

GoogleTM

AdSense ガイドブック

Contents

Section 1	AdSense（アドセンス）とは	1
Section 2	AdSenseをはじめよう！	7
Section 3	ページに AdSense 広告を貼ろう！	13
Section 4	パフォーマンスをトラッキングしよう！	19
Section 5	AdSense のプログラムポリシーについて	27
Section 6	お支払の方法について	31
Section 7	ウェブサイトを最適化しよう！	37
Section 8	AdSense をご利用いただいているサイト運営者様の事例紹介	47

このガイドブックをさらに活用いただくために

Google AdSense 公式ブログ「Inside AdSense」に、この冊子内でご紹介する参照 URL を一覧にまとめたページを設けました。本書と併せてご利用いただければ幸いです。

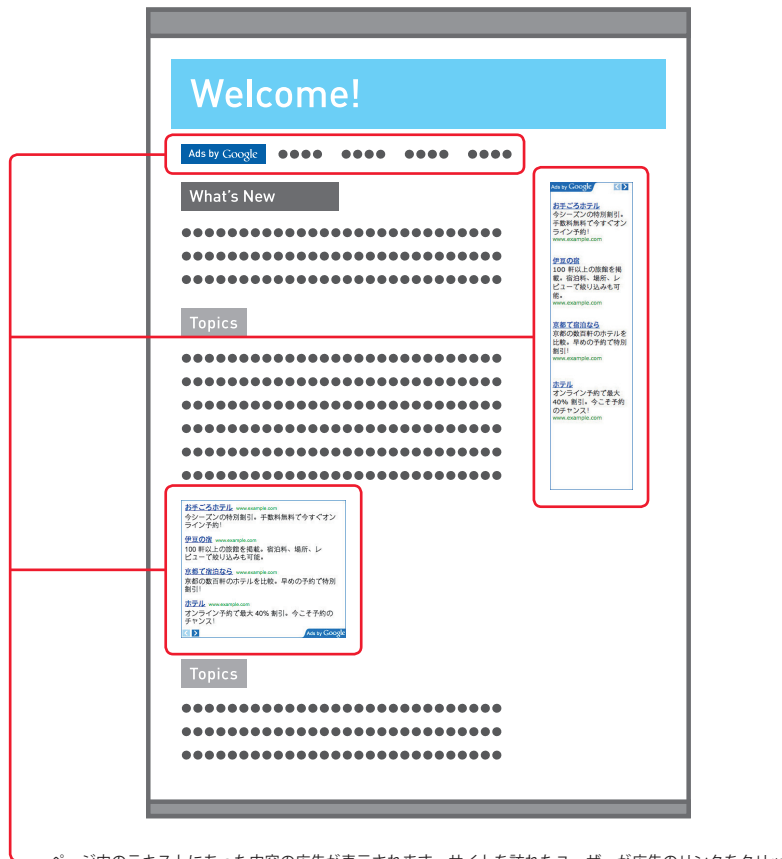
1. adsense-ja.blogspot.com へアクセスします。
2. 右ナビゲーションの [ガイドブック] をクリックします。

Google AdSense チーム

Section 1

AdSense（アドセンス）とは？

Google AdSense™ はウェブサイト運営者様のための広告プログラムです。このプログラムでは、各ウェブサイトにおける検索結果や、ページ内のコンテンツに正確にターゲットを絞った広告が自動的に配信され、広告がクリックされた回数に応じてサイト運営者様に料金が支払われます。サイト運営者様にはオンラインでお申し込みいただき、Google により参加が承認されると、世界的に有名な大企業から地元の企業まで、Google の多岐に渡る検索広告主のネットワークにすぐにアクセスすることができます。広告主を探す手間も費用もかからないのが AdSense です。サイト運営費用の捻出、ブログのためのデジタルカメラ購入費用の捻出などに、AdSense は広く利用されています。



ページ内のテキストにあった内容の広告が表示されます。サイトを訪れたユーザーが広告のリンクをクリックすることで、サイト運営者に収益が発生します。

AdSense には 4 種類のサイト運営者様向け広告プロダクトがあります。

• コンテンツ向け AdSense

サイト運営者様のウェブサイトのコンテンツを自動的にクロールし、そのウェブサイトのコンテンツと合った広告を自動的に配信するサービスです。ページの内容に関連性のある広告が表示されますので、ウェブサイトを訪問したユーザーにも、有益な情報を提供できます。ユーザーがその広告をクリックすることで、サイト運営者様は収益を得ることができます。AdSense の中でも一番ベーシックな広告プロダクトです。このガイドでは、この広告プロダクトを中心に紹介してまいります。

• 検索向け AdSense

サイト運営者様のウェブサイトに設置する検索ボックスです。その検索結果に表示される広告のクリックに基づきサイト運営者様は収益を得ることができます。

• モバイルコンテンツ向け AdSense

コンテンツ向け AdSense のモバイルサイト向け広告プロダクトです。モバイルサイトの収益化を可能にします。

• モバイルアプリケーション向け AdSense

iPhone および Android を搭載したスマートフォンで利用されるアプリケーション上に、広告を自動的に配信するサービスです。アプリケーションに関連したテキスト広告やイメージ広告が表示されます。

• フィード向け AdSense

お客様の RSS など、フィードの記事内に関連性の高いテキスト広告とイメージ広告を表示して収益を得ることができるサービスです。

[参加するための条件]

Google のプログラムポリシーに沿ったウェブサイトをお持ちのサイト運営者様であれば、どなたでも参加できます (ただしウェブサイトを設置しているプロバイダー様、またはホスティング会社様の利用条件をよく確認してください。収益を目的としたウェブサイトの公開を禁止している場合があります)。

[表示される広告]

AdSense で表示される広告は、Google が運営する広告主向けプログラム「AdWords」に参加している広告主様から入稿されたものです。Google 独自の技術により、数多くの広告の中からそれぞれのコンテンツに適した広告が自動的に選ばれて表示されます。

[サイト運営者様が得る収益]

AdSense を通じて表示された広告がクリックされるたびに、AdWords の広告主様から支払われた金額の一部がサイト運営者様の収益としてカウントされます。AdWords 広告の入稿はオークション形式で行われるため、その単価は関連するキーワードや商品の競争率などにより上下します。

今すぐ申込手続きをして、サイト運営者様のウェブサイトでそのパフォーマンスを体験することが、収益額がどれほどになるかを知る最も簡単な方法です。もちろんサイト運営者様のウェブサイトが魅力的なコンテンツを取り揃え、競争率の高い広告に関連する内容であるほど、より高い収益を得られる可能性は高くなります。

[収益の支払方法]

サイト運営者様の収益は、一定の金額に達すると「銀行口座振込 (電子決済)」または「小切手」により支払われます。どちらの方法も自由に選択できます。

[よくある質問]

Q. どんな広告が出てくるのかわからないので不安なのですが

A. AdSense は、その独自の技術によりサイト運営者様のウェブサイトの内容に適した関連広告を自動的に表示します。例えば旅行に関するウェブサイトであれば、その渡航先のホテルやツアーを紹介する広告、また自動車に関連したウェブサイトであれば、カーライフをより便利に豊かにするためのアクセサリや自動車保険のご紹介など、実際にページを訪れている訪問者にとって有益な広告が表示されるため、ユーザーの満足度を高めることを目的としています。

またサイト運営者様のサイト運営費の一部として、AdSense 広告を導入いただくことは広く一般にご利用いただいている有効な手段となっています。サイト運営者様の意思で競合、あるいは好ましく無いと思われる広告主様の広告に関しては、URL 単位でブロックするフィルタ機能、カテゴリーでブロックするカテゴリ フィルタ機能も装備していますのでご安心ください。

Q. ページのデザインに合わない広告は貼りたくないのですが

A. AdSense では、広告ユニットのデザインも多彩に用意しており、サイト運営者様に自由に選んでいただくことができます。大きなスペースを埋める大型の広告ユニットから、わずかな隙間にも設置できるリンクユニットまで多岐にわたるフォーマットが準備されています。またそのカラーデザインは自由にカスタマイズすることができるので、様々なニーズに対応することが可能です。

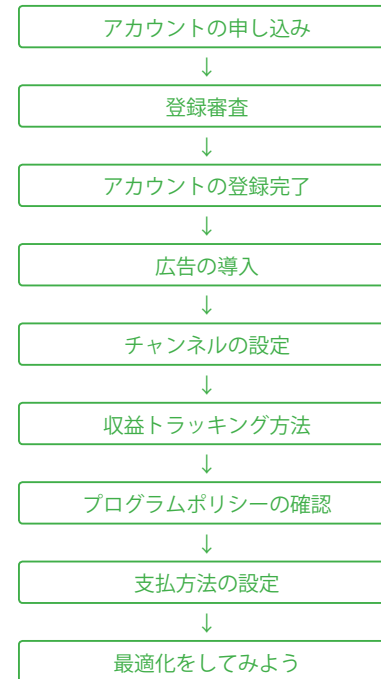
Q. 誰でも簡単に広告を貼ることができますか？

A. AdSense の管理画面では、広告のフォーマットやデザインをステップバイステップで画面上で確認しながら選択できます。最後にその広告のソースコードが表示されるので、それをサイト運営者様のウェブサイトのソースにコピー & ペーストするだけで作業は完了です。簡単なウェブサイト制作の知識があればどなたでもすぐに設置できます。

またプロバイダーにより提供されているブログ用テンプレートなどでも、そのソースコードをカスタマイズしてデザインの変更が可能な仕組みになっていれば、AdSense のコードを貼り付けることは可能です。

こちらでは、AdSenseをはじめてお使いになる方、また既にご利用いただいているサイト運営者様にも、AdSense 活用のヒントとノウハウをご紹介します。

AdSense ご利用の流れ



Section 2

AdSenseをはじめよう！

・ AdSense のアカウントをつくろう！

実際にウェブサイトへ AdSense を導入するため、アカウントを登録するまでのステップを紹介します。手続きはすべてオンラインで完了しますので、どなたでも簡単に申し込むことができます。

・ アカウント作成の流れ

[Step 1] サイトから申し込み

AdSense のトップページにアクセスし、「ご登録」をクリックします。

www.google.co.jp/ads/adsense-apply

[Step 2] サイト運営者様情報の入力

お申込に必要なサイト運営者様の情報を入力します。法人(ビジネス)で AdSense にお申し込み頂く場合は、お支払い受取人の名前の欄に会社の正式名称を記入し、連絡先の名前の欄に担当者様の氏名をご入力ください。個人でお申し込みの場合は、お支払い受取人の名前の欄に氏名をご記入ください。どちらの場合も、このお支払い受取人の名前が銀行口座の名義と一致していることをご確認ください。

〈ご連絡先の記入例〉

連絡先

アカウントの種類:

国または地域:

重要 - お支払いは次の住所宛に送られます。氏名、番地、ビルまたはマンション名および部屋番号、正確な室名、郵便番号、市区町村名など、お客様の住所に該当する欄はすべて記入してください。**氏名と住所の記入例**

現地言語での名前と住所 お客様の **PIN** とお支払いはこの宛先名、住所に郵送されます。

お支払い受取人の名前 (氏名) 氏名を入力してください

郵便番号: 郵便番号です

都道府県: 都道府県です

市区: 市、区、郡です

町村、番地: ビル、アパートマンションの名前、部屋番号、番地、町名を入力してください。住所1に収まらない場合は住所2を使用できます

〒227-0043
神奈川県
横浜市青葉区
藤ヶ丘3-3-15
アオバマンション 101
村上 美紀様

[Step 3] ログイン ID とパスワードの設定

入力が終わると、この画面でログイン ID とパスワードを設定します。既に AdWords や Gmail など Google のその他のサービスで使用しているメールアドレスがあれば、それを AdSense に利用することが可能です。

Google AdSense

お客様は次のアカウント情報を入力されました。

ウェブサイトの情報	
ウェブサイトの URL	
ウェブサイトの言語	日本語
アカウントの種類	個人
アカウントの種類	個人
国または地域	日本
連絡先	
受取人氏名	村上 美紀
国または地域	日本
郵便番号	神奈川県
都市名	横浜市青葉区
町村、番地	藤ヶ丘3-3-15
ビル/マンション名	アオパマンション 101
郵便番号	227-0943
電話番号	01-65-9999-9999
メールアドレス	サービスに関する重要なお知らせを受け取る。 定期的なニュースレターを受け取る。

Google AdSense を知ったきっかけは何ですか？ Google.co.jp の広告またはリンク
 続行する前に全ての情報を正しく入力して確認ください。
 お支払い/受取人の名前や国または地域は、今後変更できません。

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, Outlook, iGoogle などの Google サービスで使用しているメールアドレスとパスワード (Google アカウント) があります。

これらの他のサービスを利用していません。新しい Google アカウントを作成します。

AdSense の有効なログイン用メールアドレスを入力してください

メール: myname@example.com
 例: myname@example.com, これを持ってアカウントにログインします。

パスワード: *****
 8 文字以上を設定してください。 [?]

パスワードを再入力してください。

文字の確認: 画面に表示されている文字を入力してください。
 amesgdt

大文字と小文字は区別されません
 サービス利用規約 & プライバシーポリシー を表示。
 Google アカウントを作成するには、サービス利用規約に同意していただく必要があります。

戻る 次へ

[Step 4] サイトの審査

登録が完了すると、AdSense から以下のようなメールが届きます。なお登録審査には数日かかる場合があります。

Google AdSense をご利用いただきありがとうございます。

お客様の Google AdSense へのお申し込みが承認されました。アカウントを開始してコードをサイトに導入したと、お客様のサイトで Google 広告の掲載が開始されます。

ステップ 1: アカウントを開始する。
<https://www.google.com/adsense/hi1ja> にアクセスします。お申込みの際に申請されたメールアドレスとパスワードでお客様のアカウントにログインし、AdSense 利用規約に同意します。

ステップ 2: AdSense 用広告コードをお客様のウェブページに貼り付ける。
 [AdSense 設定] タブの手順に従って、広告コードをコピーしお客様のサイトに貼り付けると、Google 広告の掲載が開始されます。

ステップ 3: 結果を確認する。
 広告の掲載が開始された後は、お客様のアカウントのオンラインレポートで収益額をいつでも確認していただくことができます。お客様のウェブサイトで次の機能を使用されている場合は、AdSense での収益額を最大に増やさない場合がありますので、ご注意ください。

技術に関する詳細なガイドラインと、このプログラム用にサイトを最適化するためのヒントについては、次の URL をご覧ください。
<https://www.google.com/adsense/ga-tech/hi1ja>

重要事項:

- アカウントの収益が 50 ドルを超えたお客様には、指定された住所に個人情報番号 (PIN) を郵送いたします。Google でお支払いを行うには、この PIN を [アカウント情報] ページに入力していただく必要があります。その際も、広告を表示して収益を得ることができます。
- Google でお客様のサイトをまだクロールしていない場合は、関連性のある広告がしばらくの間掲載されないことがあります。その間は、英語の公共サービス広告が表示されます。
- ウェブサイトの運営者、またはサイトの運営者に依頼された第三者が、手動または口頭で不正なクリックを行った場合、アカウントは停止します。お客様のサイトに掲載された広告を意図せずクリックされたことは、ポリシーに違反するもので、どのような理由においても自分で広告をクリックしないでください。Google では、AdSense の記録をすべて確認しており、ポリシーに違反するサイト運営者のアカウントを無効にさせていただきます。詳細については、次の URL で Google AdSense 利用規約をご覧ください。
<https://www.google.com/adsense/legal/adsense/hi1ja>

不明な点や技術的な質問がございましたら、次の URL の AdSense サポートページをご覧ください。
<https://www.google.com/support/adsense/hi1ja>

AdSense サポート ページで質問の回答が見つからない場合は、adsense-ja@google.com までメールでお問い合わせください。

Google AdSense にご興味をお持ちいただきありがとうございます。Google では、お客様のウェブサイトの可能性を最大限に活用していただけるよう努力を怠りません。

今後ともよろしくお願いたします。

Google AdSense チーム

以上で申込手続は完了です。

なお、手続に関して分からないことがある場合、Inside AdSense 日本版公式ブログ、ヘルプセンターやヘルプフォーラムも活用しましょう。特にヘルプフォーラムでは、実際に AdSense を運用しているサイト運営者の皆様による活発な意見交換が行われています。

Inside AdSense 日本版公式ブログ：adsense-ja.blogspot.com

ヘルプセンター：

www.google.co.jp/support/adsense

ヘルプフォーラム：

www.google.co.jp/support/forum/p/adsense

Section 3

ページに AdSense 広告を貼ろう！

このコーナーでは実際に AdSense 広告を導入するまでの流れを説明します。

さらに広告導入後の効果測定に役立つカスタムチャネルの設定方法を紹介します。実際に AdSense を導入するためには、皆様のウェブサイトのソースコード（HTML コード）に手を加える必要があります。レンタルブログなどを使用している場合、提供元のプロバイダー様のヘルプや FAQ も同時にご確認ください。

・サイトに広告を表示させる

[Step 1]

登録したアカウントで AdSense へログインし、メニューバーより「広告の設定」をクリックします。選択されているプロダクトが「コンテンツ向け AdSense」の「広告ユニット」であることを確認し、「新しい広告ユニット」をクリックします。



[Step 2]

ウィザードに従い、広告ユニットの名前・サイズ・タイプ・デザイン・代替広告を決定します。



名前： 設定を後から変更する場合に広告ユニットを簡単に識別できるように、わかりやすい名前を付けます。この名前はコードに表示されますが、必要に応じて削除できます。

サイズ： 大きく幅の広い広告サイズを使用することをおすすめします。大きい方が成果が高くなる傾向にあります。たとえば、ブログを運用している場合は、サイドバーに [スカイスクレイパー]、個々の投稿の後に [レクタングル] を使用します。

利用できるサイズは下記 URL をご覧ください。

www.google.co.jp/adsense/AdFormats

タイプ： さまざまなタイプの広告が表示されるように、テキスト広告とイメージ/リッチメディア広告の両方を選択することをおすすめします。

デザイン： フォントや色を選択して、広告ユニットのスタイルをカスタマイズできます。最初の広告ユニットでは、デフォルト設定を使用することをおすすめします。デフォルト設定はさまざまな種類のサイトで効果が高いことが実証されています。もちろんサイトに合わせた配色を選ぶこともできます。また、フォントや角の丸い枠線を選ぶことも可能です。

代替広告： 「代替広告」とは、コンテンツに合致した広告が無い、あるいはまだクロールが完了しておらずコンテンツに合った広告が配信されない場合など、何らかの事情で広告が表示されない場合に、そのスペースへ表示するコンテンツを選ぶことができます。

[Step 3]

広告の成果を測るために「チャンネル」を設定します。この「チャンネル」を用いると、URL または設定等で広告ユニットをグループ化してそれぞれのトラッキングができます。



このチャンネルで以下のような角度から AdSense の効果を測ることができます。

- 複数の URL ごとの比較
- 同じページ内の広告ユニットごとの比較

チャンネルの使用例：トップページ内に 3 つの広告ユニットと 1 つのリンクユニットを配置する場合

チャンネルの結果を個別にトラッキングするために、以下のような名称で 4 つのカスタムチャンネルを設定します。

- `index_top_ad` ⇨ トップページ上部広告ユニット
- `index_right_ad` ⇨ トップページ右広告ユニット
- `index_bottom_ad` ⇨ トップページ下広告ユニット
- `index_lu` ⇨ トップページリンクユニット

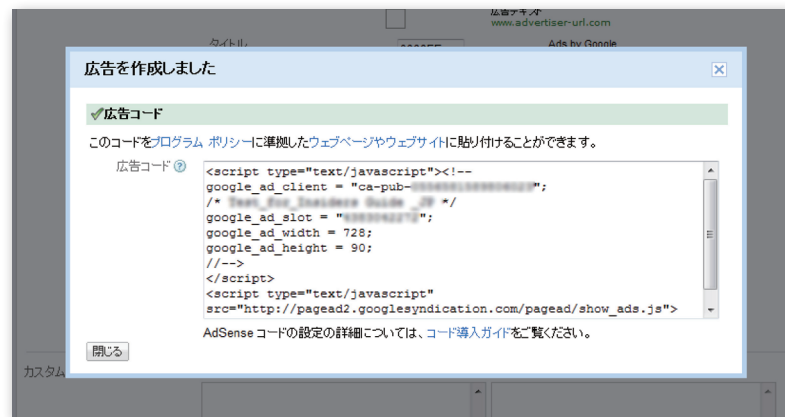
それぞれの広告ユニットを生成する際には、適切なチャンネルを選んで「追加」をクリックすれば、その広告ユニットが特定のチャンネルとしてトラッキング可能になります。

チャンネルの設定方法の詳細は、

「Section 4 パフォーマンスをトラッキングしよう！」 (19 ページ) をご覧ください。

[Step 4]

ウィザードを最後まで進むと、下記のような画面で広告コードが現れます。あとはこの広告コードをコピーして、皆さまのウェブサイトの広告を表示したい箇所の HTML コードへ貼り付けるだけです。



広告コードの貼付け方法は、ヘルプセンターの「コード導入ガイド」をご覧ください。

Section 4

パフォーマンスをトラッキングしよう！

このコーナーではパフォーマンスのトラッキングについて紹介します。

トラッキングをすることによって広告の効果を測定することが可能になります。広告の掲載位置やフォーマットの効果の有無、また皆様のウェブサイトを訪れるユーザーが、広告をクリックしているかどうかを数値的に確認することができます。

・ 広告効果測定の方法

[Step 1] 概要レポート

最も簡単に効果を確認できるのは、ログイン直後の画面で確認できる「概要レポート」です。コンテンツ向け AdSense・検索向け AdSense・モバイル コンテンツ向け AdSense それぞれの以下のデータを同じ画面上で確認することができます。

- ユニットの表示回数
- カバレッジ
- クリック数
- CTR (クリック率)
- CPC (クリック単価)
- RPM*
- 見積もり収益額

*インプレッション収益 (RPM) とは？…表示回数 1,000 回あたりの見積もり収益額です。インプレッション収益は実際の収益額ではありません。見積もり収益額をページビュー数、表示回数、またはクエリ数で割り、1,000 を掛けた値です。

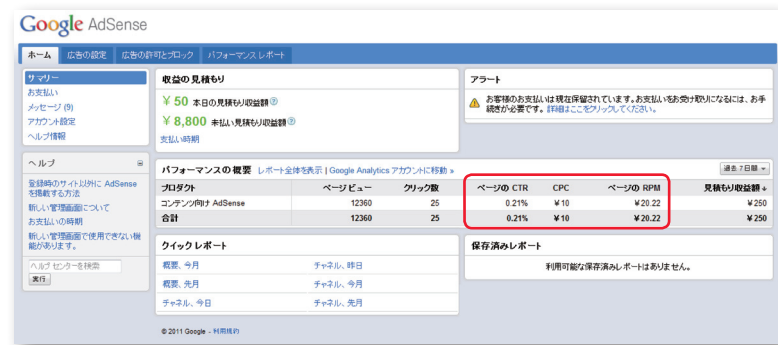
計算方法：

インプレッション収益 = (見積もり収益額 / ページビュー数) × 1000

例：

- ページビュー数 25 回での見積もり収益額が 15 円になる場合
(15 円 / 25) × 1000 = 600 円 (RPM)
- 広告の表示回数 45,000 回での見積もり収益額が 18,000 円になる場合
(18,000 円 / 45,000) × 1000 = 400 円 (RPM) となります。

まずはこのレポートを定期的を確認し、CTR や RPM の変化を実感することがトラッキングの第一歩です。



[Step 2] パフォーマンス レポート

この画面では様々な切り口で独自のレポートを生成することができます。また、グラフ表示により傾向や重要な統計情報を簡単に比較することもできます。頻繁に使うレポートは「カスタムレポート」として保存することもできます。

例えば以下のようなことができます。

- 収益の上昇、下降のトレンドを見る
- 同時期でテキスト広告とイメージ広告のどちらの収益が高いかを比較する
- どのユニットの収益性が高いかを比較する
- 2つの期間の表示回数を比較する
- チャンネルを使って、右上に配置した広告と記事下の広告効果を比較する

なお、管理画面では以下のような切り口でレポートを見ることができます。

- プロダクト別（コンテンツ向け AdSense、モバイル向け AdSense など）
- カスタム チャンネル / URL チャンネル別
- 広告タイプ別（テキスト広告 / 画像広告など）
- 広告サイズ別（336 × 280 / 160 × 600 / 728 × 90 など）
- 広告ユニット別（作成済み広告ユニット別）
- ターゲット別（コンテンツ × プレースメント）
- 入札単価別（クリック課金 × インプレッション課金）

〈例〉

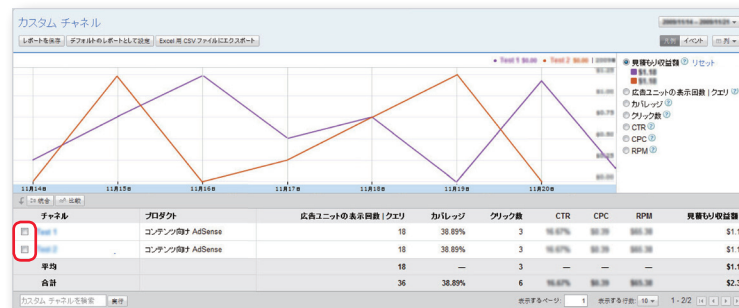
同じページに2つの広告ユニットをそれぞれ画面上部と画面右側に設置し、それぞれに「index_top_ad」「index_right_ad」の2つのチャンネルを設定している場合

過去7日間の広告ユニットごとの効果の差を見るには以下のように設定します。

- ナビゲーションで「カスタムチャンネル」を選択
- 「index_top_ad」「index_right_ad」を検索してそれぞれ追加
- 右上の期間設定で「過去7日間」を指定

また途中でサイト内の広告の配置や内容に変更を加えた場合（チャンネルを追加したり削除した場合）や、曜日によるそれぞれのチャンネルの動きの違いなどを確認する場合は以下の操作で日付別の動きを比較することができます。

- チャンネルの横のチェックボックスを両方とも選択して「比較」をクリック



[Step 3] Google AdSense からのメッセージ・アラート

ログイン画面には、Google AdSense チームからのメッセージやアラートが表示されることがあります。お支払い設定などアカウントに設定に関する重要なお知らせや新しい機能の追加、パフォーマンスをさらに向上させるための情報が、不定期にアカウント別に提供されています。

パフォーマンスの変化は、ウェブサイト全体のバロメータでもあります。大きな変化があった際には、その原因を追究することで、よりパフォーマンスの高い広告配信、すなわちより訪問者が便利に利用できるページにレベルアップすることができるのです。定期的にレポートを確認してパフォーマンスをトラッキングする習慣をつけましょう。

The screenshot shows the Google AdSense dashboard. A red box highlights a notification in the top right corner. The notification text is: "お客様のお支払いが現在保留されています。お支払いをお急ぎください。お手続きが必要です。詳細はこちらをクリックしてください。" (Your payment is currently on hold. Please expedite your payment. Action is required. Click here for details.)

Below the notification, the dashboard displays performance metrics:

パフォーマンスの概要	レポート全体を表示 Google Analytics アカウントに移動 >	過去 7 日
ページビュー	12368	25
クリック数	25	25
ページの CTR	0.21%	0.21%
CPC	¥10	¥10
ページの RPM	¥20.22	¥20.22
見積もり収益額	¥250	¥250

Additional sections include "クリックレポート" (Click Report) and "保存済みレポート" (Saved Reports).

Section 5

AdSense のプログラムポリシーについて

すべてのサイト運営者様、広告主様、そして何よりページを訪れるユーザーのために、AdSense プログラムに参加するサイト運営者様は、AdSense のプログラムポリシーを厳守しなくてはなりません。

プログラムポリシーへの違反が確認された場合、サイトへの広告掲載が停止されたり AdSense アカウントが無効になる場合があります。継続して AdSense を利用するために、必ずこのプログラムポリシーを厳守し、また定期的にプログラムポリシーページで更新情報を確認しましょう。

プログラムポリシーは下記 URL をご覧ください。

www.google.co.jp/adsense/policies

・代表的なプログラムポリシー違反の例

[無効なクリックと表示]

掲載された広告のテストのため、または純粋に興味で行われる場合でも、自分自身のサイトの広告をクリックすることは一切禁じられています。

サイト運営者として広告のリンク先の内容などを確認したい場合は、AdSense ヘルプセンターで提供しているプレビューツールを使ってリンク URL を確認しましょう。

オートサーフやクリック交換プログラムなどで、ウェブサイトのトラフィックを意図的に増加させることも禁止されています。

[メッセージによるクリックの誘導]

「こちらをクリック！」などといったメッセージでクリックを誘導しないでください。

また、広告ユニットの上に「お気に入りサイト」や、「最新情報！」などと、誤解を招くようなラベルを表示することも禁止しています。

ページのレイアウトにより、他の記事と AdSense 広告を区別しにくいときや、デザイン上の理由からラベルが必要な場合は「広告」もしくは「スポンサードリンク」というラベルを使用してください。下記のようなデザインは、すべて禁止されているので注意しましょう。



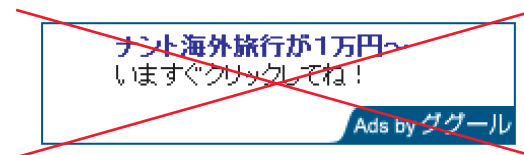
「広告」、または「スポンサー
ドリンク」はOK



[ユーザーの皆様のために]

ページを訪れるユーザーの混乱を招く運用は避けなくてはなりません。例えば、Google 以外が提供する、Google の広告や検索ボックスに類似したデザインの広告を同じページに掲載することはできません。

AdSense と紛らわしい広告



AdSense を継続して利用するために、プログラムポリシーを守って運用しましょう。

[コンテンツがすべて！]

何はなくとも、コンテンツの充実が重要です。

AdSense アカウント取得後、サイト運営者様自身で運用しているドメインの異なる複数のウェブサイトへ AdSense 広告を掲載することは全く問題ありません。常にすべてのページがプログラムポリシーに沿っていることを確認して利用しましょう。広告が表示できないウェブサイトについてはプログラムポリシーページで確認してください。

Section 6

お支払の方法について

AdSense の運営で得た収益の支払方法について紹介します。
AdSense による収益が 10,000 円を超え、アカウントで支払を保留するように設定していなければ、所定のスケジュールにしたがって支払が実行されます。

・支払方法の設定の仕方

[Step 1] 登録住所の確認

支払関連の書類はすべてサイト運営者様からお申し込み時に送信された住所に郵送されるので、連絡先情報および支払受取人が正しいかどうかを必ず確認しましょう。
情報を修正するには、次の手順にしたがってください。

- ① アカウントにログインします。
- ② [ホーム] タブの [アカウント設定] メニューをクリックします。
- ③ アカウント情報の中にある [住所の編集] をクリックして情報を更新します。
- ④ 変更内容を更新する場合は、[変更を保存] をクリックし、保存せずに終了する場合は [キャンセル] をクリックします。

[Step 2] 支払方法の選択

支払方法は、「銀行口座振込（電子決済）」または「小切手」の2種類の方法を選択することができます。さらに有料オプションで、安全かつ迅速な国際宅配便による小切手の発送も可能です。

支払方法が決まったら、[アカウント設定]メニューから[お支払い方法を編集]リンクをクリックし、表示されるページの手順に従って支払方法を選択します。支払方法を選択するまで、支払は留保されます。

なお、銀行振込を選択する場合には以下の点に注意しましょう。

・口座名義の入力について

銀行口座開設時の氏名を入力してください。口座名義がカタカナの方は、この画面では半角カタカナで入力してください。

・テストデポジットについて

サイト運営者様の銀行口座が実在するもので、ご自身のものであることを確認するため、テストデポジットという、少額の振込を行います。4日～10日ほどでサイト運営者様の口座へ小額の振込が行われます。その後[ホーム]タブの[お支払い]メニューにアクセスし、振り込まれた金額を入力して口座情報を確認します。なお、このテストデポジットで振り込まれた金額は支払い金額から差し引かれることはありません。

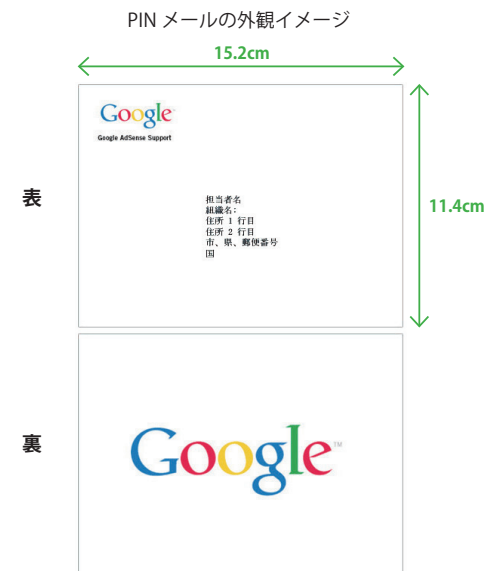
・支払方法の変更について

支払方法は途中で変更が可能です。ただし実際の支払に反映されるまでには時間がかかるので変更するときは早めにお手続きください。

[Step 3] PIN コードの入力

AdSense で発生した収益がまとめて 1,000 円を超えると、サイト運営者様の住所と本人確認のために、PIN と呼ばれる固有の確認コードが郵送されます。アカウントにこの個人識別番号 (PIN) を入力しないと支払が実行されません。PIN の入力方法は、お受け取りになりましたカードに記載されています。

PIN は普通郵便で郵送され、手元に届くまでに 2-3 週間かかります。4 ヶ月以内に PIN の入力がない場合、ウェブサイト上の広告は代替広告に置き換えられます。また 6 ヶ月以内に PIN を入力がない場合、アカウント自体が無効になってしまうので注意してください。



[Step 4] 10,000 円の収益が上がった場合

毎月の収益額が 10,000 円以上になるサイト運営者様全員に、支払の小切手の郵送、または電子決済による送金を行います。収入が 10,000 円に満たない場合は、合計収益が 10,000 円に達するまで翌月に繰り越されます。

多少面倒かもしれませんが、セキュリティのための本人確認と口座情報の確認は大切な手続きです。また、せっかく発生した収益がなかなか受け取れない事態にならないためにも、Step1～4 の流れをよく確認のうえ、早めに手続きを済ませてください。

Section 7

ウェブサイトを最適化しよう！

AdSense は一度設置して終わりのプログラムではありません。サイト運営者様のウェブサイトの価値を高め、訪問ユーザーにより有益な情報を提供するとともに、収益向上のために様々な工夫を加えることが大切です。そこで、このコーナーではこれまで日本で運営されている AdSense 利用ウェブサイトの実績に基づき、いくつかの「ウェブサイト最適化のノウハウ」を紹介합니다。

・ウェブサイトの最適化ノウハウ

[ウェブサイトの最適化とは]

広告の配色・フォーマット・掲載位置などを変更し、ウェブサイト内により効果的・効率よく AdSense 広告を掲載することで、収益の向上とページレイアウトの向上を図ることです。

[レポートを確認しよう]

ウェブサイトに変更を加えた前後のパフォーマンスを比較したり、これまでの実績を元に変更点を検討するためには、Section 4 で紹介したレポートの検証が不可欠です。ウェブサイトを最適化するには、最低限トップページとそれ以外のページを別にトラッキングできるようにしましょう。また各ページ内に設置した広告ユニット別の結果や配色をトラッキングできるようにカスタムチャンネルを導入したほうが好ましいと言えます。例えばあるページの広告ユニットのフォーマットや配色を検討する場合は、こんな設定をしてみるといいでしょう。

〈例〉

- ▼インデックスページの上部に配置したバナー。配色は青 ⇒ *index_top_Banner_Blue*
- ▼新たに最適化を行い、配色を茶系に変更 ⇒ *index_top_Banner_Brown*
- ▼広告ユニットのフォーマットをビッグバナーに変更 ⇒ *index_top_BigBanner_Brown*

フォーマット・位置・配色を変えるたびに、一目で見てわかりやすい名称のカスタムチャンネルを設定すると、その前後を比較することが簡単にできるようになります。

【広告掲載数を増やす】

最も簡単にできる最適化の第一歩は、広告を掲載するページ数を増やすことです。意外かもしれませんが、多くのページを持つウェブサイトでも、トップページだけに広告を貼っただけのケースが多く見受けられます。ウェブサイト内のすべてのページに広告を掲載することが、実は最も簡単な向上策になります。

例えばブログサイトなら、トップページだけではなく、月別やカテゴリ別のページにも広告を掲載しましょう。空いたスペースは有効活用して、なるべく多くの広告を掲載することを推奨します。ちなみに1ページに掲載することが可能な AdSense のユニット数は以下のとおりです。

広告ユニット 3 つまで
 リンクユニット 3 つまで
 検索ユニット 2 つまで

【広告の配色に気を配る】

多くの事例から、広告を目立たせようとして奇抜な色や目立つ色を使用することは逆効果になるケースが多いことが分かっています。ウェブサイトのデザイン性・イメージを損なわないように、ウェブサイト上で使っている色を基調とした配色にすることが大切です。訪問者にとって読みやすいページ、価値あるページを目指すことが、最適化への近道です。

また、一般的に「枠線あり」と「枠線なし」では、「枠線なし」の方が効果的です。ページのデザイン上枠線を設けた方が自然に見える場合は、周囲のデザインと調和した枠線の使用を推奨します。ウェブサイトのデザインに応じて「角の丸い枠線」も活用してください。

〈枠線のデザイン例〉



小さな丸角



丸角



ただし、ウェブサイトになじみすぎて広告とコンテンツの区別がつかなくなることは、ウェブサイトを訪れたユーザーに非常に不親切で不適切な誘導となります。また、極端にコンテンツに溶け込んだ広告は、かえって読みにくくなり、広告もコンテンツも読まれなくなってしまうことでしょう。

コンテンツと広告の間には十分なスペースをあげ、近づきすぎる場合には境界線を挿入するなどの工夫が必要です。また、広告の上部には「広告」または「スポンサードリンク」という表記に限り、ラベルを表示することができます。プログラムポリシー違反の例でご紹介した通り、わざとクリックを誘導するような誤解を招くラベルを使うことは禁止されています。付近のコンテンツとの区別をしたい場合は、区切り線を入れるか設置が認められている「広告」「スポンサードリンク」のテキストを活用しましょう。

【広告フォーマットを選択する】

広告フォーマットはより幅の広いフォーマットが有効です。テキスト広告だけではなく、イメージ広告や動画広告が表示できるフォーマットを使用して、あらゆる広告掲載の可能性を最大化しておくことが重要です。現在、利用可能なフォーマットの中では、ワイドスカイスクレイパー、レクタングル（大）などを使用するのが効果的です。フォーマットの種類は下記URLに掲載されています。

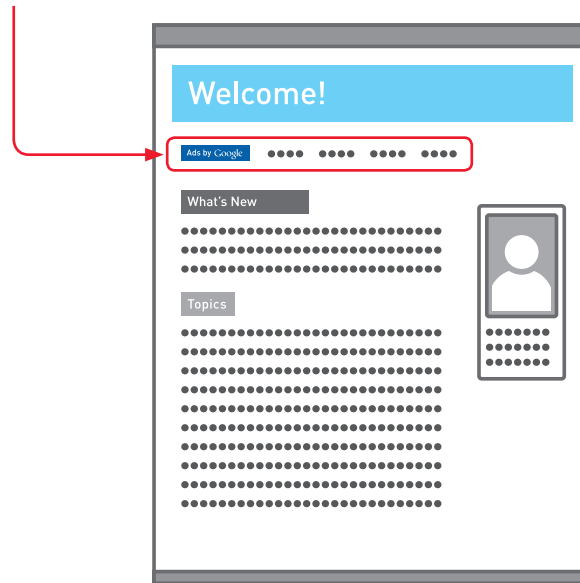
www.google.co.jp/adSense/AdFormats



1つのページに複数の広告を設置する場合、異なる広告フォーマットを用いて多様性を持たせるようにしましょう。同じページに同じようなデザインの広告が並んでいるのは、ページを訪れるユーザーからも変化に乏しく見えてしまいます。

余ったスペース・小さなスペースにはリンクユニットを使用すれば、さらに広告掲載数を増やすことができます。

〈リンクユニットの使用例〉



【広告掲載位置を見直す】

広告を掲載する際には、サイト運営者様がページの訪問者だったとして、どのようにページを目で追っていくか必ず想像するようにしてください。特に日本は縦書きの習慣があるため、一般的に海外で推奨されている有効な位置が、そのまま適さないケースもあります。

基本的な考え方は下記のとおりです。

▼ページの中心に対して、上半分、またはスクロールせずに見える範囲が有効

画面を開いて一番最初に目にする範囲内に、必ず一つは広告を配置することを推奨します。

▼ブログやニュースでは記事下が最も効果的

記事の途中、記事の真上に広告があった場合、記事を読んでいる途中で広告をクリックすることは、あまりないでしょう。逆に、記事を読み終えて、その下に関連する広告が掲載されていれば、便利に思うことも多いはず。ブログやニュースサイトでは、記事の直下に広告を配置することが非常に有効です。

▼メニューやカテゴリの前後への配置も効果的

そのページから他のページに移ろうとしている場合、メニューやリンクコーナーを探すのが一般的です。その近くに関連する広告を配置すれば、さらにユーザビリティは向上し、訪問者にとって便利になるはず。また、他の海外の傾向とは異なり日本では右側のメニューへの追加も効果的です。

▼フッターの下は効果が低い

意外とよく見かけるフッターの下への広告の追加はあまり良い効果は出ないケースが多いようです。

ここまで、いくつかのヒントを紹介しましたが、ページの最適化に「絶対」はありません。ページを訪れる訪問者層の傾向や、ベースとなるページの配色・構成、そしてページのデザインの流行によって左右されるかもしれません。しかし何よりも大切なことは、決してトリックや不適切な誘導でクリックを導くのではなく、訪問者にとって、読みやすく、自然で、しかも便利な広告配置が最も受け入れられるということです。

また、重ねて常に念頭においてほしいことは「コンテンツが命」であるということです。すばらしいコンテンツがあって、はじめてそれを求めたユーザーが訪れ、またそれにマッチした広告が自動的に配信されます。広告主様と、すばらしいサイトをお持ちのサイト運営者様、そしてそのページを訪れるユーザーをつなぐのが Google AdSense の技術であり、特徴なのです。

〈例〉

それではサンプルサイトによる最適化の事例を紹介します。作業は以下の通りです。

広告ユニットの配色をページ自体の配色と合わせる。背景と枠線はページの背景と同色にし、リンクやテキストの文字色もページで使われているものと合わせる。



効果の高い右メニューと記事下を中心に広告を配置する。トップページでは、一つ目の記事と二つ目の記事の下にバナーを配置。さらに右メニューには効果の高いワイドスカイスクレイパーを配置。



上の方のわずかなスペースを活用し、リンクユニットを掲載。



掲載ページ数を増やすため、記事別ページにも広告を配置。最も効果の期待できる記事の直下へは幅広い角型広告の中から、レクタングル（大）を配置。



最適化した記事別ページ

ここまでの最適化を行えば、以前よりも収益が向上する可能性がぐっと高まるはずです。最適化の際に大事なことは、必ずきちんとトラッキングをして効果の検証を行うことです。

AdSense は、企業のサイト運営者様から、個人のブログ運営者の方まで、たくさんの方にご利用いただいております。AdSense をご利用いただき、高い効果を実感していただいているサイト運営者様にお話をお伺いしました。

海外ファッション EC サイト大手の BuyMa は、ブランドイメージを重視しながら、
広告メニューを柔軟に選べる AdSense で収入の多様化を図っています - BuyMa

Section 8

AdSense をご利用いただいているサイト運営者様の事例紹介



BUYMA
Fashion is Borderless

株式会社エニゲモ・・・2004年、「BuyMa（バイマ）」の根本となる、世界規模のバイイングマーケットというアイデアを具体化するために創業。「BuyMa」は海外ファッションのトレンドに敏感な20～30代女性の支持を受けて、2010年9月現在、会員数65万人、世界65ヶ国に1万8000人の登録バイヤーを擁するサービスに成長しています。個人のブログを活用してクチコミを誘発する「プレスブログ」、消費者が企業の動画CMを制作する「filmo（フィルモ）」など、世界初のサービスを次々に世に送り出しています。

誰もがバイヤーになれるお買い物代行サイトとして、世界 65 ヶ国、登録バイヤー数 1 万 8000 人という規模に成長し、海外のファッショントレンドに敏感な女性たちを惹きつけている「BuyMa (バイマ)」。BuyMa では 2010 年 3 月末より AdSense を導入しました。BuyMa を運営する株式会社エニグモ ソーシャルコマース事業本部エグゼクティブプロデューサー 飯田 純房 氏は、「AdSense は柔軟な広告メニューがあり、きめ細やかな競合フィルタリングが簡単にできるので、EC サイトとしての利益を損なうことなく広告収入を得られることが魅力」と、導入の理由を語っています。

>>> 導入の経緯

サイトの広告収益力を測るトライアルの一環として AdSense を導入

BuyMa の運営は、ショッピングが成立した時点で登録バイヤーと買い手の双方に課金する手数料収入でまかなわれており、当初は広告を全く扱っていませんでした。

「3 年前に、BuyMa に広告媒体としてどのくらい収益力があるのか試してみようと、バナー広告枠を設けました。営業のコストがかかることや、EC が主であるため広告枠の設定にも限りがあることから、EC による収益を損なわない範囲での広告枠の効率的な収益化を模索していました」と飯田氏。

AdSense の導入も、そのようなトライアルのひとつでした。

「AdSense は営業コストもかからず広告収益が上がるという点、また、広く利用されている実績があり、管理画面も充実していることから、何より社内で簡単に運用できるだろうと判断し、始めてみました」。

>>> 導入結果

サイトの利益と広告収入のバランスをみながら、広告フィルタリングを柔軟に運用

EC で収益を上げているサイトが広告ビジネスに取り組む上で、難しいのはやはり競合の扱いです。「広告媒体として BuyMa に興味を持たれる広告主は、やはり EC サイトであることが多いのですが、基本的に掲載をお断りしています」と飯田氏。

AdSense の運用を任されたディレクターの片岡 かおり 氏は、導入当初、担当スタッフ全員で表示される広告を確認しながら、こまめにブロックしていきました。「フィルタリング設定が簡単で、反映が非常に早いのがいいと思います。導入当初は競合広告フィルタで URL をひとつずつ設定していましたが、最近ではカテゴリフィルタなどが使えるようになり、かなり作業が楽になりました」(片岡氏)

逆に広告フィルタリングを緩めたケースもあります。

「カテゴリフィルタの管理画面には、そのカテゴリの広告が現在の収益や表示回数に占める割合が試算されています。BuyMa ではコスメも一部扱っていますが、AdSense でのコスメ系の収益が意外に大きいことがわかり、ブロックしていません」(片岡氏)

海外情報やファッションに興味のある 20 ~ 30 代女性が会員の 9 割を占める BuyMa は、ターゲティングがすでに絞り込まれたメディアとして、相性がよいカテゴリの広告のクリック率はかなり高めだといえます。「海外旅行サイトや食品系など、BuyMa とはあまり商品がかぶらない広告をうまく掲載しながら、収益アップにつなげられたらと期待しています」(飯田氏)

>>> 今後の展望

ブランディング優先のために、純広告枠を減らし AdSense を活用したい

BuyMa ではこれからサイトのブランディングを強化するために、純広告枠は減らしていく方針をとっています。

「トップのブランドロゴの隣に、ロゴよりも目立つバナー広告が出ていたりします。純広告枠は目立たないと販売しにくいですが、目立ちすぎるとブランディングへの影響が大きいです。純広告枠をなくしてもブランディングを優先していきますが、その分を AdSense で補完できるのではないかと考えています」(飯田氏)

現在 AdSense はトップページの下部に 1 枠、商品カテゴリページの下部に 1 枠、検索結果ページの左下部に 1 枠を設定しています。

「もちろん、もっと目立つ位置に置けば収益が上がることはわかっていますが、現状の限定的な運用のなかでも良いパフォーマンスを出してくれていることに満足しています」(片岡氏)

日本の EC 市場における、海外ファッション通販のナンバーワンサイトを目指す BuyMa。最近の円高の追い風を受けて、ラグジュアリーブランドやメンズブランドも積極的に伸ばしていきたいと語ります。

「一般の個人バイヤーだけでなく、法人バイヤーの登録もこの 9 月からスタートしています。海外ファッションを扱う多くのショップに集まっていたいただき、共に海外ファッションマーケットの活性化を目指していきます」と、BuyMa の新たな成長戦略を語ってくれました。

手間をかけずに収益化が可能なので、その分、サイト運営に注力できる。

– WARNER MYCAL CINEMAS



株式会社 ワーナー・マイカル・・・1993 年、神奈川県
の海老名に日本で初めてのショッピングセンターを併設
したシネマコンプレックスを設立したワーナー・マイカル。
2009 年 3 月現在、全国 60 劇場、493 スクリーンにまで
拡大し、デジタル 3-D 作品の上映や、空気のきれいな
映画館を実現するウイルスウォッシャー機能導入劇場の
拡大など、常に新しい取り組みを続け、“シネマライフ”
＝映画のある日常をより多くの方にご提供できるよう
日々サービスの向上に努めている。

より多くの人に最良の環境で映画を観てもらうためウェブサイトを立ち上げたワーナー・マイカル・シネマズ。全国の映画館情報だけでなく、映画の紹介や予告編（トレーラー）の配信、映画チケットのネット予約販売など、映画をより身近なものにするための情報を配信しています。

>>> 導入の経緯

AdSense 導入の経緯について、営業企画本部 営業開発部 部長の佐藤禎展氏にお話を伺いました。「ワーナー・マイカル・シネマズのサイトが広告を掲載し始めたのは、2008 年 6 月。サイトのリニューアル後、バナー広告を中心にした純広告を導入しました。その後、同年 8 月、当初から検討していたクリック課金広告の導入も開始しました。」なぜ AdSense を選択したのかという質問には、「AdSense は、大手のポータルサイトから個人のプロガーまで幅広く利用されており、また、サイトのデザインにあった広告フォーマットがたくさん存在していたから」とのコメントをいただきました。

>>> 導入結果

実際に、当初想定していたとおりの収益を得ることができたと語る佐藤氏。チャネルを利用した効果測定の結果、収益効果が最も高かったのは、ページビュー数の高いトップページや作品情報のページではなく、前売り券情報のページだったことには非常に驚いたとのこと。掲載位置や広告の色を最適化することで、「メインページではなくてもちゃんと収益化が可能」であることに気づいたそうです。また、当初は望ましくない広告をブロックするため、比較的頻繁に競合広告フィルタを利用してはいたけれど、現在は 1 週間に 1 度、15 分くらいチェックする程度でも問題ないなど、非常に効率的に運用できていることも AdSense の魅力とのこと。

>>> サイト運営の秘訣

お客様と映画館をつなぐ大切なツールとして、今後もますます充実したサイト運営を図っていくワーナー・マイカル・シネマズ。「AdSense は手間をかけずに収益を上げることができるため、これからも賢く利用し、その分より使いやすい、よりわかりやすいサイト運営に注力していきたい」とこれからのサイト運営の抱負を語っていただきました。

継続的な分析と最適化によって、ページビュー増に正比例した収益アップを達成

～モバレボ



株式会社インターネットレボリューション・・・2006年2月、株式会社コナミデジタルエンタテインメントと株式会社インターネットイニシアティブの合併により設立、ゲームと電子書籍、ブログ、SNSなどを集めた総合ポータルサイト「i-revo」を立ち上げる。その後、携帯サイト「モバレボ」を2007年7月に開設。ゲーム、アバター、デコレーションメール、SNSが使える無料会員サイトとして10～30代を中心に支持を得ている。会員数86万人(2011年1月現在)。モバイルコンテンツ審査・運用監視機構「EMA」認定サイト(2008年12月認定)。

株式会社コナミデジタルエンタテインメント(以下、コナミ)と株式会社インターネットイニシアティブがそれぞれの強みを活かし、基盤の安定性と完成度の高いゲームで若者たちの人気を集めている株式会社インターネットレボリューション(以下、アイレボ)の携帯サイト「モバレボ」は、新たな収益源としてモバイル版コンテンツ向けAdSenseに注目、2008年3月に導入しました。AdSenseで提供されている管理ツールをほぼ全部使い尽くすほどの絶え間ない最適化によって、現在では非常に安定した収益源として、AdSenseはアイレボ社内で高く評価されるようになりました。

>>> 導入の経緯

広告主としての経験を踏まえて、AdSenseを選択

2007年7月に「モバレボ」を立ち上げたアイレボは当初、バナー広告、アフィリエイト、アイテム課金(アバターの衣装などの販売)を収益の柱としてスタートさせていました。さらなる収益としてアドネットワークの利用を考え、何社か検討してみたといいます。

「私は会員獲得プロモーションの責任者でもありましたので、モバイルリスティング広告、特にGoogle広告は検索連動型広告・コンテンツ連動型広告ともに広告表示が多く、効果が高いと感じていました。広告主として効果的かつ必要な広告であるならば、逆にメディアの立場で考えてみると、掲載機会が多く、収益を得やすいのではないかと考えました。AdSenseは導入の障壁が低かったこともあり導入した上で経過を見てみることにになり、2008年3月に掲載を開始し、しばらくは掲載場所の改善などを繰り返していました。」

転機が訪れたのは2008年7月。プロモーションも功を奏して、学生が夏休みに入ると急激にページビュー(以下、PV)が伸び始め、PV増と比例するようにAdSenseの収益も上がっていくようになりました。「春休みがある2009年3月は、AdSenseで過去最高益を記録しました。AdSenseはクリック率(以下、CTR)が安定しており、単純にPVが伸びれば収益が伸びるという感じなので、収益を予想できる点がありがたいですね。」

AdSenseはサイトの重要な収益源の1つとして社内的にも認知されるようになり、現在では収益の指標として、「AdSense」の欄が設けられたのだそうです。2008年12月、「モバレボ」はさらなる成長のためにモバイルコンテンツ審査・運用監視機構(EMA)認定を取得。会員拡大を目指し、積極的なプロモーション活動を進めています。

>>> 導入結果

手をかければかけただけ手応えがあるのがうれしい

自社で運用とメンテナンスを行っている「モバレボ」にとって、AdSense は、自分たち自身がどんどん手を動かし、チューニングできるツールが豊富に揃っていることも魅力だったといえます。

「リアルタイムレポートで結果がすぐに見えるので、PDCA サイクルを早く回せます。毎日管理サイトへアクセスし、状況を把握して常にチューニングを加えています。」

具体的にどのような施策が収益の向上を生んだのか、大塚氏は次のようなポイントを挙げてくれました。

◎成功のポイント (1)：カスタムチャンネルは最初から作っておく

「カスタムチャンネルの設定は途中から追加するのは大変なので、最初から計画的に作っておくと思います。レポートを日別で捉えるだけでなく、その内訳をみてみないと詳細がわからないので、私たちはチャンネル毎に効果検証して、効果が確認できたら拡展開というように使っています。」

◎成功のポイント (2)：カスタムチャンネルをプレースメントターゲット広告誘導に活用する

「アバターやサークルなど、コーナーごとに細かくカスタムチャンネルを設定しています。最初は社内でのパフォーマンス測定のためにチャンネルを設定したのですが、現在はプレースメントターゲットとして公開し、チャンネルごとにターゲットされるように工夫しています。また男性向け／女性向けというチャンネルも設定しており、通常の場所としてのプレースメントの他に、デモグラフィック別でのプレースメントも試みしています。」

◎成功のポイント (3)：セクションターゲットで広告精度を高めるのは基本

「たとえば日記の始まりと終わりにセクションターゲットタグで start,end と指定すること。コンテンツを強調することで、より関連した広告が出るようになるので、セクションターゲットは必須です。タグを使う前は関連性の低い広告が出てしまい、CTR も低く留まっていました。」

◎成功のポイント (4)：カラーローテーションで CTR を維持

「最近、広告の背景色を変えるといいということに気づいたんです。サイトの色に合わせるのももちろんですが、たとえば春に黄色から桜色へとか、夏だったら温かい色から涼しい色へなど、季節に合わせたカラーにちょっと変えるといったことで、収益が伸びています。」

>>> これからの課題

モバイル専用の管理画面があるといい

これまでの運用を総括して、大塚氏は「クリック単価も、広告の関連性アップも、ツールとしては全部提供されていて、それを使うかどうかでかなり違いが出てくるということです。AdSense は導入しさえすれば即、収益が上がるというものではなく、やりかた次第で収益を向上させることができると思います」と語ってくれました。

最後に、すでに提供されている管理ツールをほぼ使い尽くしている「モバレボ」にとって、次に AdSense に望むことは何かを伺いました。

「モバレボはフラッシュゲームを多数配信しています。フラッシュ対応の AdSense が登場したらすぐ使ってみたいですね。フラッシュコンテンツは今後も増えてくると思うので、そういう新しいフォーマットの実験は大歓迎、いろいろやってみたいなと思っています。」

「改善の要望としては、モバイル AdSense 専用の管理画面が欲しいですね。現在はどの設定ページもまず PC 向け管理画面が表示され、次にモバイル向けのタブをクリックしなければなりません。他の設定画面に行くともた PC 向けが表示されるので、最初に PC かモバイルか、きちんと分岐できるといいです。」

>>> 今後の展望

会員倍増に向けて本格ゲームを準備中

PV 増に素直に比例するという AdSense の真価が問われるのは、まさにこれから。「モバレボ」は現在、さらなる会員数を目指して、ゲームコンテンツの充実を図っている最中だからです。

「今はカジュアルゲームが多いのですが、コナミの開発力を活かした大規模なゲームを、今年の夏頃に投入する予定です。ライトユーザーだけでなく、RPG ゲームや育成ゲームで頻繁にアクセスしてくれるヘビーユーザーの層を広げたい。そこから日記やコミュニティなど、全体的な PV の向上にもつながってくればと思っています。」

検索エンジン×ブログ× AdSense が 個人でコンテンツを作っている人の世界を 180 度変えた

— ネタフル



コグレマサト（プログラー）・・・ブログが日本でブームになる前の 2003 年、会社の業務の一環としてブログシステムを導入。そのとき始めた個人ブログ「ネタフル」は IT、デジタル機器、サッカー、子育てなど幅広いジャンルの“ネタ”を提供し、月間 120 万 PV を集める人気ブログに成長しました。等身大の情報発信を心がけ、エントリーは多いときは 1 日 20 個に上ることもあります。時事的なキーワードをタイムリーに取り上げることによって、アクセスの約半数を検索エンジン経由で得ているという点も特徴的です。

日本で AdSense のオンライン申し込みが開始された初日（2003 年 12 月）から、AdSense を使っているという「ネタフル」のコグレマサトさん。個人ニュースブログの草分けであり、現在も月平均 120 万ページビュー（以下、PV）を、安定的に維持しています。メールマガジン、ウェブページ、ブログへと移り変わりながら個人による情報発信を 10 年以上も続けているコグレさんは、検索エンジンとブログ、そして AdSense の登場によって自分の立場が大きく変わったと語ります。

》》 導入の経緯

日本上陸を待っていた AdSense

コグレさんは日本での申し込み初日に AdSense アカウントを取得し、現在までずっと AdSense を愛用しているアーリーユーザーの 1 人です。1998 年頃から ISP やウェブ制作会社に勤務するかたわら、趣味で日刊のメールマガジンを発行していました。自らが興味を持ったニュースを手広く収集してコメントする、というスタイルは現在の「ネタフル」まで一貫していますが、メールマガジンからウェブサイト、ブログへとメディアを変えていくなかで、世界がまったく変わってしまったといいます。「軽い記事を書いて次々と出せるという点で、自分にはブログが一番合っていました。そのうち、アメリカで AdSense というものがスタートして誰がいくら稼いだという話題も聞こえてくるようになり、早く日本でも始まらないかなと待ち望んでいました」

》》 導入のメリット

記事づくりに専念できるのが AdSense の魅力

「最初は、お小遣い程度になればと思って AdSense を始めました。結果的には、ブログのエントリーが膨大な数に上っていくなかで、アフィリエイトやバナー広告を貼る作業が追いつかなくなっていき、AdSense のウェイトが増えました。多種多様な記事を書いているため、必ずしもそのページに関連した広告を入れられるとは限りません。その点、AdSense ならばページに広告コードを貼るだけで何も考えなくていい。記事を書くことに専念していればいいので、手放せないツールになりました」
人気ブログとして知名度が高まる過程で、直接企業から広告出稿の打診を受けたこともありましたが、打合せにかかる時間的負担が大きく、やめてしまったといいます。「『自分で広告をとってくる必要がない。選ぶ必要もない』というのは画期的。個人サイトの広告掲載としては最も望ましいかたちではないかと思います。イメージ広告も出るし、管理画面で好ましくない広告は止められるし、何人か営業スタッフを雇ったのと同じ感覚ではないでしょうか。AdSense によって、独立できると背中を押されたような気がします」

>>> 導入のアドバイス

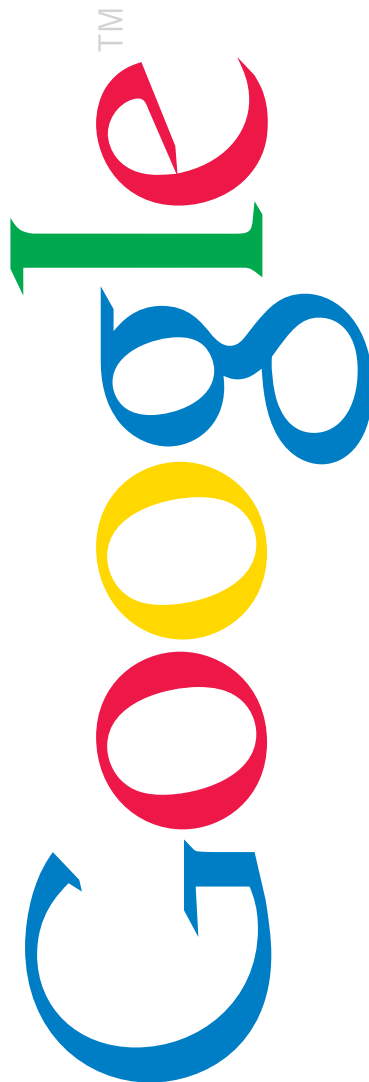
AdSense 導入時はチューニングの手間も必要

サイトを運営する秘訣について、コグレさんは次のようにアドバイスしてくれました。「毎日更新を続けることに関してはその人の向き不向きの問題なので、まずはストック型サイトでいいので、好きなことから始めるのがいいのではないのでしょうか。また AdSense は手間がかからないといっても、最初のうちはちょっと大変だと思います。私も 1～2 年くらいは掲載位置を変えたり、文字の色やサイズを少しずつ変えてみたり、試行錯誤していました。ある程度の期間運用すれば最適な方法が見えてくるので、『クリック率が低い』とすぐに諦めずに、カスタムチャンネルを使い効果を確認しながらいろいろ試してみることが大事ですね。AdSense はそれだけの仕組みが整っているのだからいろいろとチャレンジしたい人に向いているといえます」

>>> 今後の展望

モバイル版サイトの最適化もしてみたい

コグレさんは、PC 版サイトに AdSense を導入しているだけでなく、フィードやモバイルサイトにも AdSense を導入しています。フィード向け AdSense では広告の表示頻度を「3 記事ごと」から「記事ごと」に変更したところ、パフォーマンスが向上しました。「モバイルサイトは、ブログのデータベースからそのままケータイ対応できるプログラムを使って作ってみました。サイト自体もよく見られていますし、想像していたよりもモバイル コンテンツ向け AdSense の収益があったのが驚きでした。PC 版のときはいろいろと AdSense 最適化に手をかけましたが、フィード版とモバイル版は入れっぱなしという状態なので、これを機にきちんと検証してみたいと思います」約 5 年以上、変わらず人気ブログの地位を維持しているというところに「ネタフル」のすごさがあります。これからも自分のスタイルで、できるだけ長く発信を続けていきたいというコグレさん。「こつこつやれば続けられるんだということを知ってもらい、誰かを勇気づけられたらいいですね」と抱負を語ってくれました。



グーグル株式会社

〒106-6126

東京都港区六本木 6 丁目 10 番 1 号 六本木ヒルズ森タワー 私書箱 22 号

TEL: 03-6384-9000 FAX: 03-6384-9001

Google AdSense に関するお問い合わせ

adsense-startup-jp@google.com

www.google.co.jp/adsense