

学習期間の見守りと予算の判断シート

公開の前に50件に届くかを計算し、予算の置き場所と入札を決め、学習期間の1週間を触らずに見守って、7日目にまとめて直すための4枚

この4枚でできること

- ☐ 1日の予算で、1週間に何件の結果が集まるかを計算できる
- ☐ キャンペーン予算か広告セット予算か、入札をどれで始めるかを決められる
- ☐ やり直しになる大きな編集を、学習中に入れずに済む
- ☐ 学習が終わらないときに、当たる順番どおりに点検できる

使う順番

公開の前に2ページで計算と設定を決める → 学習中は3ページの表に毎日記録する → 7日目に4ページで判定して直す。

目次

2	公開の前に決めること 50件の計算、予算の置き場所、入札の始め方
3	学習期間の1週間の記録表 大きな編集6つと、日ごとの記録
4	7日目の判定と、終わらないときの点検 当たる順番6つと、公式の対処

数字と決まりの出どころ

この資料に載せた内容は、Metaビジネスヘルプセンターで2026年10月15日に確かめたことと、講座第23回の記事本文にあるものだけです。画面の名前や手順は時期によって変わることがあります。金額は架空の計算例です。

公開の前に決めること

50件に届くかは配信の前に計算できる

1日の予算 ÷ 1件の値段 × 7日 = 1週間の結果の数。例 1日1万円、1件4,000円なら約17件。週50件なら1日に約2万9,000円が要ります。

自社の計算		書き込む
1日の予算		
1件の値段（過去の実績か、見込み）		
1週間の結果の数（上の式）		
50件に届かないときの選び方（予算を増やす／手前のイベントへ／承知で続ける）		
予算の置き場所	向いているとき	
キャンペーン予算	広告セットの間で柔軟に配分したい。結果はキャンペーン全体で見る	
広告セット予算	広告セットごとの額を守りたい。価値や大きさ、目標や入札が大きく違う	
広告セットの予算共有	広告セット予算のまま、1日の予算の最大20%をほかと融通する	
入札	使う場面	
最大数量	最初はここから。入札額を決めずに学習の材料を集める	
結果の単価目標	実績が出てから。1日の予算は目標の5倍以上	
ROAS目標／入札価格上限	回収の倍率や入札額の上限を決めたいとき	

学習期間の1週間の記録表

見るけれど触らない

学習をやり直しにする大きな編集	例
ターゲット設定の変更	年齢を絞る、地域を足す
クリエイティブの変更	画像や文を差し替える
最適化イベントの変更	購入からカートに追加へ
新しい広告の追加	素材を1本足す
7日以上以上の停止	再開すると入り直す
入札戦略の変更	最大数量から目標へ

予算や目標の金額は、変えた大きさに決まります（100ドルから101ドルはほぼ影響なし、1,000ドルは入り直す可能性が高い）。

日	結果の件数	消化した額	配信列	気づいたこと（直さない）
1日目				
2日目				
3日目				
4日目				
5日目				
6日目				
7日目				

例外。リンク先や価格の誤り、審査に関わる表現は、学習中でもすぐ直します。

7日目の判定と、終わらないときの点検

直すことはまとめて一度で

7日目の判定		印
[配信] 列が「アクティブ」になった（学習が終わった）		☐
「情報収集が不十分」と出ている（ペナルティではない）		☐
直すことを1つの表にまとめ、一度で入れた		☐
順	学習が終わらないときに当たる順番	印
1	50件に届く予算か計算し直す	☐
2	広告セットや広告を分けすぎているか	☐
3	オーディエンスを絞りすぎているか	☐
4	最適化のイベントが遠すぎないか（購入よりカートに追加など）	☐
5	入札の目標が低すぎないか	☐
6	広告セット同士で同じ人を取り合っていないか	☐

公式の対処は、まとめる、オーディエンスを広げる、予算を増やす、入札やコストコントロールを上げる、もっと頻繁に起きるイベントへ、の5つです。

確認先（2026年10月15日確認）

情報収集期間について	facebook.com/business/help/112167992830700
大幅な編集と情報収集期間	facebook.com/business/help/316478108955072
「情報収集が不十分」について	facebook.com/business/help/269269737396981
キャンペーン予算と広告セット予算について	facebook.com/business/help/458847204894307