１クリック１０００円？

高額アドセンスの真相

【著作権について】

本書は日本国の著作権法で保護されている著作物です。
本書の取り扱いには以下の点にご注意ください。

■ 本書の著作権は、新井　要輔にあります。

■ 上記の者の書面による許可なく、本書の一部または全部をあらゆるデータ著積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、レコーダーなど）により、複製、流用転用および記載、転売（オークション含む）する事を禁じます。
以上に記載した行為により著作権者が不利益を被ったと判断した場合、該当する行為を行った者に対し、著作権法等、関係法規に基づく手続きにより法的手段により損害賠償請求などを行う場合があることを御了承ください。

■　本書で取り上げられた情報は、作成された時点での著者の見解であります。

【免責事項】
本書の著者は、これまでの経験をもとにノウハウをまとめたものであり、
全ての読者の利益を保証するものではありません。

状況の変化に応じて、著者は、このレポートで表示した見解とは異なる見解を新しい変化に応じての表現を行う権利を有しています。

また、法律、その他の分野に関しての専門的なアドバイスを与えかねること、利益や特定の目的に対する適合性を保障しかねること、本書を使用することによって生じた、いかなる結果に対しても責任を負わないことも御了承ください。

すいません(^^;

さすがに、1クリック1000円を信じている人はあまりいないですよね？(^^;

Adwords 見積もりツールでアドセンスの高額キーワードを調べたら、
1クリック1000円もの高額キーワードがあった。

でも実際に利用してみたら、1クリック100円しかなかったーーー！

高額と言われている単価の、約1割が支払われる。

これが、よく聞く話ですね。

実は私も、

1クリック1000円って言われるキーワード知っているんです。

「レーシック」

これ御見積りツールでは 1000円～1400円になります。

それじゃあ、実際に。

このキーワードを使って。

アドセンスに広告主として広告を出稿してみます。

上限単価は、 30円で。

ま、、まぁ、

1000円と言われているキーワードが30円で表示されるワケがないですよね。

ものは試しってやつです。

こちら、その結果です。

広告掲載結果画面

広告グループ名	ステータス	デフォルトの単価 上限単価	クリック数	表示回数 ▼
レーシック30	一時停止中の広告グループ	¥1	5	5,940

表示回数 ▼	クリック率	平均 CPC	ご利用金額	平均掲載順位
5,940	0.08%	¥25	¥126	2.3

※これは実際の結果で、あなたでもできます。

横長になったので 2 行になってしまいました。

赤丸のとこ、みてみてください。

表示回数　30 円の広告費で表示された回数です。
平均 CPC　実際にクリックされた平均のクリック単価(広告費)です。
平均掲載順位　30 円なら、平均でこの順位で表示されるということです。

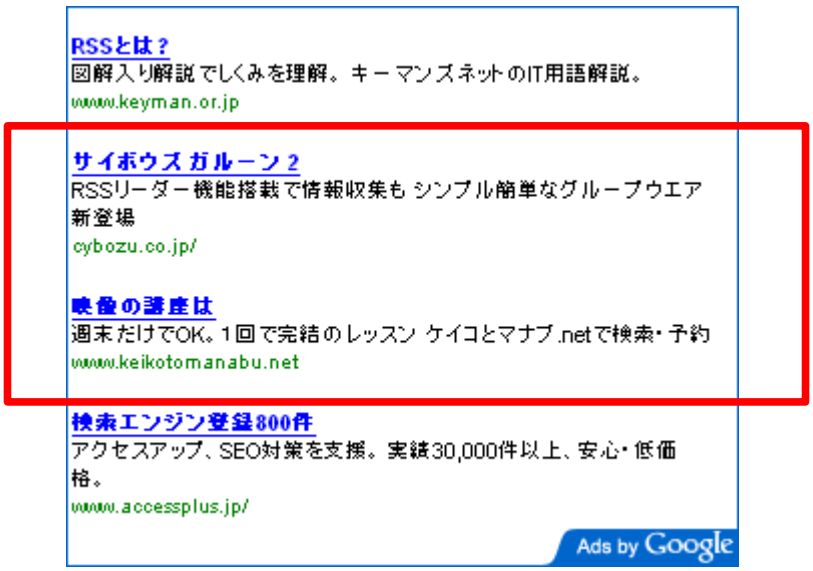
ありゃま、たった30円を使って、1 日で。

約6000回も表示されちゃいました。

しかも平均クリックは25円。

掲載順位が 2．3位ということは。

レンタグル大なら、



このあたりに表示されてしまうってことかな？

広告主である私が、1クリックに支払うのは25円なのですから。

さて・・・

アフィリエイターさんに支払われるのは、いくらですかね？

1クリック1000円といわれている高額キーワードなのに・・・

何故・・・？

こんにちは、新井　要輔 と申します。

本レポートをお読みくださり、誠にありがとうございます。

実は私は、インフォカートで『真アドセンスの法則』という商材を販売している者です。

このレポートでは、
真実を皆さんに知ってもらいたいために、
その商材の一部を大公開いたしました。

アドセンスは非常に高額な優良な媒体です。
正しい利用法で、皆さんの成果が上がることを祈っております。

まず、
アドセンス（Adsense）というのは、Google　Adwords が主催する広告の1つで、
ほとんどの方が目にされたことはあるとは思いますが、

まずは、実際に設置されているサイトの例をご紹介しておきます。

様々な個人サイトや、上記のようなニュースサイト。
至る所で目にする形式だと思います。

このアドセンスは、

広告内容が自動的にページ内容に関連した広告に切り替わることで
訪問者にクリックもされやすくなり、クリックされればどこよりも高額。

実に、利用価値の高い広告媒体となっています。

そしてあまりに高額な報酬の為に、起業家やアフィリエイターの的ともなり
色々なツールやノウハウ・情報サイトなど非常に多く存在しています。

世界に誇る Google だからこそ、掲載主も多く、広告主も多く、利用価値があり
高額な広告システムが実現されるわけですね。

ただ、

アドセンスの広告が全て高額なわけではありません。

１クリック１００円のものあれば、
１クリック２円しかもらえないものもあります。

それを決める単位は、ご存知「キーワード」になります。

１つのキーワードに多くの広告主が競合すると
広告単価の吊り上げ競争になり、
高額な単価のキーワード（広告）が生まれる。

これが、高額キーワードの仕組みです。

Adwords には、キーワードの単価を調べるツールとして
御見積りツールというものが公開されています。

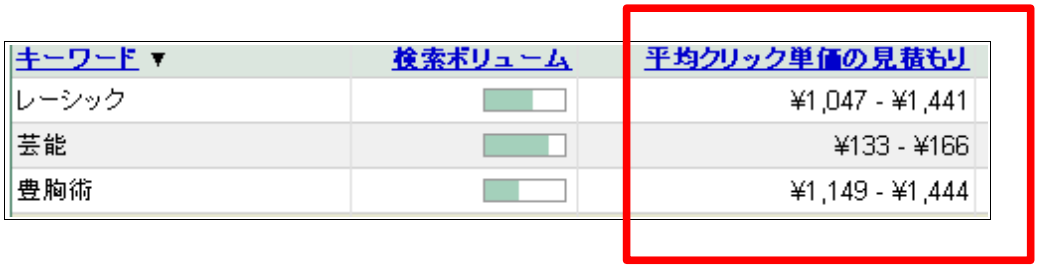
無料で、誰でも使えるツールですね。

ちょと試してみますね。

「レーシック」
「豊胸術」
「芸能」

という3つのキーワードを調べた結果です。

見積り結果画面



キーワード ▼	検索ボリューム	平均クリック単価の見積もり
レーシック		¥1,047 - ¥1,441
芸能		¥133 - ¥166
豊胸術		¥1,149 - ¥1,444

このツールの結果の１項目にある「平均クリック単価の見積もり」

これは、このキーワードで広告を掲載した場合に掛かる、
広告主の１クリック当たりの費用を表しています。

「レーシック」は、

１クリック １０００円−１４００円

２５円にはなってませんねぇ。

現在では、このツールを使って集めた高額キーワードの情報を元に
ツールやノウハウとして公開・販売したり、キーワード集として配布したり、
数多くの情報と有料商材がみられるのが現状です。

そして、
ここで表示されている価格は、「広告主」が支払う費用です。

実際には、１０００円とツールで表示されているキーワードを使って
１クリック１００円をもらえた。

アドセンスは、１クリックの報酬は、広告主の費用の 10%−20%が通常。

そういう話をききます。

さて、ここで広告を出稿する側の Adwrods について少しお話します。

Adwords には、アドセンスだけでなく
大きく分けて、**2つの広告タイプ**が存在するんです。

こちらをご覧ください。Adwrods に広告を出稿する時の画面の一部です。

Adwords では、この2つの広告タイプ

Google と検索ネットワーク
コンテンツネットワーク

にわけて管理されています。

Google と検索ネットワーク

これは、Google 検索エンジンの検索結果に表示される広告のことを表します。

このように、検索結果の上部であったり、右サイドに表示される広告ですね。

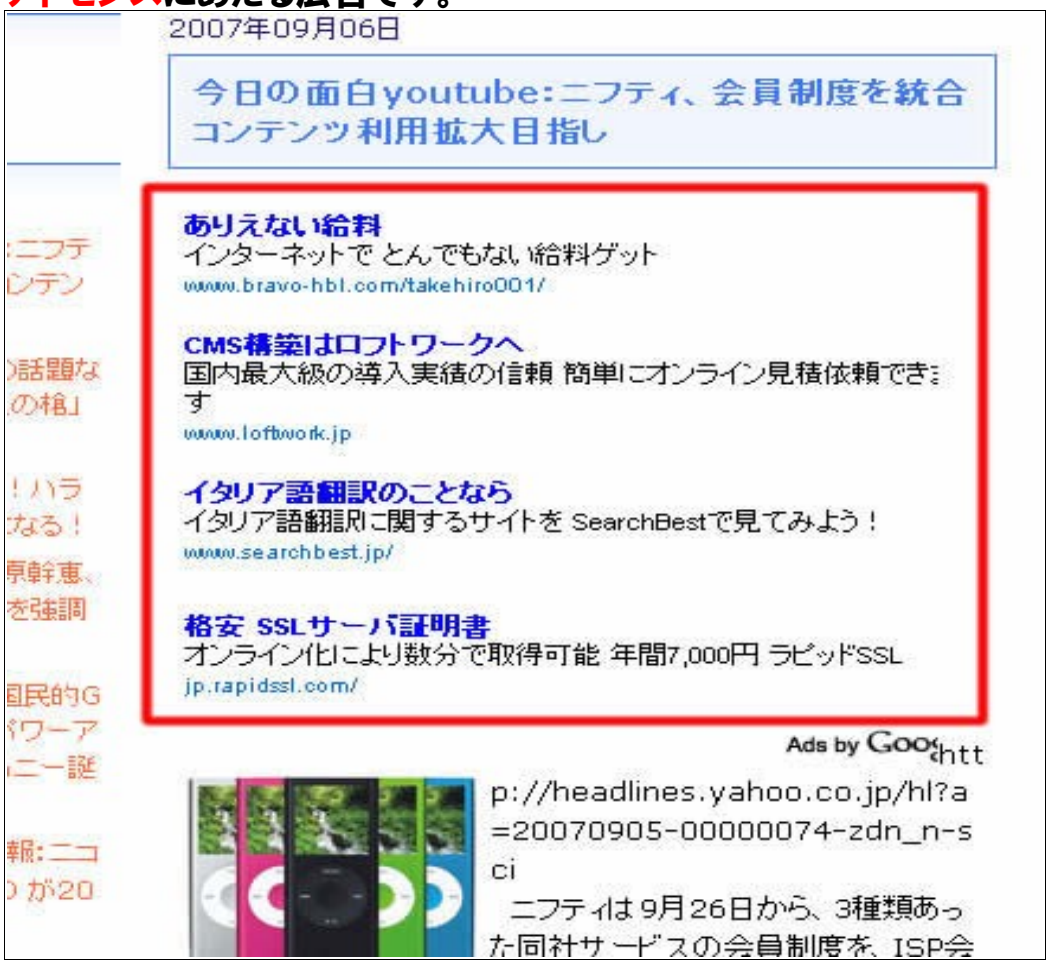
Google 検索エンジンを使用して、検索を行った際に
その検索したキーワードの広告が表示されます。

この広告は、検索エンジン対策を行って検索結果１位に表示されている
サイトよりもさらに上に表示されます。
そして、Google の TOP で掲載している広告。

その信頼から大きな成約効果があり、
一時期はこの広告を狙ったノウハウがいくつもみられました。

コンテンツネットワーク

これがアドセンスにあたる広告です。



このように、ニュースやあなたのサイトに表示される広告です。

広告の表示タイプもいくつもあり、
横長ものや画像つきなど多くのスタイルを選んで利用することが出来ます。

サイトの内容に合わせて広告表示に利用されるキーワードは変わります。

この2つの広告の違いを判りやすくまとめてみました。

広告の表示回数

検索エンジン	アドセンス
キーワードの検索利用数が影響	アドセンス利用サイト数とページビュー数 サイトでのキーワード利用頻度が影響 サイト内のアドセンス設置数も影響

広告の表示位置

検索エンジン	アドセンス
Google 検索エンジンの TOP 又はサイド	個人利用サイトも含む利用者のサイト ※キーワードターゲットの場合は、表示先サイト、表示位置は広告主は選べません。

キーワードのマッチ

検索エンジン	アドセンス
利用者が自分で指定したキーワード	サイトでのキーワード利用状況を Adwords が自動で判断したもの サイト訪問の理由もマチマチ

広告の成約率

検索エンジン	アドセンス
高い	低い

違いが判っていただけますでしょうか？

Google に表示されるのと、あなたのサイトに表示される違いだけでも大きいですが
表示されるタイミングや回数。
そしてそのキーワードへの意志の強さも全然違うことが判っていただけると思います。

これを見て。

どちらが良質な広告と思いますか？

ま、まぁ、言うまでもなく、

Google 検索エンジンに表示される広告のほうが良質ですよね。

片や天下の Google 検索エンジンに表示される広告

と

そして、あなたのサイトに表示される広告。

比べるまでも無いですよね。

じゃあ、

２つの広告の広告の単価は・・・どうなるの？

私なら。

Google 検索エンジンに表示させる広告費とおなじ単価で
あなたのサイトに表示される広告を依頼はしませんね。。。スイマセン(￣￣;

成約率も違えば、表示回数も表示位置も、見る人の意志の強さも違う2つの広告。

Adwords 自身が２つのタイプに分けている通り。

検索エンジンへの広告とアドセンス広告は

全く別の広告媒体ということです。

そして Adwords はヘルプでこういっています。

Content bids を有効にしない場合でも、コンテンツ ネットワークのクリックと検索ネットワークのクリックに同じ単価が適用されることはありません。 Google の高性能課金システムでは、検索クリックと有効性を比較して、キーワード ターゲット広告の Content bids を自動的に調整しています。
https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=9562

ちょっと難しい言い方をしていますが、
判りやすく言うと、

検索エンジンの広告とアドセンスの広告では、同じ広告費にならないように
Adwords が自動的に単価を引き下げている。

そういうことが書かれています。

まぁ、同じ価値はないし、当然ですよね。

あれ・・？

でも、ちょっと思い出してみてください。

先ほどご紹介した、御見積りツール。

広告の単価を調べるツールでしたけど・・・

単価の欄は１つしかありませんでしたよね。

はて。

どちらの単価を表示しているのでしょうか？

先ほどご紹介した Adwords 御見積りツール。

Adwords を利用する時のキーワード単位に掛かる費用の見積もりを行うツールです。

これにより、

キーワード 1 クリックがいくらなのか。
一日でいくらの広告費がかかるのか。

調べることができる、広告主用のツールです。

先ほどの見積もり結果画面の全てです。

キーワード ▼	検索ボリューム	平均クリック単価の見積もり	広告の予測掲載順位	1 日あたりの予測クリック数	1 日の予測費用
レーシック		¥1,047 - ¥1,441	1 - 3	56 - 76	¥59,000 - ¥110,000
芸能		¥133 - ¥166	1 - 3	86 - 108	¥12,000 - ¥18,000
豊胸術		¥1,149 - ¥1,444	1 - 3	2	¥2,000 - ¥3,000
検索ネットワークの合計		**¥469 - ¥632**	**1 - 3**	**144 - 186**	**¥73,000 - ¥131,000**

項目を全て挙げて見ますね。

キーワード
検索ボリューム
平均クリック単価の見積もり
広告の予測掲載順位
1 日あたりの予測クリック数
1 日の予測費用

という項目になります。

実際に見て頂ければわかりますが、キーワードの単価の項目は 1 つだけです。

さて、このツールが示している単価とは、

検索エンジンへの広告の単価なのか
アドセンスへの広告単価なのか

どちらでしょうか？

Adwords のヘルプにある一文で紹介しますね。

見積もりは検索ネットワーク (Google および検索パートナー) に関してのみ行われ、コンテンツ ネットワークでの広告へのクリック数は含まれません。
https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=27331
（3項目目）

想像することでもたやすく出せる回答ではありますが、

御見積りツールに使われているクリック情報は、
検索エンジンの広告のもの。

と書いてあります。

そして、アドセンスの広告単価は、

Adwords によって自動的に引き下げられるわけですから

御見積りツールで表示されている広告単価は、
そもそもアドセンスには適用されない単価である。

ということがわかりますよね。

実際に1000円というツールでの結果がでても

それは検索エンジンへの広告費であって
アドセンスの場合は、そこから単価が下げられて、
さらに報酬としての歩合分だけが支払われる。

ということになります。

だから1000円の見積もり単価でも、
実際は 1 クリック100円しかもらえないことがあり
これは決して Adwords が広告費の 10%しか払わないからではない。

殿様商売しているわけではないんですね。
正直、少しほっとしました(^^;

では、

そもそもこの全く違う性質を持った2つの広告を

1つのツールを使って両方の高額な単価を導き出せるものなのでしょうか。

片方は
天下の google のページ TOP に表示される広告です。
Google で行われている広告というだけで信頼も上がります。
しかも表示されるのは、利用者が自分で入力したキーワードで広告が表示されます。

成約は当然上がりますよね。

そしてアドセンスは、
どこのサイトのどの部分に表示されるかもわからない広告。
さらには、訪問者の経緯すら不明です。

例えて言うならば、

全国新聞 1 面の TOP 広告と
地方新聞のちらし広告

ぐらいの差があるかもしれません。

全国紙 TOP の高額キーワードを調べて
地方新聞のちらし広告の高額キーワードとして利用する・・・？

コレ・・・か・・・可能ですかね？(￣￣;

そして、実際に起きているのが、

1000円という高額キーワードに上限30円の広告を出しても
十二分に表示される事実。

実は、そこには、もう1つ別の要因が関係してきます。

また、Adwrods のヘルプを抜粋してみます。
https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=6111

検索ネットワークでのキーワード ターゲット広告の広告ランク

検索結果ページでのキーワード ターゲット広告の掲載順位は、一致キーワードのクリック単価と品質スコアに基づいて決定されます。

広告ランク = 上限クリック単価 × 品質スコア

コンテンツ ネットワークでのキーワード ターゲット広告の広告ランク

キーワード ターゲット広告のコンテンツ ページでの掲載順位は、広告グループの Content bids と品質スコアに基づいて決定されます。Content bids が有効になっていない場合は、各キーワードに設定された上限クリック単価の平均が使用されます。キーワード単位のクリック単価が設定されていない場合は、広告グループ単位の上限単価が使用されます。

広告ランク = Content bids×品質スコア

これは2つの広告が、それぞれ広告の掲載順位を決める為の式です。

検索エンジンの広告表示には、入札上限単価が影響しているのですが
アドセンスには入札上限単価が計算式に直接影響していないんですね。

検索エンジンへの広告では、単価が掲載順位に直結しますので
価格の吊り上げ競争がおこりやすい。

ところが、アドセンスは、
そもそも成約も表示先もわからず、単価を上げても直接は表示に影響しない。
値上げ競争する価値は低いですよね。

広告媒体が違えば、システムも違って当然ということですね。

これで、

Adwords には、2つの広告があり、それぞれ

単価が違う
広告としての質も表示回数・タイミングも違う

さらには、

表示順を決めるシステムも違う。

わかりますよね。

検索エンジンへの広告と
アドセンスの広告は

全く別の広告媒体

ということ。

そして、表示に関する順序も違うことで、
広告主の競合の仕方も変わる。

それほどの違いのある広告なんです。

検索エンジンへの広告用の御見積りツールを使って
アドセンスの単価を調べるということは

Google 検索ページとあなたのサイトを、同じ物差しで計っている。

ということなんです。

全くタイプの違う広告の高額単価のキーワードを調べて
そのまま別の広告へ適用しても

意味がないのです。

そして、

それが実際に、「レーシック」という広告では現れています。

さらには、
間違った単価の知識の上で検討された、価格の変動の考え方も
当然正しくないものが多くなります。

これを機会に、是非、

周りに左右されることなく、

ご自分の考え方で、

本当にアドセンスを有効に活用する方法を考えてみてください(￣￣

利用価値の高いアドセンスだからこそ、
本当に良い結果に繋がるように
心より願っております。

最後までお読みいただきありがとうございました。

新井　要輔