

**Web広告の掲載は”オークション”で決まる！  
考え方と仕組みを解説**

# Web広告 オークションの考え方と仕組み

---

1	はじめに	… P3
2	一般的なオークション	… P4
3	Web広告におけるオークション	… P5
4	Web広告のオークションの比較基準	… P6
5	広告が表示されるまでの流れ	… P11
6	Web広告のオークションのポイント	… P12
7	まとめ	… P13
8	会社紹介	… P14

---

---

# Web広告の掲載は オークションで決まる

---

Web広告は広告枠の数が限られており、その広告枠に自社の広告を掲載したい広告主がたくさんいます。**広告表示機会が発生するたびに瞬時に「オークション」が行われ、どの広告が掲載されるかが選ばれる仕組みになっています。**特に初心者には理解しづらい「オークション」について、考え方と仕組みを解説します。

## 提示額で購入権が決まる

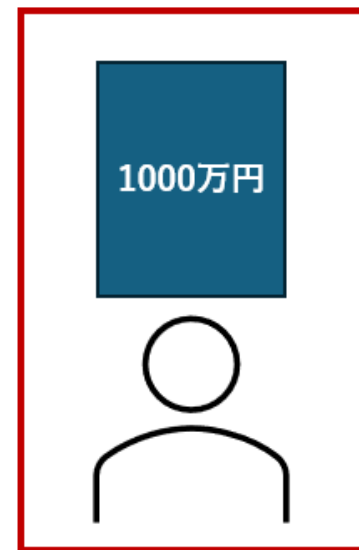
そもそもオークションとは限られた数の商品に多くの購入希望者がいる場合に最も高値で買う人に商品を売る仕組みのことです。購入希望者が購入希望額を提示していき、**”オークションが終了した時点で最も高い値段を提示していた人”**に購入する権利が与えられます。



### 一般的なオークション

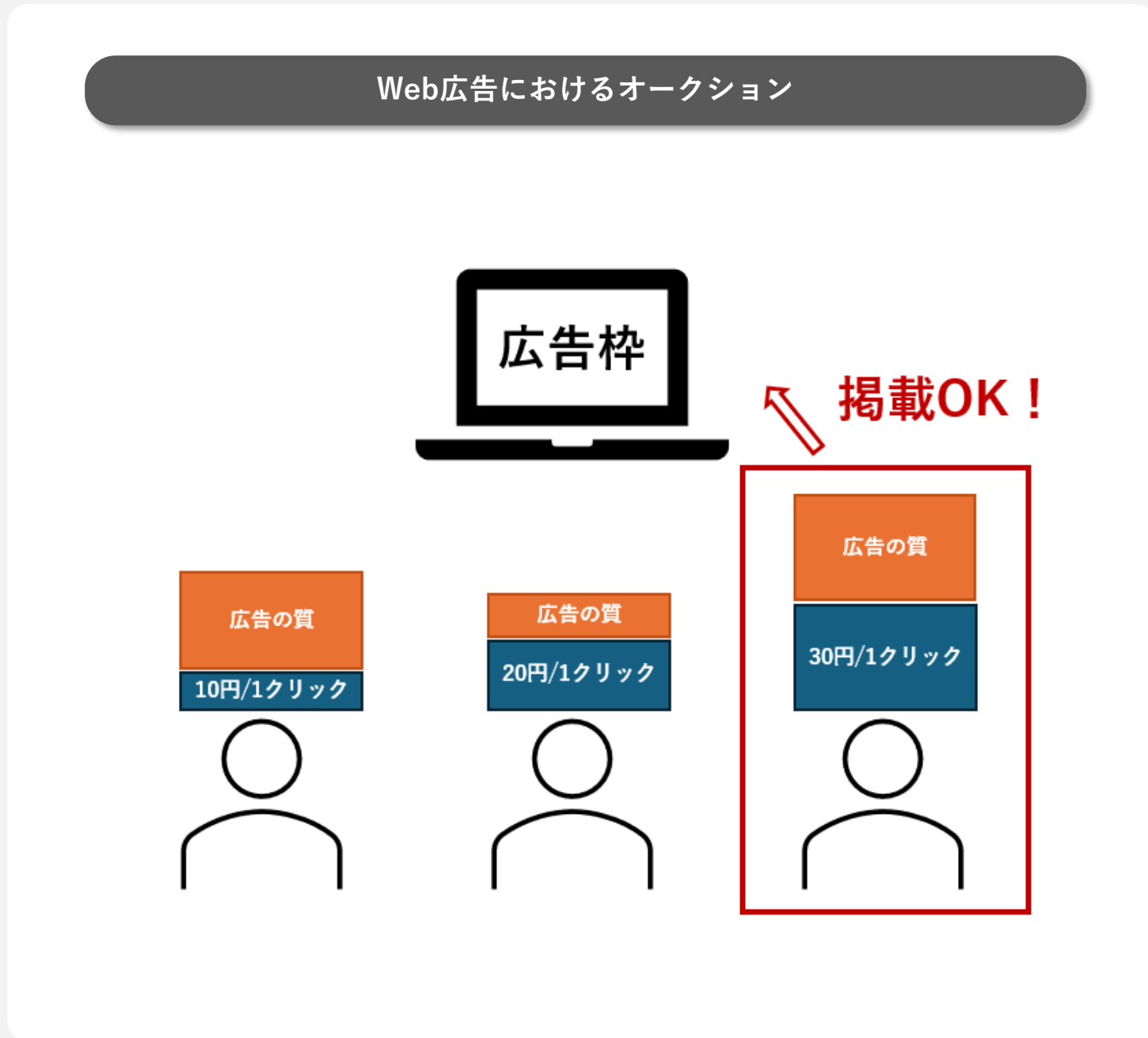


購入OK!



## 広告の質で掲載権が決まる

Web広告は広告枠の数が限られており、その広告枠に自社の広告を掲載したい広告主がたくさんいます。**”広告の質など複数の要素から算出されるスコアが最も高い広告主”**に掲載する権利が与えられるのが、Web広告のオークションです。**このスコアの算出に入札額（≒購入希望額）が関わります。**

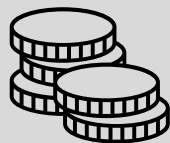


## Web広告のオークションの比較基準

オークション時の広告の比較基準は媒体によって異なります。

例えば、**Google**では下記の5つの要素が計算されます。5つ全てを考慮した結果「最終的に最も優れている（＝スコアが高い）広告」が「オークションにおける競争力がある」と判断され、掲載される仕組みです。

### ①入札単価



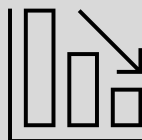
### ②広告の品質



### ③広告フォーマットの効果



### ④広告ランクの下限値



### ⑤広告のコンテキスト



### ①入札単価



広告主が**広告を入稿する際に設定する金額**です。

「クリック1回」や「広告表示1,000回」など、**目的が達成されるたびに支払う額を指定しておきます。**

入札単価は、**5つの要素のうちで唯一広告主が直接調整できるものです。**

金額を高く設定すればするほど全体のスコアが上がり、**広告が表示されやすくなります。**

ただし、他の4つの要素が優れていなければその限りではありません。

## ②広告の品質



広告とそのリンク先となるサイトが**ユーザーのニーズにどれだけの確に沿っているか**、また**ユーザーにとって有用な広告であるかを1~10で表したスコア**です。

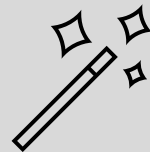
「品質スコア」とよばれ、推定クリック率・広告文の関連性・ランディングページの利便性から算出されます。

品質スコアについては[こちら](#)の記事で詳しく解説しています。

※プライムナンバーズのブログに遷移します。



### ③広告フォーマットの効果

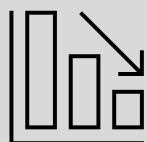


アセットとは**広告に含まれる店の電話番号やサイト内の特定のページ（例：商品情報ページ）などの追加情報**のことです。**これらと広告の関連性が高いほど有用な広告であるとみなされ、スコアが高くなります。**

電話による問い合わせが欲しい場合や広告を見た人に訪れてほしいページがある場合は  
広告にアセットとして追加するようにしましょう。

オークションが有利になるだけでなく、広告の情報が充実しクリックされる可能性が高まります。

#### ④ 広告ランクの下限値



常に質の高い広告を表示できるようにGoogle側で定められている基準です。

**掲載順位ごとに最低限の品質基準があり、それを下回る広告は掲載されません。**

具体的にどのような基準かはわかりませんが、あくまで”掲載できる広告の最低ライン”であるため気にしすぎる必要はありません。

#### ⑤ 広告のコンテキスト



オークション時には広告の品質そのものだけでなく、**「広告の表示対象となるユーザーがどのような状況におかれているか」ということも考慮されます。**

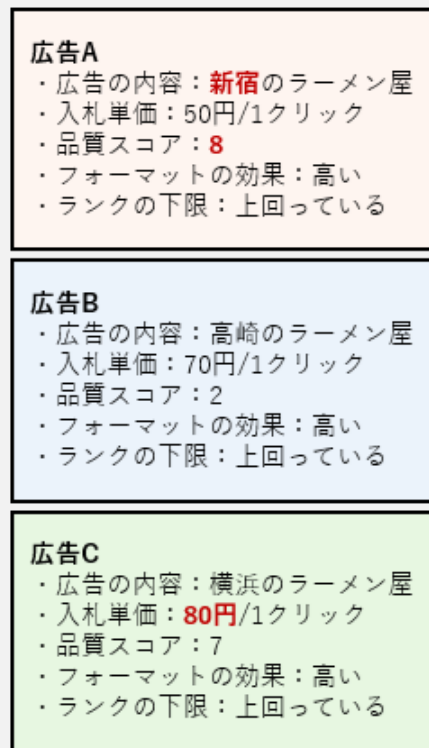
例えばユーザーの所在地・使用しているデバイス・時刻・同じページに表示される他の広告などが影響します。

# ／ 広告が表示されるまでの流れ

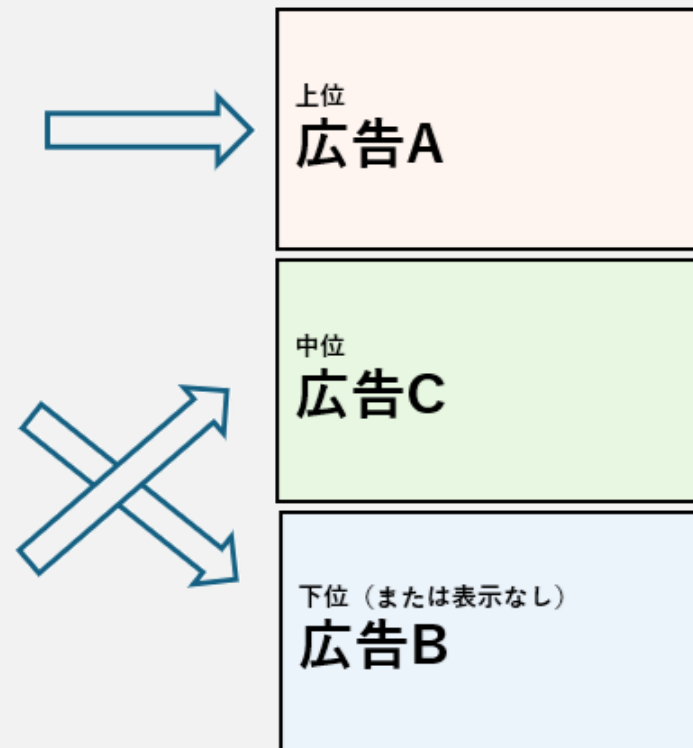
## ①ユーザーが検索



## ②瞬時にオークション



## ③広告が表示される



※あくまで例です。図のと通りの掲載になるわけではありません。

## 広告の“質”を重視する

入札単価は広告主が意図的に設定できます。金額を高く設定すればするほど上位表示される可能性は高まります。

しかし、**その他の項目は広告の質やユーザーの状況によって大きく左右されます。**

たとえ競合が高額な入札額を設定していたとしても、金額以外の質が高ければオークションに勝てる可能性があります。**質の高い広告を作成すれば、広告費用を安く抑えつつ競合より上位に表示できるかもしれません。**

### 広告の質や入札額は定期的に見直すべし

検索が行われたりWebサイトが開かれたりするたびにオークションが発生するため、順位の頻繁な変動もありえます。一度上位に表示されたからといって、その順位をずっとキープできるとは限りません。

常に上位に表示させたいければ、**広告の質や入札額の定期的な見直しが必要です。**



## オークションに必要なのは お金だけではない

Web広告におけるオークションは一般的なオークションとは異なり、

**「高額なお金を出せば良いわけではない」**

という点が非常に重要です。

表示順位が低いからといって入札額ばかり引き上げるのではなく、広告の質に問題がないか、ユーザーのニーズを満たす広告であるかなども必ず確認するようにしましょう。

困ったときはプライムナンバーズへ

### 無料相談受付中！

広告の上位表示をなかなか保てない…

広告を修正する時間がない・プロにお任せしたい！

という方は下記のリンクよりプライムナンバーズにご連絡ください。

広告運用のプロが貴社の広告の課題を見極め、成果の改善をお手伝いいたします。

お気軽に  
ご相談ください

### 無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>



# 会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供します。

社名 プライムナンバーズ株式会社  
PRIME NUMBERS

所在地 〒163-1107  
東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階

電話番号 03 - 6276 - 0568

資本金 5,000,000円

代表者 小林 大輔

設立 2012年10月3日

**無料相談はこちら**

<https://primenumbers.co.jp/>

**広告運用サービスのご案内資料はこちら**

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

**Web制作サービスのご案内資料はこちら**

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>