

各 位

2025年11月18日  
株式会社インプレス

時間がなくても、専門知識ゼロでも、少額予算でも成果が出せる！『「本業が忙しくて広告まで手が回らないよ！」という人のための Google 検索広告入門』を11月18日（火）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、中小企業などで本業とGoogle検索広告の運用を兼務する必要がある人たちに向け、Webからの問い合わせや成約に直結するノウハウを解説した書籍『「本業が忙しくて広告まで手が回らないよ！」という人のためのGoogle検索広告入門』を2025年11月18日（火）に発売いたします。



■代理店に頼れない中小企業の悩みを解決！ 専門知識ゼロでも成果を出すための広告運用の教科書が誕生

近年、インターネット広告費は過去最高を更新し、Web集客の重要性は高まる一方です。その中でも、購買意欲が明確なユーザー層にリーチできる「Google検索広告」は、少額予算からでも始めやすく、中小企業にとって費用対効果の高い集客手段として注目されています。しかし、多くの企業では「本業が忙しく、広告運用に時間を割けない」「専門知識を持つ人材がいないため、思ったような成果を得られない」といったリソースの限界が課題となっています。

本書は、こうした「本業と広告運用を両立させたい」と考える中小企業の担当者や経営者が、認知・集客のために自社でGoogle検索広告を出稿し、売上につなげるためのノウハウを解説した書籍です。複雑で専門的になりがちな広告運用を、「いかに最短で成果につなげるか」という視点に絞り込み、広告配信前の戦略立案からアカウント設定、そして日々の運用改善までを体系的に解説しています。

著者は、Web広告代理店にて100業種・1,000を超える広告アカウントの運用や広告運用者の教育に従事した経験を持つ、株式会社オンジンの代表取締役・今井悠人（いまい ゆうと）氏です。今井氏は、月額20万円の広告費で売上を240万円伸ばすなど、少額予算で成果につなげた実績を多数持っており、その経験をもとに、今まで広告を運用したことがない人でも成功できるノウハウを本書に凝縮しました。

## ■「1日10分運用」を実現！ 初心者が最短で成果を出すための「思考と手順」を徹底解説

従来のGoogle広告解説書が、主に広告代理店や大企業のマーケティング担当者を対象としていたのに対し、本書は中小企業の現場担当者が日常業務と並行して、無理なく広告運用に取り組めることをゴールとしています。そのため、複雑で専門的になりがちな広告運用を「いかにムダをなくし、最短で成果につながるか」という視点に絞り込みました。

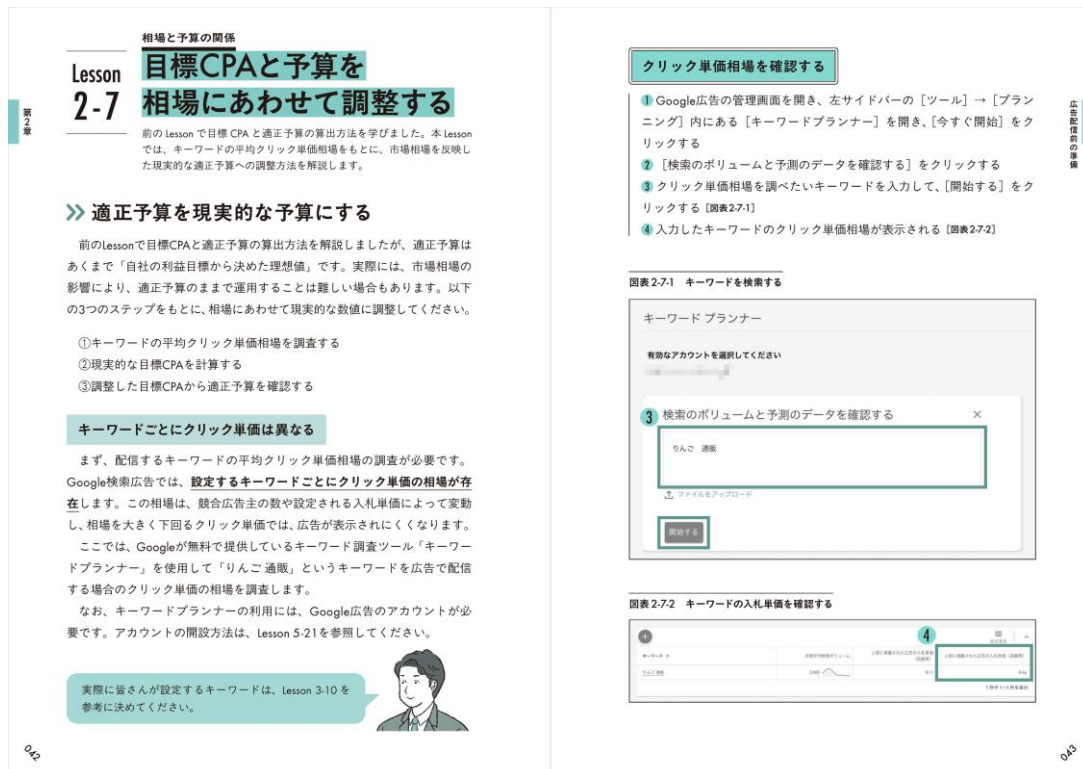
第1章から第4章では、戦略立案および準備として、広告配信を始める前に知っておくべきGoogle検索広告の基礎知識や予算の設定、狙ったユーザーに届けるキーワードと広告文の作り方、クリックをムダにしないためのLP（ランディングページ）設計といった、成果を出すための土台作りについて解説します。

第5章では、Google広告の構成を理解したうえで、アカウントやキーワード、広告文の設定を行います。そして、第6章から第9章では、実際に広告配信を開始した後、日々の運用で行う作業や分析・改善について学びます。このように、広告配信前の準備から配信後の運用までをステップ・バイ・ステップで解説することで、これからGoogle検索広告を始める初心者から、一度チャレンジして挫折した人まで、誰でも「自分で運用できる」体制づくりを強力にサポートします。

### ■本書は以下のような方におすすめです

- ・ 自社の集客・販促にGoogleの検索広告（リスティング広告）を活用したい中小企業の担当者・経営者
- ・ 予算規模的に代理店に依頼できず、本業と兼務で広告運用に取り組む必要がある人
- ・ 広告代理店に運用代行を依頼しているが、インハウス化を検討している人

### ■紙面イメージ



広告配信前に悩むことの多い予算の決め方も解説しているので、業種や自社にあわせて調整が可能です。

## Lesson 7-29 クリック単価とコンバージョン率の改善 CPAの改善、どこから始めるべき？

広告運用時にコンバージョン単価（CPA）が目標値を上回ってしまっても、決して焦らないでください。CPAの構成要素の「クリック単価」と「コンバージョン率」の改善を行い、抑制を進めましょう。

≫ CPAを下げるには2つの指標を改善しよう

前のLessonと同様に、ロジックツリーをもとにコンバージョン単価（CPA）を下げる施策を見ていきましょう。CPAは「クリック単価÷コンバージョン率」で求められます。CPAの一般的な計算式は「費用÷コンバージョン」(Cost÷CV) ですが、以下のように因数分解すると「クリック単価÷コンバージョン率」(CPC÷CVR) の式でも求められることが分かります【図表7-29-1】。

図表7-29-1 CPAの計算方法

① 基本の計算式

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

② 因数分解を用いた計算式

$$\frac{\text{Cost}}{\text{CV}} \rightarrow \frac{\text{Click}}{\text{Click}} \times \frac{\text{CPC}}{\text{CVR}} = \frac{\text{CPC}}{\text{CVR}}$$

そのため、コンバージョン率とクリック単価の両方の指標を改善する必要がありますが、片方の指標の改善でも十分な場合もあります。今回も不用品回収業者を例に考えてみましょう。

≫ 施策を実施するための方針を決定する

まずは、実施すべき施策に当たりをつけるため改善方針を決めます。次のページの例だと、クリック単価は200円と、不用品回収業者の相場クリック

単価から判断すると低めです。

しかし、コンバージョン率が1%と高くないため、改善の余地が大きいと考えられます。よって、コンバージョン率を改善することでKPIを達成する方針で進めるのがよいでしょう。

具体的にはクリック単価を極力引き上げず、コンバージョン率を1%改善し、2%に引き上げられれば、CVが25件増え、KPIであるCV数50件を達成できます。

**要件**

- 業種： 不用品回収
- 月額予算： 50万円
- KPI： コンバージョン (CV) 50件

**先月1カ月の配信結果**

- CV数： 25件
- CPA： 20,000円 (10,000円オーバー)
- 配信金額： 500,000円
- クリック数： 2,500
- クリック単価： 200円
- コンバージョン率： 1.0%

≫ コンバージョン率を向上させる主な施策

コンバージョン率の向上につながる施策は以下の通りです。なお、今回はCPAの抑制が目的のため、広告の出稿を抑制してコンバージョン率の向上を狙う施策を説明していきます。

入札戦略の変更とランディングページ (LP) の最適化も施策の一つですが、これらの手順は前のLessonを参照してください。

- 除外キーワードを登録する
- キーワードを停止する
- 広告文を改善する
- 地域/スケジュール/デバイス/ユーザー属性の絞り込みを行う

広告配信後に必要な改善策や、よくある失敗例も紹介。手元に1冊あるだけで長く役立ちます。

## ■本書の構成

- 第1章：「ネット広告ってなんだか難しそう……」を解消する基礎知識
- 第2章：「まずは何からやればいいのか？」を解決する広告配信前の準備
- 第3章：「狙ったユーザーを集客したい！」を叶えるキーワードと広告文
- 第4章：「ユーザーに離脱してほしくない！」を実現するLP設計
- 第5章：「どうやって広告を始めるの？」が分かる配信開始に向けた設定
- 第6章：「広告配信後は、何をやればいいのか？」に応える運用ガイド
- 第7章：「どこを改善すればいいんだろう」を明確にする課題分析と対策
- 第8章：「最近、成果がイマイチだ」という不安を減らすよくある失敗&対策例
- 第9章：「小手先のテクニックではダメ？」を確信に変える運用の本質

## ■書誌情報



書名：「本業が忙しくて広告まで手が回らないよ！」という人のためのGoogle検索広告入門

著者：今井悠人

発売日：2025年11月18日（火）

ページ数：224ページ

サイズ：A5判

定価：1,980円（本体1,800円＋税10%）

電子版価格：1,980円（本体1,800円＋税10%）※インプレス直販価格

ISBN：978-4-295-02318-0

◇Amazonの書籍情報ページ：

<https://www.amazon.co.jp/dp/4295023183>

◇インプレスの書籍情報ページ：

<https://book.impress.co.jp/books/1125101053>

◇書影（高解像度）ダウンロード：<https://dekiru.net/press/502318.jpg>

## ■著者プロフィール

今井悠人 (いまい ゆうと)  
株式会社オンジン代表取締役

Web広告代理店にて、100業種・1,000を超える広告アカウントの運用や広告運用者の教育に従事した後、2022年に株式会社オンジンを設立。Google、Yahoo!、Microsoftといったリスティング広告に加えてMeta、X、LINE、TikTokなどのSNS広告、コンテンツマーケティングにも精通している。中小企業を中心に広告運用代行を行っており、月額20万円の広告費で売上を240万円伸ばすなど、少額で始めて成果につなげた多数の実績を持つ。「人の幸せを真剣に考えていれば成果はついてくる」を信条に、ユーザーニーズに寄り添った施策を実行し、クライアントのビジネス拡大を支援。

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：塚本由紀）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](mailto: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。