

【完全マニュアル】

Google広告動画キャンペーン 改善チェックシート



Google Ads

50項目

マーケターあき

どこに問題があるかチェックリストですぐに分かります！

今日から使える 動画広告



チェックリスト 1-12

No.	媒体	チェック項目	確認
01	YouTube広告	入札戦略は広告の目的に合っているか	<input type="checkbox"/>
02	YouTube広告	広告の地域は正しく設定できているか	<input type="checkbox"/>
03	YouTube広告	広告の言語は正しく設定できているか	<input type="checkbox"/>
04	YouTube広告	広告は複数出せているか	<input type="checkbox"/>
05	YouTube広告	行動を促すフレーズのテストは済んでいるか	<input type="checkbox"/>
06	YouTube広告	広告見出しのテストは済んでいるか	<input type="checkbox"/>
07	YouTube広告	サムネイルのテストは済んでいるか	<input type="checkbox"/>
08	YouTube広告	キーワードターゲティングは活用できているか	<input type="checkbox"/>
09	YouTube広告	トピックターゲティングは活用できているか	<input type="checkbox"/>
10	YouTube広告	プレースメントターゲティングは活用できているか	<input type="checkbox"/>
11	YouTube広告	オーディエンスターゲティングは活用できているか	<input type="checkbox"/>
12	YouTube広告	CV済みユーザーの除外は十分か	<input type="checkbox"/>



チェックリスト 13-24

No.	媒体	チェック項目	確認
13	YouTube広告	プレースメントの除外は十分か	<input type="checkbox"/>
14	YouTube広告	広告グループ別の入札単価調整はできているか	<input type="checkbox"/>
15	YouTube広告	年齢、性別、子供の有無、世帯収入の設定は適切か	<input type="checkbox"/>
16	YouTube広告	地域別の設定は適切か	<input type="checkbox"/>
17	YouTube広告	デバイス別の設定は適切か	<input type="checkbox"/>
18	YouTube広告	時間別の設定は適切か	<input type="checkbox"/>
19	YouTube広告	曜日別の設定は適切か	<input type="checkbox"/>
20	YouTube広告	コンバージョンタグの設置は完了しているか	<input type="checkbox"/>
21	YouTube広告	リマーケティングタグの設置は完了しているか	<input type="checkbox"/>
22	YouTube広告	キャンペーン予算上限の設定は適切か	<input type="checkbox"/>
23	YouTube広告	LPの読み込み時間は長くないか	<input type="checkbox"/>
24	YouTube広告	CPCは目標数値内か	<input type="checkbox"/>



チェックリスト 25-36

No.	媒体	チェック項目	確認
25	YouTube広告	CPAは目標数値内か	<input type="checkbox"/>
26	YouTube広告	CTRは目標数値内か	<input type="checkbox"/>
27	YouTube広告	CVRは目標数値内か	<input type="checkbox"/>
28	YouTube広告	利益は出ているか	<input type="checkbox"/>
29	YouTube広告	AIを活用した自動最適化（ターゲティング、入札など）は利用できているか	<input type="checkbox"/>
30	YouTube広告	スマート自動入札やP-MaxキャンペーンなどのGoogle AIを活用できているか	<input type="checkbox"/>
31	YouTube広告	動画冒頭5秒で視聴者の興味を惹きつけられているか	<input type="checkbox"/>
32	YouTube広告	動画内容とターゲット層のニーズや課題は合致しているか	<input type="checkbox"/>
33	YouTube広告	複数の動画クリエイティブでA/Bテストを実施できているか	<input type="checkbox"/>
34	YouTube広告	視聴履歴や検索履歴に基づいたターゲティングを活用できているか	<input type="checkbox"/>
35	YouTube広告	カスタムオーディエンスやリマーケティングリストを活用できているか	<input type="checkbox"/>
36	YouTube広告	ターゲット層の深い理解に基づいてターゲティングを設定できているか	<input type="checkbox"/>

チェックリスト 37-50

No.	媒体	チェック項目	確認
37	YouTube広告	ターゲティング設定が過度に狭すぎたり広すぎたりしないか	<input type="checkbox"/>
38	YouTube広告	視聴回数や視聴率、動画再生時間も分析指標に含めているか	<input type="checkbox"/>
39	YouTube広告	ビュースルーコンバージョンを適切に評価できているか	<input type="checkbox"/>
40	YouTube広告	フリークエンシー（広告表示頻度）を把握し適切にコントロールできているか	<input type="checkbox"/>
41	YouTube広告	ブランドリフト調査の結果をクリエイティブ改善などに活用できているか	<input type="checkbox"/>
42	YouTube広告	複数の指標を総合的に評価して判断できているか	<input type="checkbox"/>
43	YouTube広告	定期的に競合や市場の動向を把握できているか	<input type="checkbox"/>
44	YouTube広告	Google広告ダッシュボードやYouTubeアナリティクスで効果測定ができているか	<input type="checkbox"/>
45	YouTube広告	PDCAサイクルを継続的に回せているか	<input type="checkbox"/>
46	YouTube広告	ランディングページ（LP）の内容は広告内容と一貫性があり、最適化されているか	<input type="checkbox"/>
47	YouTube広告	少額予算でのテスト配信から開始しているか	<input type="checkbox"/>
48	YouTube広告	AIの学習期間やデータ収集期間を考慮できているか	<input type="checkbox"/>
49	YouTube広告	動画広告の目標をWeb施策全体の目標の中で捉えられているか	<input type="checkbox"/>
50	YouTube広告	必要に応じて動画広告専用のアカウントを分けて運用できているか	<input type="checkbox"/>

効果的な動画広告運用ポイント

コンバージョンを最大化するための5つの重要ポイント

1 最初の5秒で視聴者の興味を引く動画制作

YouTubeの「スキップ可能」広告では最初の5秒が勝負です。冒頭で視聴者の注意を引き、続きを見たいと思わせる工夫が必要です。

★ 実践ポイント

- 冒頭で解決する問題や得られるベネフィットを明確に
- 視覚的なインパクトを使って注目を集める
- ターゲットに響く言葉選びや質問で興味を引く

2 ターゲティングの最適化

動画広告の効果を最大化するには、適切なターゲティング設定が不可欠です。カスタムオーディエンスとリマーケティングの活用で、より関心の高いユーザーにリーチできます。

★ 実践ポイント

- 類似オーディエンス (Similar Audiences) の活用
- サイト訪問者やアプリユーザーへのリマーケティング
- 検索意図に基づいたカスタムintentオーディエンス

3 複数クリエイティブでのA/Bテスト実施

様々なクリエイティブアプローチを試し、データに基づいて最適化することが重要です。A/Bテストで最も効果の高いメッセージングやビジュアルを特定しましょう。

★ 実践ポイント

- 異なる長さ、トーン、アプローチの動画を比較
- 一度に1つの変数のみを変更してテスト
- サムネイルやCTA (行動喚起) のバリエーションもテスト

4 視聴率と視聴時間の重視

通常のクリック率だけでなく、YouTube特有の「視聴率」や「視聴時間」の指標も重視することで、動画広告の効果をより正確に評価できます。

★ 実践ポイント

- 視聴完了率（VTR）を主要KPIとして設定
- 平均視聴時間と動画全体の視聴パターンを分析
- 視聴者のエンゲージメント（高評価、コメント、共有）も考慮

5 総合的な指標評価とPDCAサイクルの継続

単一の指標だけでなく、複数の指標を組み合わせて総合的に評価し、継続的に改善を繰り返すPDCAサイクルを実行することが重要です。

★ 実践ポイント

- クリック、視聴、コンバージョン、ROIを組み合わせて評価
- 週次・月次でデータを確認し、改善施策を実行
- キャンペーン目標に合わせた最適な指標を選定

チェックシート活用のまとめ

 定期的に50項目をチェックし、継続的な改善を行いましょう

 課題は優先順位をつけて、計画的に対応しましょう

 キャンペーン目標に合わせた指標選定が重要です

 ターゲットユーザーの行動を常に意識した運用を心がけましょう