

タイトル(h1):タイトル(h1):【7ステップ手順】リスティング広告の広告文の書き方を見出し例やコツ含め紹介

～～アイキャッチ～～



画像候補

- ・写真(ファイル番号:417824062)
- ・イラスト(ファイル番号:807663562)

■メインKW:「リスティング広告 広告文」

■参照用)見出し一覧 ※編集しないこと

- 見出し(H2) リスティング広告の広告文の掲載について
 - 見出し(H3) 広告文の掲載場所
 - 見出し(H3) 広告文の文字数
- 見出し(H2) リスティング広告の広告文の構成要素一覧
 - 見出し(H3) 広告見出し(タイトル)
 - 見出し(H3) 説明文
 - 見出し(H3) 表示URL
 - 見出し(H3) パス(ディレクトリ)
- 見出し(H2) リスティング広告の広告文の書き方を7ステップで解説
 - 見出し(H3) ステップ1: 広告ポリシーを理解する
 - 見出し(H3) ステップ2: ターゲットユーザーの特定
 - 見出し(H3) ステップ3: 見出し・広告文にキーワードを含める
 - 見出し(H3) ステップ4: キャッチコピーの作成
 - 見出し(H3) ステップ5: ベネフィットの明示
 - 見出し(H3) ステップ6: 行動を促すフレーズ(CTA)の追加
 - 見出し(H3) ステップ7: LPと内容を一致しているか確認
- 見出し(H2) クリック率向上！リスティング広告の見出し例
 - 見出し(H3) 見出し例1: 数値で具体化
 - 見出し(H3) 見出し例2: 客観的事実をベース
 - 見出し(H3) 見出し例3: 信頼性をアピール
- 見出し(H2) リスティング広告の広告文を作成するコツ
 - 見出し(H3) レスポンシブ広告アセットを定期的に更新する

見出し(H3) 検索語句レポートで分析
見出し(H3) 広告文のキーワードの挿入機能を利用
見出し(H2) リスティング広告の広告文を簡単に作成できるツール
見出し(H3) 無料AI Google広告コピー作成ツール | ahrefs
見出し(H3) コピーメカ
見出し(H2) まとめ

■ディスクリプション 100～200文字

リスティング広告の広告文の構成要素、書き方を解説しています。「数値で具体化」「客観性」「信頼性」などケース別の見出し例も網羅。また、記事後半では、効率的に広告文を作成するのにおすすめのツールも紹介しています。

■リード文

リスティング広告の広告文とは、検索エンジン上で表示される広告のテキストです。

この広告文は、ユーザーが検索エンジンで特定のキーワードを入力した際に表示され、ユーザーのクリックを促すことを目的としています。

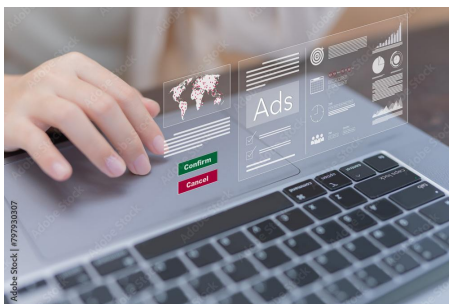
しかし、以下のような悩みを持っている担当者も多く、リスティング広告のクリックを獲得できないケースも散見されます。

「リスティング広告のクリック率を向上させたい」
「他社の事例や他社がどうやっているか知りたい」

そこで本記事では、リスティング広告の広告文というテーマで以下の内容を解説しています。

- 広告文の文字数一覧
- 広告文の書き方
- クリック率が向上する見出し例
- 広告文を簡単に作成できるツール

見出し(H2) リスティング広告の広告文の掲載について
画像候補



・写真(ファイル番号: 797930307)

・[イラスト](#)(ファイル番号:784569357)

リスティング広告の広告文の「掲載場所」「文字数」について解説します。

見出し(H3) 広告文の掲載場所



引用:[Google](#)

リスティング広告の広告文は、主に検索結果画面の最上部または最下部に掲載されます。

これは、GoogleやYahoo! JAPANでも共通です。

また、検索結果との明確な区別をつけるため、広告の左側には「スポンサー」という表記が付されています。

見出し(H3) 広告文の文字数

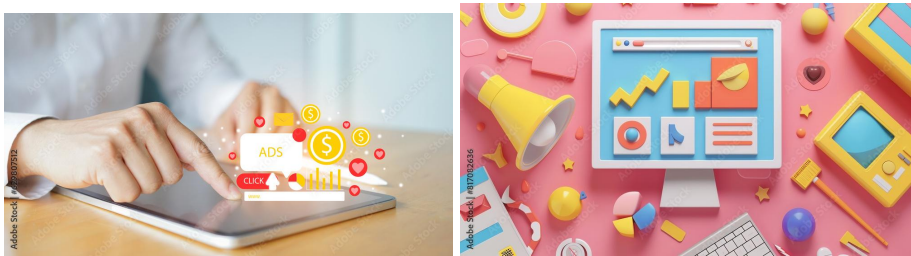
リスティング広告の広告文の文字数は、以下の通りです。

要素	文字数
広告見出し(タイトル)	半角30字
説明文	半角90字
パス(ディレクトリ)	半角15字

参考:[Google広告ヘルプ | 拡張テキスト広告について](#)

各要素の詳細については次項で詳しく解説します。

見出し(H2) リスティング広告の広告文の構成要素一覧
画像候補



- ・写真(ファイル番号:629807512)
- ・イラスト(ファイル番号:817082636)

リスティング広告の広告文の構成要素は、以下の4つです。

構成要素	文字数	表示数
広告見出し(タイトル)	半角90字	最大2つ
説明文	半角90字	最大2つ
表示URL	半角15字	最大2つ
パス(ディレクトリ)	半角15字	最大2つ

●

見出し(H3) 広告見出し(タイトル)

スポンサー

 www.example-webdesign.com/

高品質で迅速な対応 - 無料相談実施中 - プロのHP制作

実績豊富なプロのチームが、あなたのビジネスに最適なホームページを制作。SEO対策も万全！初回無料相談で、あなたのビジネスに最適なホームページ制作プランを提案。お見積りも無料！

リスティング広告の広告見出しは、ユーザーの目を引くために非常に重要な要素です。

広告見出しは、ユーザーが検索結果を表示した際に最初に目にする部分のため、興味を引きつける役割を果たします。

また、Google広告では「広告見出し」Yahoo!広告では「タイトル」という表現が使用されています。

Google広告とYahoo!広告で表現は違いますが、文字数や表示数は一緒です。

文字数	半角30字
最大表示個数	最大3つ

見出し(H3) 説明文

スポンサー



www.example-webdesign.com/

高品質で迅速な対応 - 無料相談実施中 - プロのHP制作

実績豊富なプロのチームが、あなたのビジネスに最適なホームページを制作。SEO対策も万全！初回無料相談で、あなたのビジネスに最適なホームページ制作プランを提案。お見積りも無料！

リスティング広告の「説明文」は、広告見出しの下に表示されるテキストです。

ユーザーへさらに詳細な情報を提供する役割を果たします。

具体的なサービス内容やメリットを記載することで、ユーザーは広告の価値を理解しやすくなり、クリックする動機が高まります。

文字数	半角90字
最大表示個数	最大2つ

見出し(H3) 表示URL

スポンサー



www.example-webdesign.com/

高品質で迅速な対応 - 無料相談実施中 - プロのHP制作

実績豊富なプロのチームが、あなたのビジネスに最適なホームページを制作。SEO対策も万全！初回無料相談で、あなたのビジネスに最適なホームページ制作プランを提案。お見積りも無料！

リスティング広告の「表示URL」は、広告文に表示されるWebサイトのアドレスを指します。

表示URLには、広告をクリックした後にどのようなWebサイトに飛ぶのかを事前に知らせる役割があります。

例えば、URL が「www.example.com//webdesign」の場合「www.example.com」のように短い形式で表示されます。

文字数	半角15字
最大表示個数	最大2つ

見出し(H3) パス(ディレクトリ)

スポンサー



高品質で迅速な対応 - プロのHP制作

初回無料相談で、あなたのビジネスに最適なホームページ制作プランを提案。お見積りも無料！実績豊富なプロのチームが、あなたのビジネスに最適なホームページを制作。SEO対策も万全！

リスティング広告の「パス(ディレクトリ)」は、広告の表示URLの一部として表示される機能です。

パスの目的は、広告をクリックした際に表示されるサイト内の具体的な場所を示すことです。

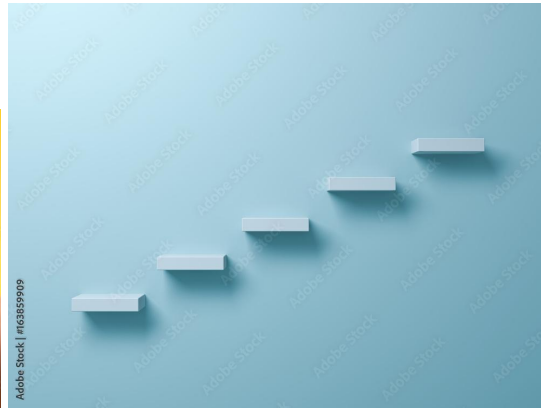
例えば、オンラインスクールの広告の場合「www.school.com/programming」のように「programming」をパスとして使用できます。

これにより、ユーザーはプログラミングコースのページに直接アクセスできることを即座に理解できます。

パスは入力任意ですが、適切に活用することで、広告の関連性と魅力を高める効果が期待できるのです。

文字数	半角15字
最大表示個数	最大2つ

見出し(H2) リスティング広告の広告文の書き方を7ステップで解説 画像候補



- ・[写真](#)(ファイル番号:554470201)
- ・[イラスト](#)(ファイル番号:163859909)

リスティング広告の広告文の書き方は、以下の7ステップで実施します。

- ステップ1: 広告ポリシーを理解する
- ステップ2: ターゲットユーザーの特定
- ステップ3: 見出し・広告文にキーワードを含める
- ステップ4: キャッチコピーの作成
- ステップ5: ベネフィットの明示
- ステップ6: 行動を促すフレーズ(CTA)の追加
- ステップ7: LPと内容を一致しているか確認

見出し(H3) ステップ1: 広告ポリシーを理解する

リスティング広告の広告文作成において、まず「広告ポリシーを理解する」ことが極めて重要です。

広告ポリシーを理解する主な理由は、各広告プラットフォームが定める禁止事項や制限事項を把握し、コンプライアンスを遵守するためです。

これにより、広告が承認され、効果的に配信される可能性が高まります。

具体例として、Google広告の禁止事項を見てみましょう。

- 虚偽の表現や誤解を招く内容
- 知的財産権の侵害
- 有害な製品やサービスの宣伝など

これらのポリシーを理解し遵守することで、広告主は信頼性の高い広告文を作成でき、ユーザーに価値ある情報を提供できます。

参考: [Google広告のポリシーヘルプ](#) | [Google広告のポリシー](#)

見出し(H3) ステップ2:ターゲットユーザーの特定

リスティング広告の広告文を効果的に書くためのステップ2は「ターゲットユーザーの特定」です。

ターゲットユーザーを明確にすることで、より効果的な広告文を作成し、見込み顧客にリーチできます。

まず、ターゲットユーザーの特定では、広告の対象となるユーザー層を明確にします。

具体的には、ユーザーの年齢、性別、興味・関心などのデモグラフィックデータを分析します。

例えば、ホームページ制作サービスを提供する場合、ターゲットは中小企業の経営者やマーケティング担当者となることが多いです。

次に、ペルソナを作成し、具体的なターゲット像を描きます。

ペルソナとは、ターゲットユーザーを象徴する架空の人物像で、詳細なプロフィールを持っています。

ペルソナの例は、以下の通りです。

項目	内容
年齢	35歳
性別	男性
職業	中小企業経営者(製造業)
興味・関心	IT、デジタルマーケティング
課題	効果的なホームページ制作とSEO対策
行動パターン	オンラインでの情報収集、ビジネス関連のセミナー参加
メディア利用	ビジネスブログ、業界ニュースサイト、SNS

これにより、広告文の内容をターゲットに合わせて調整しやすくなります。

また、リスティング広告は見込み顧客向けの手法となるため、すでに購入意欲が高いユーザーを想定することが重要です。

見出し(H3) ステップ3: 見出し・広告文にキーワードを含める

リスティング広告の広告文を書く際のステップ3は「見出し・広告文にキーワードを含める」ことです。

広告文を作るときは必ず設定したキーワードを広告文に入れてください。

広告文にキーワードを入れると、広告との整合性が増して広告ランク(※)が高まり、クリック単価を下げる効果も期待できるためです。

(※) 広告が表示されるかどうか、また表示される順位を決定するためのスコア

例えば、ホームページ制作サービスを提供している場合「ホームページ制作」というキーワードを広告文に含めることが重要です。

見出しに「プロのホームページ制作 - 高品質で迅速な対応」と入れることで、ユーザーは直感的にクリックしやすくなります。

また、説明文にも「初回無料相談で、あなたのビジネスに最適なホームページ制作プランを提案」と含めることで、広告とユーザーの検索意図との整合性が高まり、クリック率が向上します。

見出し(H3) ステップ4: キャッチコピーの作成

リスティング広告の広告文を書く際のステップ4は「キャッチコピーの作成」です

効果的なキャッチコピーは、ターゲットの心を掴み、クリック率を高める重要な役割を果たします。

キャッチコピーを作る際は、まずターゲットユーザーの興味を引くフレーズを考えることが重要です。

また、シンプルでわかりやすい表現を使用し、商品やサービスの強みを明確に強調することで、ユーザーの関心を引き付けることができます。

例えば、以下のようなキャッチコピーが効果的です。

- 「今だけ半額！ 限定100台」
- 「初心者でも簡単、3日で上達」

- 「驚きの低価格で高品質を実現」
- 「24時間年中無休のサポート体制」

このように、ユーザーの目を引き、商品やサービスの魅力を端的に伝えるキャッチコピーを作成することで、広告効果を最大化できます。

キャッチコピーを作るコツについては次項の「[クリック率向上！リスティング広告の見出し例](#)」でも詳しく解説しています。

見出し(H3) ステップ5: ベネフィットの明示

リスティング広告の広告文を書く際のステップ5は「ベネフィットの明示」です。

ベネフィットとは、商品やサービスがユーザーにもたらす具体的な利点や変化のことを指します。

これを明確に示すことで、ユーザーの購買意欲を高め、クリック率の向上につながります。

ベネフィットを明示する際は、問題解決やニーズの満足を訴求し、他社との差別化ポイントをアピールすることで、より効果的な広告文を作成できます。

以下に、さまざまな種類のベネフィットの例を挙げます。

- わずか5分で完了(時間の節約)
- 年間10万円以上の節約(コスト削減)
- 買いたい本が翌日には届く(即時対応)
- スマホ1つで簡単に始められる(手軽さ)
- 30日間の返金保証付き(安心感)

このように、ユーザーが得られる具体的な利益や変化を明示することで、商品やサービスの価値を効果的に伝えることができます。

見出し(H3) ステップ6: 行動を促すフレーズ(CTA)の追加

リスティング広告の広告文を書く際のステップ6は「行動を促すフレーズ(CTA)の追加」です。

CTAは、ユーザーに具体的な行動を促すフレーズであり、広告のクリック率に大きく影響します。

以下に、効果的なCTAの例をいくつか挙げます。

- 「今すぐ申し込む」
- 「無料で体験する」

- 「限定特典をゲット」
- 「30%OFFで購入」
- 「24時間限定！今すぐ注文」
- 「5分で簡単登録」

CTAにはシンプルな訴求や、緊急感や価値を示すと効果的です。

見出し(H3) ステップ7:LPと内容を一致しているか確認

リスティング広告の最終ステップとして、広告文とLPの内容の一致を確認することは極めて重要です。

広告文とLPの内容の一致については、Googleの広告ポリシーにも関連性は重要な要素として挙げられており、適切に対応すると広告の品質スコアを高めることができます。

例えば「初心者向けのホームページ作成講座」という広告を出す場合、LPでも初心者向けのプログラムを前面に出し、広告文で触れた内容を詳しく説明することが大切です。

逆に、広告で触れていない上級者向けのコンテンツをLPで紹介すると、ユーザーの期待を裏切ることになります。

したがって、広告文作成の最終段階では、必ずLPとの整合性を確認し、ユーザーにとって一貫性のある体験を提供できるよう心がけましょう。

参考:[Google広告ヘルプ | 広告とランディング ページを最適化する](#)

リスティング広告の効果を最大化するには、広告文とLPの一貫性だけでなく、総合的な分析と継続的な改善が不可欠です。

トゥモローマーケティング株式会社では、広告文とLPの一貫性分析はもちろん、入札戦略の最適化、コンバージョン率向上のための施策提案まで、包括的なアプローチでお客様の広告パフォーマンス向上をサポートいたします。

リスティング広告の運用で成果を出すのにお悩みの方、LPを含めた包括的な分析と改善をご希望の方は、ぜひ無料相談をご利用ください。

[無料相談はコチラ](#)

見出し(H2) クリック率向上！リスティング広告の見出し例
画像候補



- ・[写真](#) (ファイル番号: 207358048)
- ・[イラスト](#) (ファイル番号: 835005931)

クリック率向上が期待できるリスティング広告の見出し例を紹介します。

英会話教室の集客を例として、以下3つ観点での見出し例を見ていきましょう。

- 数値で具体化
- 客観的事実をベースに
- 信頼性をアピール

見出し(H3) 見出し例1:数値で具体化

数値で具体化した見出し例は以下の通りです。

見出し例	詳細
月額1,980円で毎日ネイティブ英会話！	費用対効果を重視するユーザーの関心を引きやすくなる
TOEICスコア200点UPに挑戦しよう！	達成感や具体的な成果を求める読者に対して強い訴求力を持つ
3ヶ月で英語力が飛躍的に向上！	短期間での効果を期待するユーザーの興味を引きつけることができる

見出しに数字を組み込むと、情報が具体的かつ明確になり、読者に対して強い印象を与えることができます。

実際に、見出しに数字を含めることで、クリック数が最大15%増加するというデータも存在します。(※)

(※) 参考: [12 Ways To Increase Click-Through Rate \(CTR\) To Your Startup | macu](#)

見出し(H3) 見出し例2:客観的事実をベースに

客観的事実をベースにした見出し例は以下の通りです。

見出し例	詳細
ネイティブ講師とマンツーマン英会話	サービスがどのように自分のニーズに応えるかを明確に理解することができる
無料体験レッスンで効果を実感	リスクを感じずに試することができるため、ユーザーの興味を引きやすくなる
受講者の90%が英語力アップを実感	データに基づく事実は強い信頼感を与えることができる

客観的な事実をベースにした見出しは、信頼性と具体性を兼ね備えているため、ユーザーの関心を引きやすくなります。

これにより、広告主への信頼感が増し、クリック率の向上が期待できるでしょう。

見出し(H3) 見出し例3:信頼性をアピール

信頼性をアピールした見出し例は以下の通りです。

見出し例	詳細
利用者数100万人突破！安心の実績	サービスが多くの人に支持されているという信頼性を強調
業界トップクラスの英会話教室	信頼できる選択肢であることを強調
口コミ評価4.8！多くの満足度	口コミ評価は、他のユーザーの経験に基づくため、信頼性が高く、潜在的な顧客に安心感を与える

信頼性をアピールする見出しは、具体的な実績や評価を示すことで、安心感と信頼感を高めます。

これにより、ユーザーはその広告に対して安心感を抱き、クリック率の向上が期待できるでしょう。

見出し(H2) リスティング広告の広告文を作成するコツ 画像候補



- ・[写真](#)(ファイル番号:316653406)
- ・[イラスト](#)(ファイル番号:486812040)

リスティング広告の広告文を作成するコツを3つ紹介します。

- レスポンシブ広告アセットを定期的に更新する
- 検索語句レポートで分析
- 広告文のキーワードの挿入機能を利用

見出し(H3) レスポンシブ広告アセットを定期的に更新する

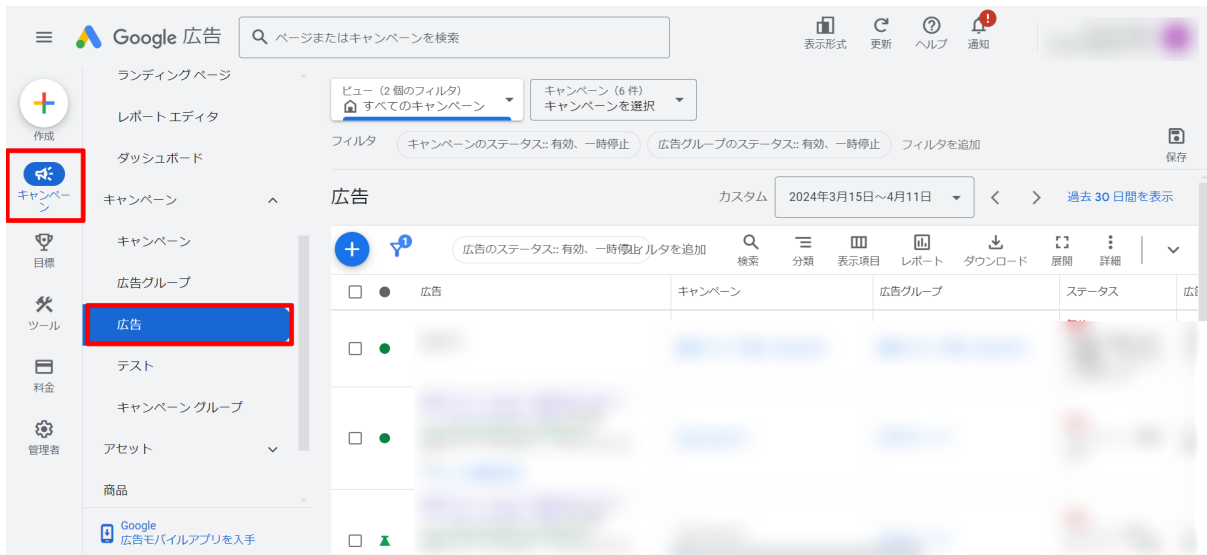
リスティング広告の効果を最大限に引き出すためには、レスポンシブ広告アセットを定期的に更新することが重要です。

定期的な更新によって広告のパフォーマンスを維持し、最適化することができます。

分析にはGoogle広告の「アセットの詳細」を使用しましょう。

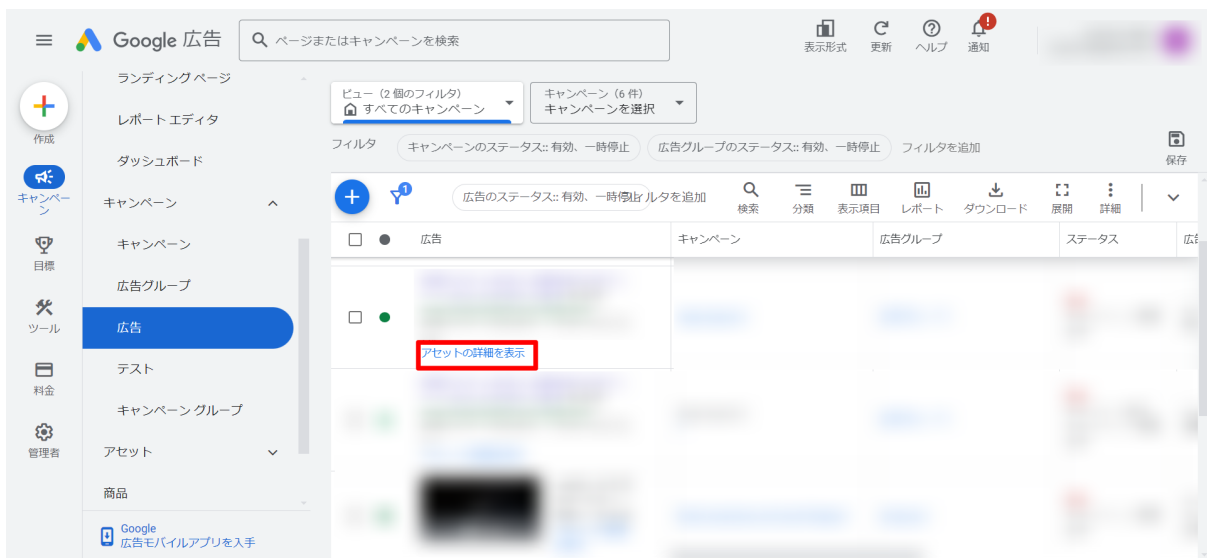
アセットの詳細では見出しや説明文、実際に配信された組み合わせのパターンのパフォーマンスを分析できます。

アセットの詳細は、以下の手順で確認できます。



引用:[Google広告](#)

Google広告の管理画面「キャンペーン」→「広告」をクリック



引用:[Google広告](#)

レスポンス検索広告の下に表示されている「アセットの詳細を表示」をクリックすると広告単位のアセットレポートが表示されます。

アセットのパフォーマンスの評価については以下の通りです。

評価	詳細
保留	掲載結果の情報はまだ何もない

学習中	評価に必要な情報を現在も収集中
低	同じ種類のアセットの中でも特に低い評価
良好	他のアセットと比較して掲載結果が良好
最良	同じ種類のアセットの中でも特に評価が高い
未評価	まだアセットの評価を表示できない状態

参考: [レスポンス検索広告の広告単位のアセット レポートについて | Google 広告ヘルプ](#)

パフォーマンスが「最良」や「良好」のアセットはそのまま使用し「低」と評価されている場合、改善が必要です。

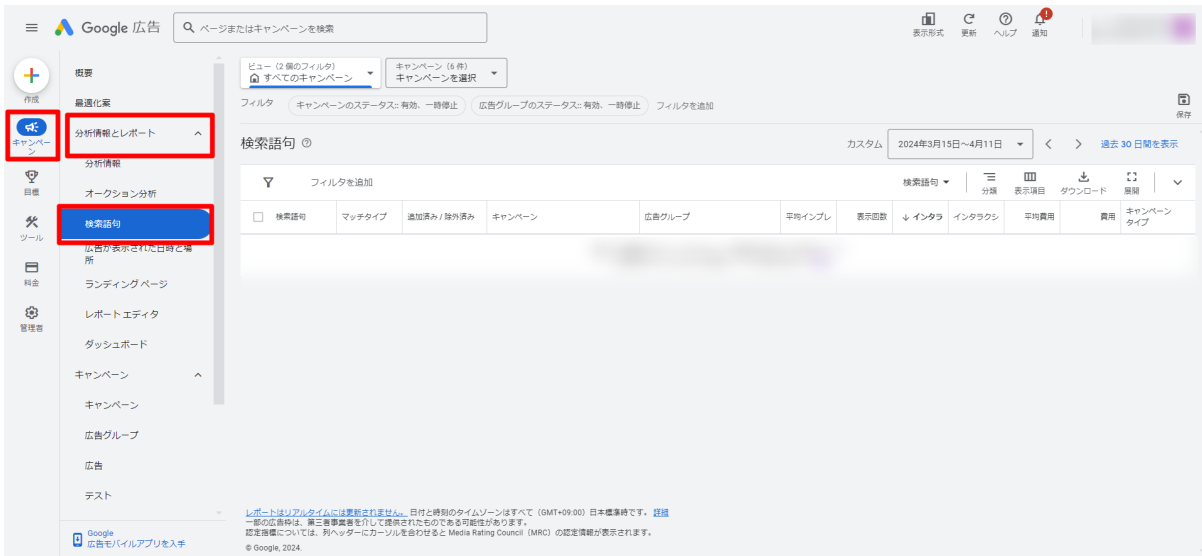
改善する場合は、すでに高い評価を受けているアセットの特徴や文言を分析し、共通点を見つけます。

これにより、何が成功しているのかを理解し「低」評価のアセットにそのエッセンスを取り入れるとよいでしょう。

見出し(H3) 検索語句レポートで分析

検索語句レポートを活用することで、ユーザーが実際にどのような語句を検索して広告にたどり着いたのかを把握し、広告戦略を最適化できます。

検索語句レポートとは、多くのユーザーが実際に検索で使用し、広告の表示につながった検索語句を一覧にしたものです。



引用: [Google広告](#)

このレポートは、Google広告画面の「分析情報とレポート」→「検索語句」で閲覧することができます。

まず、レポートでコンバージョンキーワードを把握することが重要です。

実際に登録しているキーワードから、コンバージョンにつながった検索語句を確認し、重要度の高い語句は検索キーワードとして追加登録しましょう。

これにより、クリック率やコンバージョン率を向上させることができます。

また、関連性の低い検索語句を除外することも必要です。

もし、コンバージョンにつながらない無駄な検索語句が流入している場合は、それらを除外キーワードとして登録し、広告が表示されないよう対策を行います。

これにより、広告の無駄な表示を減らし、広告予算を効率的に活用できます。

見出し(H3) 広告文のキーワードの挿入機能を利用

キーワード挿入機能を使うと、ユーザーの検索クエリに合わせて動的に広告文を変更し、より関連性の高い広告を表示することができます。

キーワード挿入機能の利点は、ユーザーの検索意図により適した広告を表示できることです。

これにより、クリック率の向上や、より質の高いトラフィックの獲得が期待できます。

また、多数のキーワードに対して個別に広告文を作成する手間を省くことができ、効率的な広告運用が可能になります。

例えば、チョコレート菓子を販売する広告で「{Keyword:チョコレート}の通販サイト」という見出しを設定した場合、ユーザーが「ダークチョコレート」で検索すると「ダークチョコレートの通販サイト」という広告が表示されます。

一方、設定したキーワードに該当しない検索の場合は、デフォルトの「チョコレート」が表示されます。

したがって、キーワード挿入機能を適切に活用することで、より多くのユーザーに対して関連性の高い広告を効率的に表示することが可能です。

参考: [広告文のキーワードの挿入機能について | Google広告ヘルプ](#)

見出し(H2) リスティング広告の広告文を簡単に作成できるツール 画像候補



- ・[写真](#)(ファイル番号:717681102)
- ・[イラスト](#)(ファイル番号:793010479)

続いて、リスティング広告の広告文を簡単に作成できるツールを紹介します。

広告文がうまく作成できない方は、以下のツールを使用してみましょう。

見出し(H3) 無料AI Google広告コピー作成ツール | ahrefs

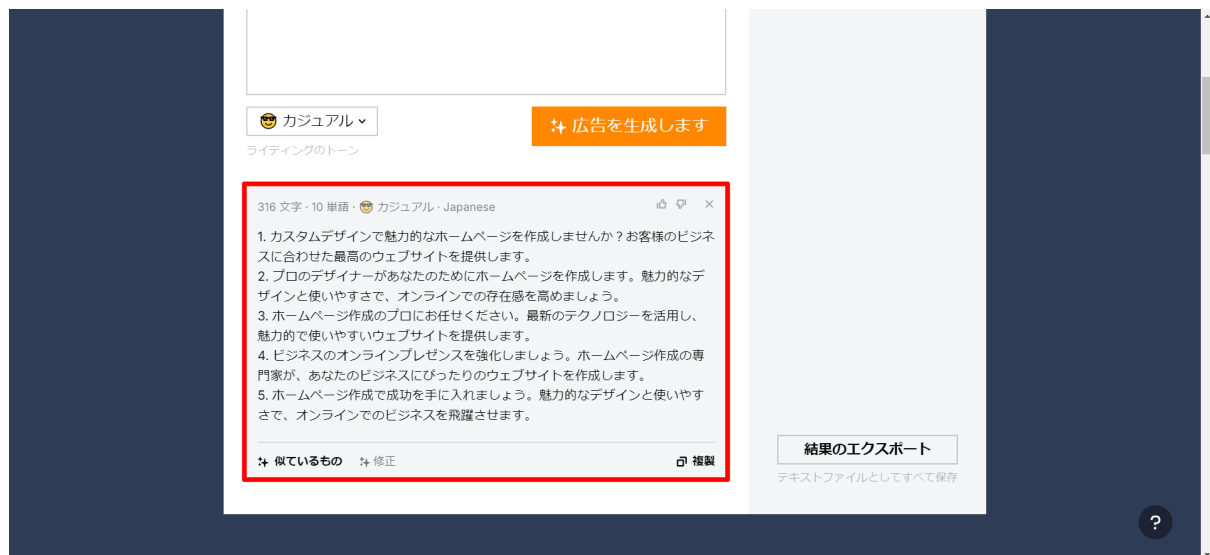
引用: [無料AI Google広告コピー作成ツール | ahrefs](#)

Ahrefsの無料AI Google広告コピー作成ツールは、リスティング広告の広告文を簡単に作成できるツールです。

メインキーワードを入力するだけで、見出しと説明文を自動で生成してくれるため、手間を大幅に省くことができます。



使い方も非常に簡単で「メインキーワード」と「ライティングのトーン」を選択するだけです。



上記のように広告文が作成されます。

見出し(H3) コピーメカ

コピーメカ

COPY
MECHA.COM



スマートフォンでも使えます。
待ち時間や移動時間には役立ちます。

このキャッチコピー自動作成マシン「コピーメカ」は、
簡単な言葉を入力するだけで自動的にキャッチコピーを作成してくれます。

少しでも、悩める人々(クリエイター、広告関係者、経営者、起業家など)の
お役に立てれば幸いです。

実際に使えるキャッチコピー案が自動作成できます。
フォームに必要事項を入力して「キャッチコピー案を作成する」をクリックしてください。

1. 「～を～」するという言葉になるように入力してください。

商品やサービスの一般名

消費者がする行動(動詞)

ホームページ作成サービス

を

依頼する

例) ラーメン、温泉旅行、服、リフォーム会社

2. あなたの商品、サービス、お店の名称(固有名)を教えてください。

固有名

ABC株式会社

例) ○○軒、ヤマダ旅行、グティックABO

キャッチコピー案を作成する

* 毎回違う案が7つ作成されます(全220案)

当サイトへのリンクはご自由にお願ひします

運営: コンテンツイズキング株式会社

引用:[コピーメカ](#)

「コピーメカ」は、リスティング広告の広告文を簡単に作成できるツールで、誰でも手軽にキャッチコピーを生成できます。

30秒でコピーや企画のアイデア連発!

キャッチコピー
自動作成サイト



スマートフォンでも使えます。
待ち時間や移動時間には役立ちます。

「コピーメカ」が作ったキャッチコピー案はこれだ!

【キャッチコピー・企画コンセプト 案1】

あなたがホームページ作成サービスを依頼することは、未来につながっています。

【解説】 そう。だから慎重になってください、という感じで締めます

【キャッチコピー・企画コンセプト 案2】

ホームページ作成サービスは見た目で選ぶな!

【解説】 ちょっと強くて人の目を引きましょう

【キャッチコピー・企画コンセプト 案3】

心から満足できるホームページ作成サービスを依頼したい人、いませんか?

【解説】 全員の反応を得ることはできませんから、呼びかける対象を絞れば反応率は上がります

このツールは、商品やサービスの一般名と固有名(サービスやお店の名称)を入力するだけで、毎回異なる7つのキャッチコピー案を自動的に作成してくれます。

見出し(H2) まとめ

リスティング広告の広告文は、検索結果画面の最上部または最下部に掲載され、4つ要素に分類されます。

広告文を書くときは、広告ポリシーを理解し、見出し・広告文にキーワードを含めるようにしましょう。、

また、ベネフィットの明示や行動を促すフレーズ（CTA）の追加も重要なポイントです。

広告アセットを定期的に更新や検索語句レポートの活用なども併用すると、クリック率が向上が見込める広告文が作成できるでしょう。

当社、トゥモローマーケティング株式会社では「リスティング広告運用」や「内製化」などの支援をしています。

リスティング広告に関する無料相談も承っております。

リスティング広告の広告文作成にお悩みの方は、ぜひ一度ご相談ください。

[無料相談はこちら](#)

ID	テキスト	類似度判定 心類似度 125-92	一致率判定 心一致率 125-92	類似度判定 心類似度 125-92
		良好 4% 完了	良好 31% 完了	良好 37% 完了
26769117	リスティング広告の広告文を書く際のステップ4は、「キャッチコピーの作成」です 効果的なキャッチコピーは、ターゲットの心を掴み、クリック率を高める重要な役割を果たします。キャッチコピーを作る際は、...			
26769115	リスティング広告の広告文とは、検索エンジン上で表示される広告のテキストです。この広告文は、ユーザーが検索エンジンで特定のキーワードを入力した際に表示され、ユーザーのクリックを促すことを目的として...	良好 5% 完了	良好 33% 完了	良好 30% 完了