

# EC売上UPの虎の巻

Google広告の  
種類/活用方法

1. WEB広告のメニュー別概要
2. Google広告のメニュー別全体概要
3. リスティング広告
4. ショッピング広告
5. ディスプレイ広告（GDN）
6. 動画広告
7. 【参考】モバイルアプリインストール広告
8. 【参考】ローカル検索広告

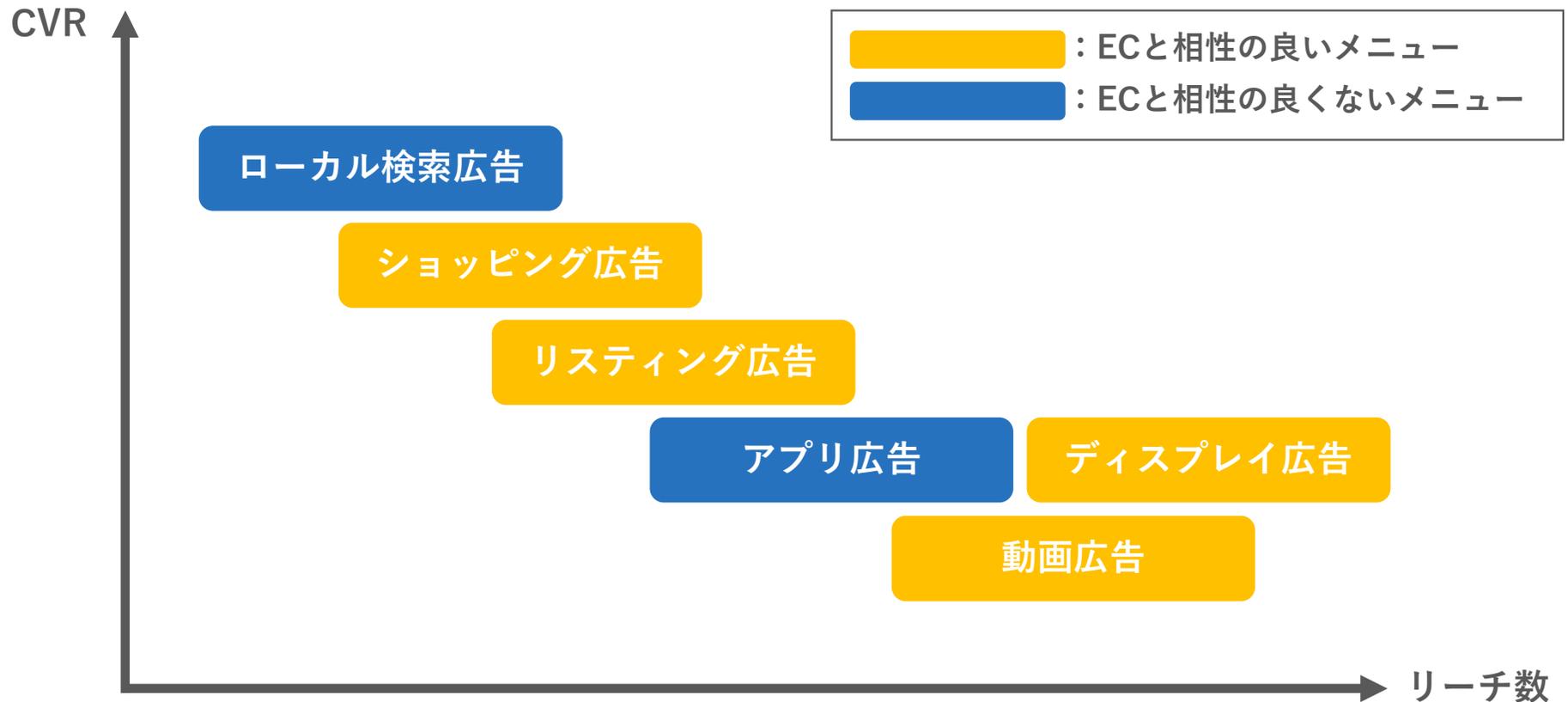
# WEB広告の媒体別概要

主要なWEB広告の概要を以下おまとめしました。  
次頁以降では、この中でも特にボリュームが多く出るGoogle広告について説明していきます。

	概要	配信 ボリューム	費用対効果
Google広告	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ リスティング広告等運用型広告がメイン</li><li>✓ 課金方法はクリック課金、インプレッション課金が主流</li></ul>	多	中
Yahoo!広告	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Google広告同様、リスティング広告等運用型広告がメイン</li><li>✓ 課金方法はクリック課金、インプレッション課金が主流</li></ul>	中	中
SNS広告	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ バナーや動画付きの広告で、認知度向上目的での使用が主流</li><li>✓ 課金方法はクリック課金、インプレッション課金が主流</li></ul>	中～多	低～中
アフィリエイト	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 媒体主が自分のブログやWebサイトなどに、広告主の商品やサービスについての広告を掲載</li><li>✓ 課金方法は成果報酬課金</li></ul>	少	中～高

# Google広告のメニュー別全体概要

Google広告のメニュー別に「リーチできるユーザー数」「広告経由のCVR」を以下マッピングしました。  
オレンジ色のメニューが特にECと相性の良い広告となり、次頁以降で概要を説明していきます。



# リスティング広告

Google検索結果に表示されるリスティング広告の特徴を以下まとめました。

## 概要/特徴

### 概要

- Google検索結果に表示される**テキスト広告**
- キーワードを設定することで、**ユーザーが関連するキーワードを検索した際に表示される**
- 配信する曜日や時間、地域なども設定可能
- 課金方法は**クリック課金**

### 特徴

- 購入意欲の高い層に訴求可能
- 予算設定が容易
- 低額から配信可能

### メイン用途

- 売上増加
- 見込み客の創出

## 掲載イメージ

- ユーザーが**検索したキーワードに連動して、検索結果に表示される**



# ショッピング広告

Google検索結果に表示されるショッピング広告の特徴を以下まとめました。

## 概要/特徴

### 概要

- Google検索結果に表示される**商品画像付き広告**
- **キーワードの設定は不可**、Googleが把握している商品情報に基づいて表示される  
※除外キーワードのみ設定可能
- 1回の検索に対して複数のショッピング広告が表示されることがある
- 課金方法は**クリック課金**

### 特徴

- 購入意欲の高い層に訴求可能
- 予算設定が容易
- 低額から配信可能
- CPCが安い

### メイン用途

- 売上増加
- 見込み客が検索するキーワードデータの取得

## 掲載イメージ

- ユーザーが**検索したキーワードに連動して、検索結果に表示される**



# ディスプレイ広告 (GDN)

Googleが提携しているサイトやアプリなどに表示されるディスプレイ広告の特徴を以下まとめました。

## 概要/特徴

## 掲載イメージ

### 概要

- Googleが提携しているサイトやアプリ、YouTube等に表示される**バナー広告**
- **特定のメディアのドメインに絞って配信可能**  
※表示回数が極端に少なくなるため注意
- 課金方法は**クリック課金**、または**インプレッション課金**

### 特徴

- 幅広い層にアプローチ可能
- 自社や製品の認知度向上の助けになる
- CPCが比較的安い

### メイン用途

- 認知度向上
- ブランディング

- Googleが提携している**サイトやアプリ、YouTube等に表示される**

# IPX4

IP移行の数字で等級が分かり、「左側が防塵」「右側が防水」。どちらかみの場合もあり、省略される等級は「X」で表されます。

アウトドア向けのLEDランタンの目安にしたいのは、「IP54」。防塵が5以上、防水が4以上であると砂埃が入りづらく、雨ぐさいの水飛沫なら耐えることができ安心です。



吊り下げのフックがあると使い勝手なおよし



# 動画広告

YouTubeに表示される動画広告の特徴を以下まとめました。

## 概要/特徴

### 概要

- YouTubeに表示される**動画広告**
- 一定時間経過後にユーザーがスキップできるタイプのものや、終了までスキップできないタイプのものなど、複数種類存在
- 課金方法は**視聴課金**、または**クリック課金**、**インプレッション課金**

### 特徴

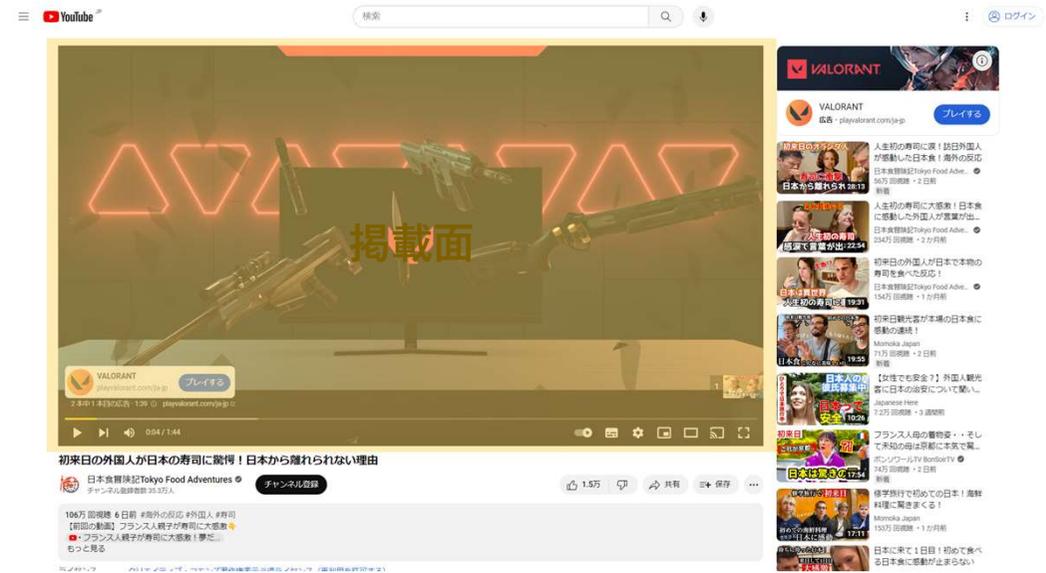
- 幅広い層にアプローチ可能
- ビジュアル訴求が可能
- 配信費用が比較的安い

### メイン用途

- 認知度向上
- ブランディング
- 購買意欲の醸成

## 掲載イメージ

- YouTubeに表示される



# 【参考】モバイルアプリインストール広告

Google PlayもしくはApple App Storeのアプリページにユーザーを誘導するアプリ広告の特徴を以下まとめました。

## 概要/特徴

### 概要

- Google 検索、Google Play、YouTube、Googleの提携サイトなど、Google の主要サービスに表示される**バナー広告**
- 表示場所が豊富なため、広告文や画像などを用意しておけば、**広告が自動で作成**される
- 課金方法は**クリック課金**

### 特徴

- 膨大なオーディエンスにリーチ可能
- 運用の手間がかからない
- 配信設定が容易

### メイン用途

- インストール獲得

## 掲載イメージ

- **Google 検索、Google Play、YouTube、Googleの提携サイトなどに表示**される



# 【参考】ローカル検索広告

店舗の近くにいるユーザーや、「地名+サービス名」などのキーワードで検索しているユーザーに広告を表示できるローカル検索広告の特徴を以下まとめました。

## 概要/特徴

### 概要

- Googleの検索結果画面やGoogleマップに表示される広告
- 店舗の近くにいるユーザーが特定のキーワード検索をしたとき、店舗情報が表示される
- 課金方法は**クリック課金**

### 特徴

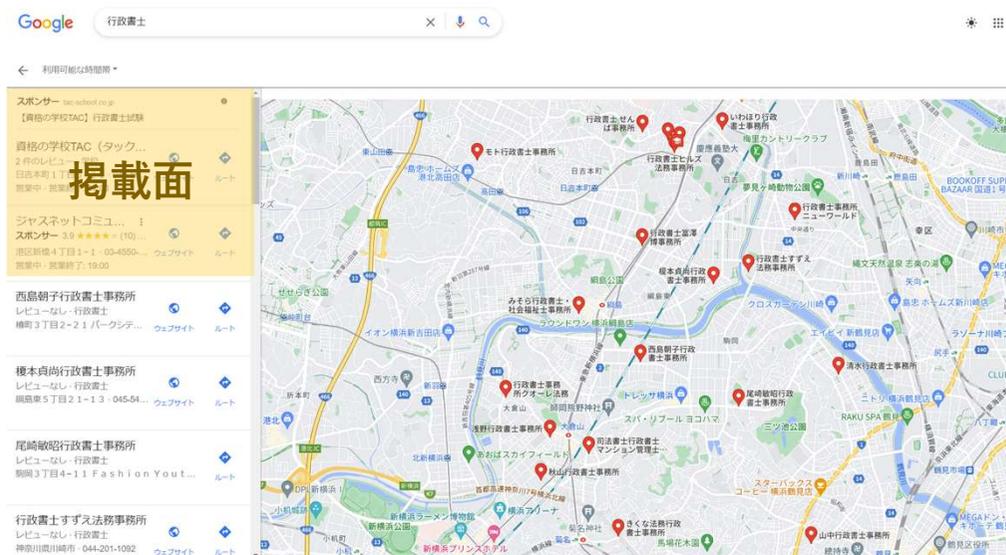
- 能動的なユーザーにアプローチ可能
- 競合よりも上位表示される

### メイン用途

- 来店数増加
- 電話による問い合わせ数の増加

## 掲載イメージ

- Googleの検索結果画面やGoogleマップに表示される



# お問い合わせ

---

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



**03-6419-7733**

(対応時間 平日10:00~18:00)



**[info@proteinum.co.jp](mailto:info@proteinum.co.jp)**

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求 (ダウンロード)

[https://proteinum.co.jp/document\\_zoho/](https://proteinum.co.jp/document_zoho/)

ご支援実績 (導入事例)

<https://proteinum.co.jp/works/>