AD ACCOUNT HEALTH CHECK　SAMPLE REPORT

広告アカウント健康診断　サンプルレポート

読み取り専用の点検結果です。設定変更、広告の開始・停止、予算・入札・支払い方法の変更は行っていません。

サービス名	広告アカウント健康診断
対象アカウント（架空）	青葉キッチン公式（サンプル）　／　お客様ID（架空）: 000-000-0000
事業者（架空）	合同会社 青葉キッチン（横浜市内のランチ・テイクアウト店。席数22。自社サイトの予約フォームで来店予約。配送は行わない。実在しません。）
点検期間（架空）	2026年10月1日〜2026年10月31日
資料の受け取り（架空）	2026年11月5日（管理画面のスクリーンショットおよびキャンペーン表の書き出し。閲覧専用アクセス）
レポート作成日（架空）	2026年11月8日
料金目安	税込 ¥10,000 / アカウント1件（仮）

サンプル（架空データ） ― 登場する事業者名、アカウント、キャンペーン、数値はすべて架空であり、実在のアカウント・費用・成果を表すものではありません。推定影響は説明のための試算です。

サンプル（架空データ）　総合スコア

61
/ 100
要改善

計測の欠落がスコアを大きく下げています。キャンペーンの骨格自体は極端に乱れていません。先に直すと効果がわかりやすくなるのは、「予約の計測」「検索語句の除外」「不承認広告」「地域」「PMaxの着地ページ」です。

スコアは説明用の簡易採点です。公式指標ではありません。確認できない項目は母数から外しています。

カテゴリ	スコア（目安）	概況
アカウント・お支払い（読み取り専用）	100	停止や支払いエラーは見当たらない
コンバージョン計測	20	主要コンバージョンが期間中0件。タグ未発火の可能性が高い
キャンペーン構成	80	タイプの分け方はおおむね妥当。指名と一般語は分離されている
予算と消化ペース	75	検索・一般キャンペーンが予算制限。極端な偏りは軽度
入札	40	コンバージョン0のまま目標コンバージョン単価を使用
キーワード・検索語句・除外	45	無関係な検索語句に無視できない費用
広告・アセット	70	広告本数は足りる。一部が不承認
ポリシー・不承認	40	レスポンシブ検索広告2本が不承認のまま
ターゲティング・地域・言語	50	来店型なのに日本全国＋「関心」
デマンドジェネレーション / PMax	55	最終URLの拡張で関係の薄いページへ流入
ランディングページ	70	ページは到達できる。サンクスページ側の計測が疑わしい
レポート・連携	85	通貨・タイムゾーンは整合。GA4連携は未確認

期間中の主な数値（すべて架空）

費用	表示回数	クリック数	クリック率	平均クリック単価	計測上のCV	計測上のCV値
¥184,200	148,000	3,210	2.17%	¥57	0	¥0

キャンペーン（架空の名称）	ステータス	タイプ	費用	クリック	計測CV
検索_指名_青葉キッチン	有効	検索	¥41,200	1,180	0
検索_一般_ランチ予約	有効	検索	¥78,500	1,420	0
パフォーマンス最大化_来店	有効	パフォーマンス最大化	¥46,900	490	0
デマンドジェネレーション_季節メニュー	有効	デマンドジェネレーション	¥17,600	120	0
下書き_年末予約	下書き	検索	¥0	0	0

サンプル（架空データ）　優先課題 トップ5

推定影響の金額は、提出された架空の費用データからの試算であり、改善後に必ず同額が戻ることを意味しません。

1. 高　予約コンバージョンが計測されていない

見当: 期間費用 ¥184,200（架空）に対し、計測上のコンバージョンは0件。コンバージョン アクション「予約完了」は「有効」だが、10月中の記録が0。「予約完了」の計測地点が、フォーム送信後のサンクスページになっていない可能性が高い。

推定影響（架空の試算）: 成果が見えないため、目標コンバージョン単価の入札が学習できていない。費用対効果の判断が、費用とクリックだけで行われている。

先に行うこと: サンクスページでコンバージョンが発火するかを確認し、必要なら計測地点を修正する。修正後、テスト予約で1件記録されるかを見る。本サービスでは設定変更は行いません。

2. 高　検索語句のずれに、期間費用の約15%が乗っている

見当: 「検索_一般_ランチ予約」の検索語句に、事業と関係の薄いクエリが含まれる。例（架空）:「無料 レシピ」「飲食 求人 横浜」「デトックス サプリ」。これらの費用合計は約 ¥27,400（架空）。

推定影響（架空の試算）: 約 ¥27,400 が、来店予約と結びつきにくいクリックに使われている。除外を足せば、同じ日予算をより近い語句に寄せられる余地がある。

先に行うこと: 検索語句レポートから明らかに無関係な語句を除外キーワードへ追加する。追加後も、翌週の検索語句を見直す。

3. 高　不承認広告が2本、そのまま残っている

見当: 「検索_一般_ランチ予約」のレスポンシブ検索広告2本が不承認。理由の表示は、健康効果を連想させる「デトックスランチ」などの表現（架空の例）。当該広告グループの表示回数は、期間の後半で落ちている。

推定影響（架空の試算）: 有効な広告が減り、同じ広告グループの表示機会が細っている。一般語キャンペーンは期間費用の約43%を占めており、影響は大きい。

先に行うこと: 健康効果を断定する表現を外して広告を作り直し、再審査を待つ。審査中も、承認済みの広告が残っているかを確認する。

4. 中　来店型なのに、地域が「日本全国」かつ「所在地または関心」になっている

見当: 全キャンペーンの地域が「日本」。「所在地（または関心）」が選ばれている。地域レポート（架空）では、横浜・川崎以外のクリックに約 ¥19,800 が乗っている。配送は行わない店舗である。

推定影響（架空の試算）: 約 ¥19,800 が、来店しにくい地域のクリックに使われている可能性がある。

先に行うこと: 対象を商圏（例: 横浜市および隣接区、または店舗からの半径）に絞り、「所在地」に変更する。変更幅は、店の実際の来店圏に合わせて決める。

5. 中 PMaxの最終URL拡張が、関係の薄いページへ費用を流している

見当:「パフォーマンス最大化_来店」で最終URLの拡張がオン。採用情報ページと、過去のブログ記事（店舗リフォームの告知）に、合わせて約 ¥12,600（架空）が流入。計測コンバージョンは0。

推定影響（架空の試算）: 約 ¥12,600 が、予約フォームのないページに使われている。

先に行うこと: 予約と関係のないURLを除外する。必要であれば、最終URLの拡張をオフにし、着地を予約ページに固定する。

サンプル（架空データ）　項目ごとの結果

判定の意味: 問題なし / 低 / 中 / 高 / 未確認 / 対象外。確認できない事項は推測で埋めていません。

番号	カテゴリ	項目	判定	結果の要約（架空）
1	アカウント・お支払い	アカウントのステータス	問題なし	有効。停止・制限のバナーは見当たらない
2	アカウント・お支払い	お支払いエラー・未払いの有無	問題なし	支払い失敗・未払いの表示なし
3	アカウント・お支払い	自動タグ設定	問題なし	オン
4	アカウント・お支払い	アクセス権（表示のみ）	問題なし	管理者1名、閲覧1名。見知らぬユーザーは見当たらない
5	コンバージョン計測	主要コンバージョンが有効か	高	「予約完了」は有効だが、10月の記録は0件
6	コンバージョン計測	カウント方法の妥当性	問題なし	「予約完了」はカウント方法「1回」。予約の性質には合う
7	コンバージョン計測	重複計測の有無	問題なし	同一成果の重複アクションは見当たらない
8	コンバージョン計測	タグの発火状態	高	費用 ¥184,200 に対し計測0。サンクスページ未発火の可能性
9	キャンペーン構成	キャンペーンタイプと事業目標の一致	問題なし	検索・PMax・デマンドジェネレーションの組み合わせは来店目的として妥当
10	キャンペーン構成	終了・下書きの誤った有効化	問題なし	「下書き_年末予約」は下書きのまま。誤った有効化はなし
11	キャンペーン構成	キャンペーンの重複・共食い	低	指名と一般は分離。PMaxと検索一般の一部重複は軽度
12	キャンペーン構成	ブランドと非ブランドの分離	問題なし	指名キャンペーンが独立している
13	予算と消化ペース	日予算と月間想定の整合	未確認	月額の意図は資料になく、日予算合計の記録のみ（合計 日額 ¥8,000、架空）
14	予算と消化ペース	予算による制限	中	「検索_一般_ランチ予約」が期間の半数以上で予算制限
15	予算と消化ペース	費用の極端な偏り	低	一般検索が約43%。極端な一極集中までは言えない
16	予算と消化ペース	共有予算の配分	対象外	共有予算は使っていない
17	入札	入札戦略と計測状態の一致	高	全有効キャンペーンが目標コンバージョン単価。計測CVは0
18	入札	目標CPA / ROASと実績の乖離	高	目標コンバージョン単価 ¥2,000（架空）に対し、実績は計測不能
19	入札	入札の上限・ポートフォリオ	問題なし	入札単価の上限やポートフォリオによる明らかな縛りは見当たらない
20	キーワード・検索語句・除外	検索語句の無駄な費用	高	無関係クエリに約 ¥27,400（期間費用の約15%）
21	キーワード・検索語句・除外	除外キーワードの不足・衝突	高	上記クエリが未除外。指名キーワードとの衝突は見当たらない
22	キーワード・検索語句・除外	マッチタイプの偏り	中	一般キャンペーンはインテントマッチ中心で、拡張のずれが出ている
23	キーワード・検索語句・除外	品質スコアの低いキーワードへの支出	未確認	品質スコア列が提出資料に含まれていない
24	広告・アセット	有効な広告とアセットの充足	中	本数は足りるが、一般キャンペーンで2本が不承認
25	広告・アセット	最終URL・表示URLの不整合	問題なし	確認した検索広告の最終URLは予約ページに到達した
26	広告・アセット	画像・ロゴ・動画アセットの不足	低	PMaxの動画が0。必須欠落の表示はなし
27	ポリシー・不承認	不承認・制限付き広告の放置	高	レスポンシブ検索広告2本が不承認のまま
28	ポリシー・不承認	アカウントレベルのポリシー警告	問題なし	アカウント制限のバナーは見当たらない
29	ターゲティング・地域・言語	地域設定と商圏の一致	中	日本全国＋「所在地または関心」。圏外クリック約 ¥19,800
30	ターゲティング・地域・言語	言語設定	問題なし	日本語。広告文・ページと一致
31	ターゲティング・地域・言語	オーディエンスの除外	中	既存来店客の除外リストなし（新規獲得が主目的の記載あり）

番号	カテゴリ	項目	判定	結果の要約（架空）
32	デマンドジェネレーション / PMax	PMaxの最終URL拡張とブランドシグナル	中	拡張オン。採用ページ等へ約 ¥12,600。顧客リストのシグナルなし
33	デマンドジェネレーション / PMax	デマンドジェネレーションの適合	低	配信は続いている。資産は最低限。費用は小さめ
34	デマンドジェネレーション / PMax	掲載面・チャネルの偏り	未確認	チャネル別の内訳が提出資料にない
35	ランディングページ	最終URLの到達	問題なし	予約ページは到達できた（4xx/5xxなし）
36	ランディングページ	広告文とページ内容の一致	低	おおむね一致。「デトックス」表現のみページ側にない
37	ランディングページ	ページ上の成果地点	中	フォーム自体は表示されている。送信後の計測が疑わしい（項目5・8）
38	レポート・連携	通貨とタイムゾーン	問題なし	日本円、タイムゾーンは日本標準時
39	レポート・連携	リンク済みアカウント	未確認	リンク済みアカウントの画面が提出されていない
40	レポート・連携	期間中の欠測・急変	中	費用は連日発生。コンバージョン列だけ全期間0（計測側の問題）

集計（架空の本レポート）: 高 6　/　中 8　/　低 5　/　問題なし 15　/　未確認 4　/　対象外 1

サンプル（架空データ）　次に行うこと（推奨順）

本サービスでは、次の作業を代行しません。ご自身、または日頃の運用担当者にて実施する前提の提案です。

1. **予約の計測を直す（最優先）。** サンクスページで「予約完了」が記録されるかを確認する。テスト予約で1件入ることを確かめてから、入札の目標値を見直す。計測が直るまで、目標コンバージョン単価の判断材料は不足しています。
2. **検索語句の除外を追加する。** 「無料 レシピ」「求人」「サプリ」など、明らかに来店と関係のない語句を除外する。1〜2週間後に、検索語句を再確認する。
3. **不承認広告を作り直す。** 健康効果を断定する表現を外し、再審査に出す。承認済みの広告が、審査中も残るようにする。
4. **地域を商圏に合わせる。** 「所在地」かつ、実際に来店が見込める範囲へ変更する。変更後、圏外のクリックが減ったかを地域レポートで見る。
5. **PMaxの着地を予約ページに寄せる。** 採用ページや古いブログを除外する。必要に応じて最終URLの拡張をオフにする。
6. **計測が安定してから、予算と入札を見直す。** いま予算を足しても、成果が見えない状態では効果を判断しにくい。コンバージョンが記録され始めたあとで、目標コンバージョン単価と「検索_一般_ランチ予約」の日予算を見直すのがよい、という整理です。

追加で提出があると、未確認だった項目（品質スコア、GA4連携、PMaxのチャネル内訳）も追記できます。

サンプル（架空データ）　免責

- 本資料はサンプル（架空データ）です。実在の事業者・アカウント・費用・成果ではありません。
- 本サービスは Google LLC の公式サービスではありません。
- 本レポートは、共有された画面と書き出しの範囲で確認した結果です。確認できない事項は「未確認」とし、推測で埋めていません。
- 設定変更、広告の開始・停止、予算・入札・支払い方法の変更は行っていません。改善作業の実施可否は、アカウントの管理者ご自身の判断です。
- 推定影響は説明のための試算であり、改善後の費用対効果を保証するものではありません。

お問い合わせ: businessdesk.drj@gmail.com