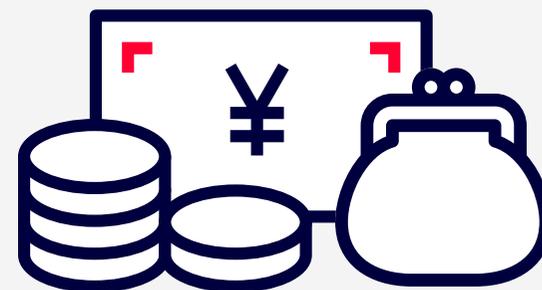




Yahoo!広告 検索広告 料金ガイド

広告料金の仕組み

.....
予算の考え方がわかる！
.....



■ 料金について

Yahoo!広告 検索広告の料金体系の特徴	03
入金から広告料金が発生するまでの流れ	04
前払いの入金方法	05

■ 検索広告の仕組み

広告が表示されるまで	06
掲載順に影響する「広告の品質」とは	07

■ 検索広告の予算

広告予算の考え方	08
顧客獲得単価（CPA）とは	09
1日の予算と広告のクリック単価とは	10

■ 付属資料

お役立ちリンク集	11
Yahoo!広告とLINE広告の違い	12

Yahoo!広告 検索広告の料金体系の特徴

検索広告は、広告出稿がはじめての方でも安心してはじめられる、**5つの特徴**があります。

特徴
1

初期費用 なし

必要なのは広告料金のみ。アカウント登録などの費用は一切かかりません。



特徴
2

少ない予算から はじめられる

最低出稿金額の設定がないので、1日数千円の予算でスタートできます。



特徴
3

予算の設定は 自由

広告の目的に合わせて、予算は自由に設定できます。



特徴
4

使いすぎる 心配なし

1日分の予算上限を設けることで、使いすぎを防ぐことが可能です。



特徴
5

いつでも 広告を停止できる

集客したいタイミングや繁忙期に合わせて、予算のコントロールが可能です。



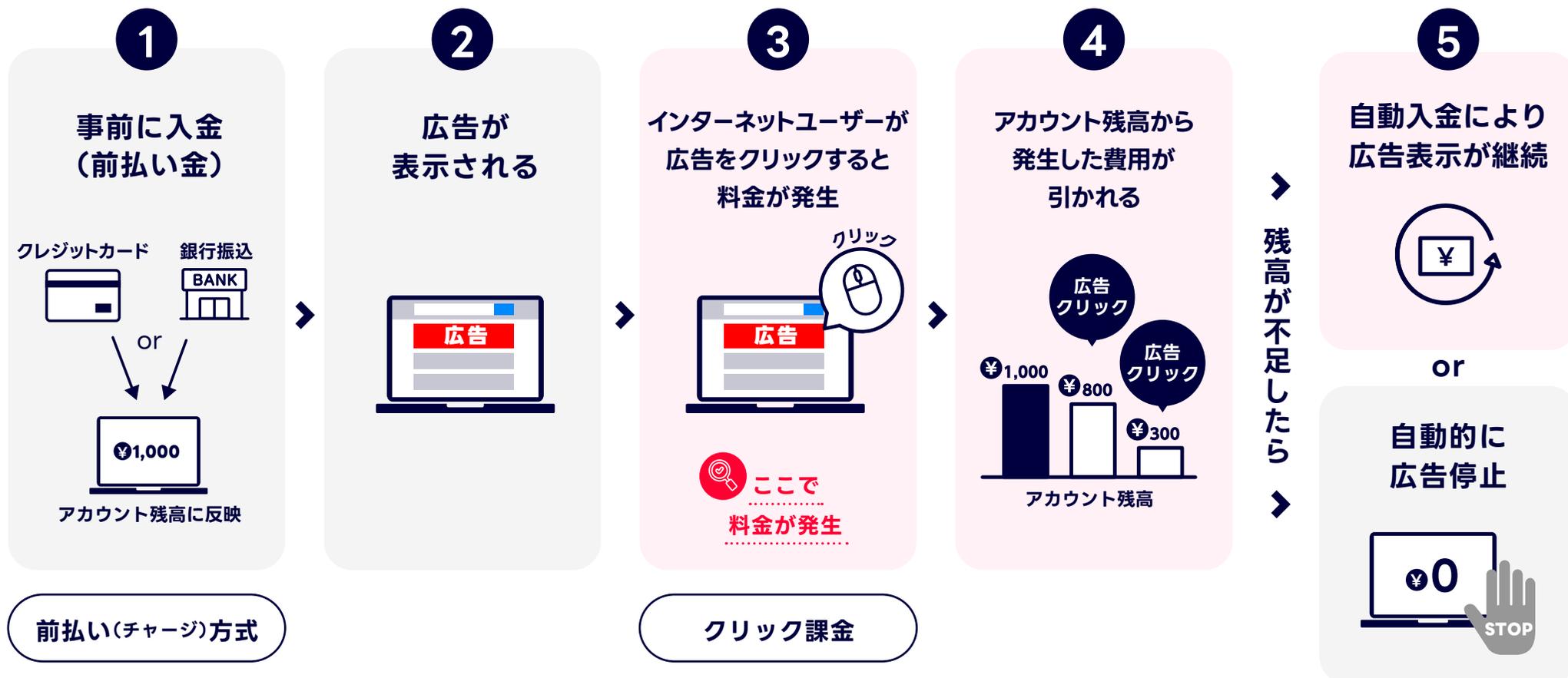
検索広告のイメージ

入金から広告料金が発生するまでの流れ

検索広告は、掲載開始前に広告費用を入金する**前払い(チャージ)方式**です。

事前に入金いただいた前払い金アカウント残高に反映され、合わせて配信設定をONにすると広告が掲載されます。

インターネットユーザーが広告をクリックした際に、はじめて料金が発生**(クリック課金)**します。



※広告が表示されても、
クリックされなければ
料金は一切かかりません。

前払いの入金方法

検索広告の入金方法は**クレジットカード**と**銀行振込**の2種類があります。

銀行振込の場合、入金を確認してからアカウント残高に反映するまで、3営業日程度かかります。

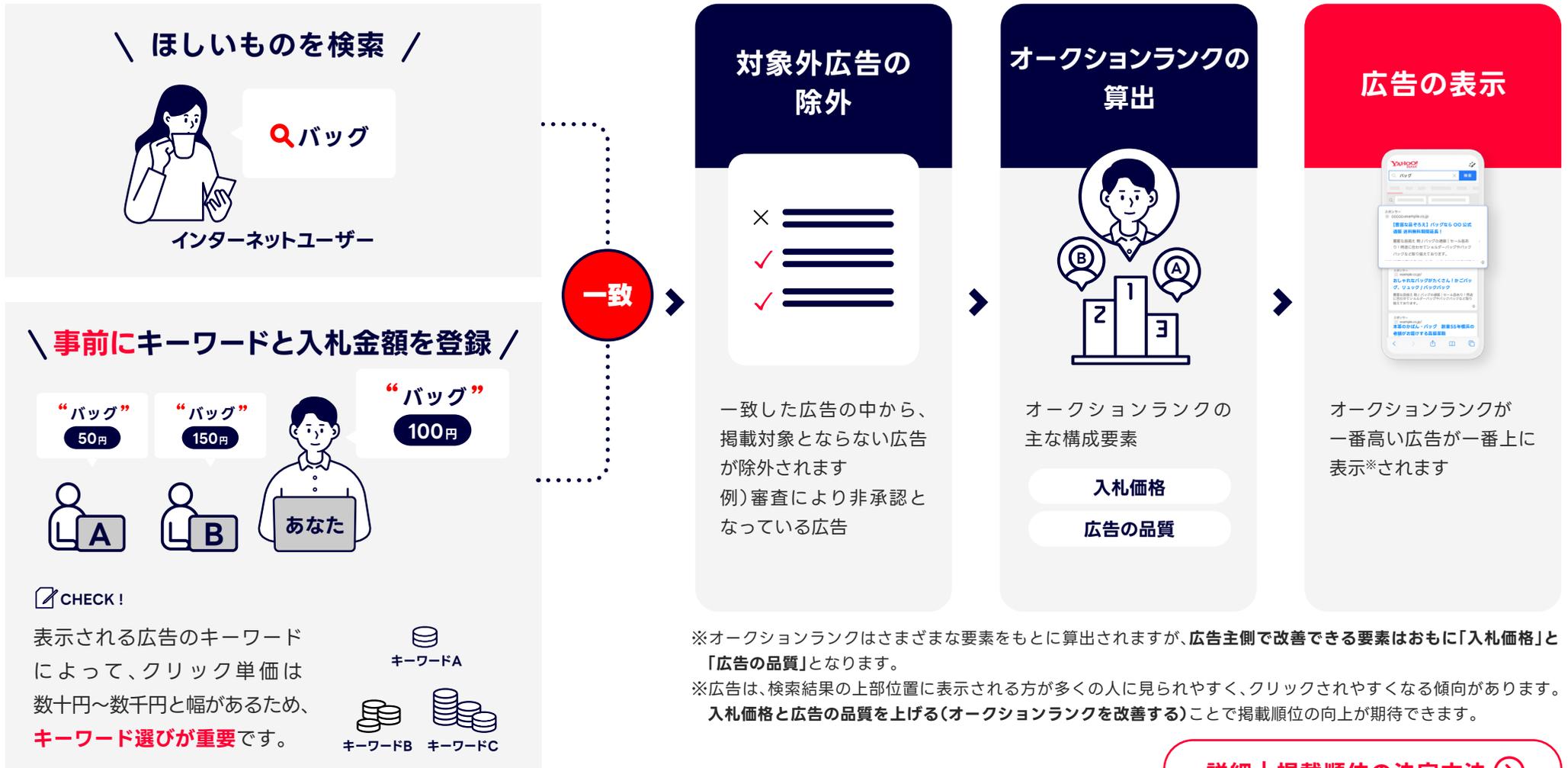
	 クレジットカード	 銀行振込
支払い方法	<p> 自動入金</p> <p>前払い金のアカウント残高が減少した際、あらかじめ指定した金額に消費税を加算した金額をクレジットカードから自動的に引き落とす方法</p> <hr/> <p>自動入金 (月定額一括入金)</p> <p>設定した金額を月に1回だけ、毎月1日に入金する方法 ※設定した翌月から適用となるため、初月のみ手動入金をご利用ください。</p> <hr/> <p>手動入金</p> <p>広告主自身で随時アカウント残高を確認し、クレジットカードで入金を行う方法</p>	<p>手動入金のみ (お客さま側で都度実施)</p>
アカウント残高への反映	即時	3営業日程度
振込手数料	なし	あり (お客さまのご負担)
備考	<p>利用できるクレジットカード</p> <p>VISA Master Card JCB ダイナース American Express</p>	<p>振込先は、Yahoo!広告 広告管理ツールで確認可能</p>

[詳細 | 広告費用の入金](#) 

広告が表示されるまで

検索広告では、インターネットユーザーが検索したキーワード内容と一致したすべての広告で、リアルタイムに**オークション**が行われます。

オークションでは**入札価格**や**広告の品質**などが考慮され、ランクが高い広告から順番に表示されます。



[詳細 | 掲載順位の決定方法](#)

掲載順に影響する「広告の品質」とは

検索広告のオークションに関わる要素の1つである**広告の品質**は、広告やキーワードといった単一の要素ごとに紐づく固有のものではありません。広告の品質を改善するためには、以下のような要素が重要視されます。

| 広告の品質向上に重要な要素 |



インターネットユーザーの
使用デバイス(端末)

スマートフォンユーザーをターゲットにする場合、情報を見つけやすく、直感的に操作できるサイトにすることが重要です。

※スマートフォン向けのサイトを別途設けることは必須ではありません。



インターネットユーザーの
検索意図との関連性の高さ

インターネットユーザーが商品の購入や情報を入力する際に、その意図にあった関連性の高い広告を表示することが大切です。



新しいキーワードを追加する際の
関連キーワードでの過去の掲載結果

新しいキーワードを追加する際、関連性のある検索内容、特に自社の広告の品質が高く評価されやすい分野でのリーチを拡大することが重要です。

「広告の品質」
を確認するには？

「広告の品質」の具体的な数値は確認いただけません。ただし、広告管理ツールでキーワードごとに表示される「品質インデックス」を参考値として確認いただけます。

キーワード	品質インデックス
キーワード1	5
キーワード2	3
キーワード3	8
キーワード4	3

品質インデックスとは >

詳細 | 広告の品質 >

広告予算の考え方

最適な広告予算の目安は、**顧客獲得単価**（1件獲得するのに費やしてもよい金額）と**獲得したい成果数**の2つを掛け合わせると算出できます。まずは広告出稿の目的や目標を整理することが重要です。

例1 | 小売店

赤ワインを
100本売りたい



目的や目標 ▶

顧客獲得単価 ▶
(CPA)

1,000円

×

目標の販売数
50本

||

広告予算の目安 ▶

50,000円

例2 | 整体・整骨院・エステ

Webサイトの集客数を増やして
予約につなげたい



3,000円

×

目標の予約数
10件

||

30,000円

例3 | 塾・予備校

無料体験の申し込みを
増やしたい



5,000円

×

目標の申し込み数
20人

||

100,000円

顧客獲得単価(CPA)*とは

広告をクリックしてサイトに訪問したユーザーの商品の購買、会員登録や資料請求などの**コンバージョン1件を獲得するためにかかる費用**をCPAと言います。CPAの値が小さければ、少ない費用で顧客を獲得できたことになるため、目標値(目標CPA)を設定しておくことが大切です。目標CPAは、以下の2つのステップで算出できます。

STEP 01

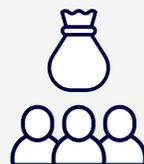
限界CPAを算出

赤字にならないための
ぎりぎりのCPA



商品の価格
10,000円

—



売上原価+人件費など
7,000円

=

この金額より高いと赤字、
低いと黒字になる

限界CPA
3,000円

STEP 02

目標CPAを算出

利益を確保したうえで、
顧客獲得につかえるCPA



限界CPA
3,000円

—



目標利益
1,000円

=

1件の獲得で
1,000円の利益

目標CPA
2,000円

*CPA=広告費÷コンバージョン数

1日の予算と広告のクリック単価とは

検索広告を実際に運用する際には、**1日の予算**と**広告のクリック単価**の入力が必須です。
ご自身のケースにあてはめて計算してみましょう。



1カ月の広告予算

60,000円の場合



1日の予算

1カ月の予算 日数 1日あたりの予算
60,000円 ÷ 30日 = 2,000円

1キャンペーンあたりの1日の予算額



クリック単価

1日の予算 推定(希望)クリック数 クリック単価
2,000円 ÷ 20回 = 100円

広告1クリックに支払う上限金額
 ※「広告グループ入札価格」として設定



検索広告の費用感を事前に知りたい方は
料金見積サービスをご利用ください。

無料
 見積を依頼する >

詳細 | 広告予算 >

お役立ちリンク集

まずはここから！

検索広告の アカウント作成はこちら

Yahoo!広告 検索広告のアカウント作成は
こちら



検索広告
サービスページ



検索広告の 費用感が知りたい

広告運用のプロが検索キーワードを考え、
1クリックあたりの料金目安とあわせてお
見積を無料で提供



Yahoo!広告
検索キーワード・
料金見積サービス



※Yahoo!広告のアカウントをまだお持ちでない方が対象です

検索広告の初期設定を おまかせしたい

検索広告のはじめての広告作成と初期設
定代行を専門スタッフが無料で代行する
サービス



初期設定
代行サービス



Yahoo!広告の 運用について知りたい

利用の手順や広告管理ツールの使い方は
こちら



Yahoo!広告ヘルプ



広告審査について 知りたい

Yahoo!広告および当社が別途定める広告
に適用される基準はこちら



広告掲載基準



関連資料を 見たい

運用マニュアルや活用事例など、Yahoo!広
告関連資料の無料ダウンロードはこちら



資料ダウンロード



その他、相談事はお気軽にお問い合わせください

お問い合わせ 

Yahoo!広告とLINE広告の違い

広告の形態

特徴

課金方式

入金方式

支払い方法

Yahoo!広告

検索広告

Yahoo! JAPANで検索をした際、検索キーワードに応じて、検索結果ページに表示されるテキスト広告



[詳細](#)

ディスプレイ広告(運用型)

Yahoo! JAPANのトップページや広告の掲載枠があるWEBサイトに、画像や動画付きで表示できる広告



[詳細](#)

・クリック課金

[詳細](#)

- ・クリック課金
- ・動画再生課金
- ・ビューアブルインプレッション課金

[詳細](#)

前払い

※検索広告とディスプレイ広告(運用型)はアカウント残高が別々に利用されるため、それぞれのアカウントへの入金が必要です。仮に検索広告を利用している場合でも、ディスプレイ広告(運用型)の出稿には該当アカウントへの入金が必要です。

[詳細](#)

クレジットカード、銀行振込

[詳細](#)

LINE広告

ディスプレイ広告(運用型)

幅広い世代のユーザーが日常的に利用するLINEに広告を配信することができる運用型広告



[詳細](#)

- ・クリック課金
- ・インプレッション課金
- ・友だち追加ごとに課金

[詳細](#)

後払い

クレジットカード

[詳細](#)