

The background features several thick, rounded diagonal bars in white and gray, creating a modern, abstract design.

アプリインストール広告の基礎知識

アプリインストール広告の基礎知識

1	アプリインストール広告とは	… P3
2	配信できる媒体6種	… P5
2-①	Google	… P6
2-②	Yahoo!	… P8
2-③	Meta	… P10
2-④	X	… P11
2-⑤	LINE	… P12
2-⑥	Apple Search Ads	… P13
3	まとめ	… P14
4	会社概要	… P15

／ アプリインストール広告とは

／ アプリインストール広告とは

膨大な数のユーザーにリーチできる媒体

アプリのインストールを促すWeb広告の総称。

広告をタップすると、アプリがダウンロードできるストアに遷移する。

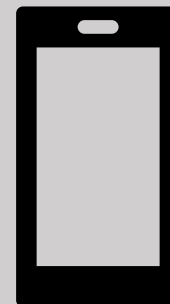
LPやホームページなどを経由せずに直接アプリをダウンロードしてもらえる。

検索やディスプレイなどアプリストア外の広告枠に表示される広告だけでなく、アプリストア内の広告枠に表示されるものも含まれる。

／ アプリインストール広告が配信できる媒体

主に下記の媒体で配信できる。広告の名称は媒体によって異なる。

媒体	広告の名称
Google	アプリキャンペーン
Yahoo!検索	アプリ訴求キャンペーン
Yahoo!ディスプレイ	アプリ訴求キャンペーン
Meta	アプリの宣伝
X (Twitter)	アプリのインストール数キャンペーン
LINE	アプリインストールキャンペーン
Apple Search Ads	—



／ 配信できる媒体6種

①Google

（アプリキャンペーン）

Google広告の掲載面に配信される。
広告の運用は自動で行われ、配信内容も自動生成されるため手間がかからない。

キャンペーンのサブタイプとして、
下記が選択できる。

- ・ アプリインストール
- ・ アプリエンゲージメント
- ・ アプリの事前登録（Androidのみ）

／ 基本情報

掲載面	Google広告の掲載面 （Google検索、Google Play、YouTube、Discover、 Googleディスプレイ ネットワーク）
掲載内容	広告文の候補・画像・動画・アプリストアの掲載情報から 自動生成される
課金形態	クリック課金

／ 配信方法

広告配信の目標として「**アプリのプロモーション**」を選択し、サブタイプを「**アプリインストール**」「**アプリエンゲージメント**」「**アプリの事前登録（Androidのみ）**」から選択する。

／ 注意点

クリック課金制のため、広告が表示されただけでは課金されない。また**アプリが実際にインストールされたかどうかは考慮されない**。クリックがダウンロードに繋がっていれば問題ないが、クリックされているだけでダウンロードされていない場合でも費用はかかってしまう。

キャンペーンのサブタイプ3種

①アプリインストール

アプリのインストールを促す。
**新規のアプリが出たときや
ダウンロード数が伸び悩んでい
るときに適している。**



②アプリエンゲージメント

アプリ内での特定の行動（商品
の購入等）を促す。**アプリを開
いていない人に再度利用するよ
う促したいときに適している。**



③アプリの事前登録（Androidのみ）

Google Playでリリースする前
にアプリの情報を掲載できる。
**認知度をあらかじめ高めておき
たいときに適している。**



②-1Yahoo!検索

（アプリ訴求キャンペーン）

スマートフォンやタブレットからYahoo! JAPANで検索した時に、**検索キーワードと関連性が高いアプリ広告が表示される。**

検索広告の管理画面からキャンペーンタイプが「**アプリ訴求**」の広告グループを作成することで配信できる。

／ 基本情報

掲載面	Yahoo!の検索結果
掲載内容	タイトル・説明文などを手動で設定 （URLはキャンペーンに設定したOSとアプリID/パッケージ名の情報をもとに自動設定）
課金形態	クリック課金

／ 配信方法

キャンペーン作成時にキャンペーンタイプ「アプリ訴求」を選択する。

／ 注意点

クリック課金制のため、広告が表示されただけでは課金されない。また**アプリが実際にインストールされたかどうかは考慮されない**。クリックがダウンロードに繋がっていれば問題ないが、クリックされているだけでダウンロードされていない場合でも費用はかかってしまう。

②-2Yahoo!ディスプレイ （アプリ訴求キャンペーン）

YDAの配信面に掲載される。

ディスプレイ広告の管理画面から
キャンペーンタイプが「**アプリ訴求**」の広告
グループを作成することで配信できる。

このキャンペーンでは「コンバージョン数の
最大化」の課金方式を利用可能。
アプリのインストールなどのコンバージョン
を自動で最大化できる。

／ 基本情報

掲載面	YDAの配信面
掲載内容	タイトル・説明文などを手動で設定 （URLはアプリストアまたはWebページのものを設定）
課金形態	クリック課金

／ 配信方法

キャンペーン作成時にキャンペーンタイプ「アプリ訴求」を選択する。

／ 注意点

「コンバージョン数の最大化」「拡張クリック単価」の入札戦略を設定した場合、最適化の対象は
クリック経由のコンバージョンのみになる。動画視聴経由のコンバージョンは対象外。

③Meta（アプリの宣伝）

Facebook、Instagram、Meta Audience Networkに掲載される。

広告を最大限に活用するには、**アプリをFacebookに登録し、ビジネスマネージャーと広告アカウントに接続する必要がある。**
設定しなくても配信自体は可能だが、設定しないとインストールではなくクリックが促進されてしまう。
インストール数を重視するなら設定は必須。

／ 基本情報

掲載面	Facebook、Instagram、Meta Audience Network
掲載内容	タイトル・説明文などを手動で設定
課金形態	インプレッション課金、クリック課金

／ 配信方法

キャンペーン作成時に「アプリの宣伝」の目的を選択する。

／ 注意点

広告を最大限に活用するには、アプリをFacebookに登録し、ビジネスマネージャーと広告アカウントに接続する必要がある。

／ 概要（媒体別）④X

④X

（アプリのインストール数キャンペーン）

X広告の広告枠に掲載される。

広告グループの目標を「アプリのインストール数」「アプリのクリック数」から選択可能。

広告を開始する前に、**MACT（モバイル測定）** パートナー・**SKAdNetwork**との連携、**アドバンストモバイル測定プログラムの登録が必要。**

／ 基本情報

掲載面	X広告の広告枠
掲載内容	広告用ポストを手動で設定
課金形態	クリック課金、インストール課金

／ 配信方法

広告キャンペーンの目的の一覧から「アプリのインストール数」を選択し、広告グループの目標を「アプリのインストール数」「アプリのクリック数」から選択する。

／ 注意点

MACTパートナーであるSKAdNetworkと連携している、またアドバンストモバイル測定プログラムに登録している必要がある。

⑤LINE

（アプリのインストール数キャンペーン）

LINEアプリ内の広告枠に掲載される。

キャンペーンの目標を「アプリのインストール」「アプリのエンゲージメント」から選択可能。

広告を開始する前に、**宣伝したいアプリの登録・LINE広告が連携している効果計測SDKの導入が必要。**

／ 基本情報

掲載面	LINE広告の広告枠
掲載内容	メディアを手動で入稿
課金形態	クリック課金、インプレッション課金

／ 配信方法

キャンペーンの目標を「アプリのインストール」「アプリのエンゲージメント」から選択する。

／ 注意点

事前にアプリの登録とLINE広告が連携している効果計測SDKの導入が必要。

⑥Apple Search Ads

①～⑥とは異なり、**アプリストア内のホーム（Todayタブ）、おすすめアプリ欄、検索結果に表示される。**

配信内容はアプリの情報をもとに自動で生成。

アプリをダウンロードしようとしている人にピンポイントでアプローチできる点が大きなメリット。

メニューにはApple Search Ads BasicとApple Search Ads Advancedの2種類がある。

／ 基本情報

掲載面	Appleのアプリストア内のホーム（Todayタブ）、おすすめアプリ欄、検索結果
掲載内容	アプリの情報をもとに自動で生成
課金形態	クリック課金、インストール課金

／ 配信方法

Apple IDを使用してApple Search Adsアカウントを作成する。ストアにアプリを登録し、そのアプリを指定したキャンペーンを作成する。

／ 注意点

Apple IDを取得していないと配信できない。

Apple Search Ads BasicはAdvancedよりも簡単な設定で配信できるが「検索結果」にしか掲載できない。Todayタブやおすすめアプリ欄にも広告を表示したい場合はAdvancedの利用を推奨。

配信するか迷ったら お問い合わせください。

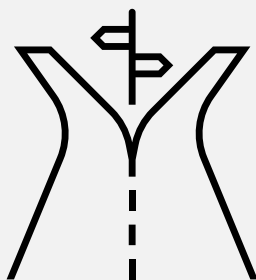
アプリ広告の配信でどれだけ成果が出るのか？

少ない予算でも成果が出るのか？

気になったら弊社にお気軽にご相談ください。

配信メニューの選定やシミュレーションの作成など、

貴社の状況に合わせたお手伝いをいたします。



Web広告のお悩みはプライムナンバーズまで

無料相談受付中！

アプリ広告を始めたい方も、配信中の広告の成果にお悩みの方も、

下記のリンクよりプライムナンバーズにお気軽にご相談ください。

広告運用のプロが貴社の広告の課題を見極め、成果の改善をお手伝いいたします。

お気軽に
ご相談ください

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>



会社概要

弊社はリスティング広告やSNS広告などWeb広告の運用コンサルティング業務と、LP・コーポレートサイトなどのWebサイト制作サービスを提供します。

社名	プライムナンバーズ株式会社 PRIME NUMBERS
所在地	〒163-1107 東京都新宿区西新宿6丁目22-1 新宿スクエアタワー7階
電話番号	03 - 6276 - 0568
資本金	5,000,000円
代表者	小林 大輔
設立	2012年10月3日

無料相談はこちら

<https://primenumbers.co.jp/>

広告運用サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/primenumbers-service/>

Web制作サービスのご案内資料はこちら

<https://primenumbers.co.jp/download/web-pro-service/>