

広告文の 書き分けシート

見出し15本を5つの役割に3本ずつ割り振り、説明文4本とパスを書き、ピン留めと評価の扱いを確かめ、配信後の入れ替えを記録するまでの8枚

この8枚でできること

- ☐ 自分の業種に近い例を見て、5つの役割ごとの見出しの書き方が分かる
- ☐ 見出し15本と説明文4本を、文字数を数えながら役割別に書ける
- ☐ ピン留めしてよい位置と、評価が何を見ているかを確かめられる
- ☐ 配信後に表示回数0の見出しを入れ替え、記録を残せる

使う順番

2～3ページで自分に近い業種の行を見る → 4ページで上限と表示の決まりを確かめる → 5ページで見出し15本を書く → 6ページで説明文4本とパスを書く → 7ページでピン留めと本数を決めて保存 → 配信後は8ページで入れ替えを記録します。

目次

2	業種別の見出し例（1） 5つの役割の見出しを6業種。どれも全角15文字以内
3	業種別の見出し例（2） 同じ形でさらに6業種。自分の店の記入欄つき
4	入力の上限と、必ず出る位置 本数と文字数、表示されない位置、記事の実測
5	見出し15本の割り振り表 役割ごとに3本、文字数の欄と1本で通じるかの確認つき
6	説明文4本とパスの記入表 4本の役割、記入例、文字数の実測
7	ピン留めと評価と本数 固定してよい位置、評価の正体と直す順番、1つの広告グループに何本
8	入れ替え記録と確認先 配信後の入れ替え、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

この資料に載せた仕様、基準、数字は、記事本文の実測（2026年9月14日）と、記事で引いたGoogle広告ヘルプ（2026年9月14日確認）にあるものだけです。業種別の見出しと説明文はすべて架空の店の例で、文字数はこの資料を作るときに機械で数えています。

業種別の見出し例（1）

1本ずつ、それだけで意味が通る部品にする

5つの役割に1本ずつ、架空の店で書いた例です。どの見出しも、1本だけで意味が通るように書きます。必ず表示されるのは見出し1本だけなので、2本目とのつながりを前提にしません。右の数字は文字幅（全角2、半角1）で、上限は30です。

歯科医院			学習塾		
① キーワード	みどり台の歯医者	16	① キーワード	みどり台の個別指導塾	20
② 得られる結果	痛みを抑えた治療を相談	22	② 得られる結果	苦手な単元から戻れる	20
③ 選ぶ理由	土日でも診療しています	20	③ 選ぶ理由	先生を選べる個別指導	20
④ 不安を消す	治療の前に費用を説明	20	④ 不安を消す	体験だけでも大丈夫です	22
⑤ 次の行動	ネットで予約する	16	⑤ 次の行動	まずは無料体験から	18

水回りリフォーム			美容室		
① キーワード	風呂リフォームの見積もり	24	① キーワード	みどり台の美容室	16
② 得られる結果	冬も寒くない浴室に	18	② 得られる結果	朝の手入れが楽な髪に	20
③ 選ぶ理由	自社の職人が施工します	22	③ 選ぶ理由	最後まで同じ人が担当	20
④ 不安を消す	見積もり後の断りも歓迎	22	④ 不安を消す	初めてでも相談から	18
⑤ 次の行動	写真を送って概算を見る	22	⑤ 次の行動	ネットで空き時間を見る	22

食品の通販			税理士事務所		
① キーワード	干し芋の通販	12	① キーワード	確定申告の代行を依頼	20
② 得られる結果	届いてすぐ食べられる	20	② 得られる結果	申告の手間を手放せる	20
③ 選ぶ理由	農家が自分で干しています	24	③ 選ぶ理由	会計ソフトはそのまま	22
④ 不安を消す	少量から買えます	16	④ 不安を消す	料金は先に提示します	20
⑤ 次の行動	ギフト用の箱も選べる	20	⑤ 次の行動	面談の日を選んで予約	20

同じことを言い換えただけの見出しを並べない
15本が全部「実績多数」の言い換えなら、Googleが選べる候補は1本分しかありません。役割を先に決めて3本ずつ割り振るのはこのためです。④は、第10回で決めたコンバージョンによって中身が変わります。無料相談なら「相談だけでも大丈夫」、購入なら「返品できます」です。

自分の店の①に入れるキーワード

自分の店の④で消したい不安

どの業種も架空の店の例です。地名、商品名、加工名は自分の店のものに置き換えてください。文字数は全角を2、半角を1として数えています。

業種別の見出し例（2）

1本ずつ、それだけで意味が通る部品にする

続きの6業種です。①は検索された言葉を1本の見出しに丸ごと入れます。「みどり台の」と「歯医者」を別々の見出しに分けると、キーワードが入っているとは数えられません。

部品メーカー（法人向け）		
① キーワード	アルミ切削の見積もり	20
② 得られる結果	図面だけで相談できる	20
③ 選ぶ理由	試作から量産まで一社で	22
④ 不安を消す	小ロットも受けています	22
⑤ 次の行動	図面を送って見積もる	20

家事代行		
① キーワード	みどり市の家事代行	18
② 得られる結果	週末の家事を手放せる	20
③ 選ぶ理由	毎回同じスタッフが伺う	22
④ 不安を消す	鍵の預かりも相談できる	22
⑤ 次の行動	まず1回だけ試す	15

英会話教室		
① キーワード	大人の英会話教室	16
② 得られる結果	仕事で使う英語を練習	20
③ 選ぶ理由	目的を決めてから進む	20
④ 不安を消す	初心者向けの入門から	20
⑤ 次の行動	体験レッスンを予約	18

結婚式場		
① キーワード	少人数の結婚式場	16
② 得られる結果	家族だけで落ち着いた式を	24
③ 選ぶ理由	貸切で使える式場	16
④ 不安を消す	見積もりの内訳を全部説明	24
⑤ 次の行動	見学の日を予約する	18

不動産仲介		
① キーワード	みどり台のペット可賃貸	22
② 得られる結果	犬と暮らせる部屋を探す	22
③ 選ぶ理由	地元の物件に詳しい店	20
④ 不安を消す	内見だけでも大丈夫です	22
⑤ 次の行動	空き部屋を一覧で見る	20

車の整備		
① キーワード	みどり市で車検の予約	20
② 得られる結果	車を預ける時間を短く	20
③ 選ぶ理由	整備の内容を写真で報告	22
④ 不安を消す	追加の費用は先に相談	20
⑤ 次の行動	空いている日を見て予約	22

書き分けたら確かめる2つのこと

- 1 どの2本を並べても、同じことを2回言っていないか。
 - 2 どの1本を読んでも意味が通るか。「さらに」「だから」のような、前の文を前提にした言葉が入っていないか。
- 根拠の出せない数字は入れません。審査で止まるうえに、読んだ人に疑われます。

競合の広告によく出る言葉（③で避ける）

押したあとに起きること（⑤に書く）

どの業種も架空の店の例です。地名、商品名、加工名は自分の店のものに置き換えてください。文字数は全角を2、半角を1として数えています。

入力の上限と、必ず出る位置

1本の名文ではなく、組み合わせられても通じる部品を渡す

項目	本数	文字数（公式）
広告見出し	最低3本、最大15本	半角30文字（全角15文字）
説明文	最低2本、最大4本	半角90文字（全角45文字）
パス	2つ	それぞれ半角15文字
最終ページURL	1つ	なし

全角1文字は半角2文字分として数えます。全角の記号やスペースも2文字です。いま検索キャンペーンで作れる広告はレスポンス検索広告だけで、拡張テキスト広告は2022年6月30日から作成も編集もできません。

実際に表示されるのは一部だけ

位置	表示
見出し1本目、説明文1本目	必ず表示される
見出し2本目、3本目、説明文2本目	表示されるとは限らない

15本入れても、1回に出る見出しは最大3本です。パスは表示URLの後ろに付く飾りで、実際の遷移先とは関係ありません。「この先に何があるか」を1秒で伝える欄なので、空けておく理由はありません。

記事の実測（2026年9月14日、配信中のレスポンス検索広告27本）

評価	本数	割合	入っていた本数	広告の数
非常に高い	2本	7.4%	見出し3～6本	5本
高い	3本	11.1%	見出し10～13本	9本
平均的	13本	48.1%	見出し15本	13本（48.1%）
低い	9本	33.3%	説明文4本	19本（70.4%）
			パスあり	13本（48.1%）

3本に1本は「低い」でした。足りていないのは見出しの本数です。「とりあえず3本で出して、あとから足す」は、組み合わせの候補が少なく評価も上がらないので、最初から15本と4本を埋めます。

慣れてから使う、見出しを差し替える2つの機能

機能	書き方	知っておくこと
キーワード挿入	{keyword:デフォルトのテキスト}	入るのは検索語句ではなくキーワード。長すぎると既定の文が出る。見出し、説明文、パスで使え、最終ページURLには使えない
広告カスタマイザ	広告文の中で「{」を入力し、一覧から選ぶ	価格や終了日など変わる値を呼び出す。値が無いと広告が審査されない。属性は最大40個、値は1つ90文字まで

第15回の実測では、検索語句とキーワードがそのまま同じだったのは0.4%でした。キーワード挿入で「検索した言葉がそのまま見出しに出る」とは考えないでください。インテントマッチで広く拾っているキーワードや、他社の商品名に近いキーワードがあると、意図しない見出しになることがあります。

見出し15本の割り振り表

先に役割を決めて、3本ずつ埋める

役割	何を書くか
① キーワード	検索された言葉を1本の中に丸ごと。一致した語は自動で太字になる
② 得られる結果	機能ではなく、使ったあとの状態
③ 選ぶ理由	競合の広告を並べて、全員が書いている言葉は避ける
④ 不安を消す	料金、しつこい営業、手間の心配に先に答える
⑤ 次の行動	押したあとに何が起きるか。手間が見える言い方にする

役割	見出し（全角15文字まで）	幅	1本で通じる	他と重ならない
① キーワード		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
② 得られる結果		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
③ 選ぶ理由		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
④ 不安を消す		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
⑤ 次の行動		/30	☐	☐
		/30	☐	☐
		/30	☐	☐

幅は全角を2、半角を1として数え、30を超えたら保存できません。15文字に収まらないキーワードは説明文に入れます。見出しは短くても構いません。スマホで3本並んだとき、長い見出しは切られることがあります。

説明文4本とパスの記入表 どの1本が出ても、何のサービスかが分かるように

必ず表示されるのは説明文1本だけです。**4本すべての頭に、何のサービスかを短く入れておくのが確実です。**説明文は表示される場所が広いので、使い切ったほうが伝わる量が増えます。

役割	説明文（全角45文字まで）	幅
1本目 何のサービスか		/90
2本目 選ぶ理由の根拠		/90
3本目 不安への答え		/90
4本目 次の行動		/90

パス1 _____ /15 パス2 _____ /15 例 個別指導／無料体験

記入例（架空の学習塾。4本とも頭にサービス名）

本目と役割	説明文	幅
1 何のサービスか	みどり台の個別指導塾です。小中学生の苦手な単元を、先生と一対一で戻って学び直せます。	84
2 選ぶ理由の根拠	個別指導塾の先生は面談で選べます。合わないと感じたら、次の授業から替えられます。	80
3 不安への答え	個別指導塾の体験は無料です。入塾をすすめる電話はしません。月謝は面談で先に説明します。	86
4 次の行動	個別指導塾の体験はネットで予約できます。空いている日を選ぶだけで申し込みます。	78

記事の実測（2026年9月14日）

	上限近くまで使っている	半分以下
見出し（317本）	半角30ちょうど 14本（4.4%）	半角20未満 48本（15.1%）
説明文（96本）	半角90ちょうど 13本（13.5%）	半角60未満 13本（13.5%）

見出しの8割は半角20～29文字でした。見出しは短くてよく、説明文は使い切るほうに寄せます。

慣れたらここまで

- 1 アセットの詳細で表示回数の多い見出しを並べ、5つの役割のどれが多く使われているかを見ます。「不安を消す」ばかりなら、その広告グループのお客さんは迷っている段階です。
- 2 2本目の広告で最終ページURLを変えます。料金ページと事例ページでは、合う見出しが変わります。
- 3 見出しを月に1回、3本だけ入れ替えます。表示回数が0の見出しから、同じ役割の別の切り口へ。

ピン留めと評価と本数

評価は材料が足りているかのチェック。上げること自体を目的にしない

固定する位置	必ず表示されるか	使う場面
見出し位置1	される	法律や業界の決まりで必ず出す文言（医療の注意書き、金融の手数料の表示など）
見出し位置2	される	
見出し位置3	されない場合がある	必ず出したい文言は置かない
説明文位置1	される	注意書きを説明文で出すならここ
説明文位置2	されない場合がある	必ず出したい文言は置かない

ピン留めは、ほとんどの場合は勧められていません（公式）。固定するなら同じ位置に重複しない2本か3本を。全部の位置を固定すると、固定していない見出しは1本も出なくなります。

評価（広告アセットの充実度）の正体

評価は何で決まるか（公式の主な要因）

1 見出しと説明文が、広告グループのキーワードとどれだけ関係しているか

2 見出しの組み合わせの数（本数と、内容の違い）

3 サイトリンクの数。各単位で6個以上で向上する

評価は順位を決めない

広告ランク、品質スコア、オークションの落札の決定には使われず、配信対象かどうか判断しません（公式）。評価が低いままでも配信されます。記事の実測では、評価の順にクリック率が並んだのは4口中2口でした。

順	「低い」を直す順番	済み
1	見出しを15本まで埋める	☐
2	キーワードを丸ごと含む見出しを3本入れる	☐
3	似た見出しを書き換える	☐
4	サイトリンクを6個以上にする（第17回）	☐

4つやって「平均的」なら、そこで止めて構いません。キーワードを詰め込んで読みにくくするのは本末転倒です。

1つの広告グループに何本入れるか

いまの状態	1つの広告グループに入れる本数
初めて出す	1本。まず15本と4本をきちんと埋める
配信して2週間以上たち、表示が安定した	2本目を足す。最終ページURLが見出しの切り口を、1つだけ変える
3本目	足さない。有効にできる上限は3本

公式は「高い」以上を2本以上、それぞれ固有の最終ページURLで、と勧めています。記事の実測では広告グループ23のうち19（82.6%）が1本でした。

入れ替え記録と確認先

見る場所は、広告の下の「アセットの詳細を表示」

2週間ほど配信したら、見出しごとの表示回数、クリック数、コンバージョンを見ます。**見出しごとのクリック率は目安です**。1回の表示に3本出れば3本それぞれに記録されるため、足しても広告全体の数字にはなりません。

見出しの状態		やること		
数週間、表示回数が0		書き換える。同じ役割の別の切り口にする		
表示はあるがクリックが極端に少ない		1つずつ書き換える。一度に何本も変えない		
表示もクリックも多い		触らない		
変えた日	外した見出し	入れた見出し（同じ役割の別の切り口）	役割	2週間後に 見る日

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
見出しや説明文を一度にたくさん変える	学習がやり直しになる。変えたら2週間は待つ
必ず出す文言を見出し位置3か説明文位置2に固定	表示されない回がある
広告カスタマイザに値を入れない	値の無いレスポンス検索広告は審査されない
よく出る組み合わせをそのまま固定する	組み合わせレポートは動作を保証しない。候補が減る
「最良・良・低」のラベルで入れ替える	その列は廃止。実測でも1,787行中4行だけ

確認先（Google広告ヘルプ・2026年9月14日確認）

用途	確認先（公式ヘルプ）
本数と文字数、表示位置、ピン留め	support.google.com/google-ads/answer/7684791
広告アセットの充実度とその要因	support.google.com/google-ads/answer/9921843
アセットの詳細とラベルの廃止	support.google.com/google-ads/answer/9564897
広告カスタマイザ	support.google.com/google-ads/answer/10711524

作業まで任せたい方へ

設定を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。