



**Mtame**

# 広告用語集

～基本編～

■ 制作著者: Mtame株式会社  
※無断転載禁ず



Specialized in:



Search ads





# 広告用語集 < 成果指標 >

## 表示回数

---

表示回数とは、広告が表示されたことを指し、インプレッションとも言います。

## クリック数

---

クリック数とは、表示された広告が実際にクリックされた回数のことを指し、1人が2回クリックした場合もクリック数は2となります。

## クリック率

---

クリック率とは、広告が表示された回数のうち広告がクリックされた頻度を示す割合です。CTRとも言い、**クリック率(CTR) = クリック数 ÷ 表示回数**で計算されます。キーワードや広告の成果を判断するのに役立ち、クリック率が高い広告は、ユーザーにとって有益で関連性が高い広告という意味になります。

## クリック単価

---

クリック単価とは、広告が1回クリックされた際にかかる費用のことで、CPC(Cost Per Click)とも言います。

## 平均掲載順位

---

ページに表示される広告の順序のことです。  
※自然検索との表示位置との関係性はありません。



# 広告用語集 < 成果指標 >

## コンバージョン

---

ウェブサイトの成果のことをコンバージョンと言います。

## 獲得数

---

コンバージョンの獲得数のことを指します。基本的にはWebサイト上でのお問い合わせなどの指標のことを言います。

## 獲得率

---

コンバージョンが起こった数を訪問数で割った値をコンバージョン率と言い、一般的にCVRと呼ばれます。

**コンバージョン率 = コンバージョン数 / 訪問数**

## 獲得単価

---

コンバージョン単価(CPA : Cost Per Aquisition)とは、顧客獲得単価とも言い、1回のコンバージョンを獲得するためにかけた費用のことです。

## 投資収益率 (ROI)

---

投資収益率とは、ROI(Return On Investment)の略で、費用に対する純利益の割合です。

個々の目標に対する広告掲載の実際の貢献度を示す最も重要な指標のひとつであり、広告の最適化、予算の調整、キーワードの最適化など掲載結果の向上にも役立ちます。

計算式は以下のようになります。

**投資収益率 = (収益 - 売上原価) / 売上原価**



# Google 広告に関する用語

## キャンペーン

---

アカウントの階層構造は、3階層で構成されています。  
キャンペーンの階層レベルでは、1日の予算設定、掲載先、入札戦略など、さまざまな設定をすることができます。キャンペーンはビジネスの商品やサービスの種類別、テーマごとに作成します。

## 広告グループ

---

アカウントの階層構造は、3階層で構成されています。  
広告グループの階層レベルでは、広告の作成(広告見出し、最終ページURL、広告文)や入札したいキーワードを設定をします。

## キーワード

---

設定しているキーワードを指します。様々な検索方式を組み合わせることで設定したキーワードに組み合わせた検索語句に対応する事ができます。

## 検索クエリ（検索語句）

---

検索クエリとは、ユーザーが検索した語句のことで、検索語句とも言われます。

## 検索方式

---

【完全一致】・・・指定したキーワードと完全に一致する語句や、その類似パターンに該当する語句を使った検索でのみ広告が掲載されます。

【フレーズ一致】・・・設定したキーワードと同じ語順で検索語句が入力される（表記のゆれを含む）場合、広告掲載対象となります。

【絞り込み部分一致】・・・順序にかかわらず、指定したキーワードが検索語句に含まれる（表記のゆれを含む、類義語は対象外）場合、広告掲載対象となります。

【部分一致】・・・デフォルトのマッチタイプで、類義語や関連性のある語句（表記のゆれを含む）なども広告掲載対象となるマッチタイプです。



**Mtime**

アキバの映画  
世の中をもう一回見よう!