

マーケ
概論

アクセス
分析

サイト
集客

Standard IMA

FACE 3-2

IMA 研究所編

FACE 3

3 適正広告文の開発

3-2 広告表示オプションの設定

【3 適正広告文の開発】

【3-2 広告表示オプションの設定】

広告の掲載順位を決める要素として、入札単価と広告の品質が大きく影響しますが、さらに Google 広告では、順位決定に関わるさらなる要素として、広告表示オプションも考慮されるという情報を公開しています。広告表示オプションとは、広告フォーマットの基本要素である広告見出し(タイトル)、説明文以外に、商品やサービスについて紹介するために追加で登録できる表示内容です。(Google 広告では広告表示オプションはアセットという名称で、Yahoo!広告では広告表示アセットという名称で説明されています。) Google 広告、Yahoo!広告のいずれにおいても設定することが可能で、Google 広告、Yahoo!広告それぞれでは、設定できる表示オプションの種類に違いがあったり、同様の機能であっても名称が異なったりします。ここでは、代表的な表示オプションのみ下記に説明します。()内は Yahoo!広告での名称です。また (※) については、Google 広告のみの設定可能な表示オプションです。ここでは代表的かつ使いやすい表示オプションを解説していきます。

・サイトリンクアセット (クイックリンクアセット)


標準で広告からリンクさせるページ以外に、サイト内の特定のページに誘導したい場合に、それらのページへのリンクを表示させることが出来ます。なお、サイトリンクについては追加自体は無料ですが、通常の広告文と同様にクリックされると料金が発生します。

(Google 広告/Yahoo!広告の仕様)

Google 広告、Yahoo!広告いずれも、リンクのテキスト (半角 25 文字) と説明文 (半角 35 文字で最大 2 つまで登録可能) とリンク先 URL でのセットで構成されます。サイトリンク表示オプションを登録する際には、そのセットを登録します。

サイトリンクアセットの表示例 下記の枠部分

ベーカリー専門店

 www.example.com

焼き立てのパンやケーキをご用意。愛犬へのご褒美におすすめ

<p>時間 パンの焼き上がり時間を掲載しています。</p>	<p>スペシャルメニュー 愛犬も大喜びの本日のパンとケーキをご覧ください。</p>
<p>ビスケット さくさくフワフワの新作ビスケットの登場です。</p>	<p>オーガニック パン特集 当店の原材料へのこだわりをご紹介します。</p>

引用：Google 広告ヘルプ サイトリンク アセットを作成、編集する

<https://support.google.com/google-ads/answer/2375416>

クイックリンクアセットの表示例 下記の枠部分

(公式) ヤフトラベル | 人気ホテル宿の格安プランが満載

 www.yahoo.co.jp/

ポイント10%付与も！お得なホテル・宿予約なら、日本最大級のYahoo!トラベル
先月のyahoo.co.jpの閲覧回数：10万回以上

<p>家族旅行におすすめプラン 大人も子供も楽しめる 夏休みにおすすめの充実プラン</p>	<p>早めの予約で得するプラン かしくく旅を楽しむなら 早得プランでお得な夏旅を計画</p>
<p>憧れの高級旅館 いつかは泊まってみたい 人気高級旅館をチェック</p>	<p>憧れの極上ホテル みんなが憧れる人気ホテル この夏必ず泊まりたいホテル特集</p>

引用：Yahoo!広告ヘルプ クイックリンクアセットの作成

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044733?language=ja>

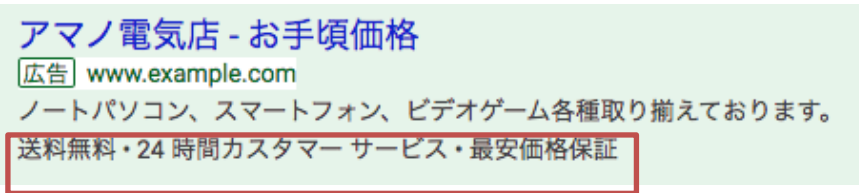
・コールアウトアセット (テキスト補足アセット)

広告見出しや説明文以外に補足で説明したい情報をテキストで表示することが出来るオプション機能です。テキスト表示のみで特定のページにリンクするなどの機能はありません。後ほど構造化スニペット(カテゴリ補足)アセットという、似たような広告表示オプションを解説しますが、それに比べ自由な内容を入れられるという点で、汎用性が非常に高い広告表示オプションであると言えます。

(Google 広告/Yahoo!広告の仕様)

テキスト (半角 25 文字) で構成されます。広告が表示される際の閲覧環境等に応じて、Google 広告の場合には最大 10 個まで表示されます。

コールアウトアセットの表示例 下記の枠部分

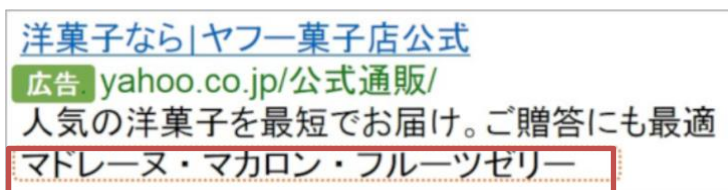


アマノ電気店 - お手頃価格
広告 www.example.com
ノートパソコン、スマートフォン、ビデオゲーム各種取り揃えております。
送料無料・24時間カスタマーサービス・最安価格保証

引用：Google 広告ヘルプ コールアウト アセットについて

<https://support.google.com/google-ads/answer/6079510>

テキスト補足アセットの表示例 下記の枠部分



洋菓子なら | ヤフー菓子店公式
広告 yahoo.co.jp/公式通販/
人気の洋菓子を最短でお届け。ご贈答にも最適
マドレーヌ・マカロン・フルーツゼリー

引用：Yahoo! 広告ヘルプ テキスト補足アセットの作成

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044851?language=ja>

・構造化スニペットアセット（カテゴリ補足アセット）

あらかじめ Google 広告や Yahoo! 広告が用意しているラベルにもとづいて、その詳細情報を記載する形で、自社の商品はサービスについて説明するための表示オプションです。ラベルについては、例えばコース、サービス、スタイル、タイプなどが用意されています。自社の商品やサービスについて詳細を説明するのに使用できそうなラベルを選択し、その具体的な内容を登録することで、特定の側面からの PR を行うことが可能になります。文字数や見え方などはコールアウト表示(テキスト補足)オプションに非常に近いですが、あらかじめ用意されたヘッダー、カテゴリに適していないと入れられず、それらに適していない場合には審査が下りないことも少なくありません。

(Google 広告の場合の仕様)

どの側面について説明を行うかについてヘッダーと呼ばれる項目から自社の商品やサービスに最適なものを選択します。そして、テキスト（半角 25 文字）で構成される説明文章を複数登録可能です。

構造化スニペットアセットの表示例 下記の枠部分

アマノ電気店 - フルサービス、フルサポート

広告 www.example.com

ノートパソコン、スマートフォン、ビデオゲーム各種取り揃えております。

サービス: 技術サポート、PC 廃棄、PC リサイクル、PC 修理

引用 : Google 広告ヘルプ 構造化スニペット アセットについて

<https://support.google.com/google-ads/answer/6280012>

(Yahoo!広告の場合の仕様)

補足カテゴリと呼ばれる項目から自社の商品やサービスを説明するのに最適なものを選択します。テキスト（半角 25 文字）で構成される説明文章を複数登録することができます。

カテゴリ補足アセットの表示例 下記の枠部分

洋菓子なら | ヤフー菓子店公式

広告 yahoo.co.jp/公式通販/

人気の洋菓子を最短でお届け。ご贈答にも最適

タイプ: ロールケーキ、マカロン、フルーツタルト

引用 : Yahoo!広告ヘルプ カテゴリ補足アセットの作成

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044620?language=ja>

・電話番号アセット

広告に電話番号を一緒に表示させることができます。ユーザーがその電話番号をクリックすることで、広告から直接電話をかけることができるようになります。

(Google 広告の場合の仕様)

広告に表示させる電話番号を登録します。通話の日時や時間、発信者の電話番号などのレポートを確認するかどうかの設定を行うことも可能です。

電話番号アセットの表示例 下記の枠部分



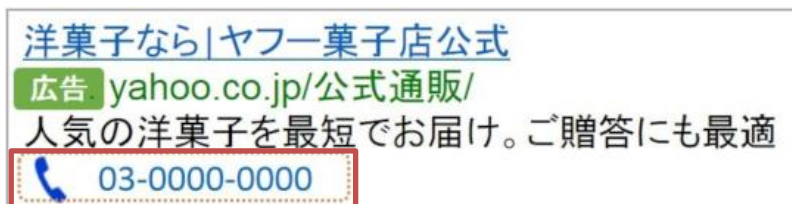
引用：Google 広告ヘルプ 電話番号 アセットについて

<https://support.google.com/google-ads/answer/2453991>

(Yahoo!広告の場合の仕様)

広告に表示させる電話番号を登録します。

電話番号アセットの表示例 下記の枠部分



引用：Yahoo!広告ヘルプ 電話番号アセットの作成

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045043?language=ja>

・画像アセット

検索広告に画像を表示させることができます。テキストのみでは伝えきれなかった内容を画像でイメージさせやすくなり、既存のテキストをより引き立たせることができます。

(Google 広告の場合の仕様)

広告文の右側に画像が表示されるようになります。なお、文字が入っている画像は基本的に審査が通らないことがほとんどですので、文字の入っていない画像を登録しましょう。

画像アセットの表示例 下記の枠部分

Ad - www.example.com

Order Delivery or Take Out - Browse Local Restaurants

Fast Delivery from Local Restaurants. No-contact Delivery. Customer Support. No Fees. Find Restaurants. Breakfast, Lunch and Dinner.



引用：Google 広告ヘルプ [検索キャンペーンの画像アセットについて](#)

(Yahoo!広告の場合の仕様)

基本仕様は Google 広告と同様です。ただ、登録可能数に上限(1,000 点まで)がありますのでその点のみ注意しましょう。

画像アセットの表示例 下記の枠部分

スポンサー

 <https://example.com>

【公式】〇〇トラベル - 沖縄県の人気ホテル情報が満載

ポイント最大10%還元！沖縄のツアーや旅行、ホテルの予約なら〇〇トラベル。



👤 アクセス数：100万回以上（先月）

引用：Yahoo!広告ヘルプ 画像アセットの作成

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000051555?language=ja>

・価格表示アセット（※）

現状では、Google 広告のみで設定可能な表示オプションです。商品やサービスについての価格に関する情報を表示することができます。

(Google 広告の場合の仕様)

価格表示オプションについては、ブランドごとの価格表示、商品ごとの価格表示、料金プランの提示など、価格情報をどのように表示させるかを選択することができます。また価格についても、最低価格、最高価格、平均価格など表示パターンを選択することも可能です。そしてヘッダー情報、価格情報や説明テキスト（半角 25 文字）、リンク先 URLなどを設定することが可能です。

価格表示オプションの表示例 下記の枠部分



引用：Google 広告ヘルプ 価格アセットについて

<https://support.google.com/google-ads/answer/7065415>

なお、広告表示オプションについては、表示する時間帯や曜日を個別に設定することが可能なものもあります。営業時間外では電話番号を表示させたくない、といったケースや、キャンペーン期間を過ぎたら、サイトリンク表示オプションは表示させたくないといったケースもあると思います。逆に、週末にかけてセールの商品の告知を行いたいということで、表示する曜日を設定したいということもあると思います。状況に応じて、時間帯や曜日の設定についても活用をしてみてください。

またこれらの広告表示オプションの中で、サイトリンク表示アセット（クイックリンクアセット）や電話番号表示アセット、価格表示アセットについては、クリックすることが可能で、特定のページに遷移したり、電話をかけたりといったアクションを取ることが可能です。検索広告はクリック課金ですが、これら広告表示オプションのクリックについても、同様にクリック課金の対象になります。予め設定している上限クリック単価の範囲内で、広告表示オプションがクリックされた場合には、広告がクリックされたときと同様にクリック課金として費用が発生する形になります。コールアウト表示アセット（テキスト補足アセット）や構造化スニペットアセット（カテゴリ補足アセット）については、単に表示するだけの表示オプションですので、クリック課金の対象ではありません。また設定

して表示することに対しても費用は発生しません。

また、登録できる広告表示オプションについては、Google 広告、Yahoo!広告いずれも下記の通りとなっており、実際に活用する際には、ほとんど上限を気にせず登録をして問題ないと思われます。複数登録しておくことで、自動的にクリック獲得はコンバージョン獲得につながりやすいものを表示するように最適化されますので、いろいろと試してみてください。

(Google 広告は下記の上限)

広告グループ単位の広告表示オプションはアカウントごとに 250,000 個まで
キャンペーン単位の広告表示オプションはアカウントごとに 50,000 個まで
広告グループ単位の広告表示オプションはキャンペーンごとに 10,000 個まで

<https://support.google.com/google-ads/answer/6372658?hl=ja>

(Yahoo!広告は画像アセットを除き上限なし)

<https://ads-help.yahoo.co.jp/yahoads/ss/article/detail?lan=ja&aid=1033#c04>

そして、広告配信において重要なポイントなのが、広告表示オプションを活用することで、広告の品質・掲載順位に影響があるという点です。広告で訴求する内容に応じて、活用できる表示オプションは積極的に活用することで、広告の品質が高くなる可能性があります。例えば、他社の広告主と同じ入札単価と品質の広告を配信している場合、自社の広告で広告表示オプションを登録していて、よりクリックにつながる、コンバージョンに貢献するなど効果が高いと判断されれば、他社の広告よりも上位に掲載されます。効率的な広告配信を行う上でも有効ですので、広告表示オプションについては、ぜひ設定を行ってみてください。

◆Google 広告ヘルプ [『アセットについて』](#)

I M A 研究所編

本資料の一部あるいは全部について、一般社団法人 IMA 研究所からの文書による許諾を得ずに、いかなる方法においても無断で複写、複製することは禁止します。