singi

Yahoo!広告、まずは何をすればいい？

失敗せずに始めたい…！

操作手順について詳しく知りたい

駆け出しマーケター必見！

Google広告の次はこれ!
Yahoo!広告はじめてガイド

Google広告の次はこれ！Yahoo!広告

Google広告に次いで利用されることの多いYahoo!広告ですが、、、

Yahoo!広告を始めたいけど、**設定が複雑**でわかりにくい...

入力項目が多くて、**あっているか不安**

失敗せずに始めたい

こんなお悩みはありませんか？

Yahoo!広告をこれから導入する...そんなあなたにお届けする内容はこちらです。

- Yahoo!広告の**初期設定方法が具体的にわかる**
- **失敗しない始め方**がわかる
- スムーズに始めることができる

目次

1. Yahoo!広告の概要

2. Yahoo!広告の初期設定方法

3. Yahoo!広告のキャンペーン作成方法

Yahoo!広告とは

Yahoo!広告は、Yahoo!検索やYahoo!ニュース、その他ウェブサイトなど、様々な掲載面で
自社の商品やサービスを宣伝できる、**インターネット広告の1つ**です。

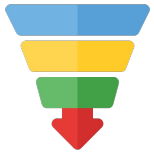
▼Yahoo!検索掲載イメージ

▼Yahoo!ニュース掲載イメージ

引用元：Yahoo!広告「Yahoo!広告でサイトへの集客アップ」

Yahoo!広告の特徴

Yahoo!広告が特徴的な点として、以下の3つがあげられます。
Google広告と同じく**汎用性が高い**ため、Google広告と合わせてご活用ください。

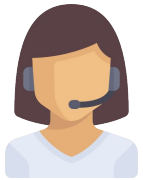


1. 顕在層から潜在層まで、幅広くアプローチする手法があるため汎用的

ニーズが顕在化しているユーザーに対しては「リスティング広告」、潜在層に対しては「ディスプレイ広告」など、利用目的に合わせて広告配信が可能です。

2. Yahoo!の膨大なデータでターゲティングが可能

Yahoo!広告では、約100種類ものYahoo!サービスのデータをもとに配信が可能です。届けたいユーザーに対し、適切に広告配信することができます。



3. 初心者にも優しいサポートが充実

Yahoo!広告では、利用状況や申込状況に応じて手厚いサポートを実施。広告の初期設定なども対応してもらえるので、初心者でもスムーズに開始することが可能です。

GoogleとYahoo! JAPANの利用者属性

Yahoo! JAPANとGoogleでは利用者の属性がやや異なります。
ターゲットとする商材に合わせて、Google広告とYahoo!広告を使い分けましょう。

	Google	Yahoo! JAPAN
性別	男性：約63% 女性：約36%	男性：約55% 女性：約44%
年代	40代男性が最多 20代～40代が70%以上	60代以上男性が最多 40代～60代以上が80%以上
職業	会社勤務（一般）が最多 学生の比率が相対的に高い	会社勤務（一般）が最多 専業主婦や管理職・経営者の比率が相対的に高い
インターネットの利用時間	PC：1日平均136.9分 スマートフォン：1日平均98.0分	PC：1日平均126.3分高い スマートフォン：1日平均66.9分

参照元：ネット検索で Google を使う人、Yahoo! を使う人の特徴を分析してみた | マナミナ

Yahoo!広告の種類

Yahoo!広告では、主に以下のような広告面に配信が可能です。
配信先は、広告の設定で調整することができます。

検索広告

検索ワードに合わせて検索結果に表示される広告

顕在層にピッタリ！

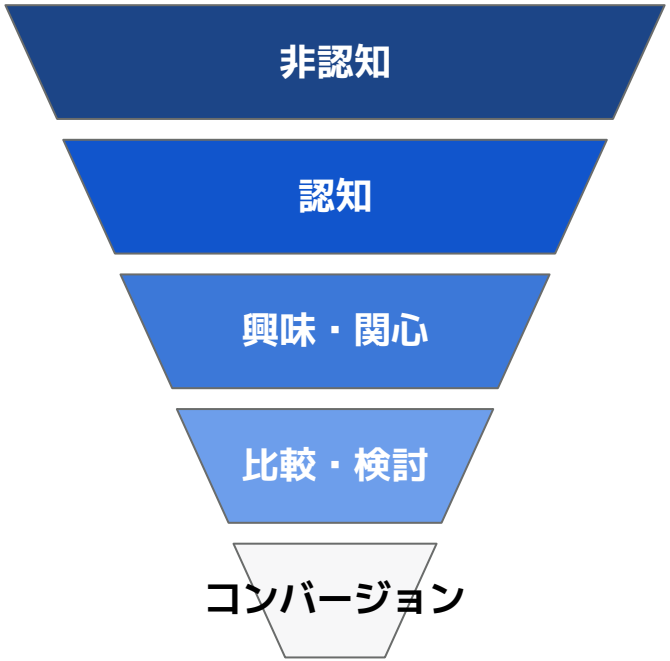
ディスプレイ広告

特定の枠に表示される動画や画像などのイメージ広告

様々なターゲティングが可能！潜在層へのアプローチにもピッタリ！

Yahoo!広告を利用するシーン

Yahoo!広告では、様々な利用シーンに合わせて広告の配信を最適化することが可能です。
大きくは、**「リスティング広告」**と**「ディスプレイ広告」**でわかれます。



ディスプレイ広告

商品やサービスに興味・関心があるユーザーから、まだ認知していないユーザーまで様々なユーザーへアプローチ可能。Yahoo!のトップページは特にリーチも取れるため、認知広告としても活用が可能。

リスティング広告

検索をしている購買意欲の高いユーザーに効果的な広告
まずはここから始める場合も多い。

Yahoo!広告の費用

Yahoo!広告の課金方式は、**「クリック課金」「インプレッション課金」**の2つに分類されます。広告によって課金形態も異なるためご注意ください。

課金形態	課金条件	対象広告	費用感	目安月額費用
クリック課金	クリック発生時	検索広告 ディスプレイ広告	50円～100円/1クリック	10万円/月～
インプレッション課金	広告表示1,000回ごと	ディスプレイ広告 （認知目的）	10円～500円/1,000imp	30万円/月～
動画再生課金	動画の10秒再生ごと	ディスプレイ広告（動画のみ）	10円前後/1視聴	50万円/月～

＼ 詳細画面で順に操作を説明！ ／

Yahoo!広告の下準備

Yahoo!広告を運用するには、まず広告を管理するためのYahoo!ビジネスアカウントの作成が必要です。
次ページ以降、Yahoo!広告のアカウント作成方法について、画面を追いながら具体的に説明していきます

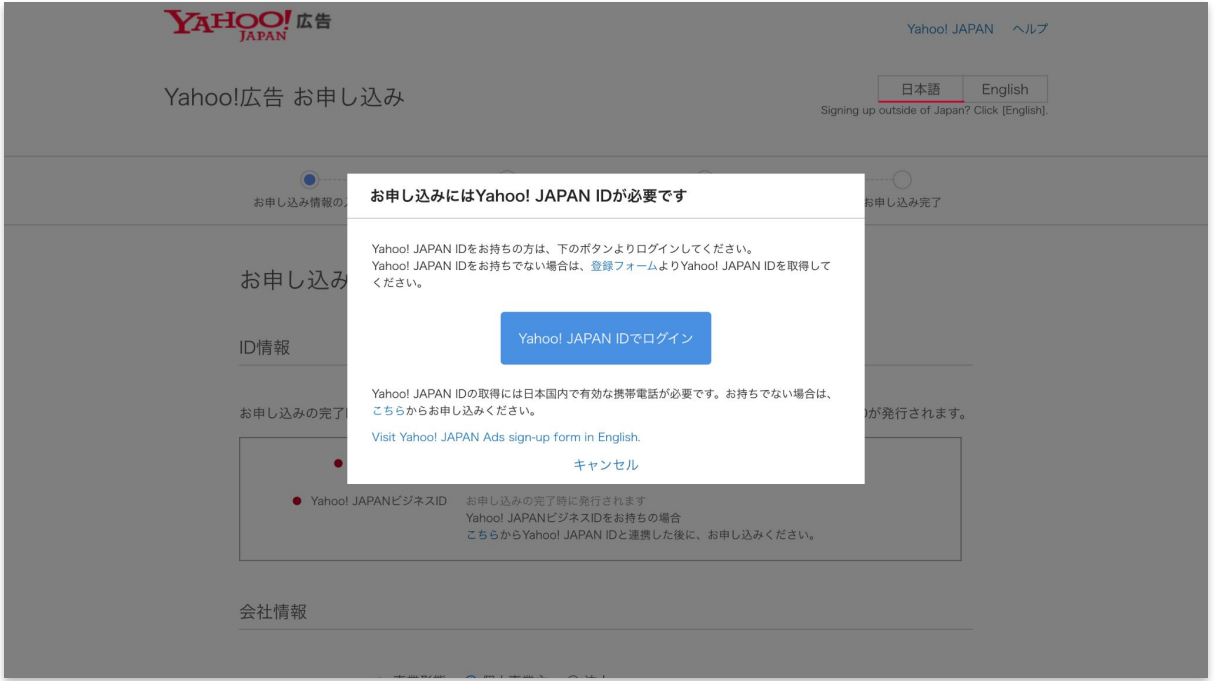
手順①広告からアカウント作成

まずは、Yahoo!広告のトップページから**アカウント作成**へ進みます。

「Yahoo!広告を始める」
をクリック

手順②Yahoo! JAPAN IDの連携

Yahoo! JAPANのアカウントと連携するようポップアップが表示されるため、ログインをしましょう。アカウントがない場合は、別途Yahoo! JAPAN IDの作成が必要です。



手順③会社情報・管理者情報等の入力

ID連携後、会社情報や管理者情報を入力する項目があるため、それぞれ埋めていきましょう。
その後、メールアドレスと電話番号に**確認コード**が送信されるため、入力して登録完了です。

＼ いよいよ広告設定！ ／

キャンペーン作成

「キャンペーン」とは、広告配信をする上でのひとまとまりのテーマのこと。
Yahoo!広告では、この「キャンペーン」を作成し、広告を配信します。
ここから先は、具体的な広告設定の方法を画面に剃って説明します。

手順①利用する広告サービスを選択する

会員登録後、利用する広告サービスを選択する画面に移ります。**配信予定の広告を選択**し、次に進みましょう。ここでは、**検索広告を例に**進めていきます。

検索広告

検索広告は、Yahoo! JAPANやその他の広告掲載サイト上で検索をした際、その検索キーワードに応じて、検索結果ページに表示される検索連動型広告（リスティング広告）です。

初めての方におすすめ

広告のプロによる「無料の初期設定代行」を使う

どのように広告を作ればよいか分からない、なかなか時間が取れないとお悩みの方も、配信設定をオンにするだけで広告掲載を始められます。

今すぐ申し込む

検索広告を始める

ディスプレイ広告

ディスプレイ広告は、Yahoo! JAPANやその他の広告掲載サイトのさまざまなページに広告を表示します。広告出稿の目的に合わせて効率的に広告を運用することが可能です。また、テキスト広告に加えて画像を利用した広告も配信可能なため、スマートフォンやタブレットに掲載される広告の出稿に効果的です。

ディスプレイ広告を始める

手順②キャンペーン作成を開始する

続いて、**キャンペーンを作成**します。青いボタンをクリックし、次へ進みましょう。

「キャンペーン作成」をクリック

手順③キャンペーンタイプを選択する

まずは**キャンペーンタイプを選択**しましょう。それぞれのタイプは以下の通りです。

・**標準**：見込み度の高い集客を目的としたキャンペーン
・**アプリ訴求**：アプリのプロモーションに特化した広告を配信し、アプリのインストール数増加を目指すキャンペーン
・**動的検索連動型広告**：ウェブサイトの内容に基づいてキーワードや広告の一部を自動作成。サイトへの訪問者数の増加を目指すキャンペーン

手順④キャンペーンの情報を入力する

続いて、**キャンペーン作成に必要な情報を入力**します。ここでは項目がたくさんあるため、**まずは仮で入れ後から修正する**ようにしましょう。
完了したら、「保存して広告グループ作成に進む」をクリックします。

手順④キャンペーンの情報を入力する | 補足

項目	詳細
キャンペーン名	キャンペーンを識別するための任意の名前を入力します
配信設定	キャンペーン単位での広告配信の設定をします。オンの場合「広告を配信する」状態となります。
1日の予算	キャンペーン単位で設定する1日の予算を入力します（100円以上、100円単位）。 消化される予算が、1日の予算で設定した金額に近付くように、システムが広告の表示・非表示をコントロールします。
掲載期間	広告掲載の開始日と終了日を設定します。
入札戦略	広告の目標を達成するための入札戦略を設定します。 自動入札：選択した入札戦略に合わせ、キーワードの入札価格が自動で調整されます。 手動入札：広告グループもしくはキーワードごとの入札価格が適用されます。
ターゲティング	曜日時間帯、デバイス、地域から広告配信におけるターゲティング設定を行います。
広告を表示する検索画面	広告表示の対象とする検索を指定します。「全て」の場合、ウェブサイトの検索結果のほか、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も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。
URLオプション	アカウント以下の各階層でトラッキングURLやカスタムパラメータを設定できます。 上位階層での設定が配下の階層に適用され、下位階層で個別に設定した場合はその設定内容が優先されます。

手順⑤広告グループの情報を入力する

同じように、**広告グループ作成に必要な情報を入力**します。
完了したら、「保存してキーワード作成に進む」をクリックします。

手順⑤広告グループの情報を入力する | 補足

項目	詳細
広告グループ名	広告グループを識別するための任意の名前を入力します
配信設定	広告グループ単位での広告配信の設定をします。オンの場合「広告を配信する」状態となります。
入札戦略	広告の目標を達成するための入札戦略を設定します。 自動入札：選択した入札戦略に合わせ、キーワードの入札価格が自動で調整されます。 手動入札：広告グループもしくはキーワードごとの入札価格が適用されます。
ターゲティング	デバイスごとに入札価格を調整する際に設定する項目です。
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クリック率・コンバージョン率が高くなるように広告の配信を最適化します。
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。
URLオプション	アカウント以下の各階層でトラッキングURLやカスタムパラメータを設定できます。 上位階層での設定が配下の階層に適用され、下位階層で個別に設定した場合はその設定内容が優先されます。

手順⑥キーワードを設定する

続けて**配信するキーワードを設定**します。**設定するキーワードに悩んだ際はGoogle広告で配信中のキーワードを参考に**しても良いでしょう。

手順⑥キーワードを設定する | 補足（マッチタイプについて）

項目	詳細	例
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	▼登録キーワード 「ギフト　誕生日」 ▼広告が表示される場合 「ギフト　誕生日」「誕生日　ギフト」「誕生日のギフト」 ▼広告が表示されない場合 「ギフト　出産祝い」「ギフト　誕生日　花」など
フレーズ一致	検索キーワードの中に、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	▼登録キーワード 「ギフト　誕生日」 ▼広告が表示される場合 「ギフト 誕生日」「女性 ギフト 誕生日」「誕生日 ギフト」「女性 誕生日 ギフト」「誕生日 女性 ギフト」 ▼広告が表示されない場合 「ギフト クリスマス」「誕生日 花束」など
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	▼登録キーワード 「ギフト　誕生日」 ▼広告が表示される場合 「プレゼント」「誕生日　ギフト」「贈り物」など ▼広告が表示されない場合 検索キーワードが関連しない語句

手順⑦広告を作成する

最後に広告を設定して完了です。**広告のタイトルや詳細を記載**していきます。
こちらも、迷った際は既存の**Google広告の内容を参考に**入力しましょう。

手順⑦広告を作成する | 補足

項目	詳細
広告名	広告を識別するための任意の名前を入力します
配信設定	広告グループ単位での広告配信の設定をします。オンの場合「広告を配信する」状態となります。
アセット（タイトル）	タイトルに入るアセットを3～15個作成します。 全角15文字（半角30文字）以内で、各アセット内で完結する文言を入力。関数も使用可能です。
アセット（説明文）	説明文に入るアセットを2～4個作成します。 1つのアセットは全角45文字（半角90文字）以内で、各アセット内で完結する文言を入力。関数も使用可能です。
表示位置の固定	必ず表示させたいタイトル・説明文がある場合は、該当する項目の右側にある「固定しない」というタブから、固定したい順番を選択します。
最終リンク先URL	ユーザーが広告をクリックしたとき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	広告をクリックしたときに表示されるページがPCとスマートフォンで異なる場合に、スマートフォン向けページのURLを入力します。スマートフォン向けページを持たない、またはURLが同じ場合は設定不要です。
トラッキングURL	トラッキングを行う場合に、広告効果測定用のURLを設定します。トラッキングを実施しない場合は設定不要です。
カスタムパラメータ	アカウント以下の各階層でトラッキングURLやカスタムパラメータを設定できます。 上位階層での設定が配下の階層に適用され、下位階層で個別に設定した場合はその設定内容が優先されます。

補足｜運用を開始したら

リスティング広告、ディスプレイ広告でそれぞれ運用ノウハウが異なります。
広告運用が開始したら、ぜひ以下の2つの資料もご確認ください。

https://sng.co.jp/download/display_advertising/

https://sng.co.jp/download/listing_advertisement/

運用をプロに任せるという選択も

Webの活用は、自社サービスや商品にあった地道な運用があってこそ

- やらなければいけないことは理解しているけど、人手が足りず運用がまわっていない。
- 社内でやっても人件費が結局かかっている。
- 何から手をつけていいかわからない。

そんな時はプロに相談するという選択も。

月額6万円〜

作業量に応じた定額料金(チケット制)
わかりやすく安心の料金形態

- **Webを利用して売上をUPしたい。**
  自社商品・サービスの分析。最適な広告プランのご提案。運用など。
- **サイトの運用をお願いしたい。**
  デザインコーディング(画像差し替え、お知らせ更新など、日々の更新)
- **社内の業務を相談したい。**
  Webの情報管理ツールの基本設定、サポートなど。

まずはご担当者様との打ち合わせからご要望をお伺いし、クライアント様のサービスや商品をしっかり理解した上で、
ご予算にあったプランをご提案しています。

すでに多くの企業様からWebのパートナーとして信頼いただいた実績がある**「シンギ株式会社」**だからこそできるご提案をいたします。まずはお気軽にお問い合わせください。

（※制作実績は一部弊社Webでご確認いただけます。https://sng.co.jp/ ）

singi

電話：

0422-26-7479

お問い合わせ：

promotion@sng.co.jp

https://sng.co.jp/