

マッチタイプ 判断シート

計測と成果と予算の状態から、どのマッチタイプで始めるかを決め、除外キーワードの言い換えを書き出し、検索語句で答え合わせをするまでを書き込める8枚

この8枚でできること

- ☐ 3つのマッチタイプの書き方と、拾う範囲の違いを1枚で確かめられる
- ☐ 自分のアカウントの状態に印を付けると、どれで始めるかが決まる
- ☐ 除外キーワードが類義語を拾わないことを前提に、言い換えを全部書き出せる
- ☐ 検索語句で答え合わせをして、登録に回す語と除外に回す語を記録できる

使う順番

2～3ページで自分に近い業種の行を見る → 4ページで3つの違いを確かめる → 5ページで始めるマッチタイプを決める → 6ページで除外の言い換えを書き出す → 配信したら7ページで答え合わせ → 迷ったら8ページのつまずき早見を見ます。

目次

2	業種別の書き方例（1） フレーズ一致で始める言葉、完全一致で守る言葉、除外の言い換えを6業種
3	業種別の書き方例（2） 同じ形でさらに6業種。自分の店の記入欄つき
4	3つの違いと入れ子の関係 書き方、拾う範囲、公式の定義、記事の実測
5	どれで始めるかの判定表 4つの状態に印を付けて決め、広告グループごとに書く
6	除外キーワードの言い換え表 通常との違い、除外の3種類、型ごとの言い換え書き出し
7	検索語句の答え合わせ記録 登録に回す語と除外に回す語、語数の見直し、P-MAXとの関係
8	つまずき早見と確認先 6つのつまずき、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、基準、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、検索数や単価は書いていません。

業種別の書き方例（1）

最初は狭く始めて、データが溜まってから広げる

まだ配信していない、計測を入れたばかりの店を想定した例です。**買う直前の言葉はフレーズ一致で始め**、店名や商品名は完全一致とフレーズ一致で守ります。インテントマッチは成果のデータが溜まってから、1つの広告グループで試します。

業種	フレーズ一致で始める言葉	完全一致で守る言葉	除外したい概念 → 自分で書く言い換え
歯科医院	"歯医者 駅名 予約" "インプラント 費用"	[医院名] [医院名 予約]	求人 → 求人、採用、募集、歯科衛生士
学習塾	"個別指導 駅名" "塾 体験"	[塾名] [塾名 料金]	講師の募集 → 講師、バイト、アルバイト、募集
水回り リフォーム	"風呂 リフォーム 費用" "トイレ 交換"	[会社名]	自分でやる → diy、自分で、やり方、自作
美容室	"美容室 駅名 予約" "縮毛矯正 駅名"	[店名] [店名 予約]	求人 → 求人、美容師 募集、アシスタント
食品の 通販	"商品名 通販" "商品名 ギフト"	[ブランド名] [ブランド名 通販]	作る人 → 作り方、レシピ、自作、手作り
税理士 事務所	"税理士 地域" "確定申告 代行"	[事務所名]	無料 → 無料、タダ、フリー、0円、無償
自分の店			
自分の店			

同じ言葉を3つのマッチタイプで登録しない

インテントマッチは、フレーズ一致と完全一致で拾う検索を全部含みます。フレーズ一致は、完全一致で拾う検索を全部含みます。広いほうを入れれば狭いほうも含まれるので、同じ言葉を3つ並べても管理する対象が増えるだけです。

自分の店でフレーズ一致で始める言葉

自分の店で完全一致で守る言葉

どの業種も架空の店の例です。駅名、地域、商品名、加工名、店名は自分の店のものに置き換えてください。二重引用符と角かっこは半角で入力します。

業種別の書き方例（2）

最初は狭く始めて、データが溜まってから広げる

続きの6業種です。除外の欄は、1つの概念に言い換えを並べています。除外キーワードは類義語を拾わないので、「求人」だけ入れても「バイト」で検索した人には広告が出ます。

業種	フレーズ一致で始める言葉	完全一致で守る言葉	除外したい概念 → 自分で書く言い換え
部品 メーカー (法人向け)	"加工名 見積もり" "加工名 小ロット"	[社名] [製品名]	調べているだけ → とは、意味、仕組み、原理
家事代行	"家事代行 地域" "ハウスクリーニング 予約"	[サービス名]	働きたい人 → バイト、求人、スタッフ 募集
英会話教室	"英会話 駅名" "英会話 大人 体験"	[教室名]	独学 → 独学、勉強法、アプリ、自分で
結婚式場	"結婚式場 見学" "地域 少人数 結婚式"	[式場名] [式場名 見学]	働きたい人 → 求人、バイト、プランナー 募集
不動産仲介	"賃貸 駅名" "賃貸 内見 予約"	[会社名] [会社名 駅名]	試験 → 宅建、試験、過去問、資格
車の整備	"車検 地域" "車検 予約"	[工場名]	自分でやる → ユーザー車検、自分で、やり方
自分の店			
自分の店			

語順違いや表記ゆれを何十個も並べない

「赤 車」と「車 赤」のように非常によく似たキーワードを両方入れても、両方の検索に一致するのは1つだけで、費用や掲載結果に影響はありません（公式）。ただし、除外キーワードは別です。除外だけは言い換えと単数形、複数形を自分で書きます。

自分の店で除外したい概念

その言い換え（6ページに書き写す）

どの業種も架空の店の例です。駅名、地域、商品名、加工名、店名は自分の店のものに置き換えてください。二重引用符と角かっこは半角で入力します。

3つの違いと入れ子の関係

登録した言葉を、どこまで広げて拾うかの設定

名前	書き方	拾う範囲	どんな検索で出るか（公式）
インテントマッチ	広告運用代行 そのまま入れる	いちばん広い	キーワードに関連する内容の検索。直接的な意味内容が入っていない検索も含む。最初から割り当てられる
フレーズ一致	"広告運用代行" 二重引用符で囲む	真ん中	キーワードと同じ意味の内容を含む検索。具体的な情報を足した検索も一致する
完全一致	[広告運用代行] 角かっこで囲む	いちばん狭い	キーワードとまったく同じ意味または意図の検索。まったく同じ語ではない

インテントマッチ > フレーズ一致 > 完全一致

左ほど広く、広いほうは狭いほうで拾う検索を全部含みます。旧称の「部分一致」が、いまのインテントマッチです。

インテントマッチの判断材料

インテントマッチが拾う範囲の判断に使われる材料（公式）
1 ユーザーの最近の検索アクティビティ
2 ランディングページの内容
3 同じ広告グループの中の他のキーワード。意図が揃っていない言葉を同じ広告グループに入れると、拾う範囲も濁る

記事の実測（2026年9月6日、直近30日に広告が出た検索語句）

マッチタイプ	検索語句	キーワードとそのまま同じ	割合
完全一致	1,987件	30件	1.5%
フレーズ一致	10,016件	22件	0.2%
インテントマッチ	1,597件	4件	0.3%
合計	13,600件	56件	0.4%

文字列がそのまま一致したかで数えています。意味が同じものは入っていないので、残りが無関係な語という意味ではありません。それでも、完全一致にすれば入れた言葉そのままの人だけが来るわけではないことは分かります。

検索語句の語数（同じ実測）

語数	1語	2語	3語	4語	5語以上
件数	149	2,403	4,080	3,250	3,718
割合	1.1%	17.7%	30.0%	23.9%	27.3%

3語以上が81.2%です。人は、こちらが登録した短い言葉より長く具体的な言葉で検索しています。一致率が低い理由の1つです。

どれで始めるかの判定表

公式は「インテントマッチ1つでいい」。ただしスマート自動入札とセットの話

当てはまる状態に印を付けます。この講座を順番に読んできて、まだ配信していないなら、最初はフレーズ一致で始めます。完全一致だけだと表示が出なさすぎてデータが溜まらず、インテントマッチだと広がりすぎて少ない予算が薄まるからです。

印	いまの状態	使うもの	理由
☐	計測が入っていない／成果がまだ0件	フレーズ一致か完全一致	広げると、何も学習しないまま費用だけ出る
☐	計測が入っていて、成果が月30件を超えている	インテントマッチ ＋スマート自動入札	公式も併用が不可欠としている
☐	予算が月10万円未満	完全一致から	拾う範囲を狭くして、確実なところだけ取る
☐	ブランド名や商品名を守りたい	完全一致とフレーズ一致	指名の検索を取りこぼさない

スマート自動入札は、成果のデータが溜まって初めて働きます。計測（第10回から第12回）が先です。

広告グループごとに決める

組	広告グループの言葉（第14回の割り表から）	始めるマッチタイプ	広げる時期の目安
A		インテント ・ フレーズ ・ 完全	
B		インテント ・ フレーズ ・ 完全	
C		インテント ・ フレーズ ・ 完全	
D		インテント ・ フレーズ ・ 完全	
E		インテント ・ フレーズ ・ 完全	
F		インテント ・ フレーズ ・ 完全	

インテントマッチを試すとき

☐ 成果が溜まってから

☐ まず1つの広告グループだけ

☐ いきなり全部を切り替えない

あとから変えるとき

キーワードの一覧で対象を選んで変えられます。ただし変えると学習がやり直しになるので、変えたら2週間は待ちます。

変えた日 _____ 見る日 _____

慣れたらここまで

同じキーワードを、片方はフレーズ一致、片方はインテントマッチで別の広告グループに入れて成果を比べます。同じキャンペーンの中でやると予算を食い合うので、比べ方は第38回です。

除外キーワードの言い換え表 同じだと思って設定すると、除外が効かない

公式の例では、部分一致の除外で「花束」を入れると「赤い花束」では出ませんが、「赤い花」では出ます。除外したい概念があるなら、その言い換えを自分で全部書き出します。

	通常のキーワード	除外キーワード
同じ意味の言葉	拾う	拾わない
単数形と複数形	拾う	自分で両方書く
類義語	拾う	自分で全部書く
大文字と小文字	考慮される	考慮される（書かなくてよい）
誤字脱字	考慮される	考慮される（書かなくてよい）

除外キーワードの3種類

除外の種類	止まる条件
部分一致（既定）	含まれる語が全部使われたら非表示。語順は問わない。迷ったらこれ
フレーズ一致	同じ語順で全部使われたら非表示
完全一致	まったく同じ語句のときだけ非表示

型ごとの言い換えを書き出す

型（第14回の6つ）	言い換えを全部書く	除外の種類
お金を払う気が無い	無料、タダ、フリー、0円、無償	部分 ・ フレーズ ・ 完全
働きに来た人		部分 ・ フレーズ ・ 完全
調べているだけ		部分 ・ フレーズ ・ 完全
自分でやる人		部分 ・ フレーズ ・ 完全
他社を探している		部分 ・ フレーズ ・ 完全
すでに客ではない		部分 ・ フレーズ ・ 完全
自分の商売だけの型		部分 ・ フレーズ ・ 完全

1行目は記事の例です。書き出した一覧はアカウント単位の除外リストにすると、複数のキャンペーンで使い回せます（第14回の「共有リストにする」）。

迷ったら既定の部分一致のまま構いません。広く止まるほうが安全です。除外したのにまだ出てくるときは、検索語句レポートに出た実際の表記を確かめて、その表記のまま足します。

検索語句の答え合わせ記録

見るのは2つだけ。成果が出ている語と、関係ない語

開く場所は、キャンペーンの中の検索語句です。**成果が出ている語は登録に回し、関係ない語は除外キーワードに入れます。**完全一致にしても、何が拾われているかは開いてみないと分かりません。除外に入れるときは、レポートに出た表記のまま足します。

検索語句（実際の表記のまま）	拾ったキーワードの種類	回す先	入れた日
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	
	インテント ・ フレーズ ・ 完全	登録へ ・ 除外へ	

月に1回、検索語句の語数を見る

見た月	3語以上の割合	5語以上の割合	先月より
			増えた ・ 同じ ・ 減った
			増えた ・ 同じ ・ 減った
			増えた ・ 同じ ・ 減った

記事の実測では3語以上が81.2%でした。5語以上が増えているなら人の検索の仕方が変わってきているので、登録するキーワードも見直します。

P-MAXも動かしている場合

検索語句が、指定したマッチタイプのキーワードと同一なら検索キャンペーンが優先されます（公式）。同一でなければ広告ランクの高いほうです。完全一致だけだと、そこから外れた検索はP-MAXに流れます。「検索キャンペーンの表示が伸びない」ときはここを疑います。

検索語句レポートの詳しい読み方は第35回、P-MAXは第24回です。

つまずき早見と確認先

順番は、計測を入れる、狭く始める、溜まったら広げる

こうなったら	原因と直し方
除外したのに、まだ出てくる	言い換えが残っている。レポートの実際の表記のまま除外に足す
完全一致にしたのに、違う語で出る	仕様。まったく同じ語ではなく、まったく同じ意味または意図
フレーズ一致にしたら表示が激減した	範囲が狭くなった。予算が余るならインテントマッチの広告グループを1つ作って比べる
二重引用符を付けたのに反映されない	全角になっている。引用符も角かっこも半角で入れる
インテントマッチで関係ない語ばかり拾う	スマート自動入札が無いのか、成果のデータが足りない。フレーズ一致か完全一致へ落とす
同じ言葉を3つのマッチタイプで登録している	要らない。広いほうが狭いほうを含む

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
マッチタイプをあとから変える	学習がやり直しになる。変えたら2週間は待つ
計測が無いままインテントマッチにする	機械はクリックを増やすことしかできず、費用だけ出る
全部の広告グループを一度に切り替える	どの変更が効いたか分からなくなる。1つずつ試す
除外を1つの言い方だけで入れる	類義語を拾わないので、別の言い方では広告が出る
完全一致にして検索語句を見ない	そのままの語は1.5%。何にお金を払っているか分からない

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）
マッチタイプの定義、入れ子、似たキーワード、P-MAXとの優先	support.google.com/google-ads/answer/7478529
除外キーワードは類義語と単複を拾わない、除外の3種類	support.google.com/google-ads/answer/2453972

順番は逆にできない

計測を入れる（第10回から第12回） → 狭く始める（この回） → データが溜まる → 任せる範囲を広げる

完全一致は自分で範囲を決めるぶん外しにくく、思いついた範囲しか取れません。インテントマッチは機械に任せるぶん、思いつかなかった言葉も関係ない語も拾います。機械は、渡したコンバージョンのデータの分しか賢くなりません。

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。