

# PPC EX

～Pay Per Click Expert～

## Google AdWordsアカウント開設後 たったの12日間で8,305アクセス を獲得した方法



インスタイル株式会社 SEM 担当 佐藤正樹

#### ◆著作権について

PPC EX ～Pay Per Click Expert～「Google AdWords アカウント開設後たったの12 日間で8,305 アクセスを獲得した方法」ダイジェスト版(以下、本教材とする)は、著作権法で保護されている著作物です。本教材の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

- ・ 本教材の著作権は、インスタイル株式会社にあります。インスタイル株式会社の書面による事前許可なく、本教材の一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。
- ・ 本教材の一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど)により複製、流用および転載することを禁じます。

#### ◆使用許諾契約書

本契約は、本教材を購入した法人・個人(以下、甲とする)とインスタイル(株)(以下、乙とする)との間で合意した契約です。

本教材を甲が受けとることにより、甲はこの契約は成立します。この契約に同意できない場合は、直ちに本マニュアルをインスタイル株式会社までご返品ください。ご返品のない場合は、甲は、この契約に合意したものとします。

#### 第1 条(目的)

本契約は、本教材に含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的にしようする権利を承諾するものです。

#### 第2 条(第三者への公開の禁止)

本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本教材の内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

#### 第3 条(契約解除)

甲が本契約に違反した場合、乙はいつでもこの使用許諾契約を解除することができるものとします。

#### 第4 条(損害賠償)

甲が本契約の第2 条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と販売価格を乗じた価格の10 倍の金額を支払うものとします。

#### 第5 条(免責事項)

本教材の情報によっていかなる損害が生じた場合においても、乙は一切の責任を負うものではありません。

インスタイル株式会社 佐藤雅樹と申します。

この度は、PPC EX ～Pay Per Click Expert～ ダイジェスト版  
Google AdWords アカウント開設後たったの12 日間で8,305 アクセスを獲得した方法 をご請求いただきまして誠にありがとうございます。

本テキストは、クライアントのGoogle AdWords アカウントを管理している中で、  
大量のアクセスを獲得したノウハウをダイジェスト版としてまとめたものです。

お申し込み頂きましたホームページでも、記載致しましたが、現在インスタイルでは中  
小企業や個人事業者を対象にインターネットを活用した PPC 広告戦略のコンサルテ  
ィングを行っております。

代行している AdWords のアカウント数は 30 社(個人事業含む)を超え、毎月管理  
している広告費は数千万円以上にも及びます。

毎月、数千万円の広告費を管理して分かったことは、クライアントのアカウントに共通  
していることとして 7～8 割のアクセスはコンテンツマッチ広告から獲得することができ  
るということでした。

今回販売用ホームページ・本テキスト内でご紹介しているアカウント画面は、  
インスタイルで代行管理している、化粧品を販売している会社のアカウントとなり  
ます。

現在、インスタイルでは 1 日 10,000 アクセスを超えるアカウントが存在しており  
ますが、最短でアクセスを増やすことができたアカウントとして、今回はご紹介し

ております。

そして、本ダイジェスト版では、アカウント設定後から 12 日後までの実際行ったことをお伝え致します。

なお、アカウントの取得方法やキーワード設定、コンテンツマッチ広告の設定方法などについては商材(PPC EX)にて詳しくご紹介しております。AdWords でアクセスを増やす方法は共通しております。是非、あなたのビジネスに置き換えてお読みください。



## 0 クリック⇒327 クリック

それでは、アカウントを開設してから実際に行ったことを、お伝えします。

### 1 日目

※2009 年2 月12 日に広告開設費用(500 円)を支払いました。

The screenshot shows the Google AdWords account activity page. At the top, there are filters for the date range (2009/01/21 to 2009/07/15) and transaction type (all transactions). Below this, there are two tabs for the month of February 2009. The first tab, '2009年1月21日 - 2009年1月21日', shows no activity. The second tab, '2009年2月1日 - 2009年2月28日', shows a table of transactions. The table has columns for '日付' (Date), '説明' (Description), '料金 (円)' (Cost (Yen)), and 'クレジット (円)' (Credit (Yen)). The first row shows '2月1日' (February 1st) with the description '開始額高' (Start amount high). The second row, highlighted with a red border, shows '2月12日' (February 12th) with the description '広告開設費用' (Advertising setup fee) and a cost of '500' yen.

日付	説明	料金 (円)	クレジット (円)
2月1日	開始額高		
2月12日	広告開設費用	500	

2 月 12 日に行ったことは、  
キーワード選定と広告グループ設定です。

どのビジネスもそうなのかもしれませんが、「リサーチに始まり、リサーチに終わる」と言っても過言ではないでしょう。

- ・自分がビジネスを行う場所にはどんな競合がいるのか？
- ・ライバルはどのようなキーワードを選択しているのか？
- ・どこに表示されるのか？
- ・広告文例は？

などを最初にどのくらいリサーチしたかでもクリック数に差がでてしまうのですから。

そして、私が 2 月 12 日に設定したのは、

広告グループ 40

登録したキーワード 826

です。

## 2日目

※翌日の 2 月 13 日には 327 クリックを獲得することができました。



327 クリックを獲得できたのは、主に検索広告からのクリックでした。  
コンテンツマッチ広告からのクリック数は少なかったです。





## 327 クリック⇒ 3, 936 クリック

### 5日目

※2 月 17 日に、3,936 クリックを獲得することができました。



大半のクリックがコンテンツマッチ広告からです。

ここで、キーワード選定と広告グループ設定をきちんと管理することにより、クリック数に大きな変化が見られるようになりました。

このように、キーワード選定と広告グループの設定を変更するだけでも 3,000 以上のクリックを獲得することは可能であるということがわかりました。





**3, 936 クリック⇒ 8, 305 クリック**

## 12日目

※2 月 24 日には 8,305 クリックを獲得することができました。



3,000 クリックを超えるには、2 つの手法を行っております。

そして、8,000 以上のクリック数を獲得することができたのは、【Google 独自の無料運用ツール】のお陰と言っても過言ではありません。

Google AdWords でアクセスを増やすためには、広告グループをきれいにまとめれば、ある程度のアクセスを獲得することができます。

そして広告グループ数を増やせば、1,000～3,000 アクセスを獲得することが可能となります。

もちろん 1 日の予算を高めに設定する必要はございますが、広告グループの設定だけでは限界があります。

Google には様々なツールが無料で用意されているのです。

これらを目的に応じて使用するだけで、今回の私のように12日間で 8,000 以上のクリック数を獲得することができるのですから、使用しない手はないかと思います。



**コンバージョン率 0.77% → 3.14%**

#### 6ヶ月後

※8月には、不要なクリックを抑えることで、コンバージョンを4倍以上改善することができました。

	2009/08/01 - 2009/08/01	2009/02/25 - 2009/02/25	相違点
クリック数	3,310	8,103	- 59.2%
表示回数	2,615,252	4,079,079	- 35.9%
クリック率	0.13%	0.20%	- 35.0%
合計額	¥176,492	¥199,317	- 11.5%
コンバージョン率	3.14%	0.77%	+ 307.8%
費用対効果	¥1,697	¥3,215	- 47.2%
コンバージョン数	104	62	+ 67.7%

各ツールの使い方の実例につきましては、是非商材【PPC EX】をご覧くださいと幸いです。

#### まとめ

この作業は時間を要しますので、最初は大変なことかも知れませんが、競合が行わないことを追求するからこそ利益が出ます。

Google AdWords をマスターして、あなたのインターネットからの収益を、飛躍的に発展させることを楽しみにしています。

PPC EX はインターネットコネクターセンターで販売しております。

またセンター内で、マーケティングに関する各種レポートも無料配布しております。

ご登録はこちらから

<http://www.yshow.org/ppcex/icc.html>

## PPC・EX 本編の目次(サンプル)

---

本テキストの内容について.....	2
目次.....	4
第1章 PPC 広告について.....	6
第2章 Google サービス活用法.....	33
第3章 キーワード選定.....	42
第4章 広告グループ設定.....	56
第5章 それ以外の設定について.....	66
第6章 片手間管理法.....	70
第7章 327 アクセス→8,305 アクセスへ.....	83
おわりに.....	102

### 特典

#### 10月12日に開催したPPCセミナーのレジメと音声

- ・ コンバージョンを4倍にできた具体的な方法
- ・ アクセスを集めるためのキーワードの選定方法
- ・ 狙った広告先に広告を掲載する方法
- ・ 他

## 第1章(サンプル)

### PPC 広告について

## 1-1

### PPC 広告とは？

---



※PPC 広告の説明のため、AdWords だけではなくオーバーチュアの説明も記載しております。予めご了承ください。

PPC とは **Pay Per Click** の略で、クリック数に応じて課金される広告の課金方式を指し、この方式のインターネット広告を PPC 広告またはクリック課金型広告などと呼んでいます。

検索連動型広告やコンテンツ連動型広告は、ほとんどが PPC 広告で、特に検索連動型広告と PPC 広告は同義として扱われることも多いのが現状です。

PPC 広告は、掲載しただけではコストがかからず、広告がクリックされた回数に応じて広告料金が発生する仕組みです。

クリックする人は、広告している商品・サービスに積極的な興味を示す人と考えられ、絞り込まれた見込み客に対してだけ効率よく広告費を投じることができます。

検索連動型広告やコンテンツ連動型広告などで代表されるのは、オーバーチュアの「スポンサードサーチ」、Google の「AdWords (アドワーズ)」があります。

検索連動型広告は、基本的にクリック課金型のテキスト広告なので、PPC 広告と同義として扱われることも多いです。

検索連動型広告では、1クリックあたりの広告掲載料金（クリック単価）は入札で決定し、入札価格の高い順、クリック数の多い順などで表示されます。

では実際どのように表示されているのかを図で説明します。

## Yahoo! オーバーチュア 「スポンサードサーチ」

The screenshot shows the Yahoo! Japan search results for the keyword 'PPC'. The search bar at the top contains 'PPC' and the search button is labeled '検索'. Below the search bar, the results are categorized into 'ウェブ検索結果' (Web search results) and 'PPCで検索した結果' (Results searched with PPC). The sponsored results are highlighted with a red box, and a red arrow points to the text 'ここが広告枠' (This is the ad space).

**ウェブ検索結果**

PPC広告をはじめよう!  
最低100円から。料金は「クリックされた分だけ」! オーバーチュア  
www.venture.co.jp

キーワード大量登録で安く上位に  
PPCは昔の代行会社。懸念種で上位に表示します!  
www.systup.co.jp

クチコミ200000件!  
予約簡単! 気軽に出来る確信確証。クチコミ価値充実の...  
www.1stnet.net

PPC  
お使いになっているブラウザのJavascriptが無効になって... javascriptを「有効」... お使いになっている  
ブラウザのJavascriptが無効になっています。Javascript...  
www.ppc.co.jp - ブックマーク: 11人が登録 - 古本.com

PPC広告 pro・金銭私権の...  
アドワーズ、オーバーチュアのコンサルティング、セミナーの実績。... つまり、ライバルよりもPPC広告で圧倒  
的な成果を出すためには、... PPCは昔 会員サポート・コンサルティングをご希望の方へ、対象: PPC広告マー  
ケティング...  
www.ppc-ad.jp - ブックマーク: 11人が登録 - 古本.com

**PPCで検索した結果 1~1614件 / 約179,000,000件 - 0.02秒**

**スポンサーサイト**

PPC広告コンサルティングなら  
料時立案から運用管理まで、ビジネスス  
タイルがコンサルティングします。  
www.bizstyle.biz/service

リスティング広告ならアイupp  
表の広告成果向上、検索エンジンマー  
ケティング専門企業の活用から  
www.sem-top.jp

PPC広告の簡易無料診断  
ネット業者のプロが6つの観点で評価、最  
上層の業者テクニックを伝授  
www.ppc-check.com

オーバーチュア <お申込み>  
オーバーチュアで見込み客を確保! 1ク  
リック9円からのPPC広告提供  
overture-guide.net

アドワーズ完全攻略DVD  
知らない広告費の無駄使いです。アド  
ワーズの完全攻略法をDVDで、  
Shoan.jp

## Google 「AdWords (アドワーズ)」





## 1-2

### コンテンツ連動型広告とは？

---



コンテンツ連動型広告とは、Web サイト（ホームページ）や Web ページの掲載内容（コンテンツ）に合致した広告を自動的に判別し、配信・表示する広告形態を指します。

Web サイトそのものや、表示されているページのコンテンツからキーワードを抽出するなどして、コンテンツに合った広告を自動的に判別し、配信して表示します。

主に配信されるのは、クリック課金型のキーワード広告などです。

検索連動型広告と同様に、クリックあたりの広告掲載料金（クリック単価）は入札で決定し、入札価格の高い順、クリック数の多い順などで表示される仕組みです。

コンテンツ連動型広告は、大手メディアのサイトのほか、ブログや SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）などの CGM（コンシューマー・ジェネレーテッド・メディア）サイトでもよく利用されています。

代表的なものが、Google の「AdSense（アドセンス）」と呼ばれる広告掲載プログラムです。このプログラムを導入している数多くのサイトの中から、広告主が出稿したキーワードにマッチする内容の Web サイトを自動的に選び出し、クリック課金型のテキスト

広告を配信しています。

広告を掲載したサイトの運営者は、広告のクリック数（またはページビュー）に応じて報酬を得ることができます。

オーバーチュアでは、検索連動型広告「スポンサードサーチ」を申し込むと、コンテンツ連動型広告の「コンテンツマッチ」も自動的に設定されます。

Web サイトの運営者にとっては、広告主との契約などに手間がかからないことなどがメリットです。

一方、広告主も、自社の商品やサービスと関連性の高い Web ページに広告を掲載でき、広いリーチと良質の見込み客を獲得しやすくなります。

## 1-3

### コンテンツマッチについて

---



コンテンツマッチとは、ヤフーの 100%子会社であるオーバーチュアが提供するクリック課金型（PPC：pay per click）のコンテンツ連動型広告です。

2003 年 7 月から開始しています。ページの意味・内容を解析し、関連性の強い広告を自動的に配信・表示するシステムです。また、コンテンツターゲティング広告とも呼ばれています。Yahoo! JAPAN やマイクロソフトの MSN などの提携パートナーサイトの各コンテンツページに掲載されます。

コンテンツマッチは、検索連動型広告であるスポンサードサーチを申し込むと、自動的に配信が設定されます。配信/停止はスポンサードサーチとは独立しており、いつでもインターネットの管理画面から変更できます。

掲載順位は入札価格で決まり、コンテンツマッチとスポンサードサーチに異なる価格を入札することが可能です。

Yahoo! JAPAN や MSN などの提携サイトにアクセスすると、表示ページのコンテンツに関連したコンテンツマッチ広告が配信されます。

例えば、2006 年 8 月に提携サイトになった国内最大の SNS（ソーシャル・ネットワーキ

ング・サービス)である「mixi」では、コミュニティ欄にある音楽、映画、グルメ・お酒などの各カテゴリーに合ったコンテンツマッチ広告が最大3件表示されます。

提携パートナーサイトは、excite、MSN、OKWave、MapFan Web、All About、Vector、ぴあ、mixi の8サイトです。このうち、excite、MSN、OKWave、All About の4サイトはスポンサードサーチも掲載しています。

広告主にとっては、Web ページのコンテンツに関連する広告であるためクリック率の向上が見込める一方、提携サイトにとっては増収策に位置づけられます。

ちなみに雑学ですが、サービス提供会社やサービスの名称としてオーバーチュアを使っているのは日本と韓国だけです。他の国・地域では米オーバーチュア・サービスズを統合して発足したヤフーの一部門である Yahoo! Search Marketing の名称/ブランドを使っています。

例えばコンテンツマッチの提携サイトを含むアドネットワークを、米国では「Yahoo! Publisher Network (YPN)」と呼ばれています。

※2009 年 7 月 31 日 (金)、オーバーチュア コンテンツ連動型広告  
「コンテンツマッチ」のサービスは終了しております。

## 1-4

### キーワードマッチとは？

---



キーワード マッチでは、Google の検索結果ページに広告を表示するために必要なユーザーの検索クエリのボリュームをコントロールすることができます。\* キーワードのターゲットとして定義された範囲に応じて、広告表示の対象となるユーザーが決まります。

一般に、キーワードや広告のターゲットを絞れば絞るほど、顧客となる見込みの高いユーザーに広告を表示できる確率が上がります。

キーワードで利用できるキーワード マッチは次のとおりです。

- 部分一致
- フレーズ一致
- 完全一致
- 除外キーワード

部分一致は、新しいキーワードを設定すると、このキーワードは部分一致キーワードとして表示されます。

部分一致キーワードの場合、ユーザーが入力した検索文字列に、このキーワード、または類似した用語が含まれていれば必ずこの広告が表示されます。

これは、次のような場合でも広告が表示されます。

- ユーザーの入力した検索文字列に他の語が含まれている。
- ユーザーの入力した検索文字列で使用されている語と、キーワードの語の順番が一致しない（たとえば、キーワードが x である場合、検索文字列 xyz、zx、zyx のいずれでも広告は表示される）。
- 検索文字列がキーワードと類似している。これには複数形や類義語も含まれません。

広い範囲にわたるユーザーに対して広告を表示するには、部分一致が効果的です。部分一致キーワードを指定するには、引用符、かっこなどの記号を付けずにキーワードを入力します。

： 部分一致キーワードが中古本である広告は、ユーザーが次のような検索文字列を入力したときに表示されます。

中古本 書店  
買い取り 中古本  
中古本 希少  
中古本 セール  
中古本 検索

フレーズ一致キーワードは、指定されたキーワードやフレーズを同じ順序、形式で含む検索に対して広告を表示します（検索文字列で、このフレーズの前後に単語が追加されていても広告は表示されます）。

フレーズ一致により、関係のないキーワード バリエーションに対する広告の表示を制



限し、より正確にターゲット ユーザーを絞り込むことができます。キーワードをフレーズ一致キーワードにするには、二重引用符（ ” ” ）で囲みます。

例：フレーズ一致キーワードが“中古本”である広告は、Google のユーザーが次のような検索文字列を入力したときに表示されます。

広告が表示される：

中古本 書店

買い取り 中古本

広告は表示されない：

中古 文庫 本

中古本一覧

希少な中古本

完全一致は、キーワードのターゲットを絞り込むには最も正確な方法です。選択したキーワードと正確に一致する検索に対してのみ、広告が表示されるようにするには、完全一致を使用します。

完全一致を使用した場合、余分な単語や文字が含まれた検索文字列や、完全一致キーワードと語順の異なる検索文字列に対して広告は表示されません。

完全一致キーワードは角カッコ（ [ ] ）で囲みます。

例：完全一致キーワードが「中古本」である広告は、Google.co.jp のユーザーが次のような検索文字列を入力したときに表示されます。

広告が表示される：

中古本 広告は表示されない：

中古 本 場所

中古本類

除外キーワードは、広告とは関係のないキーワードが検索文字列に含まれている場合に、この広告が表示されないようにします。ユーザーの検索文字列に指定した除外キーワードが含まれている場合、広告は表示されません。

除外キーワードを指定するには、除外の対象となるキーワードやフレーズの前にマイナス記号（-）を追加します。ただし、除外キーワードは、フレーズ一致や完全一致ほど、その他のキーワードを制限できない可能性があります。

例：部分一致キーワードが「中古本」で、除外キーワードが -大学である広告は、Google.co.jp のユーザーが次のような検索文字列を入力したときに表示されます。

広告が表示される：

中古本 場所

広告は表示されない：

中古 大学 本

複合一致は、キーワード マッチの洗練された形で、広告が、ある特定のフレーズや完全一致に対して表示されるのを防ぐことができます。

これは、映画や書籍自体ではなく、これらに関連する商品を販売するときに広告主がよく使う方法です。

## 1-5

## Google AdWords アカウント取得手順



アドワーズ広告を始めるには、アカウントを取得する必要があります。  
まずは実際にアドワーズ広告へ申込みをしてみます。



まずは、URL <http://adwords.google.co.jp/select/Login> をクリックします。  
上記のようなログイン画面が表示されますので、**赤枠内の【お申し込みはこちら】**をクリックします。

クリックすると下記のような画面になります。

## ■モードの選択

モード選択の画面が表示されます。

最初にどちらのモードで AdWords をお使いいただくかをお選びください。

☐ 初心者モード  
キーワード広告を初めてご利用のお客様におすすめするモードです。テキスト広告のみご利用が可能です。(モバイル広告や動画広告などのご利用には標準モードへの切り替えが必要です。)広告料金は、あらかじめ月額単位で上限を決めることができ安心してご利用いただけます(なお、標準モードへはいつでも切り替えることができます)。

☐ 自分のウェブ ページがあります。  
☐ 自分のウェブ ページがなく、作成方法がわかりません。

**①** ☒ 標準モード  
テキスト広告のほか、モバイル広告、掲載したいサイトを指定できるサイトターゲット広告、イメージ広告、動画広告などの多彩な広告フォーマットのご利用が可能です。また、料金も1日単位で設定でき、かつ、キーワードごとに入札単価を詳細に設定できます。また、複数の広告キャンペーンの制作や、コンバージョントラッキングを無料でご利用いただけます。\*

\*登録にはウェブサイトが必要です。ウェブサイトをお持ちでない場合は、初心者モードを選択してください。

よく分かりません。 [オプションを詳細に比較する。](#)

**②**

初心者モードと標準モードがありますが、初心者モードですと使える機能が少なくなりますし、後々標準モードに切り替える必要があるので、web サイトの有無に関わらず、【標準モード】を選択することをお勧めします。

①の○内をクリックし、次へ進みます。

## ■アカウントの作成ー 1

下記の画面が表示されますので、内容を読んで選択していきます。

Google AdWords™

Google アカウントの作成

Google アカウントの作成

AdWords アカウントを作成するには、AdWords で使用するユーザー名とパスワードを選択します。

Google の他のサービスで Google アカウントを使用されていますか。

① ☐ AdSense, Gmail, Orkut, iGoogle などの Google のサービスで使用しているメール アドレスとパスワードがあります。

② ☐ 他のサービスを利用していません。

戻る

既にアドセンスや Gmail など Google のサービスを利用している場合は①を選択してください。まだの方は②を選択して、登録作業に入ります。

ここでは既にアカウントを取得しているものとして、次に進みます。

① をクリックすると、下記の画面になります。

## ■アカウントの作成ー 2

Google AdWords™

Google アカウントの作成

Google アカウントの作成

AdWords アカウントを作成するには、AdWords で使用するユーザー名とパスワードを選択します。

Google の他のサービスで Google アカウントを使用されていますか。

☒ AdSense、Gmail、Orkut、iGoogle などの Google のサービスで使用しているメール アドレスとパスワードがあります。

☐ 他のサービスを利用していません。

Google のすべてのサービスを 1 つのアカウントで利用しますか？

AdWords で既存の Google アカウントのメール アドレスとパスワードを使用するか、新しいメール アドレスとパスワードを選択できます。

① ☒ 既存の Google アカウントを AdWords で使用します。

② ☐ AdWords のみで使用する新しいログイン名とパスワードを選択します。

戻る

既に登録しているアカウントをそのまま使用する場合は①をクリックしてください。  
管理上別アカウントが必要な方は②を選択してください。

ここでは既に登録しているアカウントを使用するものとして次へ進みます。

### ■アカウントの作成－ 3



赤枠内に登録しているメールアドレスとパスワードを入力します。

#### ■アカウントの作成－4

ここでは使用する通過の設定を行います。

日本円を選択して「次へ」をクリックしてください。

Google AdWords™

Google アカウントの作成

### 通貨設定

AdWords アカウントを設定するには、使用する通貨を指定する必要があります (この通貨は Google に支払いを行うための通貨で、顧客との取引で使用する通貨とは違います)。

決定する前に、ご利用通貨で使用可能な [支払い方法](#)をご確認ください。

このページから移動すると通貨設定を変更できません。慎重に選択して、**[続行]** をクリックします。

このアカウントのお支払いに使用する通貨を指定してください。 日本円 (JPY ¥)

(一部の通貨は、ご利用いただけない地域があります。)

[戻る](#) [次へ](#)

## ■アカウントの作成ー 5

メールアドレスの確認を行います。

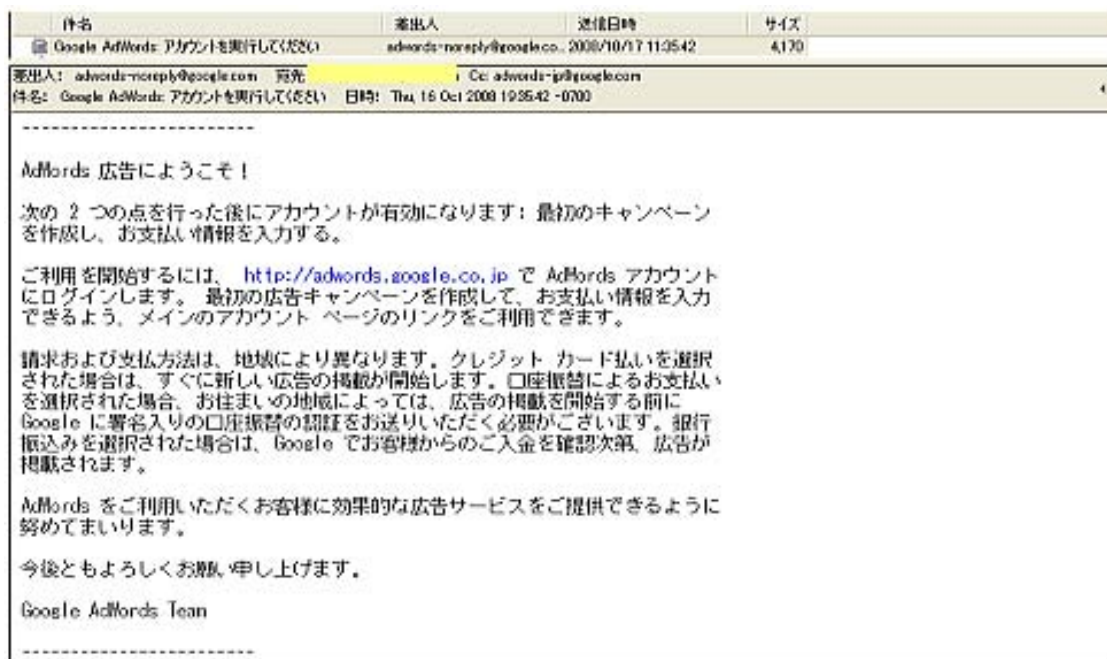
ログイン用メールアドレスを確認してください。



上記画像では黄色で塗りつぶしていますが、このログイン用メールアドレスに間違いがないか確認できたら、そのメールアドレス宛に支払い方法の説明のメールが Google より届いているか確認してください。

## ■アカウントの作成ー6

自分宛に届いたメールを確認します。



請求及び支払い方法は銀行振り込みとクレジットカードとなっております。  
どちらを選択しても構いませんが、個人的には銀行振り込みをお勧めしています。

理由は残高が不足した場合、広告は表示されなくなりますが、振り込んだ金額より多く支払うことができないのでクレジットカードのように、気がついたら結構支払いをしていたということがありません。

また最近は銀行振り込み後もすぐに反映されるようになったので、特に不便さを感じることも少なくなりました。

## ■アカウントの作成ー7

メールを確認したら、下記赤枠内をクリックして、アドワーズへログインします。



## ■アカウントの作成－ 8

ログインしたら、**赤枠内**の【アカウント情報】へ移動します。

Google AdWords

2つの新機能 | ヘルプ | お問い合わせ | ログアウト  
お客様ID: 872-393-1174

キャンペーン管理 | レポート | Analytics(ログ解析) | **アカウント情報**

初めてのキャンペーンを作成 | キャンペーンの一覧 | 運用ツール | コンバージョントラッキング | ウェブサイト最適化ツール

設定済みの広告を検索

**AdWords 広告へようこそ!**

次の手順

オンライン キャンペーンを開始  
初めての AdWords キャンペーンを作成をサポートします。準備が完了すると、Google とオンライン パートナー ネットワークのサイトに広告が掲載されます。

[初めてのキャンペーンを作成 »](#)

AdWords の詳細

AdWords サポートへのリンクは各 AdWords ページの右上にあります。

お支払い情報を送信する必要があります。その後、広告掲載が開始されます。

広告が表示される [ブレイズメントを選択](#) して、最初のキャンペーンを開始することもできます。

Google AdWords

2つの新機能 | ヘルプ | お問い合わせ | ログアウト  
お客様ID: 872-393-1174

キャンペーン管理 | レポート | Analytics(ログ解析) | アカウント情報 | **料金概略** | **課金設定** | アクセス | アカウント設定

**料金概略**

表示: 2008年 10月 から 2008年 10月 移動

スプレッドシートにダウンロード | 印刷 | お支払いのヒント

日付	ご利用内容	請求された金額 (円)	支払い (円)	未払い料金 (円)
2008年9月	からの繰越金			0
この期間には請求対象はありません。				

未払い料金 (2008/10/16 現在) (未請求の料金を含む: ¥0) JPY ¥0

赤枠内の【課金設定】をクリックしてください。



Google AdWords

2つの新機能 | ヘルプ | お問い合わせ | ログアウト  
お客様ID: 872-393-1174

キャンペーン管理 | レポート | Analytics(ログ解析) | アカウント情報

料金概略 | 課金設定 | アクセス | アカウント設定

### アカウントの設定

場所を選択 > お支払い方法を選択してください > 利用規約に同意する > 請求先詳細を提供してください

1. 請求先住所の国または地域を選択してください。  
お支払い方法は国により異なります。

日本

2. アカウントのタイムゾーンを選択してください。  
このタイムゾーンはお客様のすべてのレポートと請求に適用されます。

タイムゾーンを慎重に選択してください。請求先アカウントの設定を完了した後で、タイムゾーン設定を変更することはできません。  
[詳しくはこちらをクリックしてください。](#)

タイムゾーンの国または地域: 日本

タイムゾーン: (GMT+09:00) 東京

3. プロモーションコードをお持ちの場合は、ここに入力してください (オプション)。  
プロモーションコード:

次へ進む

請求先の地域を選択します。ここでは日本を選択します。

キャンペーン管理 | レポート | Analytics(ログ解析) | アカウント情報

料金概略 | 課金設定 | アクセス | アカウント設定

### アカウントの設定

場所を選択 > お支払い方法を選択してください > 利用規約に同意する > 請求先詳細を提供してください

有料広告についてはどのようにお考えですか。  
下記のリストから1つの支払い方法を選択する。設定は例型に行ってください。広告の掲載を開始した後に [支払いオプション](#) を変更する場合、新しいアカウントの開設が必要になることもあります。

支払い請求 - お客様の広告がクリックされると、お客様のクレジットカードまたはアカウントに自動的に課金されます。

☐ クレジットカード American Express, JCB, MasterCard, Visa, MasterCardまたはVisaのロゴのあるデビットカード

前払い請求 - お客様の広告がクリックされるたびに、前払い分から広告料金が差し引かれます。

☐ コンビニエンスストアまたはPay Easy (ペイジー) Googleの決済パートナーが提供しているさまざまなお支払い方法を使用して前払いが可能です。お近くにある多くのコンビニエンスストアチェーン、Pay Easy (ペイジー) ATM、およびインターネットバンキングを通じてお支払いいただけます。

☐ ATMまたは銀行振込み ATMまたは銀行振込による前払い。

ATMによる前払いまたは銀行振込に関する重要な注意点:  
- ATMまたはオンラインや店頭での銀行振込によりお支払いいただけるよう、Googleではお客様にアカウント番号を割り当てます。  
- AdWords 広告アカウントへ入金されたことが確認できるまで、銀行の記録はすべて保留してください。  
- お支払いは3営業日以内に AdWords アカウントに入金されます。

☐ クレジットカード American Express, JCB, MasterCard, Visa, MasterCardまたはVisaのロゴのあるデビットカード

次へ進む



【前払い請求】と【後払い請求】がありますので、選択を行ってください。

後払い請求については、クレジットと振り込みがありますので、いずれかを選択してください。

選択して、“次へ”をクリックすると、下記のような利用規約が表示されますので、内容をよく読んで確認した後、同意する場合は画面一番下の同意するボタンをクリックして、次へ進みます。

同意するボタンをクリックすると、支払い内容の詳細画面が表示されます。

The image shows two side-by-side screenshots of the Google AdWords account setup page. The left screenshot is for bank transfer payment, and the right is for credit card payment. Both show fields for account name, address, and contact information. The left screenshot has a red label '銀行振り込みの場合' (In the case of bank transfer) and the right has a red label 'クレジットカードの場合' (In the case of credit card).

あとは、必要事項を入力して保存すれば、広告の使用が開始できます。

AdWords 広告のアカウント取得手順の説明は以上です。

※Google AdWords から無償で提供している Google AdWords スターター ガイドブックも用意されているので、一読されることをお勧めいたします。AdWords の概要から広告作成のポイントまで丁寧にまとめられています。

Google AdWords スターター ガイドブック

>> [http://www.google.co.jp/adwords/adwords\\_handbook.pdf](http://www.google.co.jp/adwords/adwords_handbook.pdf)



PPC EX はインフォトップで販売しております。

さらに詳しい内容を知って PPC を使ってインターネットでビジネスを成功させたい方は  
下記のリンクから、PPCEX を購入してください。

## PPCEX を購入して、PPC の秘密を 手に入れます。

**あなたもこのレポートを配布して PPCEX をアフィリエイトしてみませんか？**

あなたも下記の無料レポート生成ページからあなたのインフォトップのアフィリエイトID  
を入力すると、50%報酬の PPCEX のあなたのアフィリエイトリンクのついた無料レポ  
ートを取得することができます。

アフィリエイト URL 埋め込み済み無料レポート生成ページはこちら

↓↓↓↓↓↓

<http://www.yshow.org/ppcex/viral/generate/>



佐藤 雅樹