



Standard IMA

リスティング広告運用ノウハウ

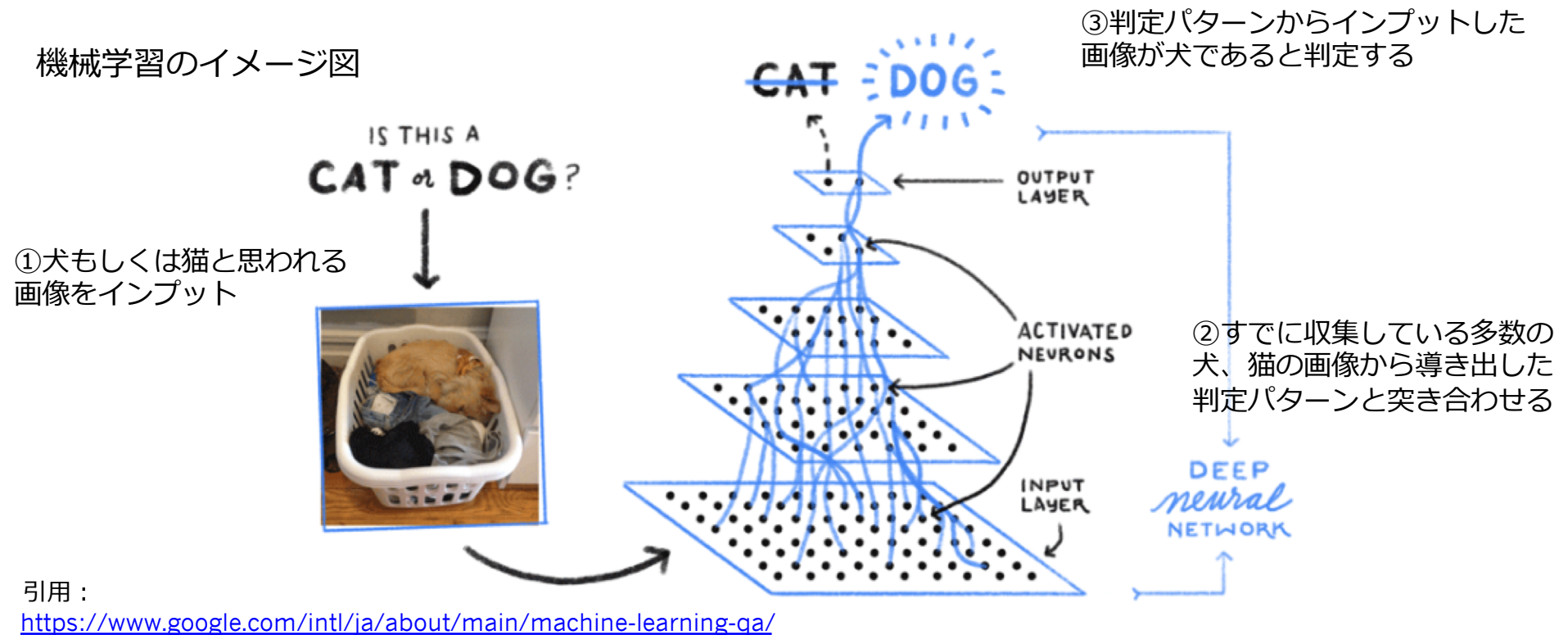
クラウドマネジメント協会編

機械学習を前提にした広告運用

機械学習とは

多数の事例を収集し、その事例を説明するパターンを見つけ出し、そのパターンを使って新しい事例について予測を行うこと。

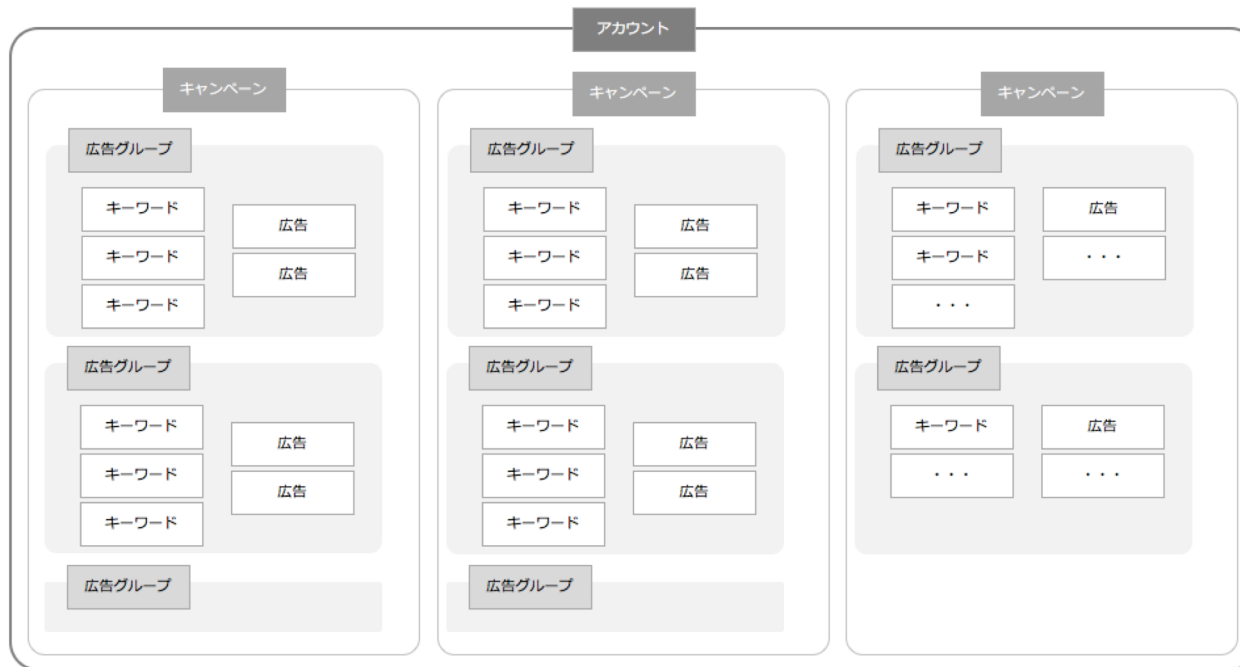
機械学習のイメージ図



同様の機械学習がGoogle広告、Yahoo!プロモーション広告では機能しており、広告配信の最適化に活用されている。

広告アカウント構造とhagakureの概念

Google広告、Yahoo!プロモーション広告のアカウント構造



hagakure

同じキーワード軸の
キーワードは1つの広
告グループにまとめる



キーワードに関連する
広告文を広告グループ
に登録する

キーワードと広告文と
リンク先ウェブサイ
トの内容が連動してい
ること

関連するキーワードと広告文を同じ広告グループにまとめたアカウント構造により
機械学習にもとづいて広告配信が最適化される環境を作ることができる

キーワードの種類

メインワード

検索マッチ広告を出稿するウェブサイトのビジネスモデルに応じて、ターゲットユーザーが検索すると想定される対象商品やサービスそのものを表すキーワード。

ニーズワード

メインワードについて情報を探しているユーザーが、こういったニーズを持って検索しているかを想定できるキーワード。ターゲットユーザーがどの程度の検討を行っているか、何を調べたいと思っているかについて、メインワードと一緒にかけあわせて検索するとそうていされるもの。

メインワードとニーズワードをかけ合わせて、実際に買い付けるキーワードをリストアップしていきます。

メインワードの選定

業種・業界名

例：中古車販売、工務店、葬儀会社、リフォーム、レストラン、介護、印刷

商品・サービスの品種

例：一戸建て、ハム、太陽光発電、ホイール、クーポン、車いす、ラーメン、名刺、ランニングシューズ

困りごと

例：シックハウス、不眠、口臭

願望

例：痩身、省エネ

ニーズワードの選定

効能・効果

例：多機能、安心

トレンド

例：おいしい、人気、オススメ

シーズン・イベント

例：クリスマス、お歳暮、母の日

価格ランク

例：激安、高級、安い、高価

ユーザーの行動

例：購入、比較、取り寄せ、通販

素材

例：セラミック、天然、無垢材、無添加

工法・製法・加工法・技術

例：外張り断熱工法、フリーズドライ、業務用、手作り

状態（クオリティ、希少性、オケージョン

例：長期優良、新鮮、ギフト、お祝い

キーワード選定事例

メインワード

商品・サービスの
名称、カテゴリー

ニーズワード

製造工程、素材などに
特徴。アクション

自然住宅が得意な工務店の場合

メインワード		ニーズワード
工務店	×	自然素材
注文住宅		エコ住宅
新築一戸建て		省エネ住宅
住宅会社		自然住宅
新築		無添加住宅

買い付けキーワード	買い付けキーワード	買い付けキーワード
工務店 自然素材	新築一戸建て 自然素材	新築 自然素材
工務店 エコ住宅	新築一戸建て エコ住宅	新築 エコ住宅
工務店 省エネ住宅	新築一戸建て 省エネ住宅	新築 省エネ住宅
工務店 自然住宅	新築一戸建て 自然住宅	新築 自然住宅
工務店 無添加住宅	新築一戸建て 無添加住宅	新築 無添加住宅
注文住宅 自然素材	住宅会社 自然素材	
注文住宅 エコ住宅	住宅会社 エコ住宅	
注文住宅 省エネ住宅	住宅会社 省エネ住宅	
注文住宅 自然住宅	住宅会社 自然住宅	
注文住宅 無添加住宅	住宅会社 無添加住宅	

小規模・低予算客がターゲットの結婚式場の場合

メインワード		ニーズワード
結婚式場	×	少人数
ブライダル		二人だけ
フォトウェディング		見学
チェペルウェディング		格安
ブライダルフェア		写真だけ

買い付けキーワード	買い付けキーワード	買い付けキーワード
結婚式場 少人数	フォトウェディング 少人数	ブライダルフェア 少人数
結婚式場 二人だけ	フォトウェディング 二人だけ	ブライダルフェア 二人だけ
結婚式場 見学	フォトウェディング 見学	ブライダルフェア 見学
結婚式場 格安	フォトウェディング 格安	ブライダルフェア 格安
結婚式場 写真だけ	フォトウェディング 写真だけ	ブライダルフェア 写真だけ
ブライダル 少人数	チェペルウェディング 少人数	
ブライダル 二人だけ	チェペルウェディング 二人だけ	
ブライダル 見学	チェペルウェディング 見学	
ブライダル 格安	チェペルウェディング 格安	
ブライダル 写真だけ	チェペルウェディング 写真だけ	

テキスト広告のスタイル

▼Yahoo!JAPANプロモーション広告のテキスト広告の基本スタイル

ネット広告の実務スキルを習得|まずは無料体験【IMA検定】
 広告配信&分析の実務が学べるIMA検定 / 受講・試験が全てeラーニングで好評！
ima-kentei.jp/明日から使える/スキル習得

広告タイトル1は半角30文字以内
 広告タイトル2は半角30文字以内
 説明文は半角80文字以内
 表示URLのパスは半角15文字以内ずつ
 ※上記は日本語言語の場合

▼Google広告のテキスト広告のスタイル

ネット広告の実務スキルを習得|まずは無料体験 ⓘ
 【IMA検定】|詳細カリキュラムはサイトで公開
 広告 ima-kentei.jp/明日から使える/スキル習得

広告配信&分析の実務が学べるIMA検定 / 受講・試験が全てeラーニングで好評！課題の添削などで自身の習熟状況もチェックできる検定制度。より実践的なスキル習得をサポート

広告見出し1は半角30文字以内
 広告見出し2は半角30文字以内
 ※広告見出し3も追加可能（半角30文字以内）
 広告文1は半角90文字以内
 ※広告文2も追加可能（半角90文字以内）
 表示URLのパスは半角15文字以内ずつ
 ※上記は日本語言語の場合

(2019年1月31日現在の各ガイドラインに基づく)

なぜテキスト広告は重要なのか？

広告ランク = 上限クリック単価 × 品質スコア × 広告表示オプションの有無

品質インデックス
品質スコア

- ・・・品質スコアの決定要素
- 1. **クリック率**
- 2. 関連性
- 3. リンク先ページの品質

広告ランク（掲載順位）への影響度は
「上限クリック単価」と「キーワードと広告の関連性」とで同じ

品質インデックスが高いと、上限クリック単価が低くても
上位に掲載される可能性が高くなります。

広告表示オプションの有無が広告ランクの決定にも影響

上限クリック単価と品質スコアが同じであれば、広告表示オプションの
効果が高いと見込まれる広告のほうがより上位に表示される。

クリック率を高めた広告配信と広告表示オプションの設定が重要

優先的に設定すべき広告表示オプション

- Google 広告 (Yahoo!プロモーション広告)
- ・ サイトリンク (クイックリンクオプション)
- ・ 構造化スニペット
- ・ コールアウト (テキスト補足オプション)
- ・ 価格表示

設定すべき優先順位

手数料10%のリスティング代行 - 他社にはない週1回の細かな報告

www.net-agent.jp/リスティング/広告代理店

平均反響獲得数156%増。多種多様な業種に対応。細かな運用で成果につなげます。

上級資格保有者が運用・無料相談受付中・PremierGooglePartner・リスティング正規代理店

特長: 週1回のレポート報告, 上級資格保有者が運用, 手数料10%で細かな運用...

コンサルタント紹介
お問い合わせ **サイトリンク** 実名のご支援事例

《トイレ水漏れ》費用4000円から - 【日本全国】対応の水道屋さん

www.decadesdecades.com/ 【日本全国】/24時間受付中 0120-923-426

詰まり、水漏れ等トイレのお困り事なんでもプロが対応！24時間365日受付対応中。

日本全国対応・追放り・最短15分で駆けつけ・水トラブルのプロが施工

サービス: トイレ, 洗面台, 台所, キッチン, 蛇口, 排水口, 水道管

トイレのつまり修理 - 最低 ¥ 4,000 - 24時間365日受付・もっと見る

おしゃれ家具通販なら/家具350 - まとめ買いでさらにお得

www.kagu350.com/ おしゃれ家具/北欧デザイン

スーパーセール中！MAX50%OFF。お急ぎの方は500PT今すぐ進呈/オシャレ家具通販

ポイントは初回から利用OK・口コミ件数8000件以上・レビュー記入でポイントGET

サービス: 10,800円以上で送料無料, 新規会員登録で500PT, 後払い, コンビニ決済OK

最大80%offセール・選べるタイプ別ベッド特集・お部屋をスッキリ 収納特集

池袋のヨガ・ピラティスはドゥミ - お得な
入会キャンペーン実施中 - demi-re.jp

www.demi-re.jp/

4/30まで入会金+事務手数料+初年会費が0
円！駅近&快適な空間でヨガを始めよう

コース: ヨガ, ピラティス, ダンス, ストレッチズ, ...

料金プランについて: 体験レッスン

価格表示オプション

フリーパス

¥12,420/月

どれだけ使っても定額

8回パス

¥10,800/月

週2ペースで効果を実感

② 検索クエリの活用

検索クエリとは？

広告のクリックにつながったユーザーが実際に検索で入力した検索語句のこと。
Yahoo! プロモーション広告も、Google広告もその一覧とその掲載結果を
広告管理ツール内で確認できる。

検索クエリの活用方法

※ターゲットのみに広告をインプレッションさせてクリック率をUP。
※費用対効果を高める

1) 除外ワードの抽出と登録

- ・ 検索クエリ内に商品・サービスに関係のない検索語句が含まれていれば除外ワード（対象外キーワード）に登録する。
 - ・ 他の広告グループに登録すべきと考えられるキーワードも除外ワードとして登録する。
- 検索クエリの傾向を見て、除外ワード（対象外ワード）を考察することがポイント！**

2) 追加登録するキーワードを抽出

- ・ 検索クエリ内に商品・サービスに関連性が高くインプレッション数が多いキーワードから既存のキーワードの中に入らないものは、新たなキーワードとして登録する。
 - ・ 他の広告グループの検索クエリで挙がっている関連性の高いキーワードも登録する。
- 検索クエリの傾向を見て、新たなキーワードを考察することがポイント！**

② 検索クエリの活用 対象外キーワード調整イメージ

グループ	キーワード
太陽光 業者検索	太陽光発電 広島
	太陽光発電 広島 業者

検索クエリ
太陽光発電 広島 会社
太陽光 設置業者
太陽光発電 業者 見積もり

グループ	キーワード
補助金検索	太陽光発電 補助金ニーズ
	太陽光発電 補助金
	太陽光発電 補助金申請

検索クエリ
太陽光発電 補助金制度
太陽光発電 助成制度

グループ	キーワード
費用検索	太陽光発電 価格
	太陽光発電 費用
	太陽光発電 見積もり

検索クエリ
太陽光発電 補助金制度
蓄電 補助金
太陽光発電 費用 相場

グループ	キーワード
太陽光 業者検索	太陽光発電 広島
	太陽光発電 広島 業者
	太陽光発電 広島 会社
	太陽光発電 設置業者

①

②

③

③

X 太陽光発電 業者 見積もり

グループ	キーワード
補助金検索	太陽光発電 補助金ニーズ
	太陽光発電 補助金
	太陽光発電 補助金申請
	太陽光発電 補助金制度
	太陽光発電 助成制度
	蓄電 補助金

グループ	キーワード
費用検索	太陽光発電 価格
	太陽光発電 費用
	太陽光発電 見積もり
	太陽光発電 業者 見積もり
	太陽光発電 費用 相場

X 蓄電 補助金

①、②
新たな業者探しの
キーワードとして登録

③
新たな費用関連の
キーワードとして登録
業者検索の広告グルー
プには、対象外キー
ワードとして登録

② 検索クエリの活用 追加登録時のポイント

広告グループ内でのキーワードのインプレッション発生の仕組み

広告グループからは、文字列配合率の高いキーワードが優先される

さらに、完全一致に近いマッチタイプのキーワードが優先される

→ 「追加済み／除外済み」の列で、「なし」と表示されているキーワードについて
関連する文字列を含んだキーワードをフレーズ一致 or 完全一致のマッチタイプで登録する

検索語句	マッチタイプ	追加済み / 除外済み	↓ クリック数	表示回数	クリック率	平均クリック単価
検索語句 ②			73	477	15.30%	¥83
	完全一致	✓ 追加済み	6	194	3.09%	¥88
	フレーズ一致	なし	6	73	8.22%	¥62
	部分一致	なし	5	13	38.46%	¥73
	完全一致	✓ 追加済み	4	16	25.00%	¥75
	部分一致	なし	4	54	7.41%	¥80
	部分一致	なし	3	6	50.00%	¥50
	部分一致	なし	3	44	6.82%	¥61

マッチタイプを目安

掛け合わせなしの単一キーワード→完全一致、

2語掛け合わせ→フレーズ一致（3語以上の掛け合わせの場合→部分一致）

② 品質スコアの評価方法（Google広告）

キーワードごとの品質スコアとその決定要因である指標を確認する

キーワードタブの表示項目→表示項目の変更→品質スコアで下記の指標をチェック

- ・品質スコア：最低でも5～7までの数値を目指す
 - ・クリック率
 - ・広告の関連性
 - ・ランディングページの利便性

キーワード		クリック数	表示回数	クリック率	クリック単価	費用	コンバージョン シェア	品質スコア	ランディング ページの利便性	広告の関連性
		4	69	5.80%	¥75	¥301	10.41%	5/10	平均値	平均より上
		47	1,198	3.92%	¥85	¥3,985	12.09%	5/10	平均値	平均より上
		0	23	0.00%	—	¥0	12.50%	—	—	—
		18	241	7.47%	¥78	¥1,406	18.84%	8/10	平均より上	平均より上
		11	168	6.55%	¥79	¥871	16.83%	—	—	—

- ・クリック率は3%以上になっているか
 - ・広告の関連性は平均値、平均より上になっているか
- ※ランディングページの利便性は別の講座で解説



- キーワード登録と広告文のチェック
- ・グループ別のキーワード登録の調整
 - ・広告文にキーワードを含めているか

🔗 広告表示回数を確保するためにできること

インプレッションシェア（※）の確認で要因を検証し、必要な対策を講じます。
 ※広告が表示される機会に対して、実際はどの程度表示されたのかを合わす割合

・現状のインプレッションシェアはどの程度か？

Google広告、Yahoo!プロモーション広告の管理画面から確認。
 インプレッションシェアが50%以下なら、
 インプレッション数とクリック数の増加は見込める。

・インプレッションシェアが低くなっている要因はなにか？

下記の2つの指標を確認します

インプレッションシェア損失率（広告予算）

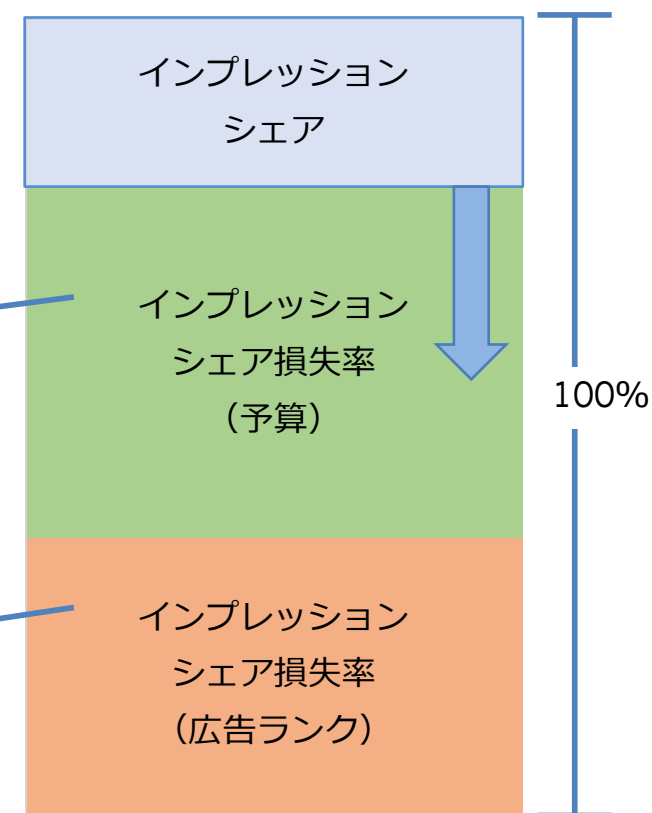
：広告予算が足りないことが要因の損失率
 （対策）

予算の増額、配信エリア、デバイスの絞り込み、
 成果の出ていない広告グループ、キーワードの停止
 上限のクリック単価を下げるなど

インプレッションシェア損失率（ランク）

：広告ランクが低いことが要因の損失率
 （対策）

適正入札価格の確定、品質スコアの改善



インプレッションシェアは、さらに成果を上げるための伸びしろがないかを判断するのに活用できます

🔗 クリック率改善のための対策（テキスト広告の改善）

・キーワードの自動挿入

ユーザーの検索クエリと一致した買い付けキーワードを広告文に表示させることができる機能。よりユーザーのキーワードとマッチする広告文を表示することができる。

ギフトなら〇〇ショップが最適 | お客様の相手を
思う気持ちを形に

広告 www.ima-kentei.jp

キャンペーン期間限定の特典も多数ご用意！申し込みで

最終ページ URL	https://ima-kentei.jp/	②
広告見出し 1	{Keyword:ギフト}なら〇〇ショップが最適	②
広告見出し 2	お客様の相手を思う気持ちを形に	②
		28 / 30
		30 / 30

・広告カスタマイズの活用

広告カスタマイズとは、ユーザーが検索するキーワードや検索している場所、時間等に応じて広告文の表現を変えることができる機能。

期間、地域限定でのキャンペーン実施を訴求したり、特定の商品を探している人などに対して広告配信を行う際に訴求効果を高めることができる。

期間限定イベント実施中 | キャンペーン終了まで

あと3日

広告 www.ima-kentei.jp

キャンペーン期間限定の特典も多数ご用意！申し込みで

最終ページ URL	https://ima-kentei.jp/	②
広告見出し 1	期間限定イベント実施中	②
広告見出し 2	キャンペーン終了まであと3日	②
	{=COUNTDOWN("2019/5/31 00:00:00","ja",5)}	②
		22 / 30

🔗 目的に応じた自動入札設定

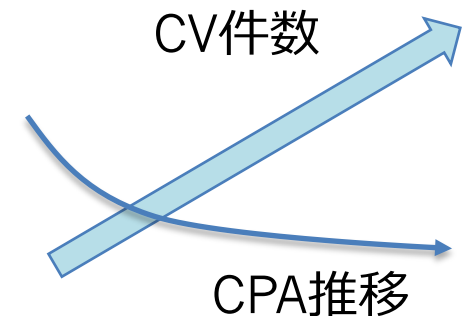
クリック数の最大化だけではなく、広告配信の目的に応じて自動入札機能を活用する。

・ コンバージョン数の最大化

設定した広告予算の中でコンバージョン数を最大限確保することができるように自動的に入札単価が調整されて最適化が行われる設定。

設定すべきケース：

- ・ 1ヶ月あたり最低30件～50件程度のコンバージョンが発生している
- ・ 現状の予算内で、コンバージョン数を最大限獲得したいという場合



・ 目標コンバージョン単価

1件のコンバージョンを獲得するのにかかる費用について、目標値を設定することでその範囲内でコンバージョン獲得が行われるように自動的に入札単価が調整される設定。

設定すべきケース：

- ・ 1ヶ月あたり最低30件～50件程度のコンバージョンが発生している
- ・ コンバージョン獲得単価（CPA = Cost per Action / Acquisition）が想定できていて、それを維持して広告配信を進めたい場合

