

Google AdWords スターター ガイドブック

AdWords の基本的な使い方をマスターしよう！

はじめに

Google AdWords は、Google の広告プログラムです。お客様の商品やサービスを効果的に宣伝するには、いかにそれらに興味を持つ人々へターゲットを絞り、集客を行うかが重要です。それを可能にしたのが、AdWords のキーワードターゲット広告です。AdWords は、お客様自身で簡単に効果的な広告を作成していただくことができ、またこの莫大なインターネットユーザーの中から、お客様の商品やサービスに最も関連性の高いユーザーのみに広告を提供することが可能です。

たとえば、ユーザーが Google で「初級用ギター」というキーワードを入力すると、ギター購入のアドバイスを行うサイトや、ミュージシャン専門のウェブ サイトなど、関連性の高いさまざまな検索結果が表示されます。ここで、ギターを販売している広告主が、「初級用ギター」などの語句をキーワードとして設定していた場合、ユーザーの検索結果にその広告が表示されます。このように、選択したキーワードが検索されると、その検索ユーザーに広告が表示されるため、お客様のビジネスを必要とするユーザーに直接広告を表示することができるのです。

ぜひ、AdWords をお客様のビジネスにお役立てください。このハンドブックでは、AdWords を初めてご利用になるお客様向けに、よりシンプルに広告掲載を開始していただけるよう基本的な要点をまとめました。AdWords の概要やその利点、またアカウントの開設から広告運用の方法までをご紹介しますので、ご活用いただければ幸いです。

CONTENTS

1. Google AdWords の概要	4
-Google AdWords の基本	4
-Google AdWords の利点	6
2. アカウントの作成	7
-アカウントの作成	7
-キャンペーンの作成	11
-お支払い情報の設定	17
3. 広告の運用	23
-キャンペーンの追加と編集	23
-広告グループの追加と編集	25
-掲載結果の確認	28
4. 料金の確認	31
5. 広告作成のポイント	32
-広告原稿の作成ポイント	32
-キーワードの作成ポイント	33
6. FAQ	34

Google AdWords の基本

Google AdWords とは？

Google AdWords は、お客様のご予算の範囲内で、お客様の広告をGoogle の検索結果ページや、Google が提携するパートナーサイトの検索結果、コンテンツサイトなどの幅広い広告ネットワーク上に掲載することができる広告サービスです。Google ネットワークは最大規模のオンライン広告ネットワークで、世界のインターネット ユーザーの約 63% (出典: comScore qSearch 2.0, March 2008) がアクセスしています。AdWords では、この最大規模なネットワークを利用して、お客様の広告をターゲットとするユーザーに確実にアピールすることが可能です。

The image contains two side-by-side screenshots. The left one is a Google search results page for the keyword '英会話'. It shows various search results and several advertisements at the top, with red boxes highlighting specific ad elements. The right one is a screenshot of a partner website, '3r3.com', which features an 'Ads by Google' section on its right side, also highlighted with a red box.

Google AdWords の特徴

AdWords では、ビジネスの規模に関わらず、どなたでもご利用できる最適な広告手法を提供したいと考えております。AdWords は、次のような特徴を持っています。

- お客様の商材やサービスを、それを探し求めているユーザーと結びつける
- お客様自身で、広告予算を自由に設定、変更することができる
- 広告の作成や編集がいつでも簡単に行うことができる
- お客様のニーズに合わせて自由に掲載スケジュールを設定できる

AdWords は、アカウントのすべての機能をお客様の用途に合わせて自由に設定していただくことができます。毎月の固定費用や、最低利用期間はなく、お客様のご予算の範囲内でご利用いただけるため、AdWords 広告は中小企業にとっても理想的なマーケティングツールです。

また、Google では費用効率の最も高い方法で、広告の効果を最大に引き出し、お客様のビジネスを成功へと導くためのお手伝いをいたします。AdWords では、24時間いつでも詳細な掲載結果レポートを閲覧することができ、お客様の広告運用をお手伝いする便利なツールをご提供しております。また、より効果的な広告運用のために役立つ情報や、AdWords 広告の最新機能に関する情報を随時ご提供いたします。

AdWords の構成

AdWords アカウントは、**アカウント**、**キャンペーン**、**広告グループ**の3段階のレベルで構成されています。アカウントの構成と、各レベルで設定する内容は次の図のとおりです。



アカウント内には複数のキャンペーンを設定することが可能です。さらに、キャンペーンに紐付いた広告グループを複数作成することができます。

各広告グループ内には広告を1つ以上作成し、これらの広告を表示するためのキーワードやリンク先サイトを選択します。1つの広告グループでは、1組のキーワードやサイトに対して広告が表示されます。広告グループ内で複数の広告を作成した場合、広告がローテーションで表示されます。

Google AdWords の利点

ターゲットとするユーザーへの効果的なアピール

お客様が広告を作成する際、お客様の商品やサービスに関連のある単語や言葉をキーワードとして設定していただきます。Google でユーザーがそれらのキーワードを検索すると、検索結果の横にお客様の広告が表示されます。つまり、お客様の商品やサービスに興味を持つ人々に対して広告を表示することができるのです。ユーザーが広告の内容に興味を持ちクリックすることで、お客様のウェブサイトへユーザーを導きます。また、お客様の広告は Google の検索結果ページだけではなく、Google の検索ネットワーク、およびコンテンツパートナーネットワークにも掲載されるため、大規模なインターネットの中からターゲットとするユーザーに効果的に広告を掲載することができます。

自由な予算設定

Google AdWords には、毎月の固定費用はございません。必要なのはアカウントを作成する際の初期費用500円のみで、あとはお客様ご自身で自由に広告費用を設定していただくことができます。お客様は広告を作成する際に、キーワードと、その広告がクリックされるたびにお支払いいただく金額（クリック単価）の上限を設定します。キーワードターゲット広告では、クリックが発生する毎に、広告掲載料金が発生します。ユーザーが広告をクリックしなければ、料金は発生いたしません。また、この予算は24時間いつでもご自由に変更することができます。AdWords では、1日の予算内で最大限に広告が掲載されます。

お客様へのサポート

Google の AdWords 広告プログラムには、プレースメントターゲット、地域ターゲット、複数の広告フォーマットなど、さまざまな特徴があります。また、コンバージョン トラッキング、Google Analytics などの無料のツールを使用して、キャンペーンの効果を測定していただくこともできます。AdWords広告では、このような様々なツールやアカウントを十分にご活用いただけるよう、さまざまなヘルプをご用意しています。ヘルプ ページでは、プログラムの情報や広告効果を上げるためのヒント、アカウントの設定や管理の手順など、便利な情報を豊富に掲載しています。Google では、このように様々な面からお客様の広告プログラムをサポートいたします。

AdWords のお申し込み手順

アカウント作成の流れ

それでは、実際にアカウントを作成してみましょう。AdWords お申し込みのステップは、AdWords アカウントの作成 → キャンペーンの作成 → お支払い情報の設定となります。

AdWords アカウントの作成

1. インターネットに接続し、Google AdWords のお申し込み画面を表示します。

申し込み画面：
<https://adwords.google.co.jp/>

①[お申し込みはこちら]をクリックします。

※ご注意ください
Google アカウントと、AdWords アカウントは、異なりますので、Google アカウントをお持ちでも AdWords アカウントを作成していない方は、[お申し込みはこちら]より、AdWords アカウントを作成してください。

②[標準モード]のチェックボックスをクリックします。

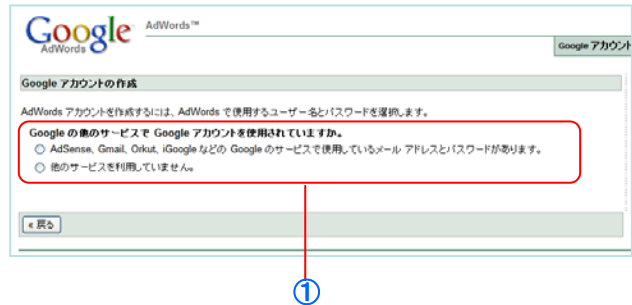
③[次へ進む]をクリックします。



アカウントの設定

まずAdWords アカウントを作成します。
Google の他のサービスで Google アカウントを使用されている場合と、他のサービスを利用していないとで設定方法が異なります。

①ご自身の条件に合ういずれかを選択してください。



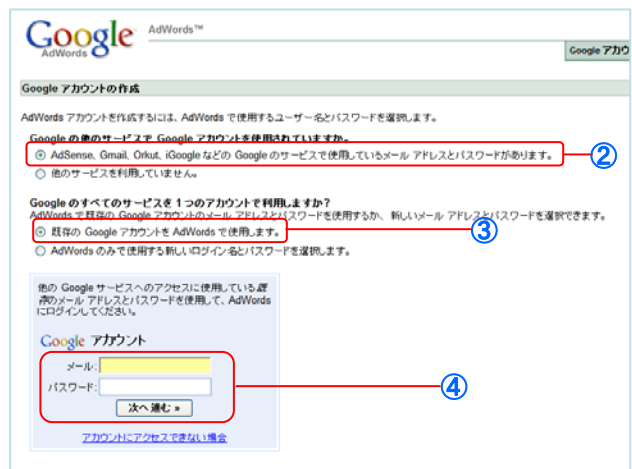
Google アカウントをお持ちの場合

▶ 既存の Google アカウントで AdWords を使用する場合

②[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。]を選択します。

③[既存の Google アカウントを AdWords で使用します。]を選択します。

④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]をクリックします。



▶ AdWords 専用のアカウントを作成する場合

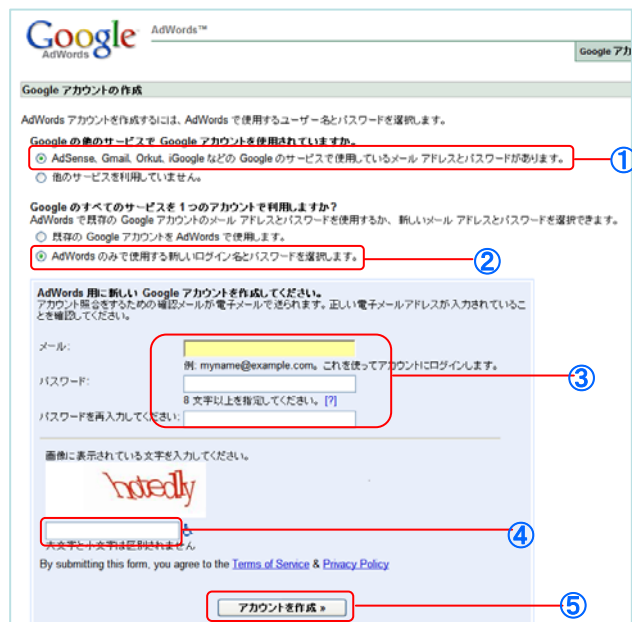
①[AdSense、Gmail、Orkut、iGoogle などの Google のサービスで使用しているメールアドレスとパスワードがあります。]を選択します。

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]を選択します。

③使用するメールアドレスとパスワードを入力します。

④画面に表示されている文字を入力します。

⑤[アカウントの作成]をクリックします。



Google アカウントをお持ちでない場合

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

通貨の設定

- ① アカウントのお支払い通貨を選択します。
ここで選択した通貨は変更することができませんのでご注意ください。

申し込み完了

おめでとうございます！

これで AdWords アカウントが作成されました。続けて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ご登録メールアドレスへ送信いたします。



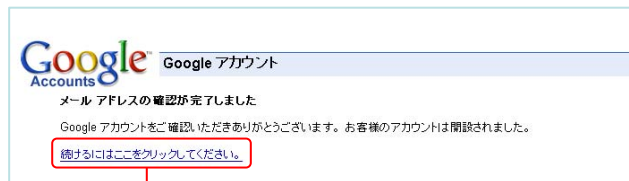
メールアドレスの確認

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。

①メール本文に記載されているURLをクリックしてください。

[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。引き続き、アカウントへログインし、お支払い情報の設定を行ってください。

②[続けるにはここをクリックしてください]をクリックします。



キャンペーンの作成

初めてのキャンペーン作成

1. アカウントを作成したら、最初のキャンペーンを作成します。ここでは、言語や地域のターゲット設定、広告テキストやキーワードなどを設定します。

①[初めてのキャンペーンを作成]をクリックします。



2. 広告を表示させたい言語と地域を設定します。

① 広告を表示させたい言語を選択します。

② 広告を表示させたい地域を設定します。変更する場合は、[ターゲット設定を変更]をクリックしてください。

③ [次へ]をクリックします。



広告の新規作成

ここでは広告を設定します。パソコン用のテキスト広告、モバイル広告、イメージ広告やGoogleマップに表示されるローカルビジネス広告などが作成できます。

それでは、広告を作成してみましょう。パソコン用のテキスト広告およびモバイルテキスト広告の作成手順をご案内いたします。

パソコン用のテキスト広告の作成

1. 新規のテキスト広告を作成します。

① 広告のタイトルを入力します。
 全角12文字（半角25文字）以内でご入力ください。

② 広告テキストを入力します。
 全角17文字（半角35文字）以内でご入力ください。

③ 表示URLを入力します。
 表示URLには、宣伝するウェブサイトのURLを正確に記載する必要があります。リンク先ページと同じドメインを使用し、ユーザーが広告をクリックしたときに表示されるサイトがわかるようにします。

④ リンク先URLを入力します。
 リンク先URLは、ユーザーが広告をクリックしたときに表示されるウェブサイト内のページの正確なURLです。

⑤ [次へ]をクリックします。

The screenshot shows the 'Create New Text Ad' form in Google AdWords. The form is titled '初めてのキャンペーンを作成' (Create your first campaign) and '広告を新規作成' (Create new ad). It includes fields for '広告のタイトル' (Ad title), '広告テキスト' (Ad text), '表示URL' (Display URL), and 'リンク先URL' (Link URL). A '次へ' (Next) button is at the bottom. Red boxes and numbered callouts (1-5) highlight the following elements: 1. Ad title field, 2. Ad text field, 3. Display URL field, 4. Link URL field, and 5. The '次へ' button.

モバイル用のテキスト広告の作成

1. モバイル用のテキスト広告を作成します

① 広告のタイトル、広告テキストを入力します。

② 広告から直接電話をかけられるようにするかどうかを選択します。広告から直接お客様のお店に電話をかけることができるようになる場合は、[はい、顧客をビジネス用の電話につなぎます。]をご選択ください。広告に電話番号が表示され、ユーザーはそこをクリックすることで通話が可能となります。

③ 広告をサイトにリンクするかどうかを選択します。[いいえ、顧客からの連絡を希望します。]のチェックボックスを有効にするには、②で[はい、顧客をビジネス用の電話につなぎます]を選択する必要があります。

④ 表示 URL、リンク先 URL を入力します。

表示 URL には、宣伝するウェブサイトの URL を正確に記載する必要があります。リンク先ページと同じドメインを使用し、ユーザーが広告をクリックしたときに表示されるサイトがわかるようにします。リンク先 URL は、ユーザーが広告をクリックしたときに表示されるウェブサイト内のページの正確な URL です。

⑤ 特定の記述言語を選択する場合は、こちらから選択します。

⑥ 特定の携帯電話会社の端末に広告を表示する場合は、こちらから選択します。

⑦ [次へ]をクリックします。

Google AdWords

キャンペーン管理 | レポート | Analytics(ログ解析) | アカウント情報

初めてのキャンペーンを作成 | キャンペーンの一覧 | 運用ツール | コンバージョントラッキング | ウェブサイトオプティマイゼーション

初めてのキャンペーンを作成

ターゲットとする顧客 > 広告を作成 > キーワードの設定 > 料金を設定 > 確認および保存

広告を新規作成

広告の作成: テキスト広告 | イメージ広告 | ローカルビジネス広告 | モバイル広告

モバイル広告は、携帯端末の携帯サイトに表示でき、通話オプションも用意されています。

モバイル テキスト広告を作成:

広告のタイトル: 最大半角 24 文字

説明: 最大半角 24 文字

ユーザーが広告をクリックして電話をかけられるよう、広告と会社の電話番号をリンクしますか。

はい、顧客をビジネス用の電話につなぎます。

いいえ、その顧客からの連絡を希望しません。

広告を携帯サイトにリンクしますか。

はい、自分の既存の携帯サイトを使用します。

いいえ、顧客からの連絡を希望します。

表示 URL: 20 文字以内
URL が 20 文字を超える場合はどうすればよいですか。

携帯リンク先 URL: 200 文字以内
リンク先 URL には携帯電話向けに作成されたウェブ ページを指定する必要があります。

リンク先 URL: 200 文字以内

モバイル ウェブサイトを記述する記述言語を指定します。

詳細ターゲット設定とネットワークオプション

戻る 広告のリセット 次へ

©2008 Google - トップページ - 広告掲載のポリシー

キーワードの設定

1. キーワードを設定します。

①お客様の商品やサービスに関連するキーワードを入力します。

キーワードはいつでも変更、追加、削除することができます。

②どんなキーワードを登録すればよいかわからない場合、「その他のキーワード」お客様の広告に関連するキーワードを入力し、[検索]をクリックすると、関連するキーワードが表示されます。

③ここからお客様の商品やサービスに関連性の高いものを選択し、[追加]をクリックすると、お客様のキーワードに追加されます。

④キーワードの入力が完了したら、[次へ]をクリックします。



その他のキーワード
単語を入力すると、関連するキーワードが表示されます。

旅行

* キーワード ツールに関する [注意点](#) をご覧ください。

"旅行" キーワード

- 旅行
- 海外旅行
- 日本旅行
- 国内旅行
- 旅行会社
- 沖縄旅行
- 海外旅行保険
- 読売旅行
- 旅行代理店
- 旅行保険
- ▶ **その他のキーワード**
- ▶ [詳細オプション: キーワード マッチ](#)

予算の設定

ここでは、広告の掲載費用の予算を設定します。

① 1日の予算（広告費用の上限額）を設定します。

1日の予算に達すると、その日の広告掲載は停止するため、予算を高く設定すると、1日を通して広告をより多く表示することができます。

② 1クリックあたりの上限額を設定します。

1クリックあたりの上限額（上限クリック単価）により広告の掲載順位が左右されます。ただし、AdWordsでは広告の品質（P.34 掲載順位についてを参照）が重要となるため、上限クリック単価だけでは、広告の掲載順位は決まりません。



見積もりツールの活用

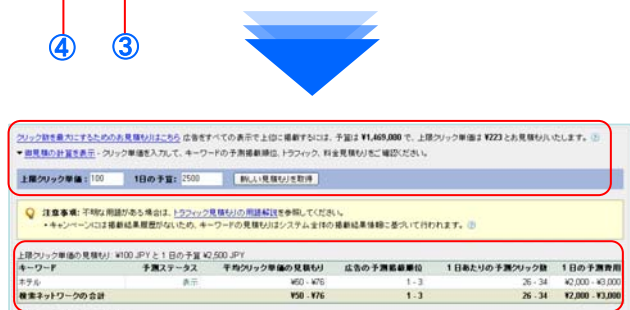
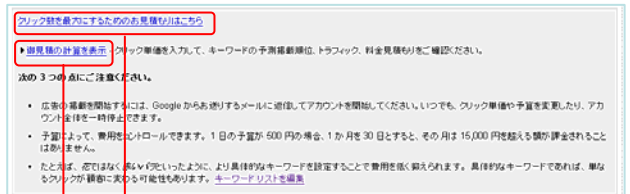
見積もりツールを使用すると、キーワードのクリック数や費用の見積もりを一目で確認することができます。

③ [クリック数を最大にするためのお見積もりはこちら]をクリックすると、お客様の広告を最大限に表示することのできる推奨予算を表示することができます。

推奨予算は、キーワードリスト、キャンペーンの掲載結果、ターゲット設定など、さまざまな要因に基づいて算出されます。

④ [御見積の計算を表示]をクリックすると、キーワードごとの予測掲載順位、トラフィック、費用などを確認することができます。

⑤ 予算の設定が完了したら、[次へ]をクリックします。



設定の確認

ここまで設定した内容を確認します。編集したい場合は、その項目の横にある[編集]をクリックします。

①内容に問題がなければ、[請求の設定に続行]をクリックします。次ページのお支払い情報の設定にお進みください。

②すぐに広告を掲載しない場合は、[後でお支払い情報を設定]をクリックします。

広告テキスト、キーワード、予算は作成後いつでも変更することができます。

The screenshot shows the 'Campaign Setup' page in Google AdWords. The page is titled '初めてのキャンペーンを作成' (Create your first campaign). Below the title, there are several sections for setting up the campaign:

- 設定の確認** (Check settings)
- キャンペーン名** (Campaign name): Campaign 1
- 顧客の言語** (Customer language): Japanese
- 顧客の居住地域** (Customer location): Japan
- 予算** (Budget): ¥2,500 (1 day)
- 広告グループ名** (Ad group name): Example Group 1
- 広告** (Ad): Example Ad Text
- キーワード** (Keywords): Example Keyword
- 上層クリック単価** (Click-through rate): JPY 1000

At the bottom of the page, there are two buttons: **請求の設定に続行** (Continue to Billing Setup) and **後でお支払い情報を設定** (Set up payment info later). Red boxes highlight these two buttons, with red circles and numbers 1 and 2 below them.

①

②

お支払い情報の設定

お支払い方法を設定します。AdWordsのお支払い方法は、前払い（銀行振り込み、クレジットカード払い）、後払い（クレジットカード払い）から選択します。

お支払い情報の設定

1. [課金設定]ページを表示します。

①アカウントにログインすると、[キャンペーン管理画面]が表示されます。画面上部のピンク色の注意メッセージにある、[アカウントを有効にし、広告掲載を開始するには支払い情報を入力してください]をクリックします。

[アカウント情報]タブの[課金設定]からも同じページを表示できます。



2. アカウントの場所を設定します。

①請求先住所の国または地域（お客様の住所の国）を選択してください。

②アカウントのタイムゾーンを選択してください。

注：このタイムゾーンは後で変更することができません。

③[次へ]をクリックします。



3. お支払い方法を選択します。

- ①ご希望のお支払い方法にチェックを入れます。
- ②[次へ]をクリックします。



お支払い方法について

AdWordsのお支払いは以下から選択することができます。後払いの場合は、広告がクリックされるたびに自動的に課金され、前払いの場合は事前にお支払いいただいた料金から広告料金が差し引かれます。なお、後払いから前払いまたは前払いから後払いへ変更することはできませんのでご注意ください。変更をご希望の際は、一度アカウントをキャンセルする必要があります。

後払い

クレジットカード

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。お客様の広告がクリックされるたび自動的に課金され、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ほうで行われます。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

銀行振込

お客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5-10営業日ほどかかる場合がございます。ご入金の確認が出来次第、広告の掲載が開始されます。

クレジットカード

クレジットカードによる前払い方法は、ご指定いただいた金額をお客様のクレジットカードに対して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。

4. 利用規約に同意します。

①利用規約をよくお読みになり、同意される場合には[はい]。上の利用規約に同意します。]にチェックを入れてください。

②[次へ]をクリックします。



5. 請求先の詳細情報を入力してください。

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。

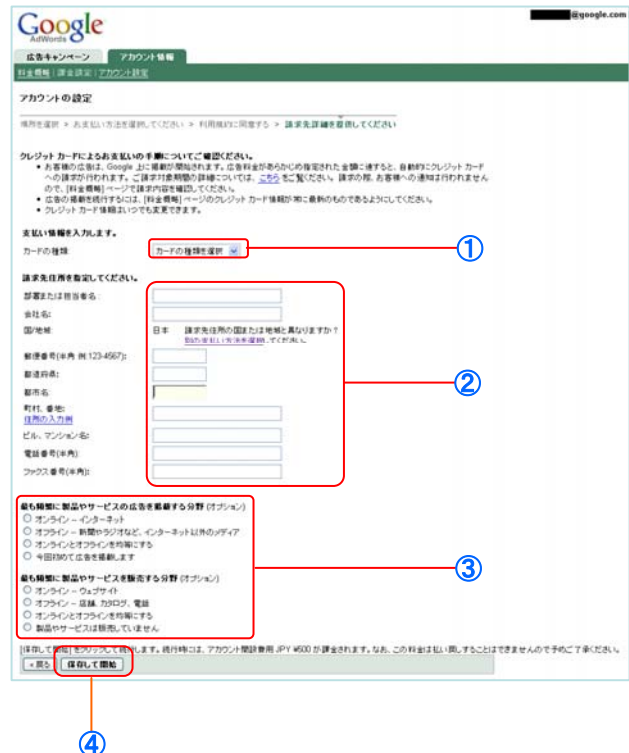
②請求先住所をご入力ください。

③お客様のビジネスについてお教えてください。(こちらは任意となります)

④[保存して開始]をクリックします。

お疲れ様でした。以上でお支払い方法の設定は完了です。お客様の広告はすぐに掲載されます。

クレジットカードによる支払いが承認されなかった場合、アカウントのキャンペーンをすべて停止させていただきます。アカウントを再開するには、新しいお支払い情報を登録するか、これまでのお支払い情報を再登録してください。



前払いを選択した場合

銀行振り込みの場合

- ① 請求先住所をご入力ください。
- ② お客様のビジネスについてお教えてください。
(こちらは任意となります)
- ③ [保存して開始]をクリックします。

お疲れ様でした。以上でお支払い方法の設定は完了です。次に、銀行振り込みの手順についてご説明します。

銀行振込の手順

1. 振り込み情報を確認します。

- ① [アカウント情報]タブをクリックします。
- ② [お支払い]をクリックします。
- ③ お振込みの際に必要な情報が掲載されておりますので、必要に応じて印刷してください。

こちらの振込情報ページに振込先口座など、必要な情報がすべて記載されています。この振込み情報を使用して、お持ちの銀行口座からお振込みください。

Google でお客様のご入金を確認出来次第、広告が掲載されます。(ご入金が確認されるまでに、3-10営業日ほどのお時間がかかります。)

▶ クレジットカードの場合

①利用規約をよくお読みになり、同意される場合には[はい]。上の利用規約に同意します。]にチェックを入れてください。

②[次へ]をクリックします。

③お客様のビジネスについてお教えてください。(こちらは任意となります)

④[保存して開始]をクリックします。

お疲れ様でした。以上でAdWords アカウントの初期設定は完了です。続いて、ご入金の手順を説明します。

Google AdWords アカウント情報

広告情報 | 課金設定 | アカウント設定

アカウントの設定

場所を選択 ▶ お支払い方法を選択してください ▶ 利用規約に同意する ▶ 請求先詳細を確認してください

クレジットカードによる前払いの仕組みをご覧ください。
 ● 支払い開始には、[アカウント情報]タブの[お支払い]ページにアクセスして、AdWords アカウントへの入金を入力します。
 ● Google で初期のお支払い承認されたら、広告掲載が開始します。
 ● 支払いの処理中は、いつでもクレジットカードを変更できます。

支払い情報を入力します。

カードの種類 カードの種類を選択 ①

請求先住所を指定してください。
 請求または担当名:
 会社名:
 国/地域:
 郵便番号(※内 例 123-4567):
 郵便局名:
 都市名:
 町村、番地:
 住所の入力例
 ビル、マンション名:
 電話番号(※内):
 ファックス番号(※内):

②

最も頻りに製品やサービスの広告を掲載する分野 (オプション)
 オンライン - インターネット
 オンライン - 新聞や雑誌など、インターネット以外のメディア
 オンラインとオフラインを併用する
 定期的に広告を掲載します

最も頻りに製品やサービスを掲載する分野 (オプション)
 オンライン - ウェブサイト
 オンライン - 印刷、カタログ、電話
 オンラインとオフラインを併用する
 製品やサービスは掲載していません

③

④

保存して開始

クレジットカードによる入金の手順

お支払い情報の登録完了画面、もしくは[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います。

①前払い金として支払う金額を入力します。

②[実行]ボタンをクリックします。

③[実行]をクリックすると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。

Google AdWords

キャンペーン管理 | レポート | Analytics(ログ解析) | アカウント情報

料金情報 | 課金設定 | アカウント設定 | お支払い

設定が完了しました。

表示される手順に従って、お支払い額を入力し、最初のお支払いを開始することも自動的にします。お支払いを確認できましたら、メールでお知らせするとともに、広告の掲載を開始いたします。お支払いは 24 時間以内で処理されます。

お支払い

クレジットカードで支払う。

ご利用通貨: JPY ¥

お支払い金額: JPY ¥ 1,000 実行 ¥ 1,000 以上

①

②

● GOOGLE はお支払いの記録が正しいか、最初の支払いを開始することも自動的にします。お支払いの処理が完了するまでには 24 時間程度かかる場合があります。
 ● お支払い情報を入力して確認しますが、支払い処理が完了するまでには 24 時間程度かかる場合があります。
 ● 決済の完了日は、[アカウント情報]タブの下にある [料金情報] ページでご確認いただけます。
 ● お支払いの処理が完了するまで、お支払い金額がアカウントの残高に反映されないことがあります。
 ● 広告の掲載を再開に継続するため、少なくとも 1 週間分の広告費用をお支払いいただくことも自動的にします。
 * レポートに多少の遅れがある場合があります。ご利用料金は正確です。くれぐれもご了承ください。

https://adwords.google.co.jp のページから:

お支払い金額は Japanese Yen(JPY)1000 になりますのでご確認ください。お支払いを後でキャンセルすることはできません。

OK キャンセル

③

以上で、お支払いが完了です。



アカウントセットアップ完了

おめでとうございます！

これで AdWords アカウント セットアップが完了しました。

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。

キャンペーンの追加と編集

キャンペーンの追加

アカウントの作成が完了したら、キャンペーンを追加してみましょう。キャンペーンを複数作成することによって、1日の予算、ターゲット、掲載スケジュールなどをキャンペーンごとに管理することができます。

キーワードターゲット広告のキャンペーンを追加します。

[キャンペーン管理]タブの[キャンペーン一覧]タブを表示してください。

①[キーワードターゲット]をクリックします。

[新しいキーワードターゲットキャンペーンの設定]画面が表示されます。

②[キャンペーン名]と[広告グループ名]を入力します。

ここから先は、1. アカウントの作成の場合と同じ作業となります。P.11~P.16を参考に、同じ要領で広告を作成してください。

③キャンペーンが作成されます。



キャンペーンの編集

キャンペーンはいつでも編集することができます。

①編集したいキャンペーンにチェックを入れます。

②[設定の編集]をクリックします。

[キャンペーン設定の編集]画面で、キャンペーンの設定の詳細を編集することができます。

③キャンペーン名を編集できます。

④キャンペーンの終了日を設定できます。

⑤1日の予算を変更できます。

⑥1日の予算配分を標準または集中化に設定して、1日の広告掲載の速度を指定できます。

⑦キーワードの単価設定オプションを選択できます。

⑧広告配信のスケジュールを曜日や時間で設定することができます。

⑨掲載順位設定のオン/オフを設定できます。

⑩広告配信のオプションを選択できます。

⑪広告を、Google ネットワークのどこに掲載するかを設定できます。

-Content bids とは?

Content bids を使用すると、検索サイトに掲載する広告とコンテンツサイトに掲載する広告とで単価を個別に設定できます。

⑫ターゲットとするユーザーの言語を設定できます。

⑬ターゲットとするユーザーの地域を設定できます。

⑭[変更を保存]をクリックします。



広告グループの追加と編集

広告グループの追加

キャンペーンの中の広告グループを追加してみましょう。広告グループは、類似したキーワードをまとめ、それぞれのグループに適した広告原稿を管理するものです。

①[新しい広告グループの作成]をクリックします。

②広告グループに名前を付けます。

③[次へ]をクリックします。

広告テキストの作成は、1. アカウントの作成の場合と同じ作業となります。P.12~P.13を参考に、同じ要領で広告を作成してください。

④広告の上限クリック単価(CPC)を設定します。

⑤[次へ]をクリックします。



①



③

②



⑤

④

① 広告グループの設定を確認したら、[広告グループを保存]をクリックします。



①

広告グループの編集

① 編集したい広告グループにチェックを入れます。



②

③

- 上限クリック単価の変更

② [単価を編集]をクリックすると、上限クリック単価を変更できます。

- 広告グループ名の変更

③ [名前を変更]をクリックすると、広告グループ名を変更できます。

① ④

- 広告テキストの変更

④ 広告テキストを編集したい場合、該当の広告グループ名をクリックします。



⑥

⑤

⑤ [広告のパターン]タブをクリックします。

⑥ [編集]をクリックします。

⑦ 広告を編集し、[広告を保存]をクリックします。



- キーワードの設定の編集

① [キーワード]タブをクリックします。



② 設定を編集したいキーワードにチェックを入れます。

③ [キーワード設定を編集]をクリックします。



④ キーワードごとにCPC (クリック単価) やリンク先 URL を設定することができます。編集が完了したら、[変更を保存]をクリックします。



掲載結果の確認

キャンペーン一覧

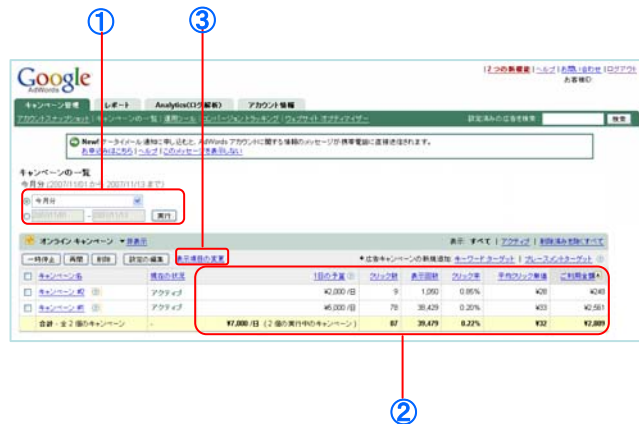
[キャンペーン管理]タブの[キャンペーンの一覧]画面では、お客様の広告の掲載結果を確認することができます。

①データを確認したい期間を選択します。

②キャンペーンごとのクリック数、表示回数、ご利用金額などが確認できます。

広告グループをクリックすれば、広告グループごとの利用内容を確認することができます。

③[表示項目の変更]で一覧の表示内容を変更することができます。



レポートの作成

①[レポート]タブをクリックします。

②[新しいレポートを作成]をクリックします。



- ①レポートタイプを選択します。
様々なレポートタイプから選択することができます。
- ②表示する単位時間や期間、キャンペーンと広告グループなどを選択します。
- ③[列を追加または削除]では、レポートに表示させる項目を選択することができます。
[結果にフィルタをかける]では、表示したい広告の条件を設定することができます。
- ④レポートに名前を付けます。
- ⑤今回作成するレポートをテンプレートとして保存することができます。
- ⑥今回作成するレポートを自動的に実行するようスケジュール設定することができます。
- ⑦レポートを実行するたびに、指定した宛先へメールを送信させることができます。
- ⑧レポートの設定が完了したら、[レポートを作成]をクリックします。

The screenshot shows the 'Report Creation' (レポート作成) page in Google AdWords. It is divided into four main sections:

- 1. レポート形式 (Report Format):** A list of report types with checkboxes. 'プレースメントキーワードの掲載結果' (Placement keyword display results) is selected and circled in red, with a red circle '1' next to it.
- 2. 設定 (Settings):** Fields for '広告のパターン' (Ad patterns), '表示 (単位時間)' (Display (unit of time)), '期間' (Period), and 'キャンペーンと広告グループ' (Campaigns and ad groups). The '期間' dropdown is set to '過去7日間' (Last 7 days) and circled in red with a red circle '2'.
- 3. 詳細設定 (オプション) (Detailed Settings (Options)):** A section with expandable options. '列を追加または削除' (Add or remove columns) and '結果にフィルタをかける' (Filter results) are highlighted with red boxes and a red circle '3'.
- 4. テンプレート、スケジュール設定およびメール (Template, Scheduling, and Email):** Fields for 'レポート名を付ける' (Name the report), 'テンプレート' (Template), 'スケジュール' (Schedule), and 'メール' (Email). The '広告レポート' (Ad report) name is entered and circled in red with a red circle '4'. The '新規レポートテンプレートとして保存' (Save as new report template) checkbox is checked and circled in red with a red circle '5'. The 'このレポートを自動的に実行するようスケジュール設定します' (Schedule this report to run automatically) checkbox is checked and circled in red with a red circle '6'. The 'レポートを実行するたびに、次の宛先にメールを送信' (Send email to the following address every time you run the report) checkbox is checked and circled in red with a red circle '7'.

At the bottom right, the 'レポート作成' (Create report) button is circled in red with a red circle '8'.

This is a detailed view of the '3. 詳細設定 (オプション)' section. It contains several expandable sections:

- 列を追加または削除 (Add or remove columns):** A table with columns for various metrics like 'コンバージョン' (Conversion), 'クリック' (Click), 'コスト' (Cost), etc., with checkboxes to include or exclude them.
- 詳細設定 (Advanced Settings):** A grid of checkboxes for advanced filtering and sorting options, such as 'キーワードマッチ' (Keyword match), '広告グループ' (Ad group), and '平均CPM' (Average CPM).
- 結果にフィルタをかける (Filter results):** A section for defining filters based on specific criteria.

①レポート名をクリックすると、レポートが表示されます。

②[レポート]をエクスポートをクリックすると、レポートをcsvファイルなどにエクスポートすることができます。

Google AdWords

レポートセンター

最近の 15 件のレポート

レポート名	期間	リクエスト済み	↑	↓	ステータス	同様のものを作成	削除
広告レポート	2007/10/14 - 2007/11/12	2007/11/13 1:12:30			完了	同様のものを作成	削除

表示行数: 10 | 1 - 1/1

①

Google AdWords

広告レポート

エクスポート

表示回数	クリック数	クリック率	平均クリック単価	平均CPM	ご利用金額
593	4	0.67%	JPY 73	JPY 494	JPY 293

②

4

料金の確認

ご利用料金の確認方法

料金概略ページ

ご利用料金の確認は料金概略ページにて行います。このページに、お客様のお支払いの履歴やご利用料金が表示されます。

①[アカウント情報]タブをクリックすると、[料金概略]ページが表示されます。

②前払いの場合、「アカウントの残高」にお客様の前払い残高が表示されます。後払いの場合は、この欄は表示されません。

③[請求書]をクリックすると、請求書を表示できます。

④[広告の費用]をクリックすると、キャンペーンや期間ごとのクリック数など、ご利用内容の詳細を確認できます。



広告の費用 (2007年10月分)

この欄には、毎月分の費用の内訳が示されています。

詳細内訳の請求期間が示されている場合はありますが、これはお客様ご自身の請求上の情報によるものです。Google での当該期間に請求後に、請求期間が変更された可能性があります。Google のシステムで請求手数料ならびに利用確認が行われ、当該期間のアカウントレポートに追加され、お取りする請求書に反映されます。

キャンペーン	期間	請求対象のご利用内容	クリック数または表示回数	手数	金額	合計
キャンペーン前	10月1日 - 10月3日	クリック数	6	¥1,000(円)	428	
	10月12日 - 10月13日	クリック数	17	¥1,000(円)	¥0(円)	
	請求対象キャンペーン前					¥0(円)
キャンペーン	10月14日 - 10月16日	クリック数	52	¥300(円)	¥1,363	
	10月16日 - 10月17日	クリック数	107	¥300(円)	¥6,277	
	10月17日 - 10月18日	請求書			421	
	合計請求キャンペーン				¥8,233	
広告料金の合計						¥9,593

広告原稿の作成ポイント

<ポイント1>メリットを強調する

検索ユーザーにとってのメリットを強調しましょう。競合他社と比較して製品やサービスの優れた点や、ユーザーにとってメリットとなる点を強調しましょう。数多くの広告主様の原稿が表示される中で、お客様の広告をクリックしていただくには、ユーザーにとってのメリットを具体的に伝えることが重要です。

<ポイント2>広告テキストにキーワードを含める

広告テキスト（特に広告タイトル）にキーワードを含めましょう。そうすることによって、検索と広告が関連していることをユーザーに示すことができます。ユーザーが検索したキーワードが広告テキストに含まれている場合、その広告内のキーワードが太字で表示されます。そのため、ユーザーは自分が探している情報であると認識しやすくなり、クリック率の向上が期待できます。

<ポイント3>行動を促す具体的な表現を使用する

製品またはサービスの優れた点に加え、行動を促す具体的なフレーズを記載しましょう。広告を見たユーザーに体験を期待させ、行動を促せる言葉を使用します。たとえば、「無料サンプル贈呈中」「資料請求はこちら」「オンライン予約可能」などのフレーズが挙げられます。

キーワードの作成ポイント

<ポイント1>キーワードを集める

キーワードリストを作成するときは、**ユーザーの立場**になって考えましょう。ユーザーはどのような言葉を使ってお客様の製品やサービスを表現するでしょうか。適切なキーワードをいくつか選択したら、それらのキーワードの類義語をできるだけ多くリストに含めます。

<ポイント2>ターゲットを絞り込む

キーワード マッチを使用して、キーワードのターゲットを絞り込みましょう。キーワードマッチは、部分一致、フレーズ一致、完全一致、除外キーワードの4種類の中から選択できます。使用するキーワード マッチによって、広告の表示回数が増加したり、広告の表示回数が減少する代わりにクリック率が増加します。選択したキーワードにより限定的なキーワードマッチを適用することで、より適切な見込み顧客に広告を表示し、クリック単価を低く抑えて、高い投資効果を得ることができます。

部分一致 - デフォルトの設定です。広告グループに **テニス シューズ** というキーワードが設定されている場合、検索クエリで **テニス** と **シューズ** が逆の順番で指定されたり、他の語句が含まれる場合も広告が表示されます。

フレーズ一致 - キーワードを「**テニス シューズ**」のように引用符で囲むと、**テニス シューズ**と同じ順番で検索クエリが入力された場合に広告が表示されます（このフレーズの前後に他の語句がある場合も表示されます）。フレーズ一致は、部分一致よりもターゲットを絞り込むことができますが、完全一致よりは柔軟な設定が可能です。

完全一致 - キーワードを [**テニス シューズ**] のように角かっこで囲むと、**テニス シューズ**と同じ順番で入力された検索クエリに対してのみ広告が表示されます。クエリに他の語句が含まれる場合、広告は表示されません。完全一致では、広告の表示回数は少なくなりますが、お客様のビジネスを求めているユーザーだけにターゲットを絞って広告を表示できるので、クリック率は高くなります。

除外キーワード - **テニス シューズ** というキーワードに **-赤い** という除外キーワードを設定すると、**赤い テニス シューズ** という検索用語に対して広告は表示されません。除外キーワードは、アカウントに部分一致キーワードが多く含まれている場合に特に便利です。

<ポイント3>キーワードをグループ化する

キーワードは、その広告グループの広告テキストやリンク先ページの内容と関連するものを設定しましょう。ひとつの商品やサービスごとに広告グループを作成し、それぞれのグループごとに関連性のあるキーワードを設定してください。ひとつの広告テキストに対して様々なジャンルのキーワードを作成してしまうと、広告原稿との関連性が低くなりクリック率が低下してしまいます。

よくあるご質問

広告の掲載場所について

Q.作成した広告はどこに配信されているのでしょうか？

お客様の広告はGoogle検索サイト及びGoogleが提携するサイト(Googleネットワーク)上にも広告配信されます。ワードターゲット広告を作成すると、設定されたキーワードが検索された場合に検索結果ページ上で、また、広告内容と関連の高いコンテンツサイトにおいても広告が表示されます。

AdWords 広告では、この世界最大規模の広告配信ネットワークを利用して多くの見込み顧客に対してお客様の商品やサービスをアピールしていただくことができます。

Q.広告を作成すると必ずGoogle検索結果ページ以外にも掲載されてしまうのですか？

いいえ。

広告を作成すると、自動的にGoogle検索ページ、検索パートナーサイト、コンテンツパートナーサイトに掲載されるよう設定されていますが、お客様の広告の目的に合わせていつでもこれらのサイトへの広告掲載を有効 / 無効にすることができます。

Q.特定のサイトを指定して広告を出すことはできますか？

はい。

AdWords では特定のサイトに広告を掲載することを目的とした、プレースメントターゲット広告という機能をご用意しております。プレースメントターゲット広告では、広告作成時にご希望のサイトを選択していただきそのサイトに広告を掲載することができます。

掲載順位について

Q.広告が掲載される順番はどのように決まるのですか？

AdWords 広告の掲載順位は【上限クリック単価 × 品質スコア】といった計算式によって決定いたします。この品質スコアはキーワードのクリック率、広告テキストやリンク先ページとの関連性、リンク先ページの品質等によって算出されます。そのため品質スコアの高い広告を作成していただくことで、クリック単価を安く抑え高い順位で広告を掲載することができます。

Q.広告は常に同じ順位で表示されますか？

いいえ。

広告の掲載順位はお客様の広告の品質スコア、競合他社の入札・掲載状況などによって随時変動いたします。

Q.検索結果の黄色の部分に広告を掲載するにはどのようにすればよいですか？

検索結果上部の黄色の部分への広告掲載は、広告の品質や関連性などの厳格な基準を満たした上位の広告に対してのみ与えられる特典です。そのため現在黄色の部分への広告掲載を直接購入し維持するサービスはご用意しておりません。

この部分への広告掲載をご希望される場合には、広告の関連性を高め品質スコアを向上させることをお勧めいたします。

ガイドラインについて

Q.広告を作成する上で、何か規定はありますか？

AdWords で広告を掲載するためには、弊社ポリシー及びガイドラインの基準を満たす必要があります。ユーザーの利便性と広告主様の広告品質の向上を図るため、何卒ご理解とご協力をお願いいたします。

ガイドラインは広告のパターンにより異なります。各広告のガイドラインの詳細は下記 URL にてご確認くださいませようお願いいたします。

<https://adwords.google.com/select/guidelines.html>

Q.どのようなサイトであっても広告を掲載することはできますか？

AdWords 広告のポリシーでは、特定のサービスやコンテンツ内容が含まれるサイトに対しては広告の掲載を許可しておりません。また広告の審査は広告テキスト、キーワード、リンク先、URLの全てを総合的に判断して行われますので、サイト内容がコンテンツポリシーを満たしている場合であっても、ご登録をいただいた内容によっては広告を掲載していただくことができない場合もございますので予めご了承ください。

AdWords のコンテンツポリシーの詳細は下記 URL をご参照ください。

<https://adwords.google.com/select/contentpolicy.html>

無効なクリックについて

Q.誰かが不正にクリックをして、広告費用を使い切られてしまうことはないですか？

AdWords では広告主様の保護を重要視しておりお客様の広告配信を不正行為から保護するため様々な対策を講じております。

まず、AdWords 広告の全てのクリックはシステムによって検証され、通常のユーザーのクリックとは思われない操作をリアルタイムで除外し、また不正な行為を行うことが判明しているソースからの表示回数やクリック数は自動的に除外されております。

さらに、お客様のアカウントへ課金されてしまった後に無効なクリックが行われていたことが判明した場合、無効なクリックに対し請求されてしまった金額は相殺させて頂いております。

Q.クリック数が急に増加した場合、不正行為が行われているということなのでしょうか？

クリック数が急増した場合や1箇所からの複数クリックが発生していた場合、必ずしも無効なクリックが発生していたということではありません。

個人ユーザーが他のサイトと比較するために何度も訪問した場合や、プロバイダが同じIPアドレスを地域ごとにユーザーに割り当てた場合には、1箇所からの複数クリックが確認できる場合がございます。

また、お客様の商品に関連したサービスがテレビ等で取り上げられたり、季節や時事によってもクリック数が急増することもございます。

しかし、お客様の広告に対して通常のユーザーの操作とは思われないパターンが発生した場合には、ご連絡をいただくことで、専門のチームによって詳細をお調べいたします。

お支払いについて

Q. お支払い方法は変更できますか？

前払いの場合は、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。また、クレジットカードの変更もいつでも行っていただくことが可能です。

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。このような変更をご希望される場合には、現在のアカウントを一度キャンセルしていただき、ご希望のお支払い方法にて新規のAdWordsアカウントを作成していただきますようお願いいたします。なお、キャンセルされたアカウントの情報はや掲載結果は新しいアカウントへ引き継ぐことができませんので予めご了承くださいませようをお願いいたします。

Q. 請求書を送ってもらうことはできますか？

現時点では、請求書の郵送やメールでの送信は承っておりません。

ただし、料金お支払い後、[料金概略] ページにて請求書を表示および印刷することができます。

その他

Q. 広告費用がどれくらいかかるか見積りを作成してもらうことはできますか？

はい。

AdWords広告のお見積りは、お見積りツール（P.15参照）にて作成していただくことができます。お見積りツールでは平均クリック単価やクリック数の予想数を確認することができます。（ただしお見積りツールの数値は、広告の掲載結果により実際の数値とは大幅に異なる場合がございますので予めご了承ください。）

Q. 広告の掲載を一時的に停止したいのですが？

AdWords 広告の掲載はお客様にいつでも停止していただくことができます。広告の掲載を一時停止されている間、ご利用料金が発生することはありません。また、広告はいつでも再開することができます。

AdWords