



Yahoo!広告 ユーザーマニュアル

検索広告編

この度は、Yahoo!広告のアカウントを開設いただき、
誠にありがとうございます。

Yahoo!広告をより簡単に、
より効果的にご活用いただくための
ユーザーマニュアルをご用意しました。

主にYahoo!広告 検索広告について、
基本的な考え方や使い方などを掲載しております。
本マニュアルを参考に、
広告出稿をはじめていただけますと幸いです。

アカウント情報

Yahoo!広告のアカウント名やアカウントIDは、Yahoo!広告のお申し込み完了時に
送信された「アカウント開設完了メール」に記載されています。
今後必要になりますので、忘れないようにメモしておきましょう。

アカウント名：

アカウントID：



▶ 確認方法 -1

以下のタイトルのメールをご確認ください。

件名：[Yahoo!広告] アカウント開設完了、およびYahoo! JAPANビジネスIDのお知らせ

▶ 確認方法 -2

広告管理ツールにログイン後、検索広告の一覧で、赤枠の箇所に表示されている内容をご確認ください。



目次

Yahoo!広告をはじめる前に

Yahoo!広告について	p.2
目標を決めましょう	p.3
予算を決めましょう	p.4
設定に必要な階層を理解しましょう	p.5
キーワードを考えましょう	p.6

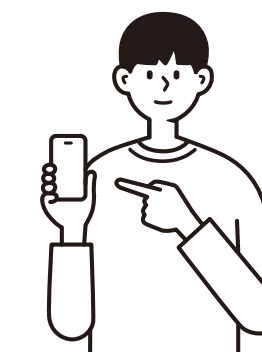
Yahoo!広告をはじめましょう

広告掲載開始までのステップ	p.8
ステップ0 広告管理ツールにログイン	p.9
ステップ1 キャンペーンの作成	p.10
ステップ2 広告グループの作成	p.12
ステップ3 キーワードの作成	p.14
ステップ4 広告の作成	p.16
ステップ5 広告料金の入金	p.18
ステップ6 広告の審査	p.20
ステップ7 広告掲載結果の確認	p.22

さらに広告効果を上げたい方へ	p.23
----------------	------

用語集	p.24
-----	------

迷ったり困ったりしたら、ここを見ましょう	p.25
----------------------	------



※本マニュアルは2024年2月時点の情報です。

Yahoo!広告をはじめる前に

Yahoo!広告について

Yahoo!広告について

広告の種類

Yahoo!広告には大きく分けて2種類があります。

検索広告

顕在層にリーチ

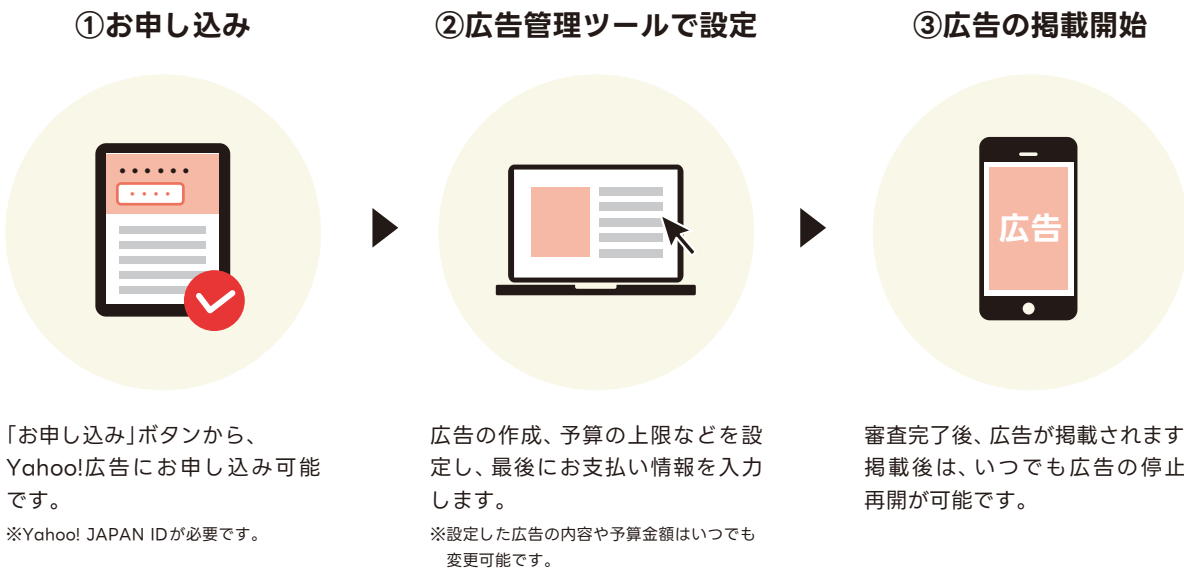
ディスプレイ広告（運用型）

潜在層にリーチ

商品やサービスを“今、探している”興味関心の高いユーザーに広告を表示
 検索キーワードに応じて検索結果ページに表示される広告。あなたの商品やサービスに関心の高い人に絞ってアピールが可能です。

Yahoo! JAPANのコンテンツページや広告の掲載枠があるウェブサイトに広告を表示
 性別・年代・興味関心など多彩なターゲティングで、出稿目的に合わせて幅広い層へアプローチが可能です。

広告配信までの流れ



目標を決めましょう

目標を決めましょう

Yahoo!広告をご利用いただくにあたり、あらためて目的・目標を整理しておくことで広告の設定がスムーズになります。実際に以下に記載して、ご活用ください。

サイトの内容と広告の目的を整理しましょう

商品・サービスの内容	広告の目的
<div> <div>MEMO</div> <div> 例） ・EC（ネット通販） ・不動産（賃貸/マンション購入） ・美容室予約 ・飲食店予約 ・レンタカー予約 ・旅行関連 ・法律相談 ・修理/リフォーム など </div> </div>	<div> <div>MEMO</div> <div> 例） ・売り上げを増やす ・資料請求を増やす ・自社サイトへの流入を増やす ・予約を増やす ・お問い合わせを増やす ・成約を増やす など </div> </div>

目標は

MEMO

_____ を1カ月で _____ 件増やす



Yahoo!広告をはじめる前に

予算を決めましょう

予算を決めましょう

目標が決まったら、適切な広告予算を考えましょう。

広告予算の導き方

例：1ヵ月で赤ワインを100セット販売することを目標に広告を出稿する場合



▶ 1ヵ月の広告予算を計算してみましょう

× =

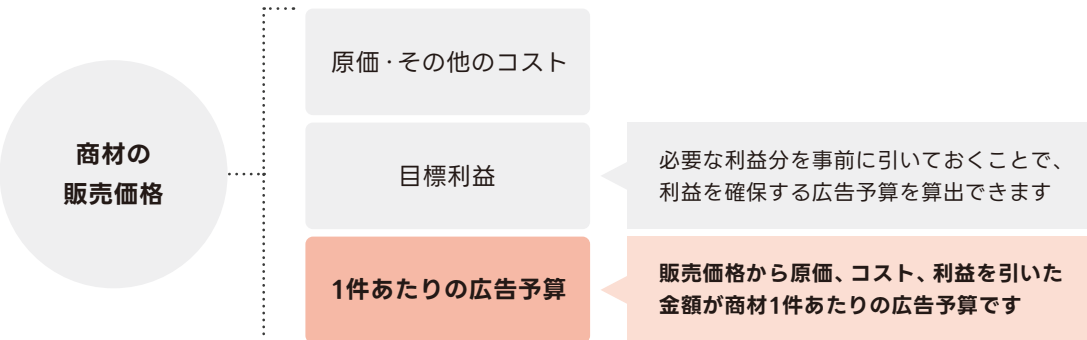
1件あたりの広告予算 1ヵ月の目標獲得件数 1ヵ月の広告予算

▶ 1日の予算を計算してみましょう

÷ 30日 =

1ヵ月の広告予算 1日の広告予算

1件あたりの広告予算の考え方



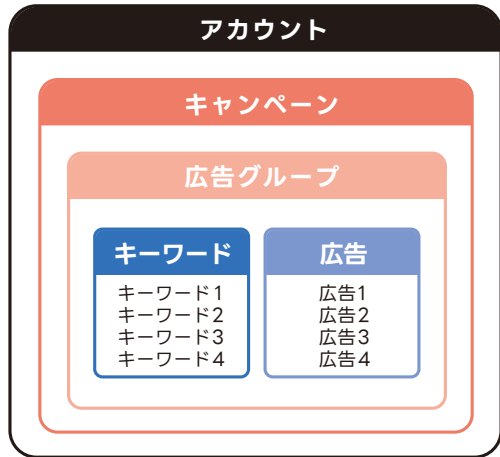
設定に必要な階層を理解しましょう

設定に必要な階層を理解しましょう (アカウント・キャンペーン・広告グループ・キーワード・広告)

検索広告では、広告を管理するためにアカウント、キャンペーン、広告グループ、キーワード、広告という項目を設定します。各単位はアカウントを最上位とした階層構造(アカウント構造)になっており、階層が上位のものから作成します。それぞれの階層では設定できる項目が決まっているので、階層ごとに項目を確認しながら設定していきましょう。



期間限定訴求などによって
キャンペーンを複数作成
することも可能



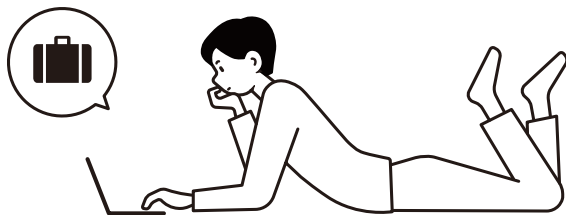
例)40代男性向けビジネスバッグのECサイト

キャンペーン	広告グループ	配信期間	訴求ポイント	ターゲット
通年	一般	常時 (イベント時オフ)	・ 軽量 ・ 収納多数	・ 通勤中のビジネスマン ・ 昼休み中のビジネスマン ・ 退社後のビジネスマン
父の日*	限定商品 2024	2024/4/1~ 2024/5/31	・ 2024年の父の日ギフト向け ・ 40代向けギフト ・ 名入れギフト	・ ファミリー層
サマーセール*	型落ち商品	2024/8/10~ 2024/8/18	・ セール、格安 ・ 新品	・ お盆期間にスマホを使っているビジネスマン

※期間限定訴求のキャンペーン例

まずは開始するためのキャンペーンを1つ考えてみましょう

キャンペーン	広告グループ	配信期間	訴求ポイント	ターゲット



Yahoo!広告をはじめる前に

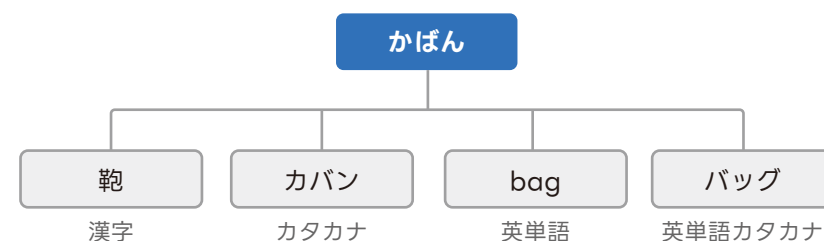
■ キーワードを考えましょう

キーワードは訴求したい商品やサービスに関連する語句のことで、広告グループ内に登録します。インターネットユーザーが探している情報を検索した際、登録したキーワードとの関連性が高いときに、同じ広告グループ内に登録した広告が表示されます。ユーザーがどのようなキーワードで検索するかを考えながら、キーワードを複数登録しましょう。

ここでは、「かばん」を例にしたキーワードの選び方をご紹介します。

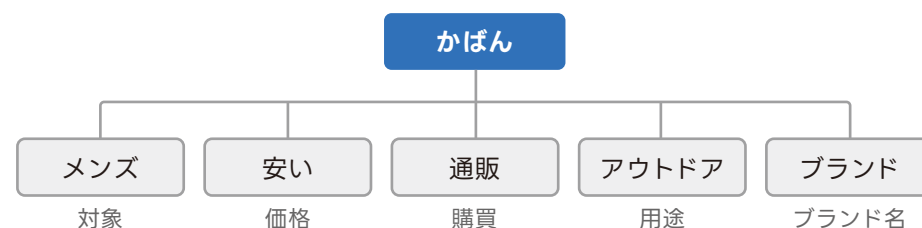
■ キーワードの決め方

STEP 01 類義語・表記違いを探す



軸となる単語(かばん)は、ユーザーに特にアピールしたい「商品」や「サービス」の名称を設定しましょう。ここでは他に、「トートバッグ」「リュック」「スーツケース」など、自社で取り扱いのあるかばんの種類を軸とする方法も考えられます。

STEP 02 組み合わせる単語を探す



(例)組み合わせるパーツ	
対象	「メンズ」「レディース」「子供用」など
価格	「安い」「格安」「高級」「送料無料」など
購買	「通販」「販売」「買う」など
用途	「アウトドア」「通勤」「通学」「パーティ」など
ブランド名	※自社で取り扱いのあるブランド名

これらの単語を、軸となるキーワードと組み合わせると、

- 「かばん 通販」
- 「メンズ カバン」
- 「アウトドア バッグ」
- 「鞆 安い」

など、さまざまなバリエーションのキーワードができます。



POINT

組み合わせは2語程度が
おすすめ

キーワードを考えましょう

■ 思いつく限りのキーワードを書き出してみましょう



広告運用に慣れてきたら確認！

対象外キーワードについて

掲載しているサービス・商品と関係ないキーワードで広告が表示される場合があります。そのような広告をクリックされると、課金されるうえにコンバージョンにもつながりません。そこで、活用したいのが、掲載サービス・商品と関係のないキーワードで広告が表示されないようにする「対象外キーワード」です。

もっと
詳しく



入力キーワード

南青山 ヘアサロン

※キーワードを
部分一致で設定

検索クエリー(ユーザーの検索キーワード)

南青山 ヘアサロン

原宿 美容室

青山 美容室

ヘアサロン 青山

南青山 美容室

表参道 美容院

メニューなし
南青山 ネイルサロン

メニューなし
南青山 デジタルパーマ

このヘアサロンでは、ネイルケアやデジタルパーマのメニューはありません。「ネイルサロン」「デジタルパーマ」のキーワードは不要ですので、**対象外キーワード**に登録します。

広告掲載開始までのステップ

ステップ0	広告管理ツールにログイン	p.9
▼		
ステップ1	キャンペーンの作成	p.10
▼		
ステップ2	広告グループの作成	p.12
▼		
ステップ3	キーワードの作成	p.14
▼		
ステップ4	広告の作成	p.16
▼		
ステップ5	広告料金の入金	p.18
▼		
ステップ6	広告の審査	p.20
▼		
ステップ7	広告掲載開始の確認	p.22



操作手順

- 1 広告管理ツールのログイン画面を表示します。
※パソコンからのログインを推奨します。



<https://www.lycbiz.com/jp/login/>

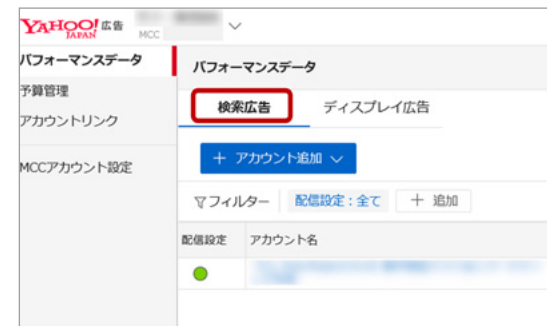
- 2 「Yahoo! JAPAN IDでログイン」ボタンを押します。



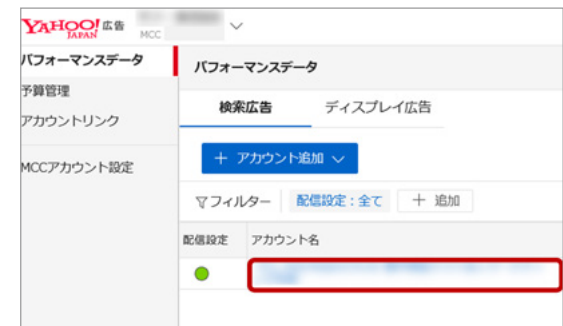
- 3 Yahoo! JAPAN ID もしくはYahoo! JAPAN IDに登録した携帯電話番号、メールアドレスのいずれかでログインします。
※画面はパスワード設定やSMS認証などのご利用状況によって異なります。



- 4 広告管理ツールが表示されたら「検索広告」のタブを選択します。

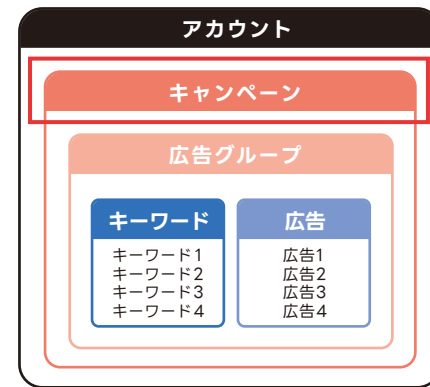


- 5 該当のアカウント名をクリックします。



キャンペーンとは

広告グループをまとめるための管理階層です。主に予算・スケジュール・ターゲティングなどを設定することができます。



操作手順

- 1 広告管理ツールで検索広告のアカウントを表示します。
- 2 キャンペーン一覧画面で、「キャンペーン作成」ボタンを押します。



- 3 キャンペーンタイプを選択します。選択したら、「決定して進む」ボタンを押します。



POINT
 迷ったら、まずは「標準」タイプがおすすめ

- 4 キャンペーン設定画面が表示されるので、各項目を入力します。

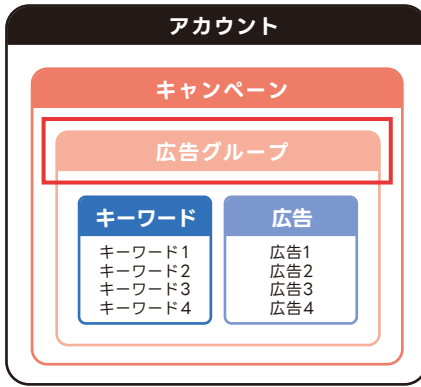
項目名	説明
キャンペーン名	広告管理ツールで確認する際にのみ使用するものです。サービスや商品カテゴリーなど、キャンペーンの登録内容が分かりやすく、管理しやすい名前をつけます。
配信設定	広告掲載のオンオフの役割です。掲載機会の損失を防ぐため、特に理由がない場合は「オン」を推奨しています。
1日の予算	p.4で算出した金額を入力します。
掲載期間	広告開始予定日が先の場合はこちらで設定します。また、期間限定の広告の場合は終了日を設定します。
入札戦略	広告掲載の目的に応じて、入札戦略を設定します。 大きく分けて「自動入札」と「手動入札」の2種類があり、開始時は自動入札「クリック数の最大化」がおすすめです。 ※「自動入札」をクリック数を選択で設定が可能です。 「入札価格の上限値」が決まっていない場合は、目安金額として～100円程度で入力し、配信実績を基に調整いただくことを推奨しています。
ターゲティング	配信する曜日時間帯・デバイス（パソコン・スマートフォン・タブレット）・地域を設定できます。狭めすぎると掲載機会の損失につながるため、必要な箇所のみ指定します。
広告を表示する検索画面	広告表示の対象とする検索画面を指定します。「全て」が推奨です。 ↳ 全て：「ウェブサイト検索のみ」の対象に加えて、画像などのコンテンツ検索や対象サービス内の検索結果画面に広告が表示されます。 ↳ ウェブサイト検索のみ：検索サイトでウェブサイト検索をした際に広告が表示されます。
対象外キーワード	広告の配信対象外にしたいキーワードを設定します。p.7を参考にしてください（例：安さを売りにしていない場合は「激安」など）。
URLオプション	効果測定ツールをご利用で、パラメーターなどがある場合は設定します。

- 5 設定が終わったら、同じ画面下部の「保存して広告グループ作成に進む」を押して、広告グループ作成に進みます。



広告グループとは

キャンペーン配下の管理階層で、ターゲットに対してキーワードや広告を1つ以上登録できるグループのことです。



操作手順

※p.10の「キャンペーン作成」からそのまま「広告グループ作成」画面に遷移された方は、4から始めてください。



- 1 広告管理ツールで検索広告のアカウントを表示します。
- 2 キャンペーン一覧画面で、広告グループを作成するキャンペーンを選択します。
- 3 「広告グループ作成」ボタンを押します。



- 4 広告グループ作成画面が表示されるので、各項目を入力します。

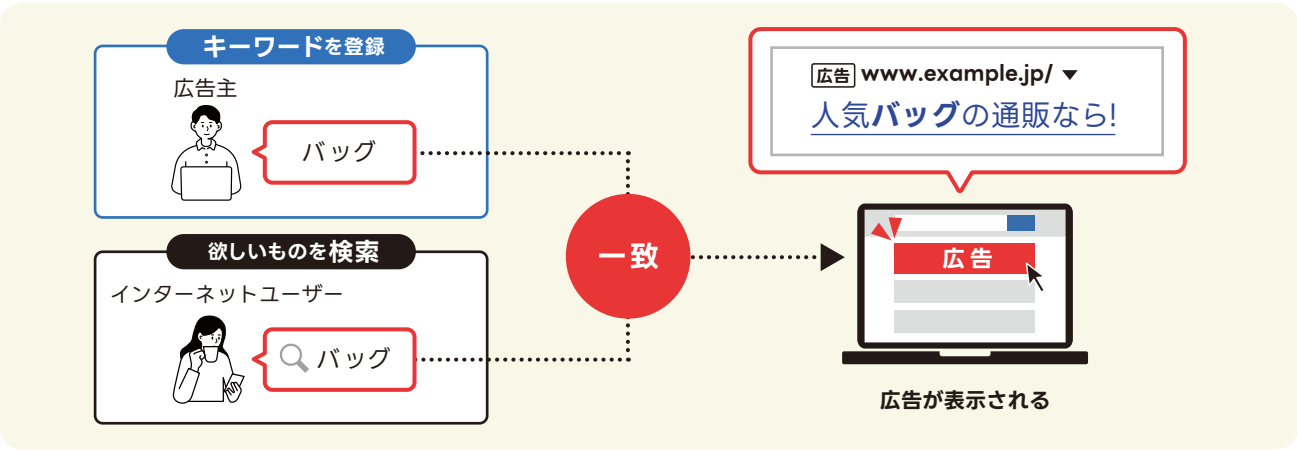
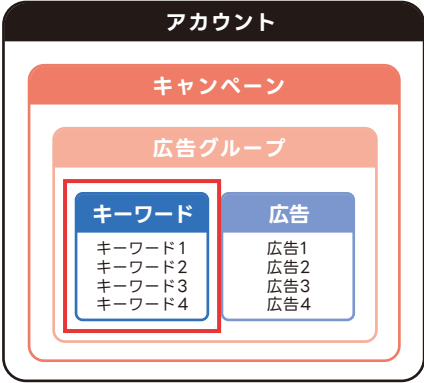
項目名	説明
広告グループ名	広告管理ツールで確認する際にのみ使用するものなので、管理しやすい名前を付けます。
配信設定	広告掲載のオンオフの役割です。掲載機会の損失を防ぐため、特に理由がない場合は「オン」を推奨しています。
入札戦略	キャンペーンで設定した入札戦略が表示されます。
広告グループ入札価格	広告グループ単位で入札価格（1クリックあたりの上限額）を設定します。キーワード単位で入札価格を指定、または「キャンペーン」で自動入札を設定した場合を除き、広告グループ入札価格が適用されます。決まっていない場合は目安金額として～100円程度で入力し、配信実績を基に調整いただくことがおすすめです。※自動入札を設定している場合でも広告グループ入札価格が適用される場合があります。
ターゲティング	キャンペーンと同じく、デバイスの配信調整が可能です。狭めると配信機会の損失につながるので必要な場合のみ設定します。
効果の高い広告の優先表示	「優先する」に設定すると、広告グループ内に広告を複数登録した際にシステムが自動的に広告配信を最適化します。なお、キャンペーンで自動入札を設定している場合は、本項目の設定内容に関わらず効果の高い広告が優先的に表示されます。
対象外キーワード	キャンペーンで設定している場合は同じ対象外キーワードを登録する必要はありません。広告グループを複数作成する場合など、広告グループごとに対象外にしたいキーワードがある場合にご活用ください。
URLオプション	効果測定ツールをご利用で、パラメーターなどがある場合は設定します。

- 5 設定が終わったら、「作成」ボタンを押します。
キャンペーンから続けて作成している場合は「保存してキーワード作成に進む」ボタンを押してキーワードを作成します。



キーワードとは

宣伝したい商品やサービスに関連する語句で、広告グループ内に登録します。インターネットユーザーが探している情報と入札キーワードとの関連性が高いと、広告が表示されます。

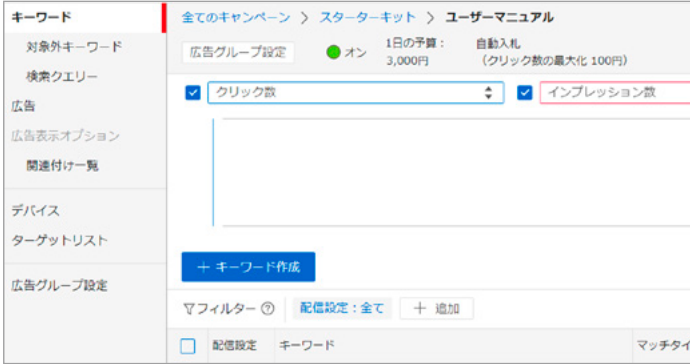


操作手順

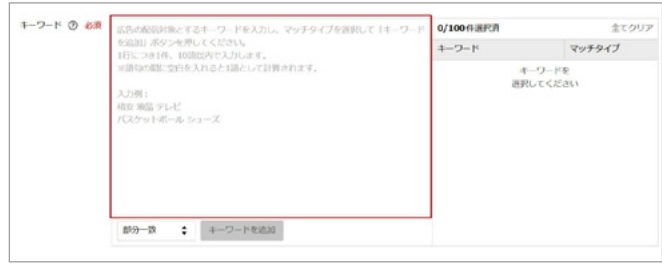
※p.12の「広告グループ作成」からそのまま「キーワード作成」画面に遷移された方は、5から始めてください。



- 1 広告管理ツールで検索広告のアカウントを表示します。
- 2 キャンペーン一覧画面で、キーワードを作成するキャンペーンを選択します。
- 3 広告グループが表示されるので、キーワードを作成する広告グループを選択します。
- 4 「キーワード作成」ボタンを押します。



- 5 入力欄にキーワードを入力します。
1行に1キーワードを入力してください。



例)
 ビジネスバッグ プレゼント ↓
 仕事鞆 軽量 ↓



- 6 入力欄下部でマッチタイプを指定して「キーワード追加」ボタンを押します。



迷ったらまずは
 「部分一致」がおすすめ

完全一致	登録キーワードと検索キーワードが完全に一致した場合、または類似パターンに該当した場合に広告を表示します。
フレーズ一致	登録キーワードと一致するフレーズが含まれていた場合に広告を表示します。
部分一致	登録キーワードの類義語や関連性のある検索キーワードに対しても、広告を表示します。

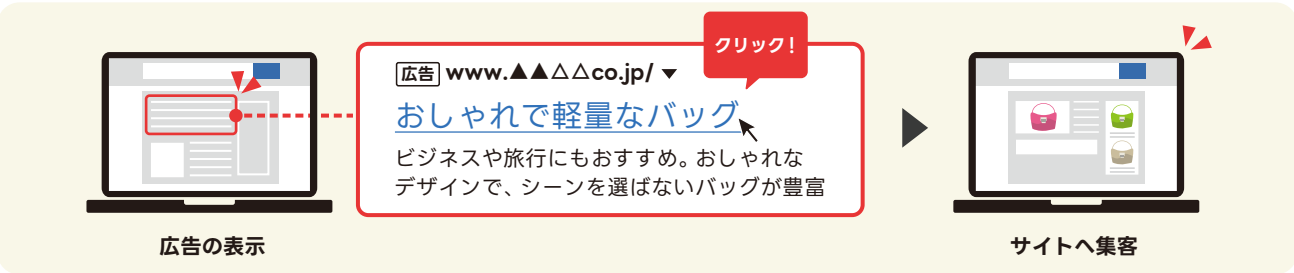
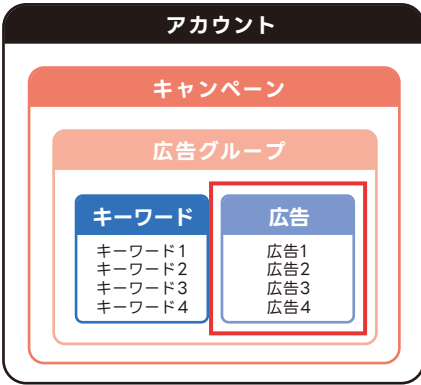
- 7 登録が完了したら「作成」ボタンを押します。



入力した情報が正しく反映されているか確認しましょう

広告とは

検索結果に実際に表示される広告文です。検索広告では、タイトルと説明文を複数入稿すると、自動的にタイトル・説明文を組み合わせで表示します。システムによりさまざまな広告文がテストされ、最適な広告が配信されるようになります。



広告の作り方のコツ

- サービス・商材の**特徴を表現**する言葉を探す
- タイトルや説明文に**キーワード**を入れる
- 選んだ**キーワードとの関連性**が高くなるような内容にする
- 複数の**パターン**を作成して登録する

広告の良い例・悪い例

良い例

社名やサービス名の他に、検索ユーザーの興味に合わせたさまざまな訴求内容を入れる。

■ **タイトル**
 ブランド名
 サービス名
 新築一戸建ての比較
 予算の相場や平均費用
 おすすめの間取り
 充実のサポート
 無料相談も可能

表示されるタイトルのイメージ
 新築一戸建ての比較 - 充実のサポート - ブランド名

悪い例

類似した訴求内容や、完結しない内容がある。

■ **タイトル**
 ブランド名
 サービス名
 【満足度85%】
 85%のお客さまが満足

表示されるタイトルのイメージ
 【満足度85%】 - 85%のお客さまが満足 - ブランド名

▲訴求内容が重複してしまい、効果的な広告とは言えません

操作手順

※p.14の「キーワード作成」からそのまま「広告作成」画面に遷移された方は④から始めてください。

- ① 広告管理ツールで検索広告のアカウントを表示します。
- ② キャンペーン一覧画面で、広告を作成するキャンペーンを選択します。
- ③ 広告グループが表示されるので、広告を作成する広告グループを選択します。
- ④ サイドメニューから「広告」をクリックし、「広告作成」ボタンを押します。



- ⑤ レスポンシブ検索広告の広告作成画面が表示されるので、各項目を入力します。

項目名	説明
広告名	広告管理ツールで確認する際にのみ使用するものなので、管理しやすい名前を付けます。
配信設定	広告掲載のオンオフの役割です。掲載機会の損失を防ぐため、特に理由がない場合は「オン」を推奨しています。
表示位置の固定	アセットの表示位置を固定します。広告効果を高めるため、まずは「固定しない」での設定を推奨します。なお、表示位置を固定した場合、その位置には指定したアセットのみが表示されます。複数のアセットを同じ位置に固定した場合は該当アセットの中からどれか1つが表示されます。
タイトル	広告のリンクになる見出し部分です。全角15文字(半角30文字)以内で完結する文言を、3～15個作成します。
説明文	タイトルの下に入るテキストです。全角45文字(半角90文字)以内で完結する文言を2～4個作成します。
最終リンク先URL	広告がクリックされた際に表示されるページのURLを入力します。
スマートフォン向けURL	パソコンとスマートフォンでURLが異なる場合に、スマートフォン向けページのURLを入力します。URLが同じ場合は設定不要です。
表示URL	表示URL：広告の一部として表示されるURLです。ドメイン部分は自動生成され、任意の語句をディレクトリとして2つまで設定できます。※広告掲載時に表示されるURLとは異なる場合があります。
トラッキングURL	効果測定ツールをご利用で、URLがある場合は設定します。
カスタムパラメータ	効果測定ツールをご利用で、パラメーターがある場合は設定します。

- ⑥ 作成ボタンを押すと、広告が作成されます。



はじめる前に

ステップ別設定方法

おすすめ機能

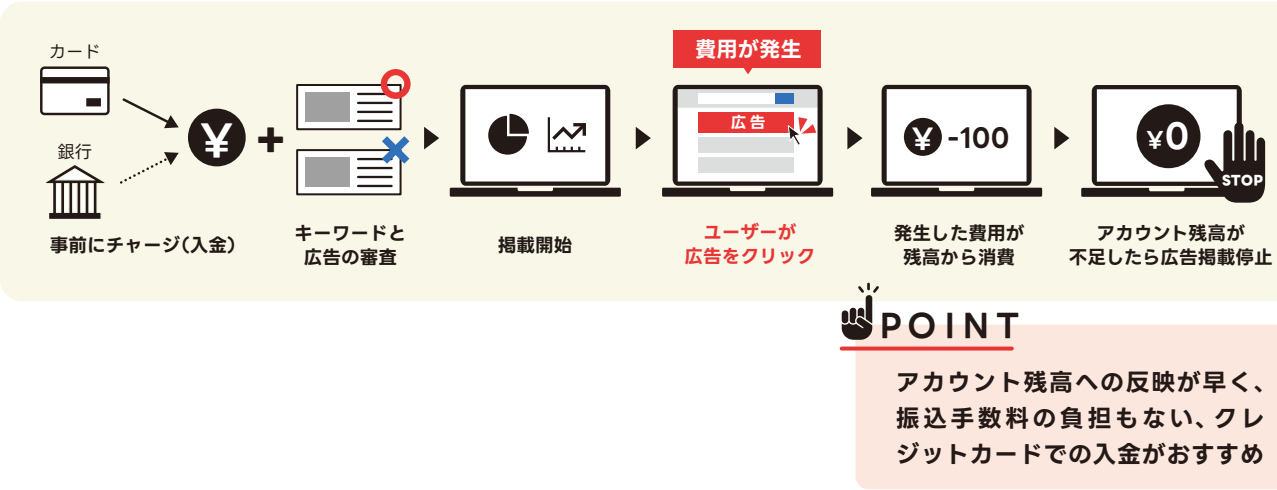
用語解説／ヘルプ

広告料金は前払い制

広告料金は、あらかじめご入金いただいた金額(前払い金)から、検索広告がクリックされることに発生するコストが差し引かれます。

お支払い方法は、**銀行振込**と**クレジットカード**の2種類です。ご入金いただいた前払い金アカウント残高に反映され、キーワードと広告が審査で承認されると、広告掲載が開始します。

なお、前払い金からクリックコストが差し引かれ、アカウント残高が不足すると広告が停止するため、広告を継続する際には追加入金が必要です。



クレジットカードの登録方法

- 1 広告管理ツールの「検索広告」タブをクリックします。
- 2 管理画面右上の「ツール」▶「入金管理」をクリックします。



- 3 クレジットカードによるお支払いで「カード情報を登録」をクリックします。



- 4 Yahoo!ビジネスマネージャーでクレジットカードを登録します。

クレジットカードの自動入金方法

クレジットカードでのお支払い方法は、「自動入金」、「自動入金(月定額一括入金)」、「手動入金」があります。アカウント残高不足による広告掲載停止を防ぐため、「自動入金」をおすすめします。



- 1 広告管理ツールの「検索広告」タブをクリックします。
- 2 「資金管理」タブをクリックします。
- 3 「クレジットカードによるお支払い」欄に、クレジットカード情報が表示されていることを確認します。表示されていない場合は、このページ上部の「クレジットカードの登録方法」を参照して、カード情報を登録します。
- 4 入金管理画面の「自動入金」の欄で「自動入金」を選択し、「アカウント残高に追加する金額」に、p.4で決めた1カ月の広告予算をもとに、1回の引き落とし金額を入力します。同意事項を確認し、チェックを入れます。



POINT

初回入金時は「同時に入金する」がおすすめ

- 5 「確認画面へ進む」ボタンを押します。
- 6 自動入金設定の確認画面で内容を確認後、「設定」ボタンを押します。



審査とは


Yahoo!広告では、インターネットユーザーからの広告の信頼性を維持するために「広告掲載基準(ガイドライン)」を定め、入稿されたアセットがこのガイドラインに沿って作成されているかを審査します。

▶ 審査にかかる日数

審査は、入稿された全てのアセットやキーワードを対象に「システム」と「目視」で随時行っています。そのため、新規に入稿したアセットやキーワードで配信が開始されるまでに3営業日前後のお時間をいただく場合があります。また、ガイドラインの見直しもそのつど行っており、掲載中のアセットやキーワードも審査の対象です。ガイドライン違反が確認された場合は、掲載停止となります。

▶ 審査状況の確認

審査状況は広告管理ツールで確認できます。掲載不可、掲載停止となった場合、その理由や推奨する対応方法も確認できます。



「審査状況詳細」をクリックすると、審査状況詳細画面に遷移できます。

当該画面ではアセットやキーワードの審査否認理由と、推奨する対応方法などを確認できます。また、審査否認となったアセットやキーワードの再審査依頼も可能です。

審査で承認されなかった場合

① 広告管理ツールで審査の否認理由を確認する

審査の否認理由は広告管理ツールで確認できます。

② 抵触箇所を修正する

広告管理ツールで確認した審査の否認理由に基づき、抵触箇所を修正します。

③ 再審査を依頼する

審査に抵触した内容によって対応方法が異なります。「編集」もしくは「再審査依頼」で抵触箇所を修正して再審査を申請します。
※リンク先サイトで審査否認となっている場合、抵触箇所の修正を完了してから申請してください。



審査での非承認を防ぐために

「入稿前に確認いただきたいこと」



最上級表示、No.1表示

- ☐ 広告内に最上級表現が含まれていませんか？
 ▶「最大」「最高」「最小」「最速」「No.1」「世界初」などの言葉が含まれている場合は最上級表現を削除もしくは修正しましょう。
- ☐ 第三者によるデータ出典・調査機関名の記載
- ☐ 調査年月日の記載
- ☐ 調査年月日が最新1年以内のデータ

\ 解説動画 /



Yahoo!広告入稿規定違反(パソコン・スマートフォン・タブレット)

- ☐ 同じ種別の記号は1つのタイトル・説明文内で2回までになっていますか？
NG例 快適！便利！安心！しかも低コスト？資料請求はこちら
※「！」「？」は同種の記号です。
- ☐ 同じ種別の記号を連続して使用していませんか？
NG例 1) 新曲続々!! 視聴無料
 2) 人気ブランドアイテムが50%オフ!?
※「！」「？」は同種の記号です。
 ※記号の間にスペースがある場合も記号の連続使用に該当します。
 ※()や「」などの括弧を使用する際は、説明文、タイトルそれぞれで1組までです。

広告の主体者の明示

【広告のリンク先サイトに必要な情報】

- ☐ 広告の主体者情報は明確になっていますか？
- ☐ 会社名またはサイト所有者の個人名の記載
- ☐ 主体者の住所の記載
- ☐ 主体者の電話番号の記載

※主体者情報を画像形式によって表示されている場合は掲載できません。

\ 解説動画 /



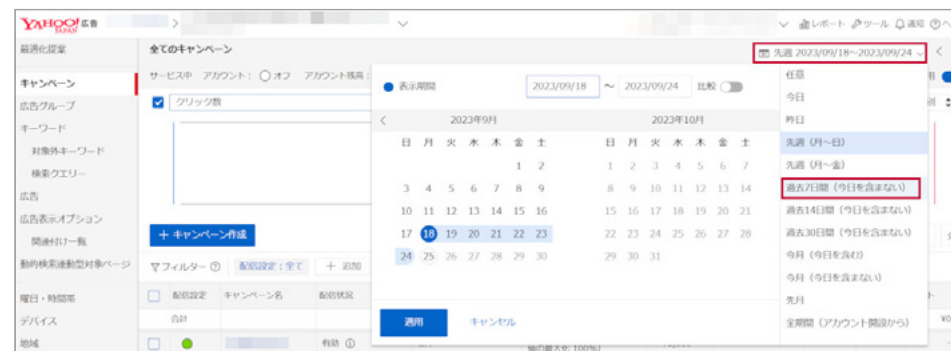
Yahoo!広告をはじめましょう

ステップ7 広告掲載結果の確認

広告の掲載結果を確認

広告の掲載を開始して1週間程度経過したら、広告の掲載結果を確認します。

- 1 広告管理ツールで検索広告のアカウントを表示します。
- 2 画面右上の期間選択をクリックして「過去7日間」を選択します。



- 3 画面左側のサイドメニューで「キャンペーン」「広告グループ」など、値の表示単位を選択します。
- 4 「インプレッション数」「クリック数」「クリック率」の値を確認します。



もっと詳しく



さらに広告効果を上げたい方へ

広告表示アセットとは

検索広告でクリック率アップを狙いたい時におすすめの機能が「広告表示アセット」。
ユーザーに商品やサービスを選んでもらいやすくなり、クリック率アップにつながります。
※広告表示アセットは表示されない場合もあります。



POINT

- ・掲載エリアが広がるので視認性が拡大、ユーザーの目にとまりやすくなります。
- ・多彩な情報を掲載することで、ユーザーへの訴求内容を増やせます。
- ・料金はクリック課金。表示には料金はかかりません。
- ・異なる種類の広告表示アセットを、一つの広告内に表示させることも可能です。

もっと詳しく



広告表示アセット例

スマートフォン



パソコン



クイックリンクアセット

広告の最終リンク先とは異なるURLへのリンクを設置できます。特定のページに直接ユーザーを誘導できます。

テキスト補足アセット

タイトルや説明文に入らなかった情報を追加できます。

カテゴリ補足アセット

商品やサービス合わせた補足カテゴリを追加できます。ラインナップやサービスがわかりやすくなり、競合との違いをアピールできます。

電話番号アセット

スマートフォンに広告を掲載した場合に、電話番号を表示できます。ユーザーが1クリックで簡単に電話をかけられるため、電話によるお申し込みや、お問い合わせの促進が期待できます。

画像アセット（2024年4月リリース予定）

入稿した画像を検索広告に表示できます。従来のタイトル・説明文などのテキストでの情報に加えて、画像を表示することで視覚的にユーザーに訴求できます。

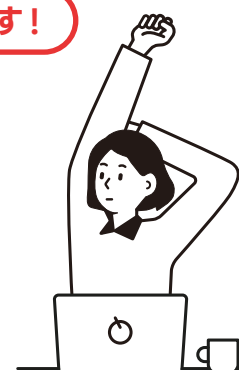


お疲れさまでした。これで広告掲載開始までのステップは完了です！



POINT

広告運用は継続的な改善が必要です。
定期的に運用内容を確認して改善していきましょう



用語	内容
Yahoo! JAPAN ID	Yahoo! JAPANサービスを利用するためのIDのこと。 送信されたログイン情報をもとに、「誰(どのYahoo! JAPAN ID)」がYahoo! JAPANのサービスを使おうとしているかを、コンピュータの情報と照合して確認している。情報が一致していれば、送信者専用のページや機能(例・Yahoo!メールの受信箱)を使える。
Yahoo! JAPAN ビジネスID	Yahoo! JAPANが提供する企業向けのサービスやツールを利用するためのIDのこと。企業向けサービスやツールのご利用にあたっては、ビジネスIDとYahoo! JAPAN IDのID連携が必要となる。
インプレッション数 (IMP:Impression)	作成した広告が掲載された回数のこと。
クリック数	掲載された広告がクリックされた回数のこと。
クリック単価 (CPC:Cost Per Click)	掲載された広告が1回クリックされるごとに、かかるコスト(クリックにより発生した料金)のこと。
クリック率 (CTR:Click Through Rate)	掲載された広告のうち、クリックされた広告の割合のこと。 「どの広告が効果をあげているか?」や「内容の見直しが必要な広告はどれか?」などを判断する際の参考となる。 算出方法: クリック率(%) = クリック数 ÷ インプレッション数 × 100
コンバージョン (CV:Conversion)	広告をクリックしてサイトに訪問したユーザーがサイト上で商品の購入や、会員登録、資料請求など、広告主にとって「成果」とみなされる行動をとること。
コンバージョン数	広告をクリックしてサイトに訪問したユーザーがサイト上で商品の購入や、会員登録、資料請求など、広告主にとって「成果」とみなされる行動をとった成果の数のこと。
コンバージョン単価 (CPA:Cost Per Acquisition)	1回のコンバージョンを獲得するのにかかった費用のこと。 算出方法: コンバージョン単価 = 費用 ÷ コンバージョン数。
コンバージョン率 (CVR:Conversion Rate)	クリック数に対して、コンバージョンが発生した割合のこと。 算出方法: コンバージョン率(%) = コンバージョン数 ÷ クリック数 × 100
自動入札	キャンペーンの種類や広告掲載の目的に応じて、適正な入札価格を自動的に調整する機能のこと。過去の実績や予測値をもとに、目標とする指標に合わせてキーワードの入札価格が自動的に調整される。 ※掲載結果は必ずしも保証されるものではない。
トラッキング	広告主様側で広告効果測定ツールを使って、広告配信時のクリック情報などを独自に追跡調査すること。
入札価格	検索結果画面にYahoo!広告を表示するために必要な入札単価のこと。
品質インデックス	広告の品質を10段階で評価する指標のこと。 キーワードごとに表示され、10に近いほど品質が高いことを示す。
本人確認	Yahoo!広告では、広告主が本人であることを確認するため、Yahoo!広告 公式ホームページよりお申込みされた広告主を対象に本人確認を実施する場合がある。 本人確認とは、Yahoo!広告を申し込んだ広告主が実在し、かつ現在有効な住所等で申し込んだことを確認する目的で、必要な書類の画像をアップロードいただくことを指す。
見込み消費税	広告管理ツールに表示されるアカウント残高には、ご入金金額から見込み消費税を差し引いた金額が表示される。見込み消費税とは、クリック料金の消費税として事前にお預かりする金額であり、実際の請求額とは異なる。実際は発生したクリック料金に合わせて消化される。 ※契約終了時に使用されていない見込み消費税は返金の対象となる。
ランディングページ (LP:Landing Page)	ユーザーが広告をクリックした際に表示されるページのこと。

Yahoo!広告ヘルプ

🔍 ヤフー広告ヘルプ

Yahoo!広告の運用で迷われたり、疑問を持たれたりした際のお困りごとに対応しているページ。利用の際の手順や広告管理ツールの使い方を確認いただけます。



広告掲載基準

Yahoo!広告および当社が別途定める広告に適用される基準。広告掲載について遵守いただく必要がある内容をご確認いただけます。




LINE公式アカウント「ヤフー広告サポート」


QRコードでYahoo!広告のLINE公式アカウントを友だち追加いただくことで、Yahoo!広告関連情報をお届けします！また、お困りの際はトーク画面からお気軽にお問い合わせいただけます。



Yahoo!広告に関するお問い合わせ窓口

Yahoo!広告をご利用中のお客様専用の窓口です。ご希望の方法でお問い合わせください。なお、お問い合わせの際にはアカウントIDをご準備ください。

 **Yahoo!広告に関する
お問い合わせ・相談お問い合わせ**
0120-559-703
(平日9:30~12:00、13:00~18:00 土日祝日休)

 **メール・チャットは
こちらから**
[https://www.lycbiz.com/jp/
contact/support/yahoo-ads/](https://www.lycbiz.com/jp/contact/support/yahoo-ads/)

