

Google アドマネージャー導入資料

目次

1. 確認事項
2. Googleアドマネージャーとは
3. Googleアドマネージャーのアカウント構造
4. 広告ユニットの設定
5. オーダーの設定
6. 広告申込情報の設定
7. クリエイティブの設定

事前確認

確認事項

項目	内容	備考
コミュニケーションツール	・メール以外のツールございますでしょうか？	sekiguchi.takuto@howcrazy.co.jp
広告ユニット	・サイトに設定されている広告ユニットの位置が分かる資料ございますでしょうか？ ・アプリ・Webなど	
クリエイティブ	・配信されるクリエイティブの種類はありますか？	
キーバリュー	・活用されている独自ターゲティングルールございますでしょうか？	
イメージ資料	・こちらは、Googleアドマネージャーのみのファイルでしょうか？	
開発言語	こちら何の言語を私用しておりますか？	

Googleアドマネージャーとは

Googleアドマネージャーとは

Googleアドマネージャーは、Google AdSenseやAd Exchange、サードパーティーの SSPやアドネットワーク、直接販売の純広告など、様々な広告を一元管理できるツールです。

Google アド マネージャー

機能

パートナー別ソリューション

成功事例

関連情報

ブログ

サポート

ログイン

使ってみる

Google アド マネージャーのご紹介

コンテンツを利用するユーザーに広告を表示して、収益を拡大しつつブランドイメージも保護できる包括的なプラットフォームです。

使ってみる

HOWCRAZY

Googleアドマネージャーの特徴

①複数の広告ソースの統合管理

・Google AdSenseやAd Exchange、サードパーティーの SSPやアドネットワーク、**直接販売の純広告** など、様々な広告を一元管理できる

②高度な広告配信管理

・広告の優先順位付けや最低入札単価の設定が可能
・**ダイナミックアロケーション機能** で収益を最適化

③ヘッダービディング対応

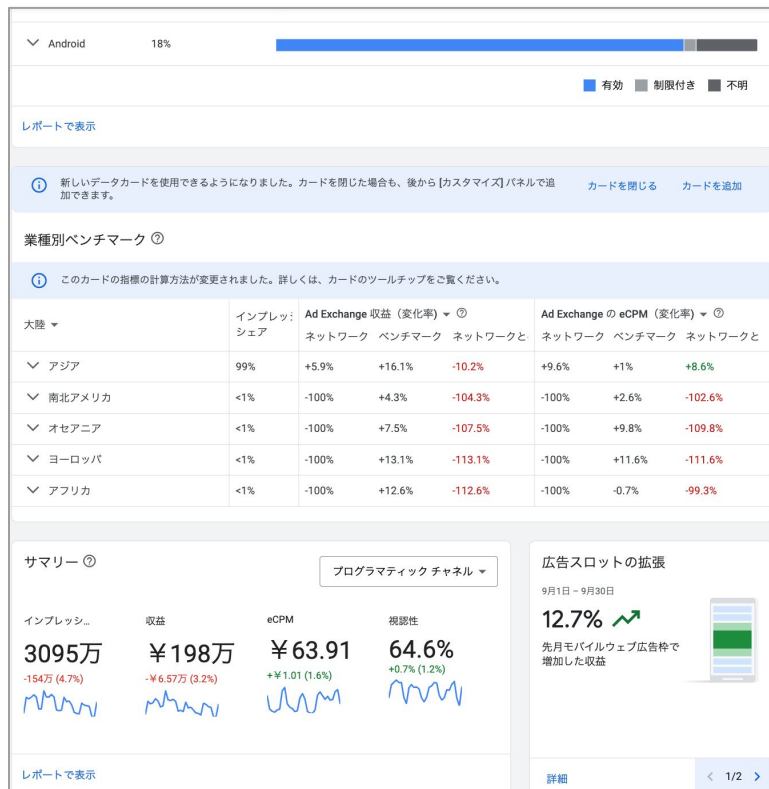
・複数の SSPを競合させて収益を最大化できる

④高度なターゲティング機能

・広告枠、カスタムターゲティング、地域、デバイスカテゴリ、ブラウザ、言語、 OS、ユーザー属性の他、自社データを活用したターゲティング配信が可能。

⑤多様な広告フォーマットに対応

・ウェブサイト、モバイルアプリ、動画、ゲームなど様々な広告枠タイプに対応



①複数の広告ソースの統合管理

・Google AdSenseやAd Exchange、サードパーティーの SSPやアドネットワーク、**直接販売の純広告** など、様々な広告を一元管理できる

インプレッション①

7,497,467

相対範囲のインプレッション②

該当なし

クリック数③

0

クリック率④

0.0%

レポートを実行

オーダーをエクスポート▼

その他の操作▼

広告申込情報

クリエイティブ

表で広告申込情報を選択すると、次のような操作を行うことができます。 - 編集する、一時停止する、再開する、コピーする、広告枠を解放する、アーカイブする、既存のクリエイティブを追加する

新しい広告申込情報

▼

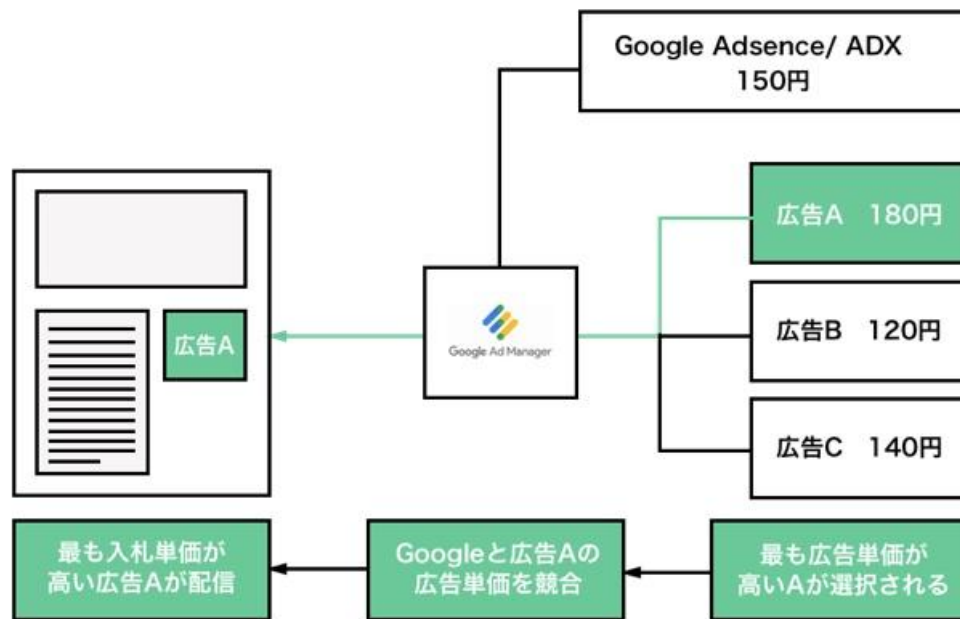
アーカイブが次に一致する: false

新しいフィルタを追加

<input type="checkbox"/>	スター付き	名前	ターゲティング	ステータス⑤	タイプ⑥	開始時間	終了時間	進捗状況⑦	レート	目標	インプレッション	クリック数	クリック率	配信された視聴可能なインプレッション	ターゲティングの編集⑧
<input type="checkbox"/>	☆	discovery_HB_X8.00 ID: 6264528186 1x1, 300x250, 468x60, 300x60, 728x90, 300x100, 160x300, 300x120, 180x180, 200x600, 240x400, 320x100, 320x250, 728x180, 640x480, 300x280, 320x180, 970x250, 768x90, 320x480, 300x150, 336x280, 320x60, 300x100, 640x360, 300x200, 300x300, 300x50, 320x150, 640x280, 360x90, 120x40, 250x250, 320x50, 320x250, 300x180, 120x60, 200x200, 160x600, 970x90, 320x70, 180x150, 768x250, 250x360		配信中	価格優先	2023年4月4日 14:30 GMT+9	無制限	<div><div></div></div> 1.47万	V8 CPM	無制限 インプレッション	457,317	0	0.00%	0	placement=["prebid"] AND cu...
<input type="checkbox"/>	☆	discovery_HB_Y16.00 ID: 6264528192 1x1, 300x250, 468x60, 300x60, 728x90, 300x100, 160x300, 300x120, 180x180, 200x600, 240x400, 320x100, 320x250, 728x180, 640x480, 300x280, 320x180, 970x250, 768x90, 320x480, 300x150, 336x280, 320x60, 300x100, 640x360, 300x200, 300x300, 300x50, 320x150, 640x280, 360x90, 120x40, 250x250, 320x50, 320x250, 300x180, 120x60, 200x200, 160x600, 970x90, 320x70, 180x150, 768x250, 250x360		配信中	価格優先	2023年4月4日 14:30 GMT+9	無制限	<div><div></div></div> 7392	V16 CPM	無制限 インプレッション	448,304	0	0.00%	0	placement=["prebid"] AND cu...
<input type="checkbox"/>	☆	discovery_HB_Y14.00 ID: 6267547284 1x1, 300x250, 468x60, 300x60, 728x90, 300x100, 160x300, 300x120, 180x180, 200x600, 240x400, 320x100, 320x250, 728x180, 640x480, 300x280, 320x180, 970x250, 768x90, 320x480, 300x150, 336x280, 320x60, 300x100, 640x360, 300x200, 300x300, 300x50, 320x150, 640x280, 360x90, 120x40, 250x250, 320x50, 320x250, 300x180, 120x60, 200x200, 160x600, 970x90, 320x70, 180x150, 768x250, 250x360		配信中	価格優先	2023年4月4日 14:30 GMT+9	無制限	<div><div></div></div> 8809	V14 CPM	無制限 インプレッション	400,832	0	0.00%	0	placement=["prebid"] AND cu...
<input type="checkbox"/>	☆	discovery_HB_Y10.00 ID: 6267547261 1x1, 300x250, 468x60, 300x60, 728x90, 300x100, 160x300, 300x120, 180x180, 200x600, 240x400, 320x100, 320x250, 728x180, 640x480, 300x280, 320x180, 970x250, 768x90, 320x480, 300x150, 336x280, 320x60, 300x100, 640x360, 300x200, 300x300, 300x50, 320x150, 640x280, 360x90, 120x40, 250x250, 320x50, 320x250, 300x180, 120x60, 200x200, 160x600, 970x90, 320x70, 180x150, 768x250, 250x360		配信中	価格優先	2023年4月4日 14:30 GMT+9	無制限	<div><div></div></div> 1.22万	V10 CPM	無制限 インプレッション	381,140	0	0.00%	0	placement=["prebid"] AND cu...

②高度な広告配信管理

広告の優先順位付けや最低入札単価の設定やダイナミックアロケーション機能で収益を最適化



③ヘッダービディング対応

ヘッダービディングは、パブリッシャーがリアルタイムで広告枠を販売するためのプログラマティックな入札手法で、Googleアドマネージャー導入が必須。

①最高価格の広告採用

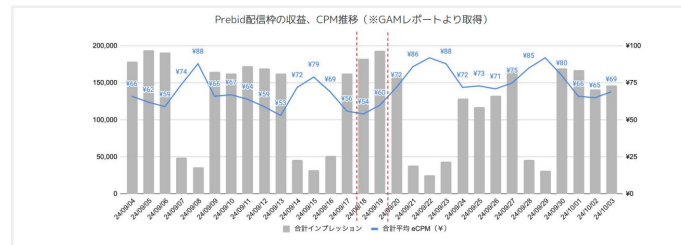
・すべての入札結果を比較し、最も高い入札価格の広告が採用されます。

②ファーストプライスオークション

・ヘッダービディングでは、従来のウォーターフォール形のセカンドプライスオークションではなく、落札者が入札した金額をそのまま支払うファーストプライスオークション方式を採用しています。

③同時オークション

・複数の広告需要元に対して並行して入札を行います。これにより、より多くのバイヤーが競争に参加できます。



Prebid配信枠のインプレッション、収益、CPM

期間	インプレッション	収益	CPM
9/4~9/17	1,774,795	¥112,091	¥63
9/20~10/3	1,518,291	¥111,749	¥74
前後比	85.55%	99.69%	116.54%

④高度なターゲティング機能

広告枠、カスタムターゲティング、地域、デバイスカテゴリ、ブラウザ、言語、 OS、ユーザー属性の他、 **自社データを活用したターゲティング配信** が可能。

※GA4で取得できるデータはほぼ活用可能

概要 > 地域

日本	1件を選択	すべてのターゲティングを消去
20項目	すべて追加	在庫 (1)
日本 国名	✓	カスタムターゲティング
沖縄県, JP 都道府県	✓	地域
東京都, JP 都道府県	✓	すべての地域
大阪府, JP 都道府県	✓	モバイルアプリ
神奈川県, JP 都道府県	✓	デバイスカテゴリ
埼玉県, JP 都道府県	✓	ブラウザ
千葉県, JP 都道府県	✓	オペレーティングシステム
愛知県, JP 都道府県	✓	ブラウザ言語
テキストを入力		デバイススペック

Kurashiru

「からあげ」の検索結果

世界有数のバイアウトファーム Investment Professional 年収イメージ: 1200万円~2000万円以上 (経験・... プライベートエクイティ・ファンドの運営 投資チーム アシエイト: 1,400万円~2,000万円以上 + キャリ... 大手信託会社ホールディングス サステナビリティ推進役 経験・能力を考慮の上、当社規定により決定します...	微細金属加工会社 CEO 経験・能力を考慮の上、当社規定により決定します... 留学メディア事業運営会社 最高執行責任者 1,300万円~2,500万円 総合商社 サステナビリティ推進 経験・能力を考慮の上、当社規定により決定します... 大手独立系バイアウトファンド グループCEO 経験・能力を考慮の上、当社規定により決定 (イメ...
--	---

「からあげ」の検索結果

唐揚げに関する広告配信可能

⑤多様な広告フォーマットに対応

・ウェブサイト、モバイルアプリ、動画、ゲームなど様々な広告枠タイプに対応

新規クリエイティブ

標準クリエイティブ



イメージ

標準画像をアップロードするか、第三者広告サーバーでホストされているクリエイティブの URL を指定してください。

[詳細](#)

アセット: GIF、JPG、PNG

[選択](#)



キャンペーン マネージャー 360

キャンペーン マネージャー 360 で生成されたリダイレクト URL を使用します。

[詳細](#)

アセット: キャンペーン マネージャー 360 の URL

[選択](#)



カスタム

高度な広告エクスペリエンスを生み出す独自のコードを指定します。 [詳細](#)

アセット: カスタムコード

[選択](#)



カスタムクリエイティブテンプレートネットワークで定義されているテンプレートを使用します (価格の入力またはファイルのアップロードを求めるメッセージが表示される可能性があります)。 [詳細](#)

🔍 テンプレートを選択*

[次へ](#)



HTML5

高度な広告エクスペリエンスを生み出す HTML5 の zip ファイルをアップロードします。 [詳細](#)

アセット: ZIP ファイル

[選択](#)



サードパーティ

第三者広告サーバーのコードを使用します。 [詳細](#)

アセット: 第三者コード

[選択](#)



ネイティブフォーマット

標準またはカスタムのネイティブ広告フォーマットを使用します。 [詳細](#)

📏 サイズ制限により現在選択できません



標準のクリエイティブテンプレート

アド マネージャーに含まれているテンプレートをデフォルトで使用します。テンプレートはさまざまな広告エクスペリエンスに対応しています。 [詳細](#)

🔍 テンプレートを選択*

[次へ](#)

広告タイプ

配信する広告の種類を選択してください



ディスプレイ

標準のイメージ広告やキャンペーン マネージャー 360 の URL から、ネイティブ形式やカスタムソリューションまで、さまざまな種類の高度な広告エクスペリエンスを実現できます。 [詳細](#)

[ディスプレイ広告を選択](#)



動画またはオーディオ

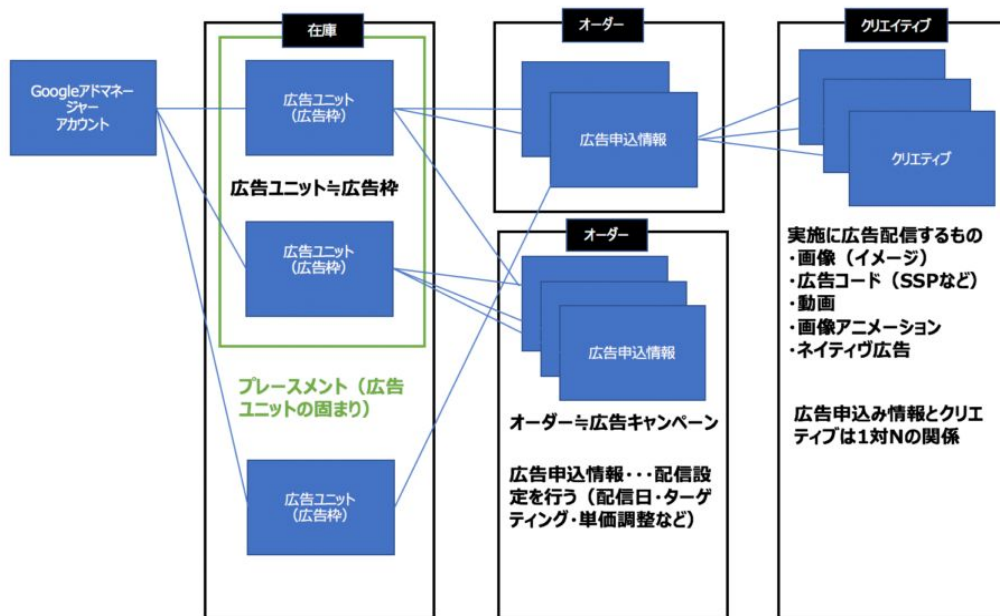
購入者が、ストリーミング中のコンテンツ内で再生される動画広告やオーディオ広告、または動画プレーヤー外で再生される動画広告の配信を希望しています。これには、動画リワード広告、インフィード動画広告、記事内動画広告が含まれます。 [詳細](#)

[動画広告またはオーディオ広告を選択](#)

アカウント構造

Googleアドマネージャーのアカウント構造

Googleアドマネージャーのアカウント構造は「アカウント」「広告ユニット」「オーダー」「広告申込情報」「クリエイティブ」の5つで構成されています。



広告ユニットとは

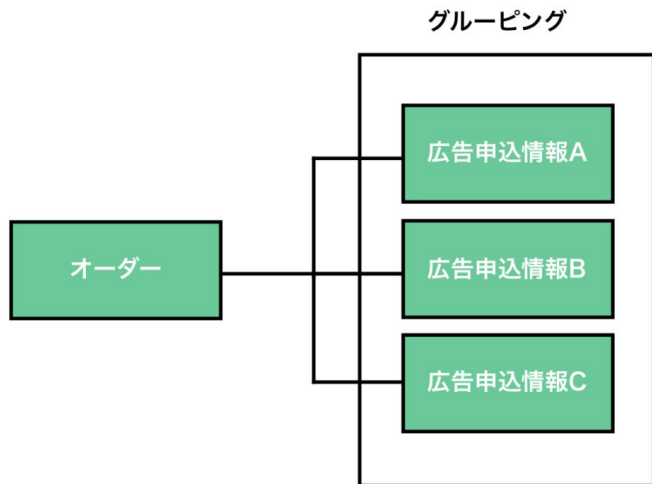
広告ユニット(広告スロット)とは、広告枠のことです。広告ユニットでは、広告サイズ・プレースメントなどの設定を行います。
※広告枠をグルーピングするものをプレースメント

The screenshot displays the Yahoo! Japan homepage with several advertising units and content sections:

- Top Navigation Bar:** Includes logos for LYP (プレミアム), オークション, ショッピング, YAHOO! JAPAN, and icons for Travel (トラベル), Cards (カード), and Mail (メール).
- Search Bar:** A central search bar with a "検索" (Search) button.
- News Section:** A list of news items with headlines such as "トランプ氏銃撃 支持率への影響は" (Impact of Trump's shooting on support rate) and "トランプ氏、副大統領候補を選出" (Trump selects vice-presidential candidate).
- Shopping Section:** A sidebar on the left lists various shopping services like ショッピング, オークション, フリマ, ZOZOTOWN, LOHACO, and others.
- Advertisement:** A large advertisement for "窓の外にはブラインド。" (Outside the window is a blind.) featuring a woman looking out a window.
- Footer:** Includes a "ログイン" (Login) section with options for email, mobile app, and PayPay, and a "登録情報" (Registration Information) link.

オーダーとは

オーダーとは、1つ以上の広告申込情報を管理する単位です。キャンペーン毎・広告主・広告ユニット・サイズ毎などで作成します。簡単に言うと **広告申込情報をグルーピングしたもの** です。原則は第三者ネットワークを含む広告主ごとに作成します



		広告申込情報 ①	広告主	開始時間 ↓	終了時間	予定費用総額	インプレッション	ク
<input type="checkbox"/>	☆	広告申込情報A	Geniee	2023年6月22日 16:04 (GMT+9)	無制限	¥0	277,505,306	
		配布中 (4) 一時停止 (0) 広告枠解放済み (1) アーカイブ (3)						
<input type="checkbox"/>	☆	広告申込情報B	prebid	2023年4月4日 14:30 (GMT+9)	無制限	¥0	6,208,277	
		配布中 (260) 準備完了 (171)						
<input type="checkbox"/>	☆	広告申込情報C	prebid	2022年10月21日 17:39 (GMT+9)	無制限	¥0	1,854,653	
		配布中 (293) 準備完了 (138)						
<input type="checkbox"/>	☆	広告申込情報D	FLUX	2023年9月2日 16:06 (GMT+9)	無制限	¥0	9,396,950	
		配布中 (1)						
<input type="checkbox"/>	☆	広告申込情報E	FLUX	2022年9月2日 16:04 (GMT+9)	無制限	¥0	1,391,723	
		配布中 (1) アーカイブ (1)						

広告申込情報とは

広告申込情報は広告の配信設定を行う単位。**配信タイプ・配信日時・配信する広告の種類・単価調整・ターゲティング設定・表示するクリエイティブの調整**などを行います。

広告申込情報タイプ

タイプと優先度

☐ スポンサーシップ (4)

☐ 標準 (6, 8, 10)

☒ 価格優先 (12)

[もっと見る](#)

優先度の値

12

価格優先:

未販売の広告枠に使用します。

想定されるクリエイティブ^①
タイプ

300x250 ×

336x280 ×

サイズを追加

[クリエイティブの詳細を表示](#)

広告申込情報とは

以下のように、配信時間、単価などの調整が可能

配信設定	開始時間			
	2019/9/26	17:47	▼	GMT+9
	<hr/>			
	終了時間			
	無制限	▼		
<hr/>				
制限				
なし	▼			
<hr/>				
レート ②				
¥ 80	JPY	CPM	▼	仮想 CPM を設定
<hr/>				
総額				
-				

クリエイティブとは

クリエイティブとは、ユーザーに配信されるバナー広告・画像や動画などのコンテンツです。純広告・アドセンス・第三者配信・イメージ・画像アニメーションなどを設定します

対象の広告ユニット サイズ ⑦

336x280

コードタイプ ⑦

☒ 標準 ☐ AMP ☐ 標準版と AMP 版

標準 ⑦

```
1 <script type="text/javascript">
2 var adstir_vars = {
3   ver: "4.0",
4   app_id: "MEDIA-cfc50998",
5   ad_spot: 1,
6   center: false
7 };
8 </script>
```

 このタグを認識できません。Google アド マネージャーを使用してクリック数をトラッキングし、カウントの不一致が生じないようにするには、マクロを手動で挿入する必要があります。マクロの挿入場所については、タグの提供元にご確認ください。

マクロを挿入してください

☐ SafeFrame で配信する

アカウント構造を理解するために使われる用語


No	実施内容	備考
1	アカウント	広告管理を管理する箱のようなものです。
2	在庫	在庫とは「広告在庫(広告インベントリ)」のことで、広告のインプレッション(表示回数)のことを指します。(インプレッション在庫とも呼びます)。収益に直接関連してくる商品であるため在庫(イベントリ)と言われています。
3	広告ユニット	ウェブサイトやアプリ上の広告を配信できるスペースのことです。広告サイズAdSense広告枠の設定・フリークエンシーキャップなどの設定を行います。
4	プレースメント	広告ユニットをグルーピングしたものの広告を表示できる つままたは複数の広告ユニットをまとめたもの)
5	オーダー	オーダーとは、1つ以上の広告申込情報を管理する単位です。キャンペーン毎・広告主・広告ユニット・サイズ毎などで作成します。簡単に言うと広告申込情報をグルーピングしたものです。
6	広告申込情報	広告申込情報は広告の配信設定を行う単位。配信日時・配信する広告の種類・単価調整・ターゲティング設定・表示するクリエイティブの調整などを行います。
7	クリエイティブ	クリエイティブとは、ユーザーに配信される画像や動画などのコンテンツです。

広告ユニットの設定

新しく広告ユニットを作る | 広告ユニット

[在庫]→[広告ユニット] をクリックした後、[新しい広告ユニット] をクリックして、[新しい広告ユニット] をクリックしましょう。

≡

 アド マネージャー

🔍 ツール、機能などを検索

株式会社ハウクレイジー
21629947870

ホーム

配信

在庫

● 広告ユニット

● ア 広告ユニット

● サイト

● Key-Value

● ターゲティング初期設定

● トラフィック エクスプロ...

広告ユニット プレースメント

広告ユニット ⓘ

新しい広告ユニット アップロード ダウンロード

▼ ステータス 次のいずれかに一致: 有効, 無効 × 親 が次に一致する: 最上位 × 新しいフィルタを追加

最上位 >

<input type="checkbox"/> 名前 ↑	操作	子広告ユニット	ステータス	サイズ
<input type="checkbox"/> karin_web ID: 22980772589 Code: karin_web	+ 子広告ユニットを追加	子広告ユニットを表示	有効	
<input type="checkbox"/> marketing-gorilla ID: 21917822375 Code: marketing-gorilla	+ 子広告ユニットを追加	子広告ユニットを表示	有効	
<input type="checkbox"/> mg_article_middle_1 ID: 21918510167 Code: mg_article_middle_1	+ 子広告ユニットを追加		有効	300x250, 336x280
<input type="checkbox"/> workx ID: 21900988510 Code: workx	+ 子広告ユニットを追加	子広告ユニットを表示	有効	

名前を記入する | 広告ユニット

次に、広告ユニット(コード)を識別できるようなコード(名前)で作成します。

特に広告コードの命名規則は判別しやすいように「**サイト名・デバイス名・ページ名・ページ内の広告ユニットの場所・(サイズの情報)**」などユニークな命名します。

[すべての広告ユニット](#) >

新しい広告ユニット

設定

親広告ユニット*

🔍 最上位



名前*

サイト名_SP_記事_右サイドバー_上

19 / 255

コード*

site_sp_article_right_sidebar_top



33 / 100

説明



広告ユニット名・説明文の記入 | 広告ユニット

広告ユニットの補足情報を記入します。**任意なので記入しなくても問題ありません**。私の場合は、コード名で制御しているので説明文は入力しない場合が多いです。

名前*

サイト名_SP_記事_右サイドバー_上

19 / 255

コード*

site_sp_article_right_sidebar_top



33 / 100

説明



広告ユニットサイズの記入 | 広告ユニット

広告ユニットに関連付けるサイズを指定します。「300×250」「336×280」など複数サイズの広告を配信する場合は、複数選択しましょう。また、広告ユニットは任意のサイズを直接記載すれば、カスタムサイズを作成することが可能です。注意点は、**想定されるサイズは全部いれましょう。**

サイズ

②

サイズモード

固定サイズ ▾

サイズ (オプション)

300x250 ×

336x280 ×

検索語句を入力

☒ 300x250 (レクタングル)

☐ 300x600 (ハーフページ)

☐ 300x1050 (カスタム)

☐ 320x50 (モバイル ビッグバナー)

☐ 320x100 (カスタム)

☐ 320x480 (HVGA フルスクリーン)

☒ 336x280 (レクタングル (大))

☐ 468x60 (フルバナー)

ターゲット ウィンド ②

人

ウ

保存

キャンセル

× 「広告ユニット」 ページのデザイ

プレースメントの設定 | 広告ユニット

プレースメントとは、広告主がまとめてターゲティングできる広告ユニットのグループです。この広告ユニットに関連付けるプレースメントの横のチェックボックスをオンにします。

プレースメント
(オプション)

②

広告枠

検索	🔍	選択なし	クリア
		プレースメントが選択されていません	
テキストを入力	+		

Googleアドセンスの配信有無 | 広告ユニット

アドセンスを配信するかしないかを設定します。**ダイナミックアロケーションによる競合配信をしたい場合はチェックを入れる必要があります。**

※ダイナミックアロケーションの仕組みは広告申込情報作成時に説明します。

AdSense		<input checked="" type="checkbox"/> AdSense を利用して未販売の広告枠の収益を最大化します。
フリークエンシー キャップ (オプション)		<div><input type="checkbox"/> ラベルのフリークエンシー キャップを設定する </div> <div><input type="checkbox"/> 広告ユニットのフリークエンシー キャップを設定する </div>
更新頻度 (オプション)		<div><input checked="" type="radio"/> 更新しない</div> <div><input type="radio"/> 更新頻度 (30~120 秒)<div>60</div><div>モバイルアプリのみ</div></div>

広告ユニットタグの発行 | 広告ユニット

広告ユニットの保存が完了したら、広告タグを発行したい広告ユニットを選択して、タブから「タグ」を選択し、タグの種類を選択しましょう。

[すべての広告ユニット >](#)
広告ユニット: karin_web [?](#)

インサイト

広告申込情報

コーディング不要

タグ

設定

1 タグタイプ

2 タグオプション

3 タグ生成結果

タグの種類を選択 [?](#)

タグタイプ

Google パブリッシャータグ

▼

続行

タグの種類 | 広告ユニット

タグタイプを選択します。タグタイプは4種類あります。

Webメディア:「Google サイト運営者タグ」

アプリ:「モバイルアプリケーションタグ」

AMPページ:「AMPページタグ」

動画アプリ:「動画とオーディエンス用」

インサイト 広告申込情報 コーディング不要 **タグ** 設定

1 タグタイプ 2 タグオプション 3 タグ生成結果

タグの種類を選択 ⓘ

タグタイプ

- Google パブリッシャータグ
- モバイル アプリケーション タグ
- AMP タグ
- 動画とオーディオ用の Google パブリッシャータグ

続行

オプションの選択 | 広告ユニット

デフォルト設定のままで問題ありません。このページでは「パスバックタグの発行」や、広告配信されていない際に「divタグを閉じる」などの設定が可能です。

インサイト

広告申込情報

コーディング不要

タグ

設定

1 タグタイプ

2 タグオプション

3 タグ生成結果

パスバックタグ

☐ パスバックタグを作成

シングル リクエスト

☒ シングル リクエストを有効にする

空の div

☐ 空の div を折りたたむ

ページレベルの Key-Value
(オプション)

🔍 キーを選択

🔍 値を選択

ⓧ

[Key-Value を追加](#)

タグの発行 | 広告ユニット

自動的にタグが発行されます。コードは2つ生成されますが、前者の広告タグを<head>タグ内に記載し、後者のタグを「**実際に配信したい広告位置**」に設定します。

✓ タグタイプ

✓ タグオプション

3 タグ生成結果

ドキュメントのヘッダー

```
<script async
src="https://securepubads.g.doubleclick.net/tag/js/gpt.js">
</script>
<script>
  window.googletag = window.googletag || {cmd: []};
  googletag.cmd.push(function() {
    googletag.defineSlot('/21629947870/karin_web', [[1, 1],
[300, 250], [336, 280]], 'div-gpt-ad-1729047124507-
0').addService(googletag.pubads());
  });
</script>
```

タグをコピー

このタグのコードをコピーして、HTML ドキュメントの <head></head> 内に配置します。

ドキュメントの本文

```
<!-- /21629947870/karin_web -->
<div id='div-gpt-ad-1729047124507-0' style='min-width: 300px;
min-height: 250px;'>
  <script>
    googletag.cmd.push(function() { googletag.display('div-
gpt-ad-1729047124507-0'); });
  </script>
</div>
```

ドキュメントのヘッダー | 広告ユニット

ドキュメントヘッダータグは、<head>内に入力するコードで、<head>に記載するコードは1つです。ドキュメントヘッダータグには、広告ユニットを追加する際に青文字部分を追加で記入していきます。また、新しいサイズを追加したい場合は太文字部分にサイズ追加します。

```
<script async src="https://securepubads.g.doubleclick.net/tag/js/gpt.js"></script>
<script>
  window.googletag = window.googletag || {cmd: []};
  googletag.cmd.push(function() {
    googletag.defineSlot('/2162994787/site_pc_article_sidebarTop', [[300, 250], [336,
280], [200, 200], [100, 100], [300, 600], [320, 100]],
'div-gpt-ad-1577057146321-0').addService(googletag.pubads());
    googletag.defineSlot('/2162994787/site_pc_article_sidebartMiddle', [[300, 250], [336,
280], [200, 200]], 'div-gpt-ad-1577057146321-0').addService(googletag.pubads());
    googletag.defineSlot('/2162994787/site_pc_article_sidebarBottom', [[300, 250], [336, 280], [200, 200]],
'div-gpt-ad-1577057146321-0').addService(googletag.pubads());
    googletag.pubads().enableSingleRequest();
    googletag.enableServices();
  });
</script>
```


ドキュメントの本文 | 広告ユニット

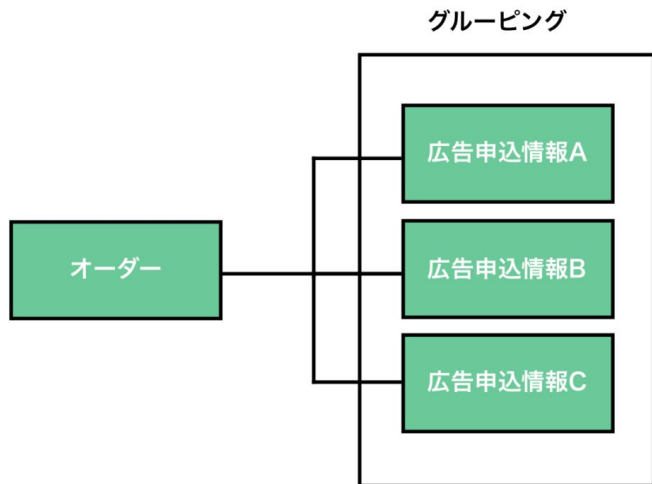
ドキュメントの本文タグは、実際に配信したいタグに埋め込むタグです。特に何もいじらず広告配信したい位置に埋め込みましょう。

```
<!-- /21629947870/karin_web -->  
<div id='div-gpt-ad-1729047124507-0' class="c_ad_box">  
  <script>  
    googletag.cmd.push(function() { googletag.display('div-gpt-ad-1729047124507-0'); });  
  </script>  
</div>
```

オーダーの設定

オーダーとは | オーダーの設定

- オーダーとは、1つ以上の広告申込情報を管理する単位です。
- キャンペーン毎・広告主・広告ユニット・サイズ毎などで作成します。
- 広告申込情報のグルーピング機能で、基本第三者ネットワークを含む広告主ごとに作成します。



</

オーダーの設定項目 | オーダーの設定

- 設定項目は以下の4つになります。
- この内重要な項目設定はオーダー名になります。

実施内容	備考	必須
名前	オーダー名(重要)	○
広告主	自社広告/クライアント名など	○
担当者	広告担当者名	○
ラベル	ラベルを指定すると、一緒に配信できる広告申込情報を指定したり、広告申込情報を配信できる広告枠を指定したりすることができます	

オーダーの命名規則 | オーダーの設定

- オーダーの命名規則はGoogleアドマネージャーを運用する上で重要な要素です。
- 多くのサイトでは「サイト名_ネットワーク名(キャンペーン名)」で命名している。

種類	命名規則
第3者ネットワークA	サイト名_ジーニー(アドネットワークの名前)
第3者ネットワークA_デバイス	サイト名_A_sp,サイト名_A_pc
広告ユニット名	〇〇_pc_sidebar_top(サイト名_デバイス名_ユニット位置)
自社広告	サイト名_自社広告
純広告	サイト名_クライアント名_キャンペーン名_240101~240131

広告申込情報の設定

広告申込情報とは | 広告申込情報の設定

- 広告申込情報は広告の配信設定を行う単位。
- 配信タイプ・配信日時・レート調整・ターゲティング設定の調整などを行います。

新しい広告申込情報

名前	<input type="text" value="名前*"/>		
広告申込情報タイプ	<div>タイプ*</div> <div>スポンサーシップ (4) 標準 (6, 8, 10) ネットワーク (12) バルク (12) 価格優先 (12) 自社広告 (16) クリックトラッキング専用 AdSense (12) Ad Exchange (12)</div>	優先度 標準 ▼	優先度の値* <input type="text" value="8"/>
想定されるクリエイティブ	キャンペーンで使用します。 <input type="text" value="フォーマットを追加"/> ⋮		
その他の設定	<input type="text" value="AdSense (12)"/> ⓘ <input type="text" value="Ad Exchange (12)"/> <input type="checkbox"/> 同じ広告主例外 ⓘ <input type="text" value="コメント"/>		

広告の種類の選択 | 広告申込情報の設定

- まずは配信する広告の種類を選択します。
- Webサイトであれば、基本的にディスプレイを選択します。

広告タイプ

配信する広告の種類を選択してください



ディスプレイ

標準のイメージ広告やキャンペーン マネージャー 360 の URL から、ネイティブ形式やカスタム ソリューションまで、さまざまな種類の高度な広告エクスペリエンスを実現できます。 [詳細](#)

[ディスプレイ広告を選択](#)



動画またはオーディオ

購入者が、ストリーミング中のコンテンツ内で再生される動画広告やオーディオ広告、または動画プレーヤー外で再生される動画広告の配信を希望しています。これには、動画リワード広告、インフィード動画広告、記事内動画広告が含まれます。 [詳細](#)

[動画広告またはオーディオ広告を選択](#)

広告申込情報の命名規則 | 広告申込情報の設定

- 広告申込情報を作成する場合、以下のような命名で記入しましょう。
- 広告申込情報は適当に名前をつけると運用・管理が難しくなります。
- 命名規則は「サイト名_ネットワーク名(自社広告)_広告ユニット名」で制作しましょう。

■参考例

・example.comのPCの右上サイトバーのバナーに広告ネットワークAを配信する場合

→ example_A_pc_right_sidebar_top

サイト名

ネットワーク名

広告ユニット名

広告申込情報タイプとは | 広告申込情報の設定

- 広告の種類によって配信タイプを選択する必要があります。
- 純広告は「スポンサーシップ」や「標準」、競合配信（ダイナミックアロケーション）の場合は「価格優先」「ネットワーク」など適切に選択する必要があります。

新しい広告申込情報

名前

名前*

広告申込情報タイプ

タイプ*

優先度

優先度の値*

スポンサーシップ (4)

標準

8

標準 (6, 8, 10)

キャンペーンで使います。

ネットワーク (12)

バULK (12)

価格優先 (12)

フォーマットを追加

自社広告 (16)

クリックトラッキング専用

AdSense (12)

Ad Exchange (12)

想定されるクリエイティブ

⑦

その他の設定

⑦

同じ広告主例外 ⑦

コメント

広告申込情報タイプと優先度 | 広告申込情報の設定

- 広告申込情報タイプは、**優先度の数字が小さいほど優先度が高くなります。**
- 「スポンサーシップ」は優先度 4、「価格優先」は優先度 12 となり、同じ広告ユニットに同時配信した場合、スポンサーシップが優先的に配信されます

内容	優先度	内容
スポンサーシップ	4	定められたインプレッションの割合、開始時間と終了時間に基づいて配信されます。この広告申込情報タイプは、購入者がページまたはサイトでのテイクオーバー広告を希望している場合に、直接販売のキャンペーンで使用します。また、インプレッション数に関係なく広告申込情報を均等にローテーション表示する場合にも使用できます。
標準	6~10	定められたインプレッション目標、開始時間と終了時間に基づいて配信されます。この広告申込情報タイプは、購入者が具体的なインプレッション数の配信を希望している場合に、直接販売のキャンペーンで使用します。配信ペースは指定した目標に沿って調整されます。
ネットワーク	12	定められたインプレッションの割合に基づいて配信されます。インプレッション目標を設定していないパートナーの広告ネットワークで使用します。
価格優先	12	主に価格を基準に、1 日もしくは全期間の配信上限が設定されている場合はその範囲内で、配信されます。この広告申込情報タイプは、サイトの未販売の広告枠をできるだけ収益性の高い広告申込情報で埋める場合に使用します。
自社広告	16	自社*広告申込情報は、空き枠の広告申込情報(ネットワーク、バルク、価格優先)、Ad Exchange、Open Bidding のデマンドを配信できない場合にのみ配信されます。つまり、自社広告申込情報は、レートが 0 円の、ダイナミック アロケーションを介した価格競合を行わない広告申込情報として扱われます。続く...

想定されるクリエイティブ | 広告申込情報の設定

- 実際に配信する広告サイズを選択しましょう。
- サイズは広告ユニットで設定したサイズをすべて選びます。
- 複数選択の場合は以下のように入力します。

想定されるクリエイティブ ②



300x600 ×

468x60 ×

336x280 ×

300x250 ×

サイズまたはネイティブ フォーマットを追加

[クリエイティブの詳細を表示](#)



想定されるクリエイティブ | 広告申込情報の設定

- 実際に配信する広告サイズを選択しましょう。
- サイズは広告ユニットで設定したサイズをすべて選びます。
- 複数選択の場合は以下のように入力します。

想定されるクリエイティブ ②



300x600 ×

468x60 ×

336x280 ×

300x250 ×

サイズまたはネイティブ フォーマットを追加

[クリエイティブの詳細を表示](#)



配信時間の設定 | 広告申込情報の設定

- 配信時間や配信インプレッションなどを設定します。
- 価格優先の場合は、指定がなければ「今すぐ」、終了時間を「無制限」にします。

配信設定

開始時間*

今すぐ

終了時間*

無制限

無制限

2024/11/30 23:59

2024/12/31 23:59

日 月 火 水 木 金 土

2024年10月

1 2 3 4 5

M

?

仮想 CPM を設定

インプレッションの設定 | 広告申込情報の設定

- 配信インプレッションは、広告タイプによって異なります。
- 「合計インプレッションにおける割合」が「配信したい数量」で広告タイプを選択します。

■スポンサーシップ

開始時間*

今すぐ ▼

終了時間*

23:59 ▼

停止期間 ②

☐ 停止期間を設定

目標*

100

合計インプレッションにおける割合

レート*

¥ 0 JPY 1日の費用 ▼ ②

※121 ディスカウントタイプ

■標準

開始時間*

今すぐ ▼

終了時間*

23:59 ▼

停止期間 ②

☐ 停止期間を設定

数量*

0

タイプ

インプレッション ▼

レート*

¥ 0 JPY CPM ▼ ②

割引

0 ②

ディスカウントタイプ

絶対値 ▼

※121

レートの設定 | 広告申込情報の設定

- レート(仮想CPM)設定します。これによりダイナミックアロケーション機能が動きます。
- ダイナミックアロケーション機能により、設定されたレート以下のGoogle広告は配信されません。
- レート設定することを「フロアプライス(最低単価)設定」とも呼びます。

配信設定

開始時間*

今すぐ ▼

終了時間*

23:59 ▼

目標タイプ

全期間 ▼

制限*

0

イベント

インプレッション

レート*

¥ 100

JPY

CPM ▼

② 仮想 CPM を設定

割引

0

②

ディスカウントタイプ

絶対値 ▼

総額

配信の調整 | 広告申込情報の設定

- 配信の調整では以下のような設定項目があります。
- 原則デフォルトで問題ありません。

配信の調整

表示するクリエイティブ数

1 つ以上

②

クリエイティブのローテーション

最適化

②

子供向け広告

子供向けリクエストに対する広告配信を許可しな...

②

曜日と時間 ②

☐

曜日と時間帯を設定する

頻度 ②

☐

ユーザーごとにフリークエンシー キャップを設定

ターゲティングの設定 | 広告申込情報の設定

- ここでは配信したい「広告ユニット」の選択を行います。
- 「地域」「デバイス」「ブラウザ」「独自データ」を活用したターゲティングが可能です。

ⓘ

サイズ (300x250, 320x50, 336x280) に基づきフィルタされた広告枠

元に戻す

← 広告ユニット

0 件を選択

すべてのターゲティングを消去

検索

Q

^ 在庫

Clear 在庫

7 項目

✓ すべて追加

⊗ 広告枠が指定されていません

^ karin_web

karin_web_sp_commom_overlay

✓

⊗

✓

⊗

✓

⊗

✓

⊗

✓

⊗

✓

⊗

^ カスタム ターゲティング

✎

^ 地域

✎

^ モバイルアプリ

✎

^ デバイス カテゴリ

✎

^ ブラウザ

✎

^ オペレーティング システム

✎

HOWCRAZY

クリエイティブの設定

ターゲティングの追加 | クリエイティブ設定

- クリエイティブを追加したい [オーダー] → [広告申込情報] を選択して、「クリエイティブを追加」もしくは「新しいクリエイティブ」をクリック。

[設定](#) | [クリエイティブ \(...\)](#) | [トラブルシュー...](#)

▲

クリエイティブが

クリエイティブ (0)

クリエイティブや広告申込情報を追加しても広告は表示されません [ヘルプ](#)

300x250 | 1 個必要

290x240 | 1 個必要

[新規クリエイティブ](#) | [既存のクリエイティブ](#)

[新規クリエイティブ](#) | [既存のクリエイティブ](#)

クリエイティブを追加

クリエイティブを一括アップロードする

クリエイティブの種類 | クリエイティブ設定


- 次に種類の選択です。純広告などを配信する場合は「イメージ」、アドネットワークを配信する場合は「サードパーティ」、ネイティブ広告などはカスタムを選択しましょう。

 イメージ 標準画像をアップロードするか、第三者広告サーバーでホストされているクリエイティブの URL を指定してください。 ヘルプ アセット: GIF、JPG、PNG	 HTML5 高度な広告エクスペリエンスを生み出す HTML5 の zip ファイルをアップロードします。 ヘルプ アセット: ZIP ファイル
 サードパーティ 第三者広告サーバーのコードを使用します。 ヘルプ アセット: 第三者コード	 キャンペーン マネージャー キャンペーン マネージャーで生成されたリダイレクト URL を使用します ヘルプ アセット: キャンペーン マネージャーの URL
 カスタム 高度な広告エクスペリエンスを生み出す独自のコードを指定します。 ヘルプ アセット: カスタムコード	 カスタム クリエイティブ テンプレート ネットワークで定義されているテンプレートを使用します (情報の入力またはファイルのアップロードを求めるメッセージが表示される可能性があります)。 ヘルプ テンプレートを選択 次へ
 標準のクリエイティブ テンプレート アド マネージャーに含まれているテンプレートをデフォルトで使用します。テンプレートはさまざまな広告エクスペリエンスに対応しています。 ヘルプ	

クリエイティブの入力 | クリエイティブ設定

- 最後に、「名前」「広告ユニットサイズ」を入力した後、クリエイティブの画像とリンク先URLを記入すれば完了です。可能であれば、広告ファイルの密度は「1倍」「2倍」の両方をアップロードしましょう。2倍の画像をアップロードすることでより綺麗な画像が表示されます。

新規クリエイティブ

タイプ: イメージ 

設定

名前*

example_ネットワーク名_example_sp_common_overlay

対象の広告ユニット サイズ* 


320x50

画像ファイル 

☒ 画像ファイルをアップロード ☐ リモートの画像を使用

☐ 密度 1 倍 ☐ 密度 1.5 倍 ☒ 密度 2 倍

ファイルをここにドロップするか [参照](#)

リンク先* 

リンク先 URL ▼

example.com

[テスト](#)