレター、参照元、検索広告のリンク、キーワードなどをトラッキングして比較できます。



## eコマースのトラッキング

キャンペーンとキーワードのトランザクションを追跡し、リピート訪問率や経過時間、収益のソースを確認できます。



## マイレポート

複数のレポートから情報を拾い集める必要はありません。必要なすべてのレポートをマイレポートに登録して、そのレポートを他のユーザーにメールで配信することができます。



## サイト上のデータ表示

ユーザーと同じようにサイトを閲覧しながら、各リンクのトラフィックやコンバージョン情報を確認できます。(ダウンロードは必要ありません)



## 地域別のデータ表示

ユーザーの所在地や最も利益の高い市場の地域を特定できます。



## メールによるレポート

共有したいデータだけを含めたカスタムレポートを、メールでスケジュール設定をおこない、配信することができます。

# Google Analytics のメリット

## メリット

- **高度な解析機能**

ハイエンドのウェブ解析ツールと同等の機能をご利用いただけます。

- **簡単な操作**

マーケティングにあまり詳しくない方でも、ウェブ解析の専門家向けのあらゆる機能を簡単に活用していただけます。

- **あらゆる規模のサイトに対応**

トラフィックの多い大規模な企業サイトから小規模のサイトまで、一貫したサービスをご利用いただけます。

- **あらゆるキャンペーンを追跡**

検索エンジンや参照元に関わらず、メールからキーワードまであらゆるオンライン キャンペーンを追跡できます。

- **高度の安全性**

Googleでは、信頼性を重要視しており、お客様の企業データのプライバシー保護を最優先としています。ウェブ解析データは機密性の高い情報であるため、厳重なポリシーのもとでこれらの情報を保護しています。

## Google AdWordsとの統合

**AdWordsキャンペーンのROIを向上させるために必要な情報を、お客様にご提供します。**

- 自動的にAdWordsアカウントのトラッキングをおこなうことができます。
- 自動的にAdWordsの費用データをインポートし、ROI分析をおこなうことができます。こうした分析に時間をかける必要がなくなります。
- 既にAdWordsアカウントをお持ちの場合は、AdWordsのインターフェイスから直接Google Analyticsをご利用いただくことができます。





