

Merchant Center 商品データ登録キット

ショッピング広告を始めるお店が、そのまま写して使える8枚

この8枚でできること

- ☐ 開設から配信までを、抜けなく順番どおりに進められる
- ☐ 自分の業種に近い例から、商品名と項目の値を書き換えて作れる
- ☐ 足りない項目を補助ソースで足すか、属性ルールで直すかを決められる
- ☐ やると戻せない操作と、承認されない原因を先に避けられる
- ☐ サイトやECの担当者に、直してほしいことをそのまま送れる

使う順番

2ページで登録方法を決める → 3～4ページで自分に近い例を選ぶ → 5ページに1商品ぶん書く → 7ページの「戻れない」を確かめてから登録 → 足りない項目は6ページ → 配信が始まったら7ページの点検表を週1回 → 8ページで入札のまとめりを作る。

ショッピング広告は広告文を書きません。商品のデータがそのまま広告になるので、このキットは商品のデータを正しくそろえるための道具です。

目次

2	開設から配信までの8ステップと登録方法の選び方 済んだ日と担当を書き込む表、5つの登録方法の分かれ道
3	業種別の商品データ例（1） 商品名、IDの付け方、一緒に入れる値を6業種
4	業種別の商品データ例（2） 中古品、再生品、まとめ売り、予約商品を含む6業種
5	自分の商品の記入シート 必須の7項目と条件付きの項目を、上限の字数付きの欄で書く
6	補助ソースと属性ルールの書き方 補助ソースの表のひな形、属性ルールの手順、どちらで直すかの判定
7	戻れない・承認されないことの一覧と点検表 やると戻せない操作、落ちる原因、週1回の点検の記録欄
8	入札のまとめりと依頼文、確認先 独自のラベルの分け方、サイト担当への依頼文、公式ヘルプ8本

数字と決まりの出どころ

この資料に載せた字数の上限、項目の名前、選べる値、手順は、Google Merchant Center ヘルプとGoogle 広告 ヘルプ、講座の記事本文に2026年9月26日時点で書かれていたものだけです。画面の名前は同じ日の表示で、Merchant Centerは名前がよく変わります。見つからないときは近い名前を探し、登録の直前に8ページの確認先を開いてください。業種別の例はすべて架空の商品で、クリック単価などの相場は載せていません。

開設から配信までの8ステップ

済んだ日と担当を書き込みながら進める

順	やること（MC=Merchant Center／広告=Google広告）	済んだ日	担当
1	MC Merchant Centerのアカウントを作る Googleアカウントでログインして始める		
2	MC ビジネスの情報を入れる お店の名前はサイトの表記とそろえる。広告に表示される		
3	MC お店のサイトを確認する サイトの持ち主であることを示す。方法は画面の案内で選ぶ		
4	MC 送料と返品条件を入れる 日本向けは送料が必須。返品条件は入れることが推奨		
5	MC 商品を登録する 下の5つの方法から選ぶ。初回は1つずつ追加が使えない		
6	MC 審査の結果を見て直す 「商品」の画面の「注意が必要」のタブ。7ページの点検表で		
7	広告 Google広告とリンクする Merchant Center側から指定。リンク先のIDを必ず確かめる		
8	広告 ショッピングのキャンペーンを作る 通常のショッピングかP-MAX。予算と入札を決める		

Merchant Centerは商品のデータ、Google広告は予算と入札を持ちます。2つをリンクして、はじめてショッピング広告が出せます。Merchant Centerだけでも、無料リスティングに商品が出ることはありますが、出ることは保証されていません。まず無料リスティングでデータが通ることを確かめてから広告にお金をかける順番が安全です。

商品の登録方法を5つから選ぶ（当てはまる行に印）

自分のお店は	選ぶ方法	更新のされ方	印
ShopifyなどのECサービスでお店を作っている	ECプラットフォームとつなぐ	自動。反映まで24から48時間ほど	
商品ページに構造化データ（schema.org）が入っている	オンラインショップから自動で追加	Googleがサイトを見て自動で更新	
商品が多く、在庫や価格を表で管理している	ファイルで追加	URLに置けば24時間ごとに取りに来る	
商品が少なめで、手で管理したい	Googleスプレッドシート	24時間ごとに同期	
すでに商品があり、数点だけ足したい	1つずつ追加	手に入れる。最初の登録には使えない	

選ぶ前に知っておく3つの決まり

1. 1つずつ追加は、すでに商品がある場合だけ使えます。初めての登録は、ファイル、スプレッドシート、APIのどれかです。
2. 自動で追加された商品を手で直すと、その商品は自動で更新されなくなります。サイトで価格を変えても古いまま残ります。
3. APIで登録が成功しても、承認されたわけではありません。データを受け取ったという意味です。

選んだ方法と理由 →

業種別の商品データ例（1）

商品名、ID、一緒に入れる値

ショッピング広告の「広告文」は商品名です。商品名に、その商品を探す人が使う言葉が入っていないと、その検索に出にくくなります。自分の商品に近い行を選び、〇〇と数字を自分の商品のものに置き換えてください。型は「ブランド 商品の種類 特徴 色 サイズ」。ページの商品名と同じ内容にし、「送料無料」のような宣伝の文は入れません。

業種	商品名（title）とID	一緒に入れる値	気をつけること
衣料品 Tシャツ	〇〇 メンズ 半袖 無地Tシャツ 綿100% ホワイト Mサイズ 32字 id TS001-WH-M	condition new brand 〇〇 age_group adult gender male color ホワイト size M item_group_id TS001	日本のファッションは年齢層・性別・色・サイズが必須。3色3サイズなら9商品に分け、9つに同じitem_group_id
靴	〇〇 レディース ウォーキングシューズ 幅広 ネイビー 23.5cm 34字 id SH210-NV-235	condition new brand 〇〇 age_group adult gender female color ネイビー size 23.5 item_group_id SH210	サイズ違いは1足ずつ別の商品。商品名にも色とサイズを入れる
家具	〇〇 無垢材 ダイニングテーブル 幅120cm オーク 27字 id TB120-0AK	condition new brand 〇〇 gtinが無ければ mpn（メーカーの型番）	自社で作った家具なら、brandには自社ブランドの名前を入れる
食品 お茶	〇〇茶園 深蒸し煎茶 茶葉 100g 18字 id TEA-SENCHA-100	condition new brand 〇〇茶園 availability in_stock	産地や等級など、探す人が使う言葉を商品名に。ページの商品名と内容をそろえる
キッチン 用品	〇〇 鉄フライパン 26cm IH対応 日本製 23字 id FP-IRON-26	condition new brand 〇〇 gtin（JANコードがあれば必ず）	JANコードが割り当てられている商品は、gtinが必須
雑貨 食器	〇〇 波佐見焼 マグカップ 300ml 藍色 22字 id MUG-AI-300	condition new brand 〇〇 color 藍色 item_group_id MUG300	色違いは別の商品にして同じitem_group_id。色の値は全角1文字も可

字数はこの資料で機械的に数えたものです。商品名の上限は150字、IDの上限は50字で、IDは商品ごとに別の値にし、データを更新するときも同じIDを使います。どの例も架空の商品です。gtinはJANコードなど、その商品に割り当てられたコードがあるときに必須で、無いときはmpn（メーカーの型番）とbrandを入れます。

自分の商品名の組み立て表（左から順につなぐと商品名になる）

ブランド	商品の種類	特徴（素材・産地・型番など）	色	サイズ・容量
〇〇	無地Tシャツ	メンズ 半袖 綿100%	ホワイト	Mサイズ

色やサイズが無い商品は、その欄を空けてつなぎます。つないだら5ページのます目で150字以内かを数えます。

業種別の商品データ例（2）

商品名、ID、一緒に入れる値

続きの6業種です。中古品、再生品、まとめ売り、予約商品は、決まった項目と値が要ります。選べる値が決まっている項目（condition、availabilityなど）は英語で入れ、商品名や説明のように自由に書く項目は日本語で書きます。

業種	商品名（title）とID	一緒に入れる値	気をつけること
中古品 カメラ	〇〇 単焦点レンズ 50mm F1.8 〇〇マウント用 中古 30字 id USED-LENS-0042	condition used brand メーカー名 gtin（あれば）	中古品はconditionが必須。値は英語でused。「中古」と日本語で入れると読み込まれない
再生品 パソコン	〇〇 ノートパソコン 13.3型 シルバー 再生品 25字 id RF-NB-133-SV	condition refurbished brand メーカー名 gtinかmpn	再生品の値はrefurbished。ページにも再生品であることを書く
アクセ サリー	〇〇 シルバー925 一粒パール ピアス 20字 id PI-925-PEARL	condition new brand 自社ブランド名 gtinが無ければmpnとbrand	手作りやカスタムメイドは、自社ブランドの名前をbrandにしてよい
ペット 用品	〇〇 小型犬用 ハーネス レッド Sサイズ 21字 id HN-S-RED	condition new brand 〇〇 color レッド size S item_group_id HN01	サイズ表はページに。商品名には色とサイズだけを入れる
文具 まとめ売り	〇〇 A5 方眼ノート 3冊セット 17字 id NB-A5-GRID-3P	condition new brand 〇〇 price は3冊の合計	まとめ売りは、最低購入数量の合計価格をpriceに入れ、ページにも目立つように出す
予約商品 果物	〇〇農園 シャインマスカット 2房 予約 20字 id PRE-GRAPE-2026	availability preorder availability_date 発送できる日 （1年以内）	予約か入荷待ちにするとときは、入荷予定日が必要。ページにも日付を書く

字数はこの資料で機械的に数えたものです。商品名の上限は150字、IDの上限は50字で、IDは商品ごとに別の値にし、データを更新するときも同じIDを使います。どの例も架空の商品です。gtinはJANコードなど、その商品に割り当てられたコードがあるときに必須で、無いときはmpn（メーカーの型番）とbrandを入れます。

選べる値の早見（英語で入れる）

在庫（availability）	入れる値	年齢層（age_group）	入れる値
在庫あり	in_stock	新生児 生後0〜3か月	newborn
在庫なし	out_of_stock	乳児 生後3〜12か月	infant
予約	preorder	幼児 1〜5歳	toddler
入荷待ち	backorder	子供 5〜13歳	kids
		大人 13歳以上	adult

状態（condition）	入れる値	性別（gender）	入れる値
新品	new	男性	male
再生品	refurbished	女性	female
中古品	used	ユニセックス	unisex

自分の商品の記入シート

1商品ぶん書いたら、登録方法の表やシートにそのまま写す

1. 商品名 (title・150字まで)

ブランド 商品の種類 特徴 色 サイズの順で。10字ごとに番号

										10										20									
		30											40										50						
					60										70												80		
								90											100										
	110										120											130							
				140											150														

2. 必須の残り6項目

項目	中身	決まり	自分の商品の値
id	商品のID	50字まで。商品ごとに別の値。SKUがあれば使う	
description	商品の説明	5,000字まで。宣伝の文と大文字だけの文は入れない	
link	商品ページのURL	トップページではなくその商品のページ	
image_link	メインの画像のURL	宣伝の文字・透かし・枠線なし	
availability	在庫の状態	in_stock/out_of_stock/preorder/backorder	
price	価格	サイトと同じ価格。例 1500 JPY。0は入れない	

3. 条件によって必須になる項目 (当てはまるものだけ)

項目	必須になる条件	自分の商品の値
brand	新品の商品すべて	
gtin	割り当てられたコードがあるとき	
mpn	gtinが無いとき	
condition	中古品・再生品 (used/refurbished)	
age_group/gender	日本でファッションを出すとき	
color/size	日本でファッションを出すとき	
item_group_id	色やサイズ違いがあるとき	
shipping	日本向け (アカウントの送料設定でも可)	

バリエーションの数の計算 色の数 ____ × サイズの数 ____ = 登録する商品の数 ____

共通のitem_group_id _____

Tシャツが3色3サイズなら9商品。1つにまとめて登録すると、色やサイズで探している人に正しい商品を見せられません。

補助ソースの表のひな形

「商品のID」と「足したい項目」だけを並べた表を別に作り、補助ソースとして登録します。Merchant Centerは、IDが同じ商品にその項目を足します。下の3行は3ページの例と同じIDです。

id	custom_label_0	custom_label_1
TS001-WH-M	売れ筋	春夏
SH210-NV-235	それ以外	通年
FP-IRON-26	売れ筋	通年

独自のラベルは1商品に5つまで（custom_label_0～4）、値は100字まで。1つのラベルに使える値の種類はアカウント全体で1,000個まで。広告や無料リスティングには表示されません。

IDを一字一句そろえる点検

- ☐ 全角と半角が同じ（TS001 と T S O O 1 は別の商品）
- ☐ 先頭のゼロが消えていない（表計算ソフトで 0042 が 42 になっていない）
- ☐ 前後や途中に空白が入っていない
- 1文字でも違うと別の商品として扱われ、足したい項目が反映されません。IDを変える必要があるときは、補助ソースより先にメインのデータソースを直します。

属性ルールの手順（画面の順）

- 先に「高度なデータソース管理」の追加が必要です。
- ☐ データソース → 商品ソースのタブ → メインの商品ソースを選ぶ
- ☐ 属性ルールのタブ → 属性ルールを追加 → 直す属性を選ぶ
- ☐ 下書きとして保存 → ルールをテスト → 変更を適用
- ☐ 適用後、何点かの商品を開いて値を確認めた

属性ルールの例（公式ヘルプの「次に設定」の例と同じ形）

やりたいこと	設定のしかた
商品名の先頭にブランド名を付ける	タイトル を [元データ].brand + " " + [元データ].title に設定
状態を決まった値にそろえる	状態 を new に設定
在庫を別の列から取る	在庫状況 を [元データ].在庫の列 に設定

ルールは上から順に適用されます。条件の書き方ひとつで、狙っていない商品まで書き換わることがあります。

どちらで直すかの判定

直したい中身	使うもの	理由
無い項目を、商品ごとに足したい	補助ソース	IDで1商品ずつ結ぶ。別の表で管理する
ある値を、条件に合う商品にまとめて直したい	属性ルール	ルールで一括。表を作るほどではないとき
ECサービスから送れない項目がある	補助ソース	直接直すと、次の同期で戻ることがある
価格や在庫がサイトと違う	元のデータ	どちらも元の誤りを隠すものではない

同じ項目を2つの仕組みで書き換えると、どちらの値が残るか把握しにくくなります。項目ごとに、どちらか一方で直すと決めて、ここに書いておきます →

戻れない・承認されないことの一覧

登録の前に1行ずつ確かめる

種類	やってしまうこと	どうなるか・どうするか
戻れない	自動で追加された商品を、Merchant Centerで手で直す	その商品は自動で更新されなくなる。直すのは元のデータ
戻れない	IDを途中で変える	別の商品として扱われる。更新のときも同じIDを使う
戻れない	AIで作った画像を加工ソフトに通す	AIで作ったことを示す情報（IPTC）が消えることがある。残すように書かれている
落ちる	画像に「送料無料」「セール」の文字、透かし、枠線	承認されない原因。伝えたいことはプロモーションで
落ちる	価格や在庫がサイトと食い違う	配信できない原因。自動で更新される方法に寄せる
落ちる	日本向けなのに送料が決まっていない	日本は送料が必須
落ちる	「新品」「中古」と日本語で入れる	読み込まれない。new/used/refurbished
落ちる	予約なのに入荷予定日が無い	preorderなら availability_date（1年以内）
期限	画像が500×500ピクセル未満	2027年1月31日から、すべての商品画像に適用
期限	有効期限（expiration_date）	今から30日以内の日付を入れる
注意	Google広告とのリンクで別のアカウントを選ぶ	名前が似ていてもIDが違えば別。IDで確かめる
注意	ショッピングで商品を外す	商品のIDで指定するのが確実。数日後に表示が止まったか見る

配信できない商品の点検表（週1回、「注意が必要」のタブを開く）

数だけを見て慌てず、どの国の、どの理由かを開きます。日本以外の国に出す設定を入れたとき、その国向けの理由がまとめて付くことがあり、日本向けには問題なく出ている場合があります。

見た日	件数	国	理由	直す場所	済

直す場所の目安 → 価格の違いは元のデータ／画像の文字は差し替え／送料はアカウントの送料設定／欠けた項目は元のデータか補助ソース／gtinの誤りは正しいコード、無ければmpnとbrand／在庫切れは在庫が戻れば解消。
クリックの無い商品は、表示が無いならデータの問題、表示があるのに押されないなら価格と画像を見直します。

入札のまとめりと依頼文、確認先

まとめりを決めて、担当者に送る

独自のラベルで「売れ筋」と「それ以外」を分ける

クリックは一部の商品に集まりやすく、講座の実測では表示があった商品のうち上位1割でクリックの89.4%でした。まとめりで分けておくと、売れ筋に予算を寄せるか、それ以外にも出すかを調整できます。ラベルは補助ソースで足すと元のデータを触らずに済みます。

ラベルの値	入れる商品の決め方	商品の数
売れ筋		
それ以外		

入札の方法は計測の状態を選びます。購入の金額まで計測できているならコンバージョン値の最大化や目標広告費用対効果、まだ購入の数だけならクリック数の最大化や個別クリック単価で様子を見る、という進め方があります。

サイト・ECの担当者への依頼文（そのまま送れる）

件名 → Googleのショッピング広告に向けた商品データの確認のお願い

お世話になっております。〇〇店の〇〇です。
Google Merchant Centerに商品を登録し、ショッピング広告を出す準備をしています。審査で落ちないように、次の4点をご確認いただけますか。

1. 商品ページの価格と在庫が、登録するデータと同じになっているか（食い違いと配信できません）
2. robots.txt で Googlebot と Googlebot-image を、商品ページと画像についてブロックしていないか
3. 商品画像に「送料無料」などの文字、透かし、枠線が入っていないか
4. ECサービスから送れない項目（色、サイズ、素材など）があれば、その一覧

済んだら結果を一言ご返信ください。よろしく願いいたします。

確認先（公式ヘルプ・2026年9月26日確認。登録の直前に開く）

商品データ仕様（必須の項目・上限の字数・画像の決まり）	support.google.com/merchants/answer/188494
商品をアップロードする方法（登録の5つの方法）	support.google.com/merchants/answer/7439882
属性ルールを設定する（次に設定・テスト・適用）	support.google.com/merchants/answer/14994083
IDルールを設定する（IDを直す順番）	support.google.com/merchants/answer/14993352
属性ルールで使うカスタム属性	support.google.com/merchants/answer/7439058
商品の無料リスティング（保証はない）	support.google.com/merchants/answer/9199328
ショッピング広告について（出る場所・入札）	support.google.com/google-ads/answer/2454022
ショッピング広告の構成要素（プロモーション・評価）	support.google.com/google-ads/answer/6275294

作業まで任せたい方へ 商品データの整備から広告の運用まで任せたい方は、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事します。