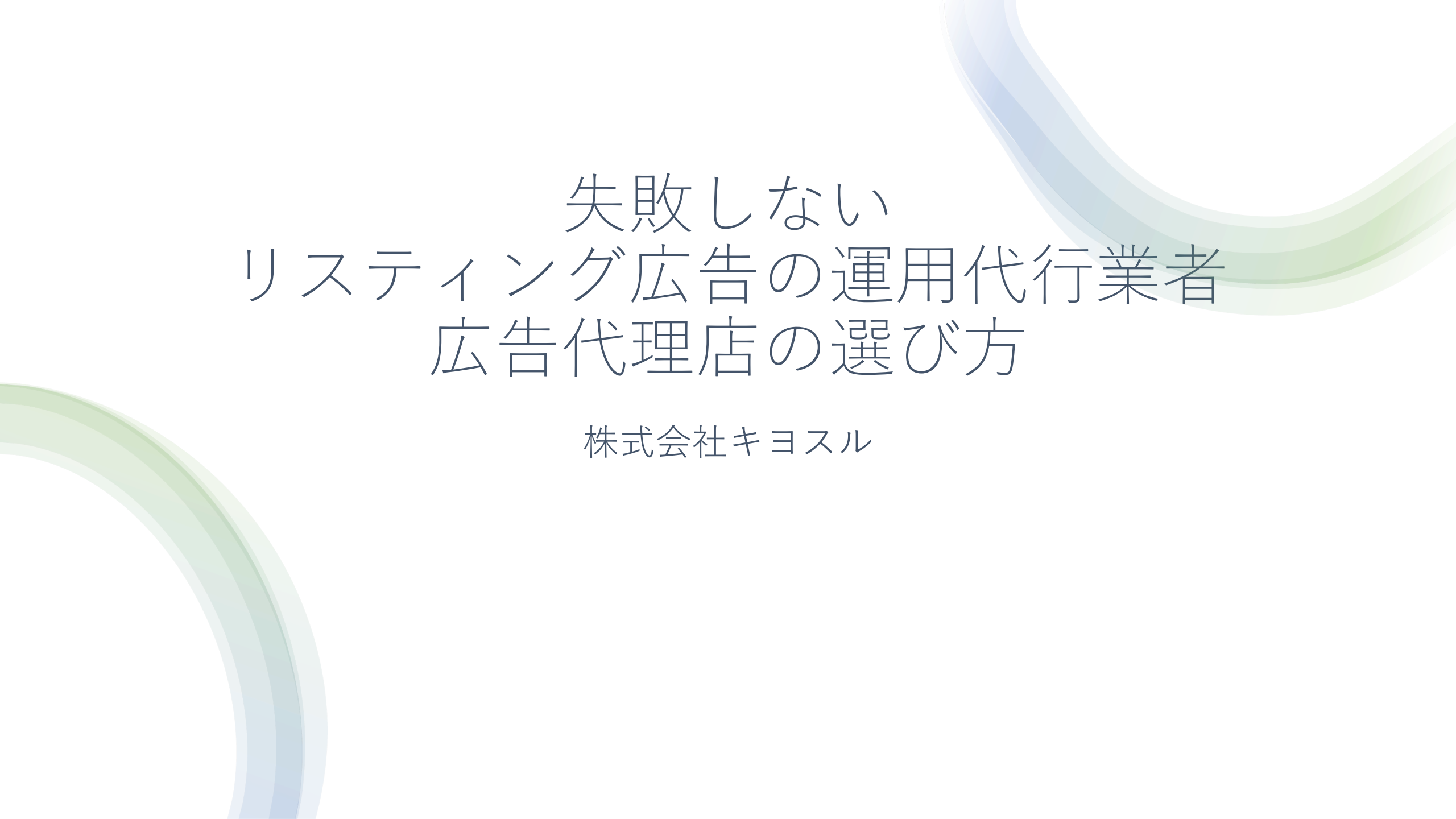




失敗しない リスティング広告の運用代行業者 広告代理店の選び方

株式会社キヨスル

目次

1. リスティング広告の運用代行業者ってどんな会社？
2. 広告代理店との違いはなに？
3. 運用代行業者を選ぶチェックポイント3選



自己紹介

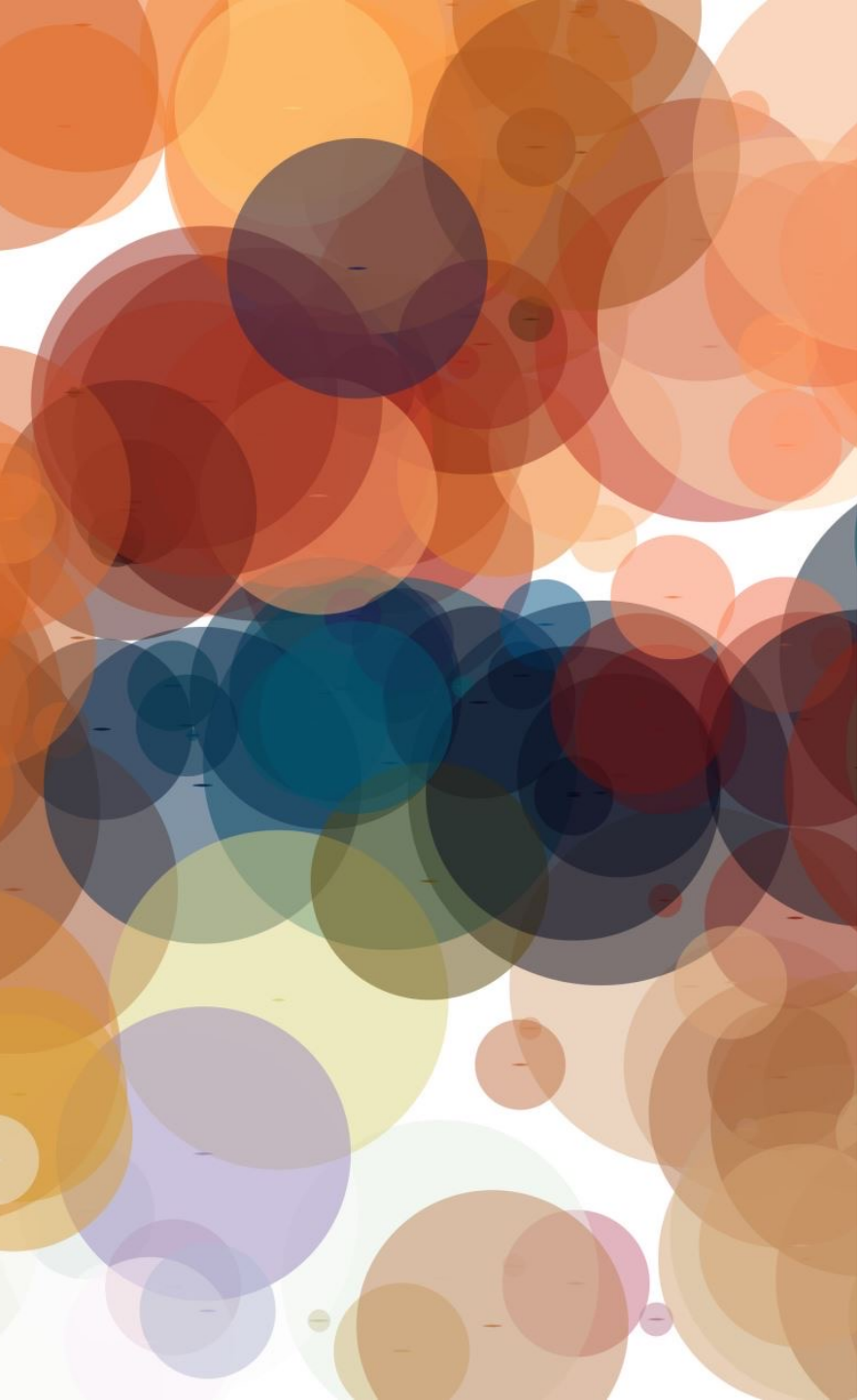
- 松本 孝行
株式会社キヨスル 代表取締役
- フリーランスとしてウェブマーケティング支援を10年以上に渡って行う。2022年7月に株式会社キヨスルを設立し、ウェブマーケティング支援・教育・研修などを行う
- 【事例】
 - 新築建売の販売促進のため、Google・yahoo検索広告、リマーケティング広告、You Tube広告の運用
 - スポーツジムの会員獲得のため、Google検索広告、リマーケティング広告、You Tube広告、Instagram広告の運用
 - 健康食品のECサイト売上増加のため、Google検索広告、You Tube広告、ディスプレイ広告、Instagram広告の運用
 - 自動車教習所のウェブマーケティング内製化支援コンサルティング

リスティング広告の運用代行業者って
どんな会社？

運用代行業者のサービス

- Google、Yahoo!などの検索連動型広告の設定・運用代行
 - 広告アカウント開設
 - キャンペーン設定（キーワード、広告等）
 - オーディエンス、地域、デバイス、時間帯等の設定
 - コンバージョンタグ、タグマネージャー等の設定
 - レポートの作成
 - 日々のキーワード変更・除外、広告文章の変更

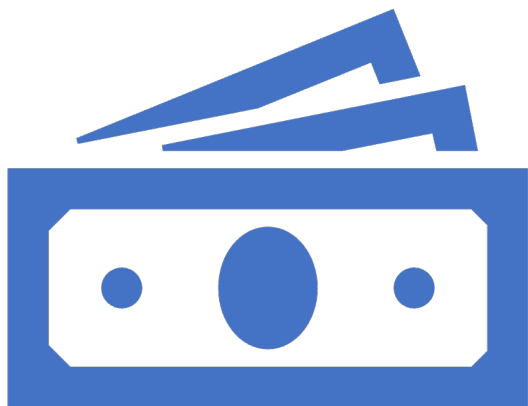




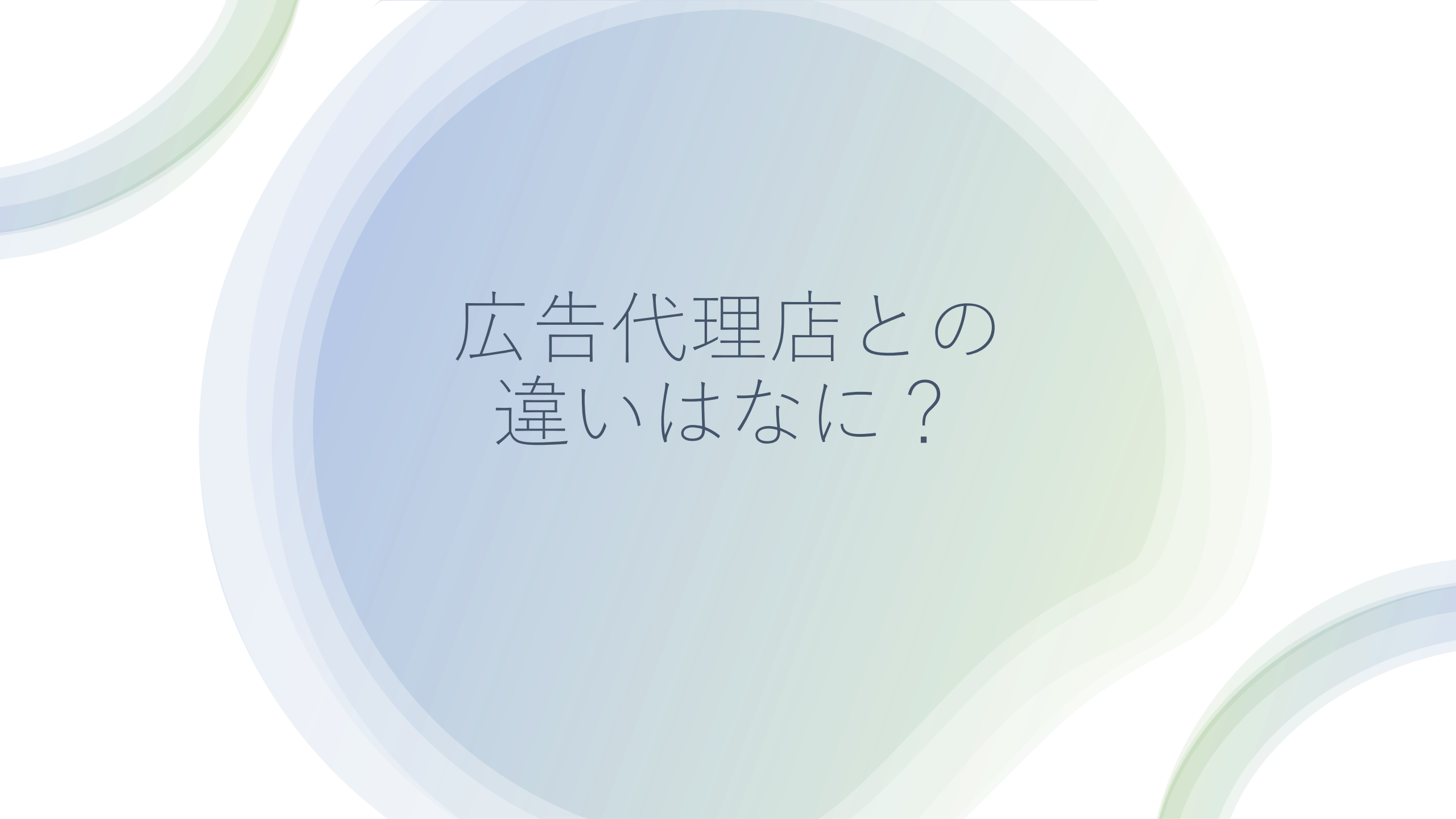
運用代行業者のサービス

- たいていはSNS広告やYou Tube広告なども行っている
 - いわゆる「運用型広告」と呼ばれるもの
 - Twitter（現X）、Facebook、Instagram、Tiktok、LINE
 - Youtubeやバナー広告
 - その他楽天広告（RPP）やAmazon広告
 - Microsoft広告（検索エンジンBing用）
 - ウェブサイト作成やプログラミングを行う企業も

運用代行業者の 費用



- 広告費用…実費
- 初期費用…広告費用の10～20%
- 運用代行費用…広告費用の10～20%
- レポート作成費用…0～3万円程度
- 打ち合わせ費用…0～3万円程度



広告代理店との
違いはなに？

広告代理店との違い

広告運用は別会社が行う場合が多い

運用代行は専門職のため、営業を行うだけの場合も

広告代理店の取り分があるので、手数料が広告費の30～50％程度になることも

リスティング広告等の運用型広告について、詳しくない場合も多い

広告代理店との違い

広告運用は別会社が行う場合が多い

運用代行は専門職のため、営業を行うだけの場合も

広告代理店の取り分があるので、手数料が広告費の30～50％程度になることも

リスティング広告等の運用型広告について、詳しくない場合も多い

広告代理店でありながら、運用を行っている業者もある



運用代行業者を選ぶ チェックポイント3選



よくある困ったケース

1. 広告費と手数料の金額がわからない
2. 管理画面のアカウントを教えられていない、または管理画面を見せてくれない
3. レポートが送られてくるが、詳しい解説などがない
4. 毎月同じ内容で、新しい施策の提案などがない

よくある困った ケース

1. 広告費と手数料の金額がわからない
2. 管理画面のアカウントを教えられていない、または管理画面を見せてくれない
 - 2016年、電通の不適切取引
 - デジタル広告が未配信にもかかわらず、広告主に広告費を請求した

デジタル広告はガラス張り。管理画面を見れば一目瞭然

広告費の金額、そのうちの運用手数料の金額がはっきりしない場合、広告配信に使われていない可能性も

電通、デジタル広告で"不適切取引"の裏事情

顧客トヨタの指摘で発覚、広告の未掲出も

田邊 佳介：東洋経済 記者 著者フォロー

2016/09/24 4:30

シェアする

ツイートする

ブックマーク

メールで送る

印刷

A+ 拡大

A- 縮小



会見で謝罪する電通経営陣。成長戦略に水を差してしまった（記者撮影）

金額は大きなものではなかった。だが、電通にとってはかなりの痛手となりそうだ。

よくある困った ケース

電通、デジタル広告で"不適切取引"の裏事情

顧客トヨタの指摘で発覚、広告の未掲出も

田邊 佳介：東洋経済 記者 [著者フォロー](#)

2016/09/24 4:30

悪質な業者の場合、広告費+手数料を支払っていたにも関わらず、
すべて自分の小遣いにしていたというケースも

つまり、広告主に広告費を請求した

デジタル広告はガラス張り。管理画面を見れば一目瞭然

広告費の金額、そのうちの運用手数料の金額がはっきりしない場合、広告配信に使われていない可能性も



会見で謝罪する電通経営陣。成長戦略に水を差してしまった（記者撮影）

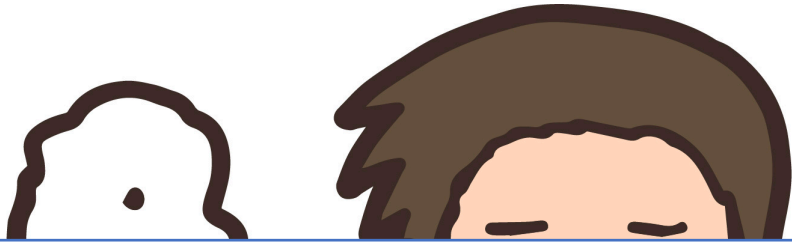
金額は大きなものではなかった。だが、電通にとってはかなりの痛手となりそうだ。



よくある困ったケース

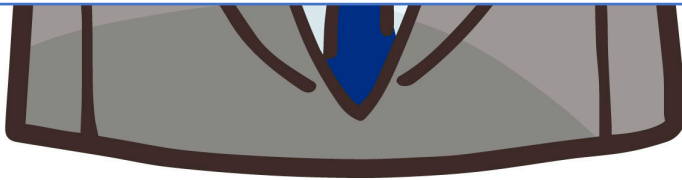
1. レポートが送られてくるが、詳しい解説などがない
2. 毎月同じ内容で、新しい施策の提案などがない

一般的に広告費が増えると手数料も増える
効果的な提案をしてくれるのは良い業者



よくある困ったケース

とりあえず広告費予算を増やしましょう！しか提案がない場合は
あまり良い業者とは言えない



一般的に広告費が増えると手数料も増える
効果的な提案をしてくれるのは良い業者

運用代行業者のチェックポイント3選

広告費と手数料が明確である

- 請求は合算でも、どれだけ広告費に使ったかが分かればOK

管理画面へのアクセスが可能で、消費した広告費が透明

- Google広告やGA4などで広告の運用状況・費用の消化がいつでもわかる

レポートだけでなく、効果的な提案がある

- 広告費を増加させる以外の効果的な提案をしてくれる

お問い合わせ

株式会社キヨスル

〒541-0041

大阪府大阪市中央区北浜3-2-25京阪淀屋橋ビル8階

TEL : 06-7222-3051

MAIL : contact@kiyosuru.co.jp

Website : <https://kiyosuru.co.jp>

ご清聴ありがとうございました