

はじめてのGoogle広告

～検索広告～

Google広告の主な利用目的



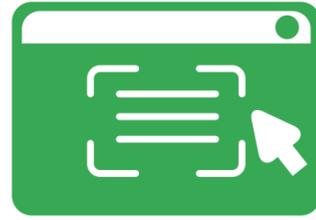
売上を上げる

オンラインストア、
実店舗等の売り上げを増やします。



見込み客の獲得

サイト訪問者の
購買行動を促進します。



WEBサイトへの アクセスを増やす

ターゲットを
サイトへ誘導します。



サービスや商品の 検討の促進

貴社の商品・サービスを検討するよう
サイト訪問者へ働きかけます。



ユーザーへの 露出を高める

幅広いユーザーに訴求し、
認知度を最大限高めます。



アプリのPR

アプリのインストールを促し、
アプリ内の行動数（課金・購買など）
を増やします。



Googleについて

ユーザー数、広告の売上ともに圧倒的業界トップの検索エンジンです。
WEB広告をご検討の場合、
まずは利用者数の多いGoogleで広告を出稿されるのがオススメです。

国内 検索エンジンシェア

80 %

※2020年時点



※出典 <https://cluster-seo.com/blog/search-engine-seo.html>

国内 年間サイト訪問者数

114,786,000 人

※2019年時点



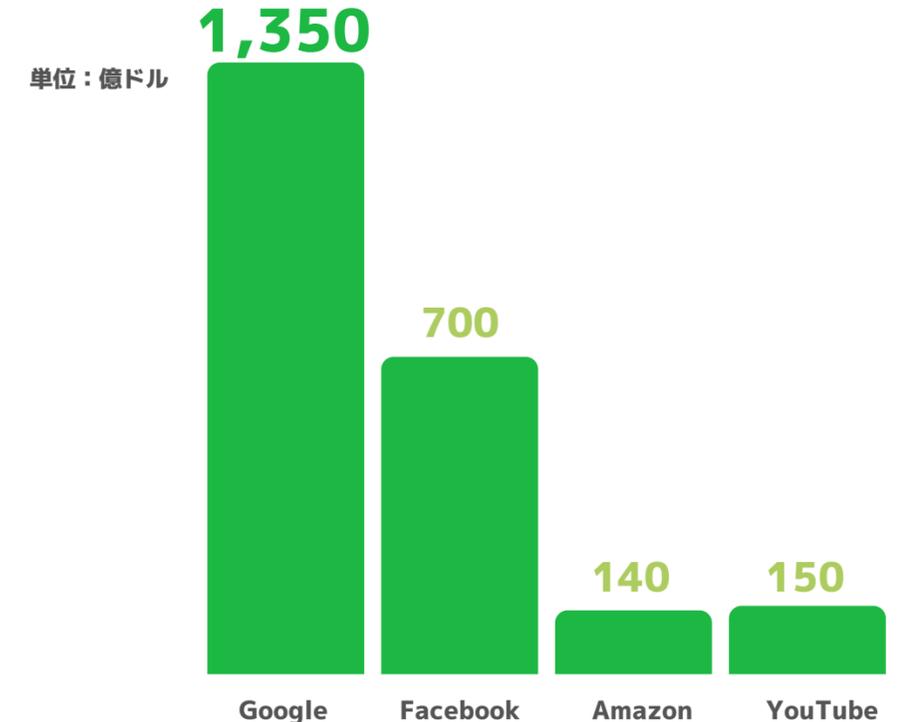
※2019年1月～10月に
<https://www.google.com>に訪問したユーザー数

※出典 <https://markezine.jp/article/detail/32559>

広告の売上

135,000,000,000 ドル

※2019年時点



※出典 <https://marketimes.jp/google-youtube-ad-revenues-2020/>

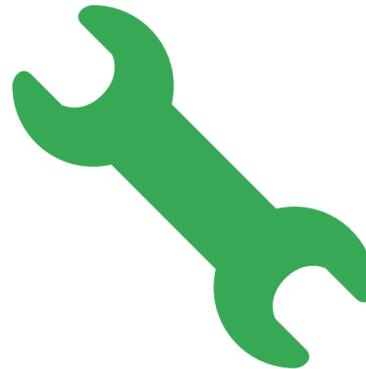
Google広告の 主なメリット



ニーズのあるユーザーに情報を届けられます

自社が扱っているものと同様の商品やサービスをユーザーが探しているときに、Google 検索や YouTube などに広告が表示されます。

また、キーワードや地域などのオプションをカスタマイズして、最も関連性の高いユーザーに広告を表示できます。



費用のコントロールが簡単に行えます

Google 広告では予算を自由に管理でき、どのくらいの費用を使うかを1 か月単位、1 日単位、広告単位で選択できます。

広告内容や予算の調整、広告配信の一時停止や再開といった操作も簡単です。

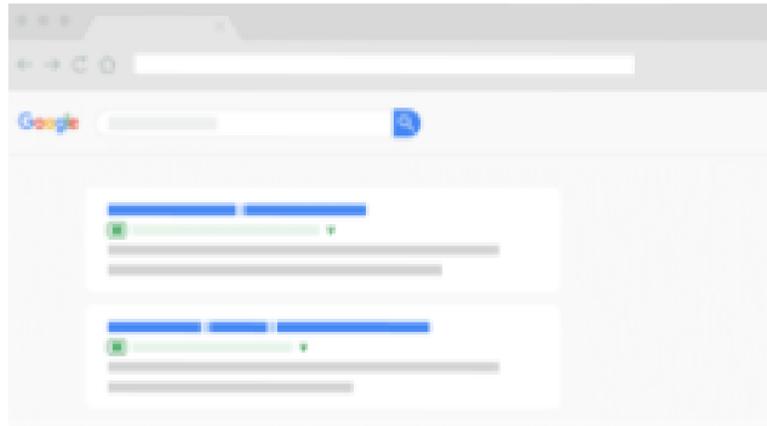


広告表示の段階では費用が発生しません

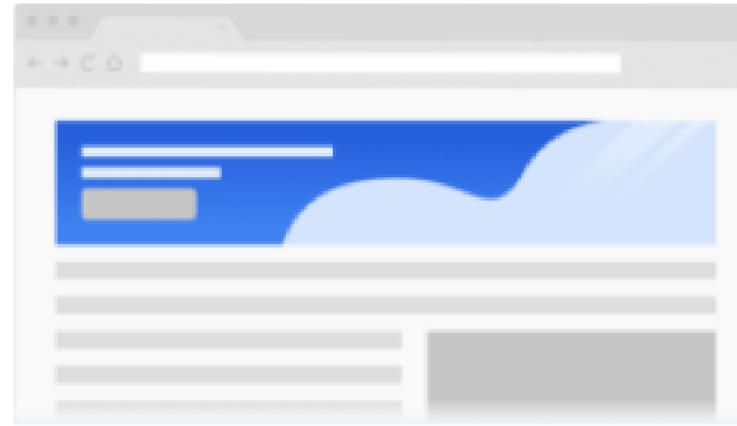
広告の視聴やクリックなど、成果が得られた場合のみ費用が発生します。

また、広告費用を最大限に活用できるような配信の設定、管理を行うことも可能です。

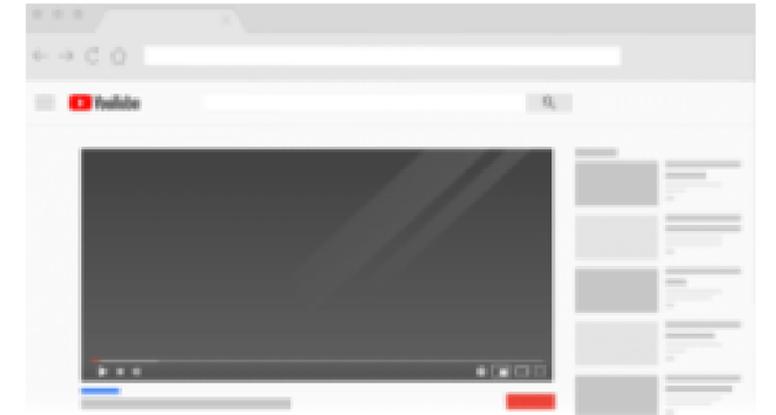
Google広告 一覧



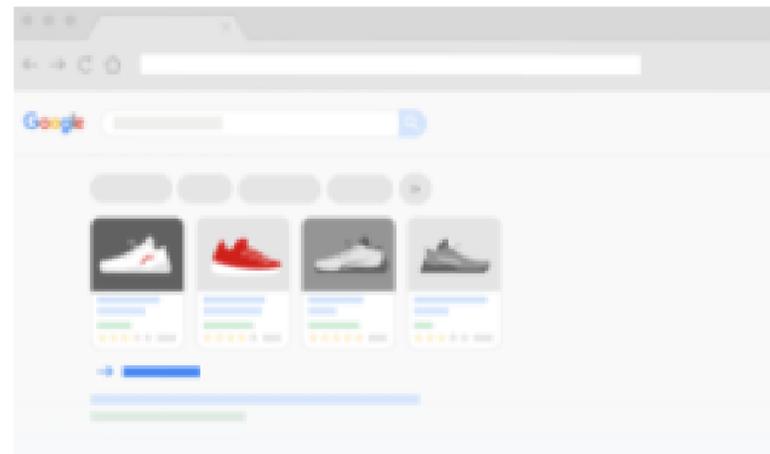
検索広告



ディスプレイ広告



動画(YouTube)広告



ショッピング広告



アプリ広告

検索広告とは？

広告主が提供する商品やサービスをユーザーが検索した際、**検索結果画面**に広告が表示されます。

リスティング広告と呼ばれることもあります。



ご活用シーン例

- 👉 ユーザーがさまざまな商品やサービスについて調べたり比較したりしているときに、自社の事業が表示されるようにしたい。
- 👉 自社の提供する商品やサービスを探している人に対して、**タイミングよく広告が表示される**ようにしたい。
- 👉 検索結果として**類似・競合の店舗や企業などが表示されたときに**、自社の情報も表示したい。
- 👉 ユーザーに役立つ提案をするための判断材料として、**ユーザーが求めているものや、関心を持っている広告**について知りたい。

検索広告の作り方



自転車のオンラインショップ「はとバイク」のデジタルマーケティング担当のAさん。**自転車のオンラインショップ**の売り上げを伸ばすため、はじめて、Googleの検索広告へ出稿します。

① あらかじめ決めておくこと

▪ 目標

販売促進、顧客獲得など

▪ 広告を表示させるターゲット

▪ キーワード

設定したキーワードで検索すると、
広告が表示されます。

例：自転車 マウンテンバイク 子ども
男性 女性 初心者 ロードバイク

▪ クリック単価

検索広告は、ユーザーにクリックされたときに
費用が発生します。

② 広告を作成



必要なもの

▪ 誘導先URL

はとバイクオンラインショップURL

▪ 見出し

はとバイクの自転車セール |
マウンテンバイク20%オフ&送料無料

▪ 説明文

品質、豊富な品揃え、チャット対応。
レビューをご覧ください。スマホで購入。

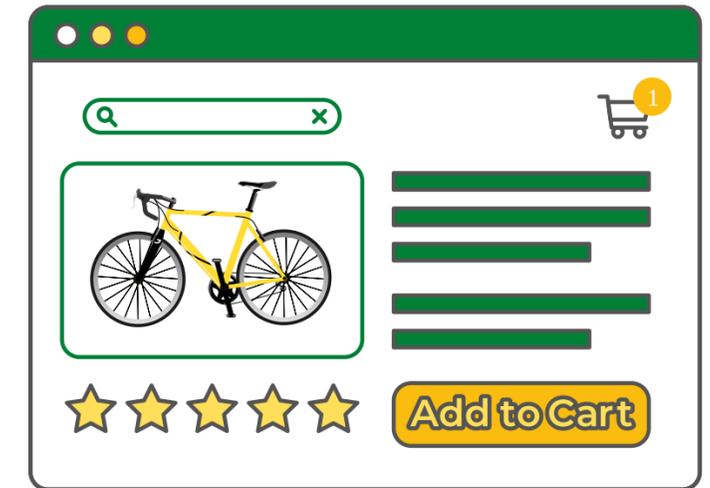
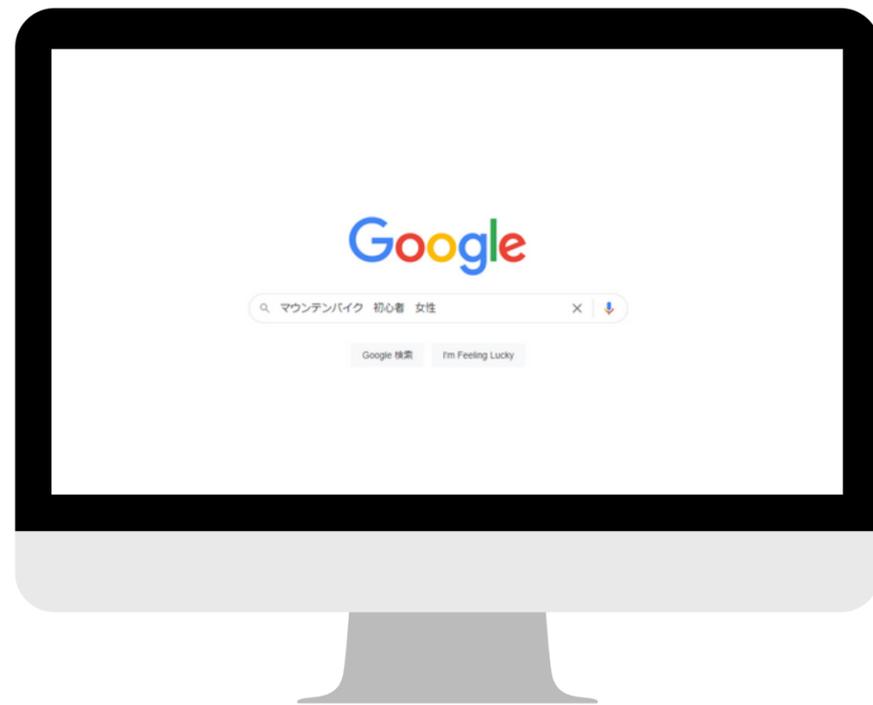
③ 完成



ユーザーから見た検索広告



ユーザーが検索広告をどのように使用するかを見てみましょう。
初めてマウンテンバイクの購入を検討しているBさんの例をご紹介します。



①Google で「マウンテンバイク 初心者 女性」と検索します。

②検索結果が表示されました。
一番上に表示された「はとバイクオンラインショップ」の広告によると、丁度マウンテンバイクのセール中です！

③広告をクリックすると、はとバイクオンラインショップのページが開きました。
Bさんは無事にマウンテンバイクを購入することができました。

検索広告Q & A



① 普通の検索結果の表示と何が違うの？

検索結果画面で、

「**広告**」と書かれているものが検索広告です。

「**広告**」と書かれていないものは、

自然検索と呼ばれる、通常の検索結果になります。

検索広告は、広告を表示させるターゲットの設定や
広告文の変更を柔軟に行えるメリットがあります。



検索広告

自然検索

② いつ費用が発生するの？

「**クリック課金制**」と呼ばれる、

ユーザーが検索広告をクリックしたときに費用が発生します。

検索結果に広告が表示されている段階では、費用はかかりません。

1クリックあたりの単価は、自由に設定が可能です。

③ クリック単価の適切な設定が分からない！

Googleの「**自動入札戦略**」を利用することで、

最適なクリック単価を自動で設定することが可能です。

もちろん、クリック単価はいつでも変更いただけます。

④ 広告が表示されないんだけど！

広告の表示の可否や表示順位は、

「**クリック単価**」「**広告の関連性・品質**」を基にGoogleが

広告を評価・ランク付けし、決定しています。

クリック単価だけでなく、広告文とwebサイトの関連性、

webサイトの分かりやすさも評価の対象となります。

クリック単価だけでなく、広告やwebサイトも

こまめな見直し・改善を行うことが大切です。

まとめ



①目につきやすい検索結果画面に表示されるため、**ユーザー認知度**を高めるのに効果的。



②ユーザーが**広告をクリック**したとき、
はじめて料金が発生する。
クリック単価は自由に設定可能。



③広告を上位掲載させるためには、
クリック単価や広告の質を改善し、
Googleの**高い評価を維持**することが必要。