



リスティング研修資料Vol.1

Version . 1.0.2

<https://www.willgate.co.jp>

Copyright © Willgate, Inc. All Rights Reserved.

- ① 自己紹介
- ② イントロ
- ③ リスティングのメリットデメリット
- ④ リスティングとSEOを比較
- ⑤ 広告種別

- ⑥ 品質スコアについて
- ⑦ 知っておきたい広告オプション
- ⑧ リスティング運用ツールについて

藤原 賢太 (35)

18年5月入社

ウィルゲート 取締役CMO。

株式会社アイフラッグを経て、ソフトバンクに入社。

統計学を活用したデータサイエンティストとして
分析業務に携わり、経営コンサルティング業務に従事。
光通信では執行役員として、メディア事業（EPARK）の
2,000万会員のDB戦略/会員行動分析/マーケティング
責任者として従事。

また、光通信Grpでもあるe-まちタウン(株)代表へも就任。

保有資格、賞歴：

11年 国内初 Google 認定コンシェルジュ

Google AdWordstoppレベルユーザー、GAIQ

ソフトバンクアカデミア14'主席

14年 ソフトバンク グループ MVP

日本統計協会 会員

Project Management Professional

簿記1級、理学療法士

主な過去クライアント：

日本エスリード、ロート製薬、再春館製薬、

トヨタ自動車、JR東日本、ミキハウス、

バイクルーズ、鹿島建設、マイクロソフト



- 2007年 : 新卒でアイフラッグへ入社
- 2011年 : デジタルマーケティングSEMマスターへ
- 2012年 : SB GRPへ（SEMだけでなくICT全般）
Nissenなどの大手の広告を運用。運用ツールの開発
- 2013年 : データサイエンスと統計との出会い
- 2014年 : 人生の絶頂期（受賞や主席）
- 2015年 : 光通信GRPへ
- 2016年 : 経営者に。と共にEPARK事業へ
月額1億円程度リスティングを出稿
- 2018年5月 : ウィルゲートへ

イントロ

【リスティング広告とは】

PPC 広告の一種で、Yahooや Google のような検索エンジンの検索結果に表示される広告のことです。Yahoo!プロモーション広告や Google AdWordsが代表的なプロダクトです。



The screenshot shows a Google search for 'リスティング広告' (Listing Ad). The search results are displayed in a list format. The first three results are highlighted with a red border, indicating they are paid advertisements. The first result is from quartet-communications.com, the second from glad-cube.com, and the third from listing-factory.com. The fourth result is from web-consultants.jp. Below these are two organic search results, one from liskul.com and another from listing.cn-door.com.

Google リスティング広告

すべて 画像 ニュース ショッピング 動画 もっと見る 検索ツール

約 454,000 件 (0.45 秒)

広告 リスティング運用、もう限界 - quartet-communications.com
www.quartet-communications.com/ 0120-993-414
社長自ら広告運用、このままでいいの？ 電話で10分、全国対応無料電話相談。
効果的な改善提案・500業種以上の実績・有資格者による運用
メニュー・価格表 資格保持者へ直接電話相談
実績・お客様の声 外注先をお探しの方

ここまで変わるリスティング代行 - glad-cube.com
www.glad-cube.com/
乗換え後の満足度98%！随一の実績。追従を許さない圧倒的な運用力で成果UP
初期費用無料・Web集客のプロ・運用担当2名以上・幅広い提案力
ブランド: YTM認定パートナー, YTM認定ベンダー, Google5期連続表彰, 有資格者のみ...
サービス: リスティング広告, Facebook広告, Twitter広告, DSP広告, アクセス解析, LPO...

定額手数料リスティング広告代行 - listing-factory.com
www.listing-factory.com/
リスティング運用資格保有者多数！プロ集団による分析・改善で継続率UP
CVR10倍の実績 - Q&A - 検索クエリレベルでの分析 - 定額手数料のメリットとは

30万円からのリスティング運用 - web-consultants.jp
www.web-consultants.jp/
広告の無駄撃ち一切なし。売上UPまでを 考えるリアル集客までをサポートします！

自然検索 リスティング広告とは | 今更聞けないリスティング広告の基礎
liskul.com/what-is-listing-95
2014/01/24 - 突然上司に「リスティング広告」をやるように命じられたが、そもそも「リスティング広告」って一体なに？というマーケティング担当の皆さま。今回は、今更聞けない「リスティング広告」の基礎についてご説明いたします。
リスティング広告の運用 | 最低限 ... - リスティング広告代理店、成果を ...

リスティング広告とは | リスティング広告 初心者のための運...
listing.cn-door.com > リスティング広告の基礎知識
リスティング広告とは、日本でシェアが高いYahoo!JAPANやGoogleといった大手検索エンジンをはじめ、各エンジンが提携しているその他の有名サイトなどに広告を掲載で...

263憶ドル ⇔ 98%

メリデメ

低予算から出稿可能

枠を購入して掲載する広告などは、クリックされなくても料金を支払わなければならないケースなどとは違い、リスティング広告は、クリック課金という料金体系を取っています。**クリックされなければお金が発生しません。**

明確に顕在層にアプローチできる

リスティング広告出稿に準備しないといけないものは大きく3つあります。

①キーワード ②広告クリエイティブ ③広告のリンク先ページ

→キーワード、、、どのようなキーワード検索されたときに広告表示したいかを事前に設定できるので、自社のターゲットに的確にアプローチできます。

すぐに配信や停止が可能

広告配信設定の管理画面にアクセスし、**配信準備が整えば数日で配信可能**に。また、掲載停止設定をしておけば、**リアルタイムに掲載停止**することも、タイマー設定によりあらかじめ、**掲載停止したい日時を指定することも可能**です。

運用の手間がかかる

数ある広告メニューの中で圧倒的に**モニタリング・取得できるデータが多い**広告メニューです。その分設定項目も数多くかることから、多面的に改善ができる一方で、**運用工数が非常**にかかります。

平均クリック単価 1日の広告予算 配信デバイス キーワード登録 表示回数
クリック率 コンバージョン率 検索クエリ・・・



リスティング ⇄ コンテンツSEO比較

集客施策

集客 ボリューム

集客 コストの高さ

資産性

コンテンツ
マーケティング
SEO

内部施策・
外部施策・
コンテンツ作成



集客ボリュームは
比較的大きい



中長期的にみれば
安い



資産性はある

PPC広告

リスティング広告



(コストをかけられれば、)
集客ボリュームは非常に大きい



コストはトラフィック
ボリュームと連動



資産性はそこまでない
あくまで短期集中

SNS
運用

Facebook・Twitter
Instagram・LINE@



集客は限定的



コストは比較的低い



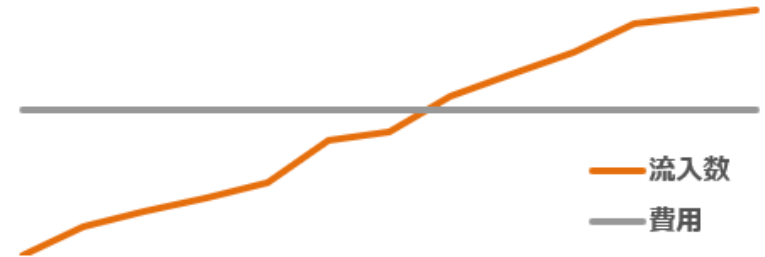
一部資産性はあるが、
トレンドに左右されてしまう

広告等



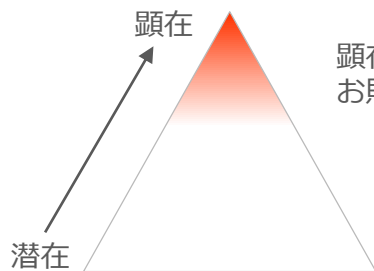
効果を得るためには**費用を投下し続ける必要**がある。
競合との競争により長期的に費用対効果が悪化する可能性がある。

コンテンツSEO



コンテンツ量が増えれば増えるほど流入数は増える可能性が高い。コンテンツは**資産化**され効果が積算されるため、**中期的な視点で費用対効果**が高いといえます。

リスティングは短期的な成果を求め、運用次第では**即効性があり**非常に有効的。
一方で、**資産性はコンテンツマーケティング比**べほほないため、
費用を捻出し続けなければならない。



顕在ユーザーの検索クエリや行動ログ、興味関心における検索ネットワーク、はレッドオーシャンであり、お財布の大きさでとれるパイは決まってしまう。

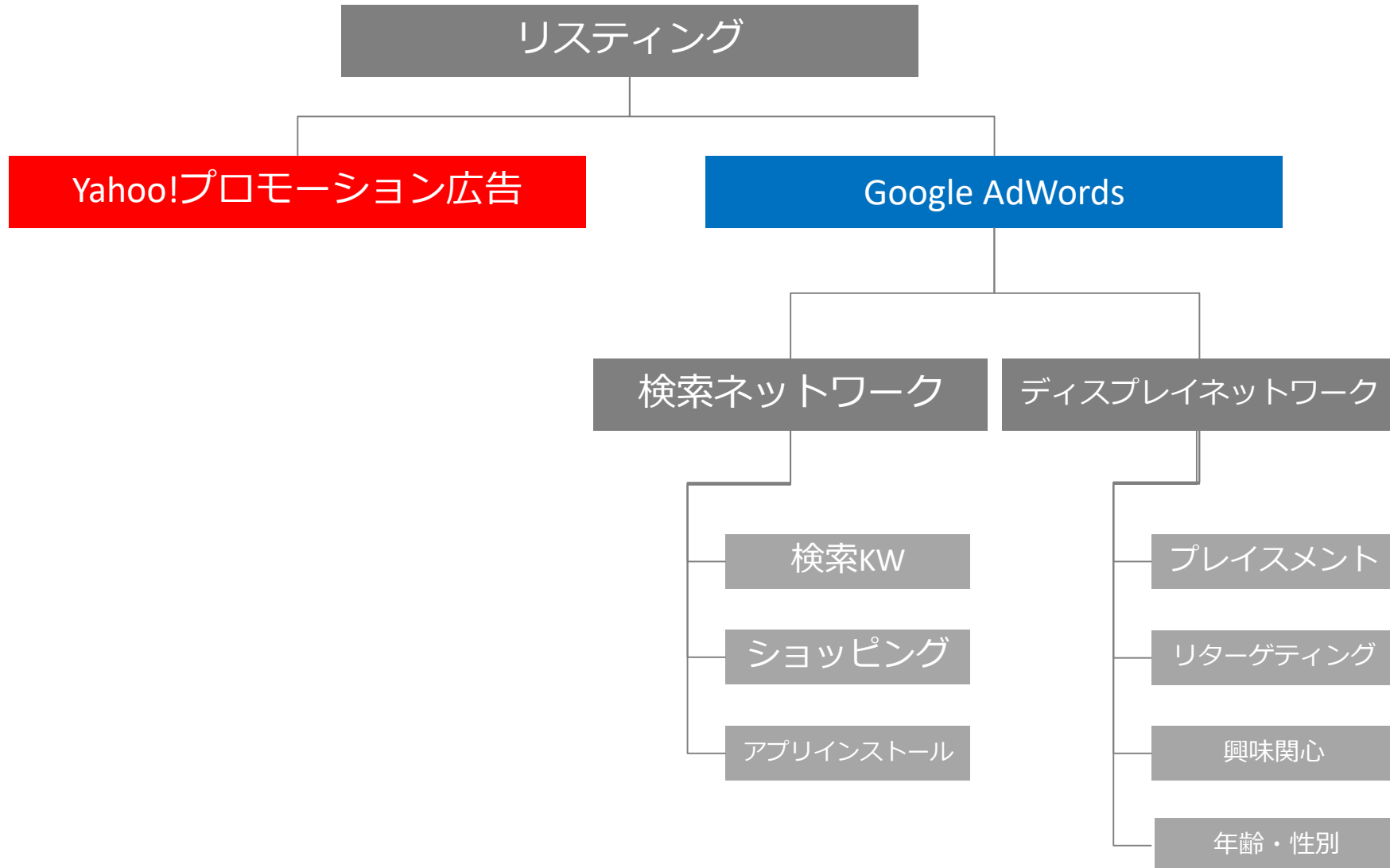
運用努力で改善できてもコストは下がるが、成果が2倍3倍増えてくわけではない。

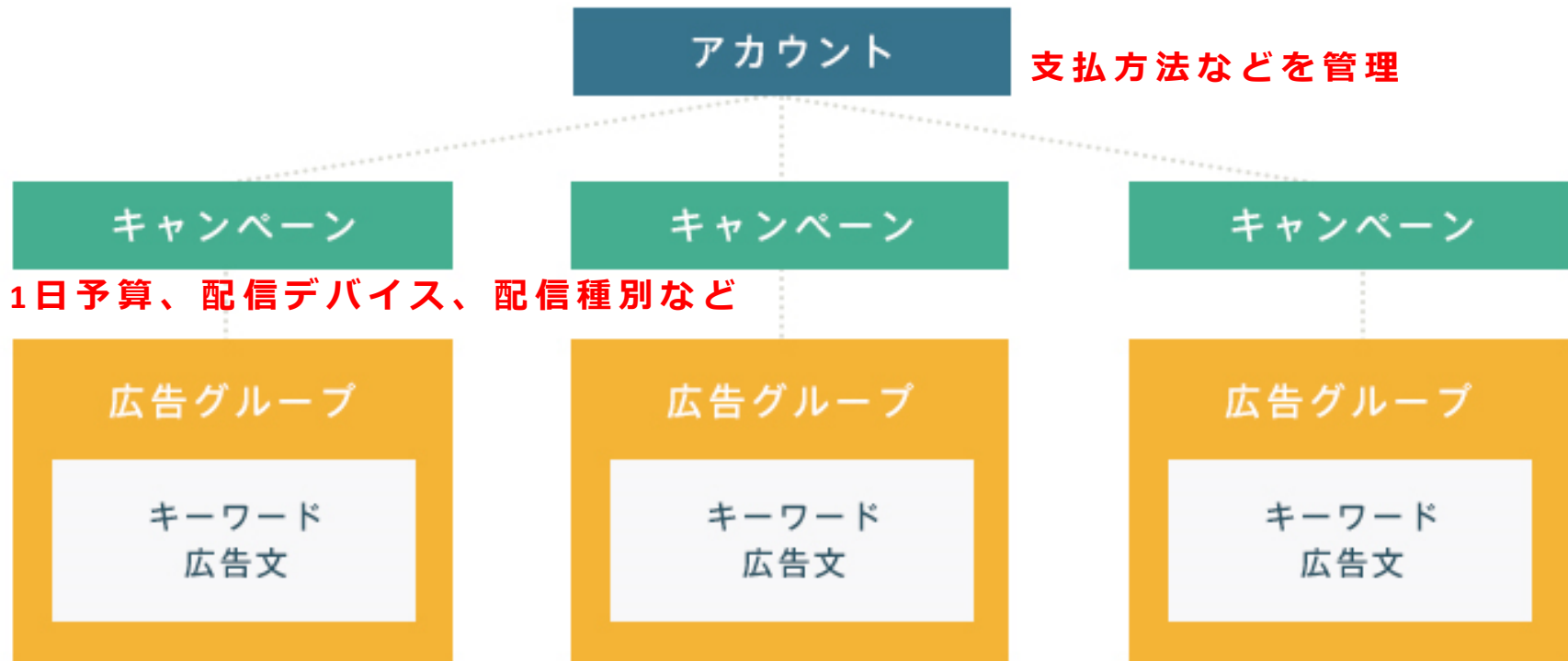
あくまでも重要なのは、バジェット。

	認知	興味	情報収集	検討	導入
思考	無関心。 ぼんやり必要性を感じている。	学習コンテンツや勉強方法などについて調べてみる。	周りに話を聞いてみて潜在ワード、関連ワード検索。	クリティカルワード、指名KWで検索し、資料請求。	クリティカルワード、指名KWで検索し、資料請求。
接点	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 交通広告 ➤ ロケーション広告 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ コンテンツ 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 検索 ➤ コンテンツ 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 検索 ➤ ディスプレイ ➤ LP 	

競合に勝っていくためには、当月の検討ユーザーに加え、**N月前の検討**ユーザーからのトラフィック。

リスティング種別





<p>アカウント</p>	<p>構造上、1番大きな単位 設定可能な項目：ログインメールアドレスとパスワード/お支払い情報</p>
<p>キャンペーン</p>	<p>構造上、2番目に大きな単位 キャンペーン配下にある広告を配信するための予算をそれぞれ設定できます。</p>
<p>広告グループ</p>	<p>キーワードと対応する広告をまとめたグループ 各キーワードのマッチタイプや広告文、リンク先を設定できます。</p>
<p>キーワード</p>	<p>広告配信キーワード ユーザーが検索するキーワードを想定して設定します。</p>
<p>広告文</p>	<p>検索結果ページの上部・または下部にキーワードに応じた広告文が表示される</p>

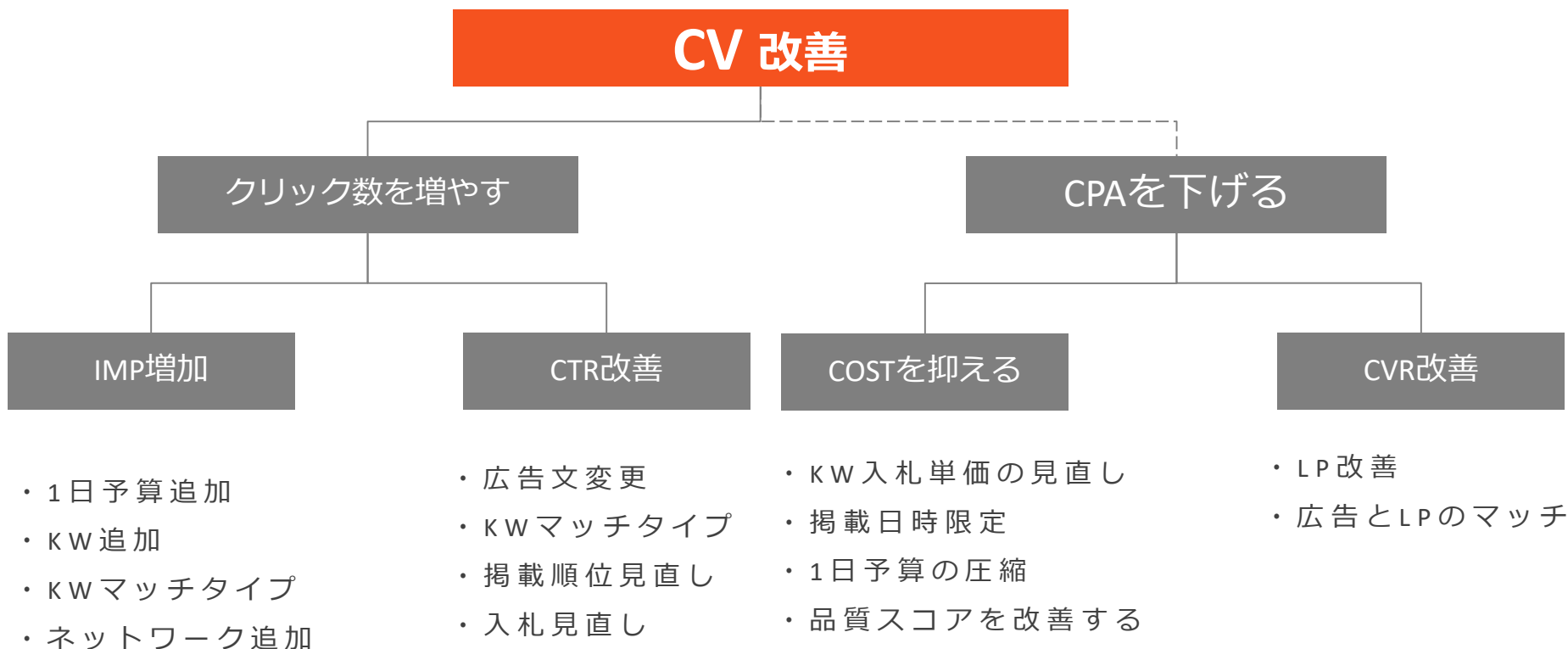
<p>部分一致</p>	<p>順序に関わらず指定したキーワードが検索語句に含まれる場合、広告掲載対象となります。誤字、送り仮名の違い、多少の言葉のゆれ、関連性のある語句なども広告掲載対象となります。</p> <ul style="list-style-type: none"> •キーワードの例：男性 洋服 •検索語句の例：購入 メンズ 服 / メンズ ニット / 男性用 Tシャツ
<p>絞込み部分一致</p>	<p>順序に関わらず指定したキーワードが検索語句に含まれる場合、広告掲載対象となります。部分一致と違い、類義語は対象外です。表記ゆれは可。また、キーワードを指定する際に"+"を付与します。</p> <ul style="list-style-type: none"> •記号：+キーワード •キーワードの例：+男性用+洋服 •検索の例：男性の洋服 / ようふく 男性用 / 服 おしゃれ 男性用
<p>フレーズ一致</p>	<p>順序を維持しながら、指定キーワード指定したキーワードが検索語句に含まれる場合、広告掲載対象となります。表記ゆれは可。</p> <ul style="list-style-type: none"> •記号："キーワード" •キーワードの例："男性用 洋服" •検索例：男性用 洋服 / 男性 洋服 / おしゃれ 男性用 洋服
<p>完全一致</p>	<p>検索語句がキーワードと完全に一致する場合に広告掲載対象となります。表記のゆれは可。</p> <ul style="list-style-type: none"> •記号：[キーワード] •キーワードの例：[男性用の洋服] •検索例：男性用の洋服 / 男性用のヨウフク

IMP : インプレッション(表示回数)	広告が表示された回数
CTS : クリック数	広告がクリックされた回数
CPC : クリック単価	1クリックあたりの単価 コスト/クリック数=クリック単価
CTR : クリック率	広告がクリックされた割合 クリック数/インプレッション=クリック率
CV : コンバージョン	目標とすべき値 ECサイトなら購入完了数、エステなら来店予約数...等々 サイトに併せて内容は変化します。
CVR : コンバージョン率	クリック数に対してCV獲得できた割合 $CV(コンバージョン)/CTS(クリック数)=CVR$
CPA : 獲得単価	CV1件当たりにかかった費用 $コスト/CV=CPA$
インプレッションシェア	市場と比較して、自身の広告がどれだけ配信比率(シェア)があるか確認するための指標 管理画面上に「インプレッションシェア損失率」という指標がありますが、これは低ければ低いほど良い状態です。
CVR : コンバージョン率	クリック数に対してCV獲得できた割合 $CV(コンバージョン)/CTS(クリック数)=CVR$
品質スコア	検索連動型広告（検索キーワードに応じて配信される広告）においてキーワードの品質を示す指標 品質スコアはキーワード毎に1-10のいずれかで設定され、ユーザーが検索を行うたびに評価が下されます。 品質スコアが高くなるとクリック単価が低く抑えられます。

アカウント改善アクション

$$\text{IMP} \times \text{CTR} = \text{Cts} \times \text{CVR} = \text{CV}$$

$$\text{Cost} \div \text{CV} = \text{CPA}$$



品質スコア (Quality Score)

クリック単価の決定方法

クリック単価はキーワードごとに定額ではなく、**上限クリック（入札）単価と品質スコア、そして掲載順位**によって決まります。

上限クリック単価は、広告主側が「ここまでなら1クリックに出してもいい」という任意の入札金額です。品質スコアは、その広告のパフォーマンス（クリック率など）によって決まります。そして掲載順位は、**上限クリック単価と品質スコア**によって算出された**広告ランク**によって決まります。



掲載順位が1つ下の会社の広告ランク ÷ 自社広告の品質スコア + 1円

変更履歴を表示



ラベル	目 Klick ルーコバージョン	クリックス ルーコバージョン率	ビュース ルーコバージョン	リンク先 URL	品質スコア	ページ上部表示の推定入札単価
	¥0	0.00%	0		4/10	¥60
	¥0	0.00%	0		4/10	¥75
	¥0	0.00%	0		7/10	¥55
	¥0	0.00%	0		6/10	¥55
	¥0	0.00%	0		7/10	¥45
	¥0	0.00%	0		6/10	¥55

	上限クリック単価	品質スコア	広告ランク	掲載順位
A社	200円	8	$200 \times 8 = 1,600$	1位
B社	300円	4	$300 \times 4 = 1,200$	2位

A社のクリック単価は¥ **151**

- ① クリック率（CTR）
- ② 入札キーワードと広告文の関連性
- ③ リンク先ページ内容の関連性やユーザビリティ

- ① クリック率は、高ければ高いほど、検索ユーザーにとって魅力的な広告であることの証です。競合他社との差別化も大切ですので、**自社ならではの訴求ポイント**や、お買い得な販売価格など、キーワードごとにマッチした広告文を作成する。**検索オプション**なども活用し、クリックしてもらいやすい工夫をこらす。



Google リスティング

すべて 画像 ニュース ショッピング 地図 もっと見る 設定 ツール

約 11,400,000 件 (0.31 秒)

リスティング広告代理店の最高峰 **3期連続7000社中TOP10の運用力**

www.rincrew.jp/

継続率98%の圧倒的実績《今ならバナー制作・アカウント診断無料》業界別専門チーム制

東京都渋谷区 恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー18階 - 03-6380-1651

既存運用の課題を無料分析 現代理店、自社運用の運用状況を運用 経験5年以上の有資格者がチェック！	BtoBに強い専門チーム在籍 BtoB広告運用に圧倒的な自信！ BtoB専門コンサルが直接ご提案
--	--

- ① クリック率（CTR）
- ② 入札キーワードと広告文の関連性
- ③ リンク先ページ内容の関連性やユーザビリティ

- ② キーワードと広告文の関連性も重要なポイント。広告文一行目のテキストリンクがついた**タイトル部分には、できるだけ入札しているキーワードを含めること**が理想です。また、キーワードと広告文の関連性を維持するために、**アカウント設計の際のグルーピングも重要**になってきます。「**同じ広告文を使用できるかどうか**」を規準にキーワードをグループ分けしていく。



Google

リスティング 代理店

すべて 地図 画像 ニュース ショッピング もっと見る 設定 ツール

約 3,250,000 件 (0.40 秒)

リスティング代理店 / 圧倒的実績 | 3期連続7000社中TOP10の運用力

広告 www.rincrew.jp/

継続率98%の圧倒的実績《今ならバナー制作・アカウント診断無料》業界別専門チーム制。検索広告部

-
- ① クリック率 (CTR)
 - ② 入札キーワードと広告文の関連性
 - ③ **リンク先ページ内容の関連性やユーザビリティ**
-

- ③ キーワードと広告文、そして、リンク先ページ (LP) の内容との関連性もまた品質スコアに関わる要素です。キーワードと広告文に合った内容になっているかどうか、また**ボタンの設置個所や入力フォームはユーザーにとって快適なものであるかどうか**がチェックポイントです。まずキーワードの選定をする際には、**LP内のコンテンツからキーワードを拾っておけば**問題ありません。更に新しい入札キーワードを追加する場合には、LP内にも関連性の高いキーワードとコンテンツを追加することを忘れずに行いたいところです。

Check Point!

- ✓ 読み進めるうちにユーザーの共感と信頼を得られるストーリー展開になっているか
- ✓ 簡潔な表現で読むのに時間を取らせないコンテンツ量になっているか





- ・ターゲット
- ・ユーザーニーズ

- ・商品、サービス
- ・企業の信頼性

- ・訴求、広告文
- ・配信手法

知っておきたいオプション・機能

[キャンペーン](#)
[広告グループ](#)
[設定](#)
[広告](#)
[キーワード](#)
[ユーザーリマ](#)
[広告表示オプション](#)
[詳細分析](#)
[ディスプレイネットワーク](#)

表示: コールアウト表示オプション ▾
 [新規読み込み以外のすべて ▾](#)
 分割 ▾
 フィルタ ▾
 ① 表示項目 ▾
 [↓ 変更履歴を表示](#)

② コールアウト	ステータス	クリック数 <small>?</small> +	表示回数 <small>?</small>	クリック率 <small>?</small>	平均クリック単価 <small>?</small>	費用 <small>?</small>
1. 標準	有効	0	0	0.0%	0	0
2. 標準	有効	0	0	0.0%	0	0
3. 標準 (標準)	有効	0	0	0.0%	0	0
合計: 標準 (標準)		0	0	0.0%	0	0

[コールアウト表示オプションの詳細](#)

[+ 広告表示オプション](#)
[削除](#)
[アカウントの表示オプション](#)
[キャンペーンの広告表示オプション](#)
[広告グループの広告表示オプション](#)

④ アカウント単位のコールアウト表示オプション
 ③

サイトリンク表示オプション

検索連動型広告において、
本来設定している最終リンク先
URLとは別に、遷移させたい
ページへのテキストリンクを

広告文下に表示させることの

できる機能です。複数のテキストで訴求力の向上、リンク先を複数提示することでユーザー自身が目的に合ったリンク先を選択できる広告表示オプションです。

ベーカリー専門店

広告 www.example.com

焼き立てのパンやケーキをご用意。メディア掲載多数の人気店

- 営業時間のご案内
- 季節のスペシャルメニュー
- ビスケットギフトセット
- オーガニックパン特集

※オプション部分のクリックも広告本体クリック時と同様の料金が発生いたします。

【サイトリンク表示オプションが有効なサービス】

•すべてのサービス

※ランディングページ1枚で構成されているページなど、広告のリンク先であるランディングページの他に設定するURLが存在しない場合は利用ができません

電話番号表示オプション

スマートフォンなどハイエンド携帯端末において
タップ可能な通話ボタンを広告に
設置する機能です。

(PCの場合は電話番号を表示のみ)

※オプション部分のタップも広告本体
タップ時と同様の料金が発生いたします。



【電話番号表示オプションが有効なサービス】

緊急性の高いサービス(水回りのトラブル、鍵閉じ込め、病院など)

電話コンバージョンが主体のサービス(飲食店など)

自動入札機能について

自動入札について自動入札とは、広告文やキーワードの入札単価調整を目的に合った入札戦略で自動調整する機能のことです。
この機能を利用すると、広告の効果検証をして入札単価を調整する作業を削減。

【メリット】

自動入札を設定しておけば、広告の運用方針や目的に沿った戦略に合わせてGoogle側で最適だと思われる価格で入札単価を調整してくれます。
少ない時間で効率的な広告運用が可能となります。

【デメリット】

自動入札のデメリットは、目的と異なった戦略を選択してしまうと、「広告予算を消化するだけで終わってしまった」など、思っていたような結果にならないことがある点です。

DSAについて

キーワードでなく**LPとなるURLを指定する**ことで、AdWordsのシステムがページに関連する**検索語句を自動的に選んで広告配信**をする検索ネットワーク広告。

DSAとは、「Webサイトの内容に基づいた広告文を自動で作成、ターゲティング表示をする広告」です。DSAはリスティング広告の一種ですが、通常の検索連動型広告と異なり、**キーワードの代わりに対象ページを登録**することが特徴です。

時短	商品ごとのキーワード選定が不要。
自動更新	登録ページが更新されると、広告内容も自動的に更新される。
効果的な見出しの動的生成	サイト掲載商品と関連性が高い語句で検索が行われると、その語句やLPで使われている語句を見出しに使った広告が生成される。
柔軟な管理	在庫切れ商品は、広告を表示させない設定が可能。
より多くのクリック獲得	キーワードで網羅しきれなかった検索語句にも広告を掲載することで、トラフィックや売上を伸ばすことができる。

3rd Party Tool
運用補助ツール

大量アカウント管理ツール

アカウントセットアップの半自動化や、複数アカウント管理のためのダッシュボード機能など、小規模大量アカウントを管理できる補助ツール。



Shirofune

Shirofune

自動入札ツール系

大規模アカウント向けに、大量キーワードの入札管理を一定のルールや数式に基づいて自動管理・入札を実施できるツール。

◎ATOM ソールドアウト

レポートツール

広告レポートを自動で分かりやすくバルクエクスポート+作成してくれるツール。

◎ATOM ソールドアウト



ロックオン

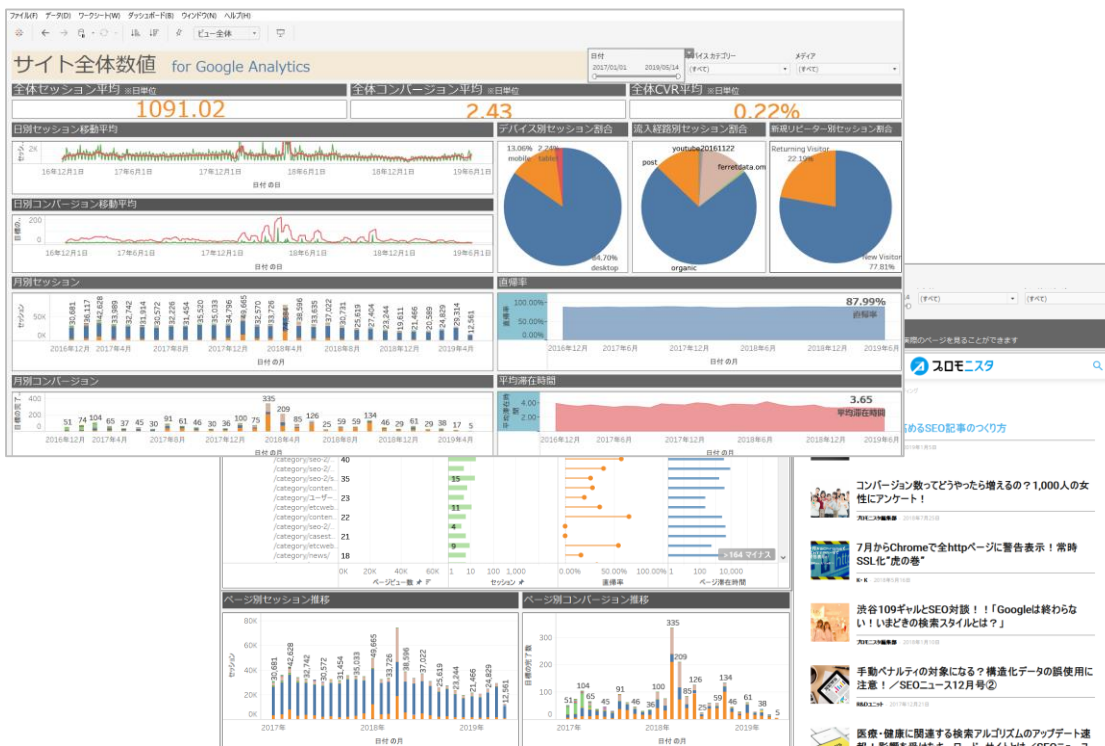


BIダッシュボード構築

ダッシュボード構築

ベンダーが多数入り組むSEM周りのトラフィックレポートをBI化。
KPI指標数字の変化や変動を多面軸で分析できる環境を構築。

tableau GAトラフィック全体を可視化することで広告やオーガニック経由での成果を可視化します。



構築フロー

1. GA調査
2. ダッシュボード要件
3. 構築要件定義
4. ワイヤー作成
5. データ取り込み
6. 構築



WILLGATE

MAKE YOUR WILL COME TRUE

一人ひとりの『will』を実現する

ウィルゲートが理想とする社会は、一人ひとりが自身の『will (意思、想い、やりたいこと)』を実現できる社会です。世の中には『will』があっても上手く実現できなかつたり、自分の本当の『will』に気づいていなかったりする人が数多くいます。私たちは、インターネットの力を最大限活かし、“情報”を提供し“機会”を創造することを通じて、こうした『will』の実現を支援し、その結果、価値あるヒトやモノ、サービスが適切に評価される社会を作りたいと考えています。

<https://www.willgate.co.jp/>

