

Google広告 開設前チェックリスト

Google広告のアカウントを、あとで作り直さずに済む形で作り、作った直後の確認まで終わらせるための7枚

この7枚でできること

- ☐ 作る前に決める3つ（名義・タイムゾーンと通貨・キャンペーン）を自分の答えで書ける
- ☐ 用意するもの5つをそろえてから、10分で登録を終えられる
- ☐ キャンペーンを作らずにアカウントだけ作る道と、見つからないときの代わりが分かる
- ☐ 作った直後の5項目を確かめ、お客様IDと招待した人を控えられる
- ☐ つまづきやすい7つを、その場で直せる

使う順番

2ページの3つを書き、5つをそろえる → 3ページの順に登録する（迷ったら4ページで名前と行き先を見る） → 5ページの5項目を確かめて控えを書く → 詰まったら6ページ。
押すのは2ページを書き終えてからにしてください。
「新しい Google 広告アカウント」は押しただけでIDが振られます。

目次

2	作る前に決める3つと、用意するもの 名義・タイムゾーンと通貨・キャンペーンを作らない。自分の答えを書く
3	登録の手順と、キャンペーンを作らずに抜ける道 ステップ0〜3、お支払いの6手順、抜け道が見つからないとき
4	業種別 名前の付け方と行き先 12業種 架空の店名で、アカウント名と行き先の選び方
5	作った直後にやること5つと、控えの記入欄 お客様ID・名前・自動適用・招待・配信が止まっているかの確認
6	戻れないこと・慌てること、つまづき7つ 押しただけで残るアカウント、タイムゾーン、通貨、名義。その場での直し方
7	アカウントの中身と、この先の順番・確認先 4階層、空のうちにやること、よくある質問、公式の確認先

数字と決まりの出どころ

この資料の手順と決まりは、記事「第6回 アカウントを作成する」で、Google広告の公式ヘルプ「Google 広告アカウントを作成する」を2026年8月30日に確認したものと、同じ日に登録画面を実際にかけて確かめたものです。画面の文言はときどき変わるので、位置が違えば同じ意味の項目を探してください。

作る前に決める3つと、用意するもの 押す前に書く

作る前に決める3つ（決めずに作るとどうなるか）

#	決めること	決めずに作るとどうなるか
1	誰の名義で作るか	あとで代理店に任せるとき、アカウントが自分の手を離れる
2	タイムゾーンと通貨	レポートの日付と請求の区切りがずれる。あとから直しにくい
3	キャンペーンを先に作らない	目標も予算も決めないまま、広告が動き出す

1 誰の名義で作るか（選んだものに印）

使うGoogleアカウント	向いている場合	注意	印
会社のドメインのGoogleアカウント	長く続ける会社	担当者が辞めるとログインできなくなることがある	☐
代表者個人のGmail	ひとりで運営	会社と個人が混ざる	☐
広告専用にした会社のアカウント	おすすめ	作る手間が1回だけかかる	☐

代理店に任せつつもりでも、アカウントは自分で作ります。自分の名義なら、代理店をあとから招待することも外すこともできます。最初に作った人が永久に管理者である必要はありません。

2 タイムゾーン・通貨・請求先の国（3つはセットで最初に決まる）

項目	日本で事業をしているなら	自分の答え
請求先住所の国	日本	
タイムゾーン	日本時間（海外向けでも、数字を見る場所が日本なら日本時間）	
通貨	日本円	
アカウントの種類	初期設定は「組織」。個人事業主なら「個人」も選べる	

3 キャンペーンは作らない（作るのは計測を入れたあと）

公式ヘルプにも「キャンペーンを作成する前にアカウントを作成することをおすすめします。」とあります。ところが登録画面は「最初のキャンペーンを作成」から始まるので、3ページの抜け道を使います。

用意するもの5つ（そろえば10分で終わる）

要るもの	補足	自分のもの	済
Googleアカウント	普段のものでも可。会社なら広告専用の共有アドレスを1つ		☐
ビジネスの名前	URLは入れられない（公式の注記）		☐
ウェブサイトのURL	広告をクリックした人が行くページ		☐
請求先住所の国	使えるお支払い方法と通貨がここで決まる		☐
お支払い方法	クレジットカード・デビットカード・PayPal・銀行口座など		☐

登録の流れ（済んだら印）

段	画面	入れるもの	気をつけること	済
0	入口	ads.google.com を開き、使うGoogleアカウントでログイン	画面右上で、どのGoogleアカウントか確かめる	☐
1	ビジネス情報	ビジネスの名前と、広告をクリックした人の行き先（ウェブサイト／ビジネスプロフィール／アプリ）	名前にURLは入れられない	☐
2	アカウントのリンク	YouTubeやビジネスプロフィールをつなぐか聞かれる。あとでもつなげる	ここでキャンペーンを作らずに抜けられる	☐
3	お支払い情報	国・タイムゾーン・お支払いプロファイル・お支払い方法を入れて送信	タイムゾーンはあとから直しにくい	☐

抜け道（ステップ2）

公式ヘルプには「このステップで、キャンペーンを作成せずにアカウントを作成することもできます。」とあります。「キャンペーンをスキップ」「あとで設定する」といった意味のリンクを探します。目立つ場所には置かれていません。

見つからないとき

そのままキャンペーンの作成に進み、すべての推奨事項をスキップして進めます。作り終わったら予算を最小にして、キャンペーンを一時停止します。これで同じ状態になります。

お支払い情報の6手順（公式ヘルプの順）

#	やること	済
1	請求先住所の国を選ぶ	☐
2	タイムゾーンを確認する	☐
3	プロモーションコードがあれば入れる	☐
4	お支払いプロファイルを選ぶか新しく作る（アカウントの種類は初期設定が「組織」）	☐
5	お支払い方法を入れる	☐
6	送信する	☐

お金について アカウントを作るだけならお金はかかりません。登録のときに確認のための少額の前払いを求められることがあり、これは今後の広告費に充てられ、払い戻しの依頼かアカウントの閉鎖で全額払い戻されます。カードを登録すると明細に一時的な請求が出ることがありますが、通常1週間以内に消えます。

「エキスパートモード」という言葉が出てこないとき

古い記事に出てくる言葉です。2026年8月30日に登録画面を開いたときは出てきませんでした。やりたいことは同じで、おすすめのまま進む簡単な画面ではなく、自分で全部決められる画面に入ることです。簡単な画面に入ってしまったら、キャンペーンを止めてから管理画面の設定で切り替えます。

業種別 名前の付け方と行き先 12業種 ステップ1で使う

ステップ1で聞かれるビジネスの名前と、広告をクリックした人の行き先の例です。店名はすべて架空です。

業種	アカウント名の例	行き先の候補
外壁塗装	株式会社サンプル塗装	ウェブサイト（見積もりフォームのあるページ）
リフォーム	サンプル住設	ウェブサイト（施工例と相談フォーム）
歯科	サンプル歯科クリニック	ウェブサイト（予約ページ）
整体・整骨院	サンプル整体院	ウェブサイト。無ければビジネスプロフィール
美容室	ヘアサロン サンプル	予約ページのあるウェブサイト。無ければビジネスプロフィール
パーソナルジム	サンプルフィット	ウェブサイト（体験申し込みページ）
飲食店	食堂サンプル	ビジネスプロフィール。予約サイトがあればウェブサイト
学習塾	サンプル個別指導塾	ウェブサイト（体験授業の申し込み）
税理士・士業	サンプル会計事務所	ウェブサイト（問い合わせフォーム）
不動産	サンプル不動産	ウェブサイト（物件一覧か査定フォーム）
通販（物販）	サンプルストア	ウェブサイト（商品ページ）
アプリ提供	サンプルアプリ	アプリ

名前の決め方

会社名か屋号をそのまま使います。ドメインが会社名に入っている場合、URLの形では書けません。あとで複数のアカウントを持つなら、地域や事業の名前を足して区別できるようにします。

行き先の決め方

広告をクリックした人が、申し込みか予約まで進めるページを選びます。ステップ1で入れたURLはGoogleが読みに行き、あとでキーワードの候補を出すときに使われます。

自分の答え

項目	書くこと
アカウント名	
行き先（3つから1つ）	ウェブサイト / ビジネスプロフィール / アプリ
行き先のURL	
あとでつなぐもの	YouTubeチャンネル / ビジネスプロフィール

作った直後にやること5つと、控えの記入欄 5分で終わる

作った直後にやること5つ（広告を作る前に。済んだら印）

#	やること	中身	済
1	お客様IDを控える	画面右上の10桁の数字（3桁ずつ区切り）。代理店に権限を渡すときも、問い合わせのときも聞かれる	☐
2	アカウント名を分かる名前にする	初期状態の名前のままだと、複数持ったときに区別がつかない。URLは入れられない	☐
3	推奨事項の自動適用を確認する	オンだと、知らないうちにキーワードが広がったり入札が変わったりする。最初はオフ	☐
4	人を招待する	「アクセスとセキュリティ」から。必要な範囲の権限で渡す。渡した権限はあとから外せる	☐
5	配信が始まっていないことを確かめる	画面に沿って進んだ人は、いま広告が動いている可能性がある	☐

控え（ここに書いて、手元に残す）

項目	書くこと
お客様ID（10桁）	— —
作ったGoogleアカウント	
変えたアカウント名	
自動適用の設定	オフにした / 確認した日

招待した人（権限は必要な範囲で。あとから外せる）

名前・会社	メールアドレス	渡した権限	招待した日

5 配信が止まっているかの確認

見る場所	どうなっていればいいか	済
キャンペーンの一覧	キャンペーンが無いか、あっても状態が「一時停止」	☐
概要の画面	表示回数・クリック数・費用が、すべて0	☐

どちらかが動いていたら、キャンペーンの行のスイッチで一時停止します。止めた時点から費用は発生しません。計測が入っていない配信は、何が起きたか記録が残らないので、第10回まで進んでから始めます。

戻れないこと・知らないと慌てること		
やりがちなこと	何が起きるか	代わりにやること
様子見で「新しい Google 広告アカウント」を押す	押した時点でお客様IDが振られ、一覧に「(設定中)」のアカウントが残る	名義とタイムゾーンを決めてから押す
タイムゾーンを確かめずに送信する	レポートの1日の区切りと請求のタイミングがずれる。公式も「慎重に選択」と書いている	日本で数字を見るなら日本時間
通貨をなんとなく選ぶ	あとから変える仕組みは用意されていないと考えたほうがいい	日本で事業をするなら日本円
代理店にアカウントを作ってもら	契約が終わるとアカウントごと手を離れる。中の履歴と除外キーワードも	自分の名義で作、代理店を招待する
複数のGoogleアカウントにログインしたまま作る	思っていたのと違うアカウントで作ってしまう。権限の付け替えが要る	別のブラウザプロファイルかシークレットウィンドウで作る
止めるつもりでアカウントを閉じる	中のデータも見られなくなる	止めたいだけならキャンペーンを一時停止

つまずき7つと、その場での直し方

出てくること	原因	直し方
アカウント名が弾かれる	名前にURLかドメインがある	「example.com」ではなく「株式会社エグザンプル」のように書く
「このメールアドレスはすでに使われています」	そのGoogleアカウントで、前に広告アカウントを作っている	アカウントを選ぶ画面から既存のものを開く
「(設定中)」のアカウントが増えた	「新しいアカウント」を押しただけで残る	そのまま続きを進めれば普通のアカウントになる。放置しても課金はされない
支払い方法が思っていたものと違う	請求先の国で使える方法が決まる	国を先に正しく選ぶ
個人か組織かで迷う	お支払いプロファイルの「アカウントの種類」。初期設定は「組織」	税金の扱いに関わるので、迷ったら税理士に確認
確認のための前払いを求められた	公式ヘルプに記載のある正規の手続き	広告費に充てられ、払い戻しの依頼が閉鎖で全額払い戻し
カード明細に覚えのない請求が出た	カード登録時の一時的な請求	公式ヘルプでは通常1週間以内に消える

アカウントの4階層

階層	決めるところ	例
アカウント	通貨・タイムゾーン・支払い方法・権限	会社に1つ
キャンペーン	予算・入札の方針・出す地域・出す時間帯	「東京の店舗向け」「全国の通販向け」
広告グループ	キーワードのまとめ	「〇〇 修理」「〇〇 価格」
広告	実際に表示される文章	見出しと説明文

この先の順番

順	やること	回
1	管理画面の場所を覚える	第7回
2	支払いと請求の見方を知る	第8回
3	アカウントの構造を設計する	第9回
4	コンバージョンの計測を入れる	第10回～第12回
5	キーワードを選ぶ	第13回・第14回
6	そのうえで検索広告を出す	第15回～第19回

お金の設定はキャンペーンにあるので、止めるのもキャンペーン単位です。空のうちにやっておくのは、タイムゾーンと通貨をもう一度見ることと、行き先のURLを入れておくことの2つ。推奨事項の消し込みは、中身が空なので出て当然です。空のうちは無視します。

よくある質問

質問	答え
作るだけでお金はかかるか	かからない。配信しなければ請求は出ない。確認の前払いはありうる
代理店が作ったアカウントがすでにある	新しく作らず、アクセス権をもらう。中のデータを捨てない
しばらく放置してよいか	配信していなければ問題ない。ただ長く放置すると再開しても表示されにくくなることもある
スマホで作れるか	作れる。運用はパソコンで。キーワードや検索語句の表は横に長い
MCC（クライアントセンター）は要るか	複数アカウントを束ねる上位の管理アカウント。1事業1アカウントなら不要

確認先（2026年8月30日確認）

用途	URL（https:// を付けて開く）
アカウント作成（手順・URL不可・タイムゾーン・前払い）	support.google.com/google-ads/answer/6366720?hl=ja
Google広告の入口	ads.google.com
Googleアカウントを作る	accounts.google.com

次に読む回

第7回（Google広告の管理画面の見方）。メニューのどこに何があるかを、最初に地図として覚えます。

相談したい方へ

作り方で迷った方や、設定と毎週の改善まで任せたい方は、この公式LINEにそのままメッセージをください。お店の状況をうかがってからお返します。