

アセット登録 チェックシート

サイトリンク6個、コールアウト4個、構造化スニペット1つ、画像4枚を書き込み、どの単位に入れるかを決め、自動で作られるアセットを月1回見るまでの8枚

この8枚でできること

- ☐ 自分の業種に近い例を見て、サイトリンク6個の中身とコールアウトの言葉が決まる
- ☐ 4つの基本アセットを、文字数と本数を数えながら書き込める
- ☐ どの単位に入れるかと、入れても出ない理由を確認められる
- ☐ 自動で作られるアセットを月1回見て、止めるかを記録できる

使う順番

2～3ページで自分に近い業種の例を見る → 4ページで規定と最初に入れる数を確認める → 5ページでサイトリンク6個を書く → 6ページでコールアウトと構造化スニペットを書く → 7ページで画像の条件と入れる単位を決めて保存 → 配信後は8ページで月1回の確認を記録します。

目次

2	業種別の書き方例（1） 6業種のサイトリンク6個、コールアウト、構造化スニペット
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	規定と、最初に入れる数 4つの基本アセットの文字数と本数、表示の条件、記事の実測
5	サイトリンク6個の記入表 6個の中身の順番、文字数の欄、保存前の確認
6	コールアウトと構造化スニペット 見出しと重ならない4個、13種類のヘッダーと値
7	画像と、入れる単位 使える条件とサイズ、単位ごとの扱い、戻れないことと落ちること
8	配信後の確認と確認先 自動で作られるアセットの月1回の記録、数字を読む注意、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。業種別の例はすべて架空の店の文で、文字数はこの資料を作るときに機械で数えています。

業種別の書き方例（1）

架空の店で、4つの基本アセットのうち3つを書いた例

サイトリンクは記事の6つの順番どおりに並べました。右の数字は文字幅（全角2、半角1）で、上限は25です。
リンク先は6個とも別のページにします。

歯科医院			学習塾			水回りリフォーム		
料金	診療の料金表	12	料金	月謝と料金	10	料金	工事の価格表	12
事例	治療の症例	10	事例	生徒と保護者の声	16	事例	施工事例	8
質問	よくある質問	12	質問	よくある質問	12	質問	よくある質問	12
申込み	ネットで予約	12	申込み	無料体験の申込み	16	申込み	見積もりの依頼	14
会社や人	院長と歯科医の紹介	18	会社や人	講師の紹介	10	会社や人	職人の紹介	10
ほか	小児歯科	8	ほか	夏期講習	8	ほか	キッチンの交換	14

美容室			食品の通販			税理士事務所		
料金	メニューと料金	14	料金	商品と価格	10	料金	料金の目安	10
事例	スタイル写真	12	事例	届いた方の声	12	事例	顧問先の声	10
質問	よくある質問	12	質問	よくある質問	12	質問	よくある質問	12
申込み	ネットで予約	12	申込み	注文の方法	10	申込み	面談の予約	10
会社や人	スタイリスト紹介	16	会社や人	農家の紹介	10	会社や人	税理士の紹介	12
ほか	ヘッドスパ	10	ほか	ギフト用の箱	12	ほか	相続の相談	10

業種	コールアウト4個	構造化スニペット（ヘッダーと値）
歯科医院	土日も診療、費用は治療前に説明、個室の診療室、子ども連れて来院可	サービス カタログ 一般歯科、小児歯科、矯正歯科、予防歯科
学習塾	先生を選べる、苦手な单元から、自習室を使える、入塾の勧誘なし	コース 小学生、中学生、高校受験、定期テスト
水回りリフォーム	自社の職人が施工、見積もり後の断り可、工事後の点検あり、写真で概算を案内	サービス カタログ 浴室、キッチン、トイレ、洗面台
美容室	最後まで同じ人が担当、個室の席あり、子ども連れて来店可、当日の予約も可	サービス カタログ カット、カラー、パーマ、縮毛矯正
食品の通販	農家が自分で干す、少量から買える、常温で届く、のしに対応	型 平干し、丸干し、角切り、スティック
税理士事務所	会計ソフトはそのまま、料金は先に提示、オンライン面談可、夜の面談も相談可	サービス カタログ 確定申告、記帳代行、決算申告、相続税

コールアウトは、第16回で書いた見出しと同じ言葉を避けます。見出しに「相談無料」があるなら、ここには入れません。
どの業種も架空の店の例です。地名やサービス名は自分の店のものに置き換えてください。値は、モバイル向けに勧められている全角6文字以内に収めています。

業種別の書き方例（2）

架空の店で、4つの基本アセットのうち3つを書いた例

続きの6業種です。コールアウトは押されない前提で、読んだだけで伝わる言葉にします。構造化スニペットの値に宣伝文句は入れません。

部品メーカー（法人向け）			家事代行			英会話教室		
料金	価格の目安	10	料金	料金プラン	10	料金	受講料	6
事例	加工事例	8	事例	利用者の声	10	事例	受講生の声	10
質問	よくある質問	12	質問	よくある質問	12	質問	よくある質問	12
申込み	図面で見積もり依頼	18	申込み	お試しの申込み	14	申込み	体験レッスン予約	16
会社や人	設備の紹介	10	会社や人	スタッフの紹介	14	会社や人	講師の紹介	10
ほか	試作の相談	10	ほか	作り置き代行	14	ほか	オンライン受講	14

結婚式場			不動産仲介			車の整備		
料金	見積もりの例	12	料金	家賃の相場	10	料金	車検の料金	10
事例	挙式した方の声	14	事例	入居した方の声	14	事例	整備の事例	10
質問	よくある質問	12	質問	よくある質問	12	質問	よくある質問	12
申込み	見学の予約	10	申込み	内見の予約	10	申込み	車検の予約	10
会社や人	プランナー紹介	14	会社や人	店とスタッフの紹介	18	会社や人	整備士の紹介	12
ほか	少人数のプラン	14	ほか	売買の物件	10	ほか	タイヤの交換	12

業種	コールアウト4個	構造化スニペット（ヘッダーと値）
部品メーカー	小ロットに対応、試作から量産まで、図面だけで相談可、材料の手配も対応	設備 旋盤、マシニング、研削盤、検査機器
家事代行	毎回同じスタッフ、鍵の預かり可、当日の延長も可、道具の持参は不要	サービス カタログ 掃除、洗濯、作り置き、片付け
英会話教室	初心者入門あり、目的に合わせて進む、夜の時間帯も開講、振替の受講ができる	コース 日常会話、ビジネス、入門、発音
結婚式場	一日一組の貸切、見積もりの内訳を説明、家族だけの式に対応、送迎の相談も可	サービス カタログ 挙式、会食、衣装、写真撮影
不動産仲介	地元の物件に詳しい、内見だけでも可、ペット可を探せる、夜の内見も相談可	周辺地域 みどり台、駅前、北口、中央町
車の整備	整備を写真で報告、追加費用は先に相談、代車を用意、土日受付	サービス カタログ 車検、点検、板金、タイヤ交換

自分の店のサイトリンク6個の候補

見出しで言いきれなかった強み

どの業種も架空の店の例です。地名やサービス名は自分の店のものに置き換えてください。値は、モバイル向けに勧められている全角6文字以内に収めています。

規定と、最初に入れる数

旧「広告表示オプション」と同じもの。中身は変わっていない

種類	文字数	本数と表示
サイトリンク	半角25文字（全角12文字）	2つ以上ないと表示されない。 表示はパソコン最大6個、モバイル最大8個。1単位に最大20個まで
コールアウト	半角25文字（全角12文字）	1回に最大10個
構造化スニペット	値は全角6文字以内 （モバイル向けの推奨）	ヘッダーは13種類から選ぶ。値は3つ以上、ヘッダーごとに4個以上を推奨。表示はパソコンで最大2つ、モバイルとタブレットで1つ
画像	文字は入れない	スクエア（1対1）が必須。使えるのは条件を満たしたアカウントだけ

サイトリンクの説明文は入力が任意ですが、公式は強く勧めています。説明文の文字数の上限は、確認した日本語の公式ヘルプには書かれていなかったの、管理画面の残り文字数に合わせます。

最初はこの4つ

順	種類	最初に入れる数
1	サイトリンク	6個
2	コールアウト	4個
3	構造化スニペット	1つ（値を4個）
4	画像	4枚（条件を満たしていれば）

公式も4種類以上を勧めています。開く場所はキャンペーンのメニューの「アセット」です。

記事の実測（配信中の6口）

種類	表示があった口
サイトリンク	6口中5口
コールアウト	6口中3口
構造化スニペット	6口中3口
ビジネスの名前とロゴ	6口中3口
画像	6口中2口
電話番号	6口中1口

検索広告を配信中の6口で、直近30日に表示があったかを数えました（2026年9月14日）。1口はどのアセットも1回も表示されていませんでした。登録していないとは限らず、順位や広告ランクの条件で出ていないこともあります。

入れても必ず出るとは限らない

- 公式が挙げている条件は3つです。
- 1 広告ランク
 - 2 掲載順位（上のほうに出る広告ほど付きやすい）
 - 3 ほかに有効になっているアセット
- 追加するだけなら費用はかかりません。** クリックされたときに、広告のクリックと同じように課金されます。1回の表示でサイトリンクと見出しを続けて押されても、課金されるクリックは2回までです。

旧名称との対応

以前の呼び方	いまの呼び方
サイトリンク表示オプション	サイトリンク アセット
コールアウト表示オプション	コールアウト アセット
構造化スニペット表示オプション	構造化スニペット アセット
電話番号表示オプション	電話番号アセット
住所表示オプション、アフィリエイト住所表示オプション	住所アセット (1つに統合)

古い記事にある「広告と広告表示オプション」タブは、いまの画面にはありません。

6個入れる。広告文の評価にも効き、パソコンで出るのも最大6個

第16回で書いたとおり、サイトリンクを6個以上入れると広告文の評価が上がります。**6個の中身は、この順番で考えると埋まります。**例は講座の説明用に作った架空の文です。

順	中身	リンクテキスト（全角12文字まで）	幅	リンク先のページ	説明文あり
1	料金 例 料金プラン		/25		☐
2	事例 例 導入事例		/25		☐
3	よくある質問 例 よくある質問		/25		☐
4	申し込みや問い合わせ 例 無料相談の申込み		/25		☐
5	会社や人 例 担当者の紹介		/25		☐
6	ほかの商品やサービス 例 別のプラン		/25		☐

順	説明文の1行目	説明文の2行目
1		
2		
3		
4		
5		
6		

保存する前の確認

- ☐ **2つ以上入れた**（1つだけでは表示されない）
- ☐ 同じリンクテキストを使い回していない
- ☐ リンク先は最終ページURLと同じドメイン
- ☐ 6個とも別のページに飛ぶ
- ☐ 説明文を入れた（公式は強く推奨）

記事の実測（2026年9月14日）

登録されていたサイトリンク316個のうち、説明文が入っていたのは184個（58.2%）。**4割は説明文なしでした。**
全部がトップページに飛ぶ6個は、審査で止まることがある
うえに、押した人が「さっきと同じページ」に着くだけになります。

コールアウトと構造化スニペット

強みはコールアウト、扱っているものは構造化スニペット

コールアウトは、リンクではない短い宣伝文です。見出しで言いきれなかった強みを、ここに回します。見出しに「相談無料」があるのにコールアウトにも入れると、同じ言葉が2回並ぶだけです。

本	コールアウト（全角12文字まで）	幅	見出しと重ならない
1		/25	☐
2		/25	☐
3		/25	☐
4		/25	☐

記事の実測では、登録されていたコールアウト48個のうち、上限の半角25文字まで使っていたものは0個でした。いちばん多かったのは半角20〜24文字（全角10〜12文字）で、20個（41.7%）です。

構造化スニペット ヘッダーは13種類から1つ選ぶ

- ☐ 設備
- ☐ ブランド
- ☐ コース
- ☐ 学位プログラム
- ☐ 到着地
- ☐ おすすめのホテル
- ☐ 保険の保障内容
- ☐ モデル
- ☐ 周辺地域
- ☐ サービス カタログ
- ☐ 番組
- ☐ スタイル
- ☐ 型

サービス業なら「サービス カタログ」、商品売っているなら「ブランド」か「型」か「スタイル」がほとんどです。見出しは自由に書けません。

値	値（モバイル向けは全角6文字以内）	幅	宣伝文句が入っていない
1		/12	☐
2		/12	☐
3		/12	☐
4		/12	☐
5		/12	☐

値に「セール」「送料無料」のような宣伝文句は入れられません。
値は3つ以上が必要です。宣伝文句はコールアウトの役目で、構造化スニペットは「何を扱っているか」を並べる場所と分けて考えます。

画像と、入れる単位

画像は条件を満たしてから。単位のルールは種類ごとに違う

画像を使える条件

- ☐ アカウントを開設してから60日以上たっている
- ☐ ポリシーを守ってきた実績がある
- ☐ 有効なキャンペーンがある
- ☐ 運用中のテキスト広告があり、直近30日の検索キャンペーンの費用が0より大きい
- ☐ デリケートなカテゴリではない
- ☐ 写真だけで、文字やロゴを重ねていない

サイズ

形	最小	推奨
スクエア（1対1）必須	300×300	1,200×1,200
横長（1.91対1）任意	600×314	1,200×628

PNGかJPGで、5,120KBまで。大事なものは中央の80%に置きます。画像が表示されると、説明文の2本目が省略されることがあります。

どの単位に入れるか

種類	上位と下位の両方に入れたとき	自分の店に入れる単位
サイトリンク	一緒に表示されうる	
コールアウト	下位（広告グループ）が使われる	
構造化スニペット	下位で作ると、上位の同じタイプは出ない	
電話番号	いちばん下位が使われる	
プロモーション	いちばん下位が使われる	
ビジネスの名前とロゴ	キャンペーン単位が優先される	

サイトリンクは、アカウントに共通のもの（会社概要、よくある質問）を入れ、キャンペーンに商品ごとのもの（料金、事例）を足せます。迷ったらキャンペーン単位に入れます。アカウント単位だと別の商品のキャンペーンにも同じリンクが出て、広告グループ単位だと管理する数が増えすぎます。

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
画像に文字やロゴを重ねる	すぐに不承認になる
構造化スニペットの値に宣伝文句を入れる	不承認になる。コールアウトに回す
サイトリンクを1つだけ入れる	表示されない。2つ以上必要
広告グループにコールアウトや電話番号を入れる	キャンペーンに入れたものがなくなる
電話専用広告のまま置いておく	2026年2月から新しく作れず、2027年2月に表示されなくなる
行事を選んだプロモーションを6か月変えない	自動で一時停止される
リードフォームの情報を落とさない	保存は60日。CSVで落とせるのは直近30日分
ビジネスの名前を自由に書く	適格性確認の名前かドメインと完全一致が必要

配信後の確認と確認先

自動で作られるアセットは、月に1回だけ見る

自分で作らなくても、Googleがサイトの中身から作って表示するアセットがあります。
最初は止めずに様子を見ます。自分で入れたアセットのほうが優先されるからです。
ただしサイトアクセス数だけは管理画面で止められません。止めるにはGoogleの担当者への依頼が必要です。

見る場所と止める手順

- 1 キャンペーンのメニューの「アセット」を開く
- 2 「関連付け」タブを開く
- 3 右側のその他メニューから「アカウント単位の自動生成アセット」
- 4 もう一度その他メニューから「詳細設定」
- 5 止めたい種類を選び、理由を選んで保存する

止める場面	理由
終了したキャンペーンのページが出ている	サイトに古いページが残っている
薬機法や金融など、表現に決まりがある業種	自分で確認していない文が出るのは避けたい
価格や在庫がよく変わる	サイトの情報とずれる

月1回の確認記録

見た日	提供者が「Google AI」のもので気になったもの	止めた種類	理由

数字を読むときの注意3つ

- 1 クリック数には見出しのクリックも入っている。分けたいときは分類の「クリックタイプ」
- 2 合計の行と、1行ずつ足した数は一致しない。1回にサイトリンクが4つ出れば、4つそれぞれに記録される
- 3 種類ごとのクリック率を並べて「コールアウトは効かない」と決めない。表示されている口が種類ごとに違う。比べるのは、同じキャンペーンで入れる前と後

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）
アセットについて（費用、表示の条件）	support.google.com/google-ads/answer/7331111
サイトリンク アセット	support.google.com/google-ads/answer/2375416
構造化スニペット アセット	support.google.com/google-ads/answer/6280012
検索キャンペーンの画像アセット	support.google.com/google-ads/answer/9566341
アカウント単位の自動生成アセット	support.google.com/google-ads/answer/7175034

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。