

キーワード調査シート

キーワードプランナーで調べた言葉と数字を、表記ゆれを見落とさずに書き写し、次の回のキーワード選定にそのまま渡せる形にする8枚

この8枚でできること

- ☐ 自分の業種に近い例から、軸の言葉と掛け合わせる言葉を決められる
- ☐ 調べる前の設定と、範囲表示で足りるかの判断を済ませられる
- ☐ スペースの有無と表記を変えて両方測ったかを、行ごとにチェックできる
- ☐ 0と空欄を見分け、需要が無いと決めつける前に4通り測り直せる

使う順番

2～3ページで自分に近い業種の行を選ぶ → 4ページで設定と軸を決める → 5ページに測った数字を書き写す → 0か空欄が出たら6ページ → 列の読み方に迷ったら7ページ → 8ページで次の回へ渡すものをそろえま

目次

2	業種別の調べる言葉の例（1） 軸の言葉、掛け合わせ、地域を足すか、両方測る表記を6業種
3	業種別の調べる言葉の例（2） 同じ形でさらに6業種。自分の店の行を書く欄つき
4	調べる前の設定と軸決めシート 設定の確認、範囲表示で足りるか、軸と掛け合わせ10語
5	書き写し表 言葉、月間平均、0と空欄、推移、競合性、表記ゆれの確認を16行
6	0と空欄の測り直し表 0と空欄の違い、4通りの測り直し、0と書く前に潰す3つ
7	数字の読み方早見 列の意味と注意、予測タブの使いどころ、記事の実測例
8	次の回へ渡すものと確認先 渡す3つ、戻れないことと落ちることの一覧、公式の確認先

数字と決まりの出どころ

この資料に載せた手順、画面の項目名、数字は、記事本文の実測（2026年9月6日）と、記事で引いたGoogle広告ヘルプ（2026年9月6日確認）にあるものだけです。業種別の例はすべて架空の店で、検索数はあえて書いていません。数字は必ず自分のアカウントで測ってください。

業種別の調べる言葉の例（1）

数字は自分のアカウントで測る

軸は**お客さんが打ちそうな、いちばん短い形を1つか2つ**。「自分が呼んでいる名前」ではありません。そこに料金、相場、比較、地域、使い方など目的を表す言葉を足し、2語か3語の組み合わせにしてまとめて貼り付けます。

業種	軸になる言葉	掛け合わせる言葉	地域	両方測る表記
歯科医院	歯医者 歯科	駅名、土曜、料金、インプラント	足す	インプラント 費用 インプラント 費用
学習塾	塾 個別指導	駅名、料金、体験、中学生	足す	個別指導塾 個別指導 塾
水回り リフォーム	風呂 リフォーム トイレ 交換	費用、相場、期間、地域	足す	お風呂 風呂 浴室
美容室	美容室 美容院	駅名、縮毛矯正、カット 料金	足す	美容室 美容院 ヘアサロン
食品の 通販	商品の一般名 通販	お取り寄せ、ギフト、送料無料	足さない	ギフト プレゼント 贈り物
税理士 事務所	税理士	料金、相場、確定申告、地域	両方測る	税理士 費用 税理士 費用
自分の店				

「両方測る表記」の列の使い方

スペースの位置や、漢字とかな、言い換えで、別のキーワードとして返ってくることがあります。この列の形を両方とも貼り付け、5ページで**大きいほうを採用**します。小さいほうは、その表記で打つ人が少ないだけです。

自分の店の軸（1つか2つ）

自分の店は

店舗の商売 ・ 全国向け ・ 両方

店舗なら地域を足す。全国向けなら足した形が空欄にならないか確かめる

どの業種も架空の店の例です。検索数は業種や地域、時期で変わるので、ここには書いていません。駅名、地域、商品の一般名は、自分の店のものに置き換えてください。

業種別の調べる言葉の例（2）

数字は自分のアカウントで測る

続きの6業種です。店舗の商売は地域の掛け合わせが主役になります。全国向けのサービスでは、地域を足すと空欄で返ってることがあります。どちらか迷う業種は、足した形と足さない形を両方測ります。

業種	軸になる言葉	掛け合わせる言葉	地域	両方測る表記
部品メーカー (法人向け)	加工の一般名	見積もり、試作、小ロット	足さない	板金加工 板金 加工
家事代行	家事代行 ハウスクリーニング	料金、相場、スポット、地域	足す	家事代行 家事 代行
英会話教室	英会話	大人、体験、料金、駅名	足す	英会話 えいかいわ english
結婚式場	結婚式場 式場	見学、費用、少人数、地域	足す	結婚式場 式場 ウェディング
不動産仲介	賃貸	駅名、ペット可、1LDK	足す	1LDK 1ldk 1 LDK
車の整備	車検	費用、安い、予約、地域	足す	車検 しゃけん
自分の店				

人は困っている個別の名前で検索する

記事の実測では、総称の「マッチタイプ」より、中身の「完全一致」のほうが多く検索されていました。軸がカテゴリ名になっていたら、お客さんが困っている個別の名前に置き換えて測ります。

自分の店で両方測る表記

最初から要らない言葉（除外する言葉の欄へ）

例 → 無料、求人、とは

どの業種も架空の店の例です。検索数は業種や地域、時期で変わるので、ここには書いていません。駅名、地域、商品の一般名は、自分の店のものに置き換えてください。

調べる前の設定と軸決めシート

開くまで10分、調べるのに30分ほど

調べる前の設定	補足	済
Google広告にログインし、上部のツール → プランニング → キーワードプランナーを開けた	出ないときは右上からエキスパートモードへ	
地域を確認した	既定は日本全体。店舗の商売なら地域を絞る	
言語と期間を確認した	季節商材は12か月の推移と合わせて見る	
表示項目に「3か月の推移」と「前年比」を出した	落ちている言葉を選ばないため	
除外する言葉を入れた	無料、求人、とはなど最初から要らない言葉	

範囲表示のままで足りるか

アカウントの状態	出てくる数字	この目的なら
広告を配信して費用が発生している	具体的な数字	広告の予算を決める。桁を間違えたくない
広告を配信していない	範囲（例 1万～10万）	記事を書くために、だいたいの規模だけ知りたい

自分の目的 → 予算を決める ・ 規模だけ知りたい

予算を決めるなら、少額でも配信して具体的な数字が出る状態にしてから測ります。

軸と掛け合わせの10語（1行に1つずつ貼り付ける）

#	貼り付ける言葉（軸 + 目的）	語数	両方測る別の表記
1		2語 ・ 3語	
2		2語 ・ 3語	
3		2語 ・ 3語	
4		2語 ・ 3語	
5		2語 ・ 3語	
6		2語 ・ 3語	
7		2語 ・ 3語	
8		2語 ・ 3語	
9		2語 ・ 3語	
10		2語 ・ 3語	

書き写し表 CSVで落としたら、選ぶ前にここへ写す

ダウンロードしたCSVから、使いそうな行だけを写します。競合性は広告の入札の混み具合なので参考として残し、選ぶときの軸にはしません。スペースの有無を両方測った行には、右端の「両方」に印を付けます。

言葉（入れたとおりに写す）	月間平均	0か空欄	3か月の推移	山の月	競合性	両方
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	
		0・空欄	↑・→・↓	山___月	高・中・低	

入れた数と返ってきた行数

入れた数_____ 行数_____

行数のほうが少ないときは、同じ意味の表記が1行にまとめられています。記事の実測では15語入れて12行でした。

調べた日と設定

調べた日_____ 具体的・範囲

地域_____

四半期ごとに測り直して並べて比べます。

0と空欄の測り直し表

0は需要が無いとは限らない

出方	意味	次にやること
0	測れているが、ほとんど検索されていない。ただし需要が無いとは限らない	下の4通りで測り直す
空欄（競合性も未指定、12か月の推移も空）	出せるデータが無い。0とは限らない	表記を変えて測り直す

0か空欄が出たら、この4通りで入れ直す

最初に入れた言葉	1 ひらがな	2 カタカナ	3 漢字とかな	4 英語	全部0

4通りとも0なら、そこで初めて「この表記では数値が取得できない」と書きます。「需要が無い」とは書きません。書けるのは、測れなかったという事実だけです。

記事の実測（2026年9月6日）

入れた言葉	月間平均検索数
脳梗塞	0（競合性も未指定、推移も空）
脳こうそく	165,000
心筋梗塞	0
しんきんこうそく	90,500

同じツール、同じ日、同じ設定です。漢字で0、ひらがなで16万を超えました。

0と書く前に潰す3つ

- ☐ 表記のほうに数字が寄っていないか（ひらがなとカタカナで必ず測り直す）
- ☐ 新しい言葉で、まだデータが溜まっていないだけではないか
- ☐ 地域を絞りすぎていないか

候補を出す機能でも気づけません。数百件返ってきても、落ちている言葉が1つも入らないことがあります。

数字の読み方早見

平均で、丸められていて、表記ゆれで分かれる

列	意味	注意
月間平均検索ボリューム	直近12か月の平均	季節商材だと実態とずれる。12か月の推移で山と谷を見る
3か月の推移、前年比	伸びているか落ちているか	見ないと、落ちている言葉に投資してしまう
競合性	広告の入札の混み具合	SEOの難易度ではない。記事を書くために使うなら無視する
競合性（インデックス値）	同じものを0から100の数字で	検索数が小さい言葉ほど高いことがある
ページ上部に掲載された広告の入札単価	上位と下位の目安	実際の単価とは違う

数字は決まった刻みに丸められている

10、20、30、50、70、90、110、140、170、210…と刻まれて返ってきます。9,900はちょうど9,900回ではなく、その近辺という意味です。検索数は「そこに人がいる」という上限の話で、クリックするのはそのうちの数%です。

記事の実測（2026年9月6日）

入れた言葉	月間平均	差	入れた言葉	月間平均	指数
リスティング広告とは	9,900	31倍	広告運用代行	390	72
リスティング広告 とは	320		広告運用代行 料金	10	86
google広告とは	590	6.6倍	料金を調べる人はもう頼むと決めているので、検索数が少なくても広告主が集まります。		
google広告 とは	90				

スペースの有無を両方入れて、大きいほうを採用します。

「予測」のタブは、順番を見る道具

- ☐ クリック数や費用の見積もりは、画面上の単価と予算のつまみで大きく動く
- ☐ 使いどころは、単価も予算も同じ設定のまま候補どうしを比べるときだけ
- ☐ ここの見積もりを予算の根拠にしない（予算の決め方は第3回）

他社のツールとは合いません。他社はGoogleの数字を推定して出しているの、同じツールで比べ続けるほうが役に立ちます。

次の回へ渡すものと確認先

選ぶのは第14回

この段階では、まだ「候補と数字の一覧」です。どれを実際に出すかは決めません。配信して1か月たったら、キーワードプランナーの予測より、検索語句レポートの実測を信じます。

次の回へ渡すもの	どこから	済
言葉	5ページの書き写し表。両方測って大きいほうの表記	
月間平均	同じ表。0と空欄は区別したまま	
12か月の動き	同じ表の推移と山。競合性は参考として残す	

先に知っておく、戻れないことと落ちること

戻れないこと・落ちること	中身
「検索のボリュームと予測のデータを確認する」で開始すると、プランが自動で保存される	課金はないが、調べるたびにプランが1つ増える。使わないものは自分で片付ける
登録の途中で作るキャンペーンを、そのまま進めると配信が始まる	課金される。作成の流れの中で止めるか、作ったあとに停止する
0を「需要が無い」と判断して通り過ぎる	あとから気づいても、その間の機会は戻らない。先に6ページへ
全国の数字のまま、店舗の予算を組む	実際の何倍もの見積もりになる。地域を絞って測り直す
数字が大きい健康に関わる言葉を、そのまま候補に入れる	広告のポリシーで登録できないことがある。配信の可否は別に確認

確認先（Google広告ヘルプ・2026年9月6日確認）

用途	確認先（公式ヘルプ）
キーワードプランナーの2つの機能と使い方	support.google.com/google-ads/answer/7337243
検索ボリュームのデータの出力	support.google.com/google-ads/answer/3022575

慣れたらここまで

- ☐ 競合のURLで候補を出し、自分のリストと重ねる。採用は第14回の判断軸を通してから
- ☐ 同じ言葉を四半期ごとに測り直す。1年で半分になる言葉もある
- ☐ ダウンロードしたCSVを1つのファイルに貯め、同じ言葉の動きを追う

作業まで任せたい方へ

設定と一緒に確かめるところから、数字を見ながら毎週直していくところまで任せたい方は、この特典を受け取った公式LINEにそのままメッセージをください。状況をうかがってからお返事します。