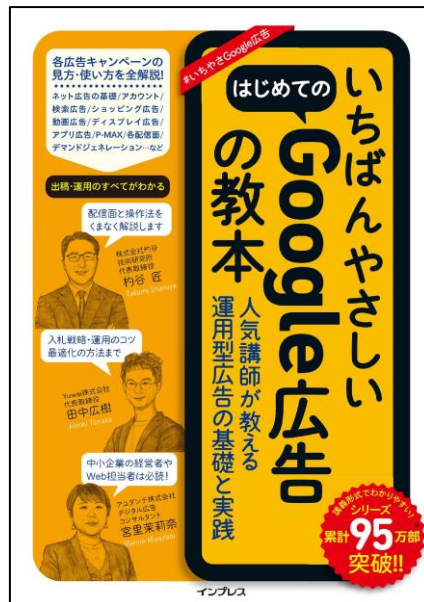


各 位

2024年8月23日
株式会社インプレス

Google 広告の基礎と実践をいちばんやさしく解説！
『いちばんやさしいはじめての Google 広告の教本』を
8月26日（月）に発売

インプレスグループで IT 関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：高橋隆志）は、Google 広告の基礎と実践的知識をまとめた書籍『いちばんやさしいはじめての Google 広告の教本 人気講師が教える運用型広告の基礎と実践』を 2024年8月26日（月）に発売いたします。



■ Google 広告を使いこなす上で、必須の基礎&実践知識を網羅した 1 冊！

毎年電通が発表する「日本の広告費」によれば、2021年にインターネット広告費はテレビ・ラジオ・新聞・雑誌などのいわゆる「マス4媒体」の広告費を上回りました。正確な数値は公表されていないものの、Google 広告は最も市場規模の大きいプラットフォームであることが確認されています。インターネットの成長に合わせ、Google 広告も進化し、いまやディスプレイ広告、動画広告、アプリ広告など、配信方法も多様化し、運用型広告を代表するプラットフォームに成長しました。

そのような背景から、本書では Google 広告を使いこなす上で、必須の基礎&実践知識を網羅する書籍として企画されました。

■ 豊富な図解とステップごとの操作手順で、基礎からしっかりわかる

広告の仕組み、アカウントの作成方法といった基礎知識から、検索広告・ショッピング広告・ディスプレイ広告・動画広告・デマンドジェネレーション・アプリ広告・P-MAXまで、キャンペーンごとに「配信面」「設定方法」「入札戦略」「運用のコツ」を広告最適化の観点から完全解説しています。

また、図解を豊富に用いているのも特長で、難しい仕組みや概念がすんなり理解できます。各キャンペーンの設定方法は、操作手順をステップごとに掲載し、誰でも再現できるような誌面構成にしています。

本書を読めば、初心者でも、業務で求められる知識・ノウハウを体系的に身につけることができるでしょう。Google 広告の使い方を学ぶことで、他の運用型広告プラットフォームにもその知識を活かせるため、インターネット広告を業務で活用されている方には、必読の1冊です。

■紙面イメージ

Chapter 1
Google広告を上手に使うための基礎知識

Lesson [表示される広告が決するまでの仕組みを理解する]

05 広告の表示は「広告ランク」によるオークションで決まる

実際にユーザーの目に触れる広告がどのように選ばれているかを学んでいきます。「広告ランク」と、その構成要素の「広告の品質」を正しく理解することが、広告の効果を最大化するための秘訣です。

このレッスンのポイント

○ 広告の表示は「広告ランク」によるオークションで決まる

Google広告では、広告枠に表示される広告は「広告ランク」によるオークションによって決められています。「広告ランク」は「上限入札単価」と「広告の品質」の掛け算で算出される数値で、1つの広告枠に対して最も高い「広告ランク」の広告が表示されます。このオークションは、広告枠がブラウザに表示される度に行われています。「上限入札単価」は、広告がクリック、または1000回表示された時にいくらまで支払うかの限度額を設定する項目です。「広告の品質」は広告の品質を表すGoogle独自の指標で、その広告がユーザーの求めている情報にどれだけ合致しているかを非公開の独自の計算式で算出しています。仮に、図表05-1のように、「上限入札単価」が120円で「広告の品質」が7だった場合、「広告ランク」は840となります。この図表では、説明しやすいように、管理画面で表示される参考値の「品質スコア」と同様に10段階の整数で表していますが、実際の広告の品質は何桁になるかを含めて非公開で、オークション毎に計算されます。

▶ 広告ランクの計算方法 図表05-1

上限入札単価	×	広告の品質	=	広告ランク
120円	×	7	=	840

○ 「広告の品質」を決める3つの要素

実際の「広告の品質」の数値は非公開ですが、Googleは「広告の品質」を決める要素を公表しており、「推定クリック率」「広告の関連性」「ランディングページの利便性」の3つを挙げています(図表05-2)。Googleは、広告もユーザーにとって有益な情報源の1つと考えているため、ユーザーがその時その瞬間に求めている情報に関連する広告を表示しようとしています。そのため、ユーザーの求めている情報と、広告に記載されている内容がどの程度関連しているか、広告をクリックした後に遷移するランディングページの内容がどれだけ近しいかを基に「広告の品質」を算出しています。

▶ 広告の品質を決める要素 図表05-2

広告の品質		
推定クリック率	広告の関連性	ランディングページの利便性
広告が表示された場合にクリックされる可能性の高さを表す。過去の実績値も参照される	広告がユーザーの求めている情報と一致する度合いを示す	広告をクリックして遷移したページの内容が、ユーザーの求めている情報とどれだけ関連があるかを表す

○ 必ずしも入札価格が高い広告が表示されるわけではない

Webサイト上で広告枠が読み込まれると、Google広告に登録された膨大な数の広告の中から配信する広告を選出するシステムが動き出します。その中から、一定の品質を満たした広告がオークションに参加し、それぞれの「上限入札単価」と「広告の品質」に基づいて「広告ランク」を算出し、最も「広告ランク」の高い広告が表示されます(図表05-3)。

▶ 広告ランクによるオークションの概念 図表05-3

	上限入札単価	広告の品質	広告ランク	
広告A	80円	10	800	← 表示される広告
広告B	100円	6	600	必ずしも上限入札単価が高い広告が表示されるわけではない
広告C	120円	4	480	
広告D	40円	1	40	一定の閾値を超えないとオークションに参加できない

Chapter 1
Google広告を上手に使うための基礎知識

030

031

難しい広告の仕組みも、豊富な図解によって理解しやすい

Chapter 5
「キャンペーン」設定 運用型広告のユーザー設定

Lesson [キャンペーン設定]

44 ディスプレイキャンペーンを作成しよう

ディスプレイ広告を配信する目的とそのターゲティングを決め、広告として表示させたいクリエイティブの準備ができたなら、実際にキャンペーンを作成して広告を掲載していきます。

このレッスンのポイント

○ コンバージョン獲得を目的としたディスプレイキャンペーンの設定方法

ディスプレイキャンペーンの設定方法をすべて手順で示します。初めての方はこれを参考に、カスタマイズしながら設定してみてください。

▶ ディスプレイキャンペーンの設定 図表44-1

1 キャンペーンを追加を行う

1 ①ボタンをクリックします。

2 [キャンペーン]をクリックします。

引き続き、次のページで操作を続けます。

3 [販売促進]をクリックします。

4 増やしたいコンバージョンアクションを指定します。

5 [続行]をクリックします。

6 [ディスプレイ]をクリックします。

2 キャンペーンの設定を行う

1 [キャンペーン名]を入力します。

2 [続行]をクリックします。

3 配信地域が「日本」となっていない場合は、[別の地域を入力する]をクリックし、検索ボックスに「日本」と入力したら、一覧から「日本国」をクリックします。

引き続き、次のページで操作を続けます。

Chapter 5
「キャンペーン」設定 運用型広告のユーザー設定

174

NEXT PAGE → 175

各キャンペーンの設定は操作手順をステップごとに掲載しているので、再現性が高い

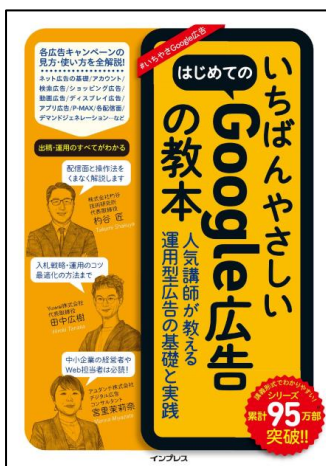
■本書は以下のような方におすすめです

- ・ Google 広告にはじめて接する担当者（新卒・異動）
- ・ 予算が少ない中小企業の経営者（兼任が多い企業・ひとり経営者）
- ・ 広告代理店のスタッフ
- ・ 難解なヘルプを読みこなし、運用していく自信がない方

■本書の構成

Chapter 1	Google 広告を使いこなすための基礎知識
Chapter 2	Google 広告のアカウントを作成してみよう
Chapter 3	[検索広告] 運用型広告の基礎を学ぼう
Chapter 4	[ショッピング広告] EC サイト運営者は必ず実施しよう
Chapter 5	[ディスプレイ広告] 圧倒的多数のユーザーに接触できる
Chapter 6	[動画広告] YouTube に広告を配信しよう
Chapter 7	[デマンドジェネレーション] Google のサービスに配信できるのが魅力
Chapter 8	[アプリ広告] Google Play に広告が配信できる
Chapter 9	[P-MAX] Google の技術を結集した究極の自動化

■書誌情報



書名：いちばんやさしいはじめての Google 広告の教本 人気講師が教える運用型広告の基礎と実践

著者：杓谷 匠、田中広樹、宮里茉莉奈

発売日：2024 年 8 月 26 日（月）

ページ数：328 ページ

サイズ：A5 正寸

定価：2,200 円（本体 2,000 円＋税 10%）

電子版価格：2,200 円（本体 2,000 円＋税 10%）※インプレス直販価格

ISBN：978-4-295-01889-6

◇Amazon の書籍情報ページ：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295018899/>

◇インプレスの書籍情報ページ：

<https://book.impress.co.jp/books/1123101120>

■著者プロフィール

杓谷 匠（しゃくや・たくみ）

株式会社杓谷技術研究所 代表取締役。2008 年に営業職の新卒一期生としてグーグル株式会社（現グーグル合同会社）に入社。以降、広告主、代理店、広告プラットフォームなど様々な立場で 15 年以上 Google 広告の営業、運用、コンサルティング業務に携わる。2019 年に Google からの紹介を受けて英国の広告代理店 Jellyfish の日本法人立ち上げに参画した後、2023 年より現職。

田中広樹（たなか・ひろき）

Yuwai 株式会社 代表取締役。2010 年よりインターネット専門の広告代理店での勤務を経て、2012 年よりアナグラム株式会社にて第一号社員として参画。運用型広告の運用やコンサルティングのほか、周辺領域の技術支援などの多岐にわたった業務に従事。2023 年 9 月に独立し Yuwai 株式会社を設立。Google Merchant Center、Google タグマネージャー、Google アナリティクスなどマーケティング関連プラットフォームの活用にも強みをもつ。セミナー登壇やメディアへの露出多数。

宮里茉莉奈（みやざと・まりな）

アユダンテ株式会社 デジタル広告コンサルタント。Google アナリティクスやサーチコンソールを利用した

マーケティング戦略の策定を担当。データ分析をもとにしたマーケティング戦略策定や、デザインのスキルを生かしたランディングページやバナーの最適化を得意とする。コンテンツを広告視点で活用するセミナーにも登壇。

以上

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 8,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch シリーズ」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」をはじめとする企業向け IT 関連メディアなどを総合的に展開・運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、およびデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：松本大輔、証券コード：東証スタンダード市場 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

E-mail: pr-info@impress.co.jp URL : <https://www.impress.co.jp/>

※弊社はテレワーク推奨中のため電話でのお問い合わせを停止しております。メールまたは Web サイトからお問い合わせください。