

広告パフォーマンスレポート - 運用手順書

はじめに: 自動化された広告レポートへようこそ

この手順書の目的

このドキュメントは、「広告パフォーマンスレポート」スプレッドシートの使い方と更新方法のガイドです。日々の業務で確実かつ効率的にレポートを更新し、正確に把握するためにお役立てください。

このスプレッドシートの設計について

このスプレッドシートは、役割の異なる4つのシートで構成されています。この構造が、作業の安全性と再現性を高めます。

- データ入力用シート (**Raw**): 広告データのCSVを貼り付けるシートです。
- 自動処理用シート (**Xform**): データの整形や指標計算を行ないます。このシートを直接編集する必要は一切ありません。
- 最終レポート用シート (**Dashboard**): 加工されたデータが集計され、グラフや表で視覚的に成果を確認できるシート。
- 自動チェック用シート (**check**): データが正しく更新されたかを瞬時に確認できます。

このファイルは、データの「入力シート」(**Raw**)と「出力シート」(**Dashboard**)を明確に分離しています。この設計により、計算式が組まれた重要なシート (**Xform**) を誤って編集してしまうリスクを排除しています。決められた場所にデータを貼り付け、完成したレポートを確認するだけでよい。ため、誰が作業しても常に同じ品質の結果(再現性)が得られるようになっています。これは、ヒューマンエラーを防ぎ、レポートの信頼性を担保するための重要な仕組みです。

Part 1: クイックスタートガイド - 3ステップで完了するレポート更新

日々の定型的な更新作業は、以下の3ステップで完了します。慣れてきたら、このセクションだけを見て素早く作業を進めることができます。

- ステップ1: **Raw**シートに新しいデータを追加する
 - Raw**シートを開きます。
 - 2行目以降の既存データをすべて削除します(1行目の見出しは残します)。
 - 新しいGoogle広告のデータファイル(例: **google_ads_sample.csv**)から、見出し行を除いたすべてのデータをコピーします。
 - Raw**シートのセルA2を選択し、コピーしたデータを貼り付けます。

- ステップ2: **Dashboard**シートを確認する
 1. **Dashboard**シートを開きます。
 2. 表やサマリーの数値、特に日付の範囲が、貼り付けた新しいデータの内容に更新されていることを確認します。(CTR、CPC、CPA、ROASなどで異常があればセルが赤く変色します。)
 - ステップ3: **check**シートで検証する
 1. **check**シートを開きます。
 2. A列に並んでいるチェック項目のうち、B列の結果がすべて「0」または「OK」になっていることを確認します。
 3. すべて「0」または「OK」であれば、更新は成功です。データの正確性が担保されています。(異常がある際にはセルが赤く変色します。)
-

Part 2: 詳細な運用手順(操作方法の詳細)

このセクションでは、クイックスタートガイドの手順を、より具体的に、注意点や補足情報を含めて詳しく解説します。

2.1. データ更新作業の詳細手順

目的: レポートの元となる広告データを、最新のものに正しく入れ替え、レポート全体の数値を正確に更新すること。

- データソースについて: 更新作業は、貴社のCSVの形式に合わせて作られています(**google_ads_sample.csv**のような形式のファイル)。このファイルには、日別、広告別、デバイス別などの詳細なパフォーマンスデータが含まれています。
- 具体的な操作手順:
 1. **Raw**シートへ移動: このシートが、元データを格納する唯一のシートの列構成は、広告プラットフォームからのエクスポートファイルの形式と完全に一致するように作られています。
 2. 古いデータの削除: 新しいデータを追加する前に、必ず古いデータを完全に削除します。これは、データが二重に集計されるなどのミスを防ぐための最も重要な手順です。**A2**セルからデータが入っている一番右下のセルまでを選択し、キーボードの**Delete**キーで内容を削除してください。注意: このとき、1行目の見出し(**Date**, **Campaign**など)は絶対に削除しないでください。
 3. 新しいデータのコピー: 最新の広告データファイルを開き、1行目の見出しを除いた、2行目以降のすべてのデータを選択してコピーします。
 4. 新しいデータの貼り付け: レポートファイルの**Raw**シートに戻り、**A2**セルを一度だけクリックして選択状態にし、データを貼り付けます。貼り付けが完了すると、他のシートで自動的に計算が開始されます。

2.2. **Dashboard**でパフォーマンス目標値を変更する方法

目的: レポート上で比較対象となるパフォーマンスの目標値(基準値)を、現状に合わせて柔軟に変更すること。

- 目標値の場所: **Dashboard**シートの右上に、目標値を設定するための専用のセルが用意されています。
 - **CTR**基準値: セル**U2**に入力されています。現在の設定値は**0.025**(2.5%)です。
 - **ROAS**基準値: セル**V2**に入力されています。現在の設定値は**1.2**(120%)です。
- 変更方法:
 - 目標値を変更したいセル(例: **U2**)を直接クリックし、新しい目標値を入力するだけです。例えば、CTRの目標を3%にしたい場合は、「0.03」と入力します。ROASの目標を150%にしたい場合は、「1.5」と入力します。
 - 「もし目標が違っていたら、先月のパフォーマンスはどう評価されるか？」といったシミュレーションを瞬時に行うことができ、より深い分析を可能にします。

2.3. **check**シートを使った1分間データ健全性チェック

目的: データ更新後、レポートの数値が本当に正しいか、自動チェック機能を使って誰でも簡単に検証できるようにすること。

- **check**シートの役割: このシートは、作業の正確性を保証するための「安全装置」です。**Raw**シートに入力された元の数値と、**Dashboard**に表示されている集計結果が完全に一致しているかなどを、複数の観点から自動で検証します。
- 確認するポイント: データ更新後、このシートを開き、B列のチェック結果を確認するだけです。すべての項目が「0」または「OK」になっていれば、更新は完璧に成功しています。
- エラー発生時の対処法: もし「0」以外の数値や「OK」以外の表示が出た場合は、データを取り込む過程で何らかのミスがあったことを示します。以下の表を参考に、原因を特定し対処してください。

checkシートの読み解き方

check シートの項目名	このチェックが意味すること(簡単な言葉で)	「OK」または「0」でない場合の対処法
Raw, Dashboardインプレッション合計値	「元のデータにある表示回数の合計と、ダッシュボードに表示されている表示回数の合計は一致していますか？」	コピー＆ペーストのミスが最も考えられます。Part 2.1の手順に従い、 Raw シートのデータ貼り付けをやり直してください。
Raw, Dashboardコスト合計値	「元のデータにある広告費の合計と、ダッシュボードに表示されている広告費の合計は一致していますか？」	これもコピー＆ペーストのミスが原因です。再度、データ貼り付け作業をやり直してください。(※ 9.31e-10 のような非常に小さな数字は、コンピュータの計算誤差なので問題ありません)

(クリック、コンバージョン、コンバージョン値も同様)	(上記と同様に、各指標の合計値が一致しているかを確認しています)	(上記と同様に、データ貼り付け作業をやり直してください)
google_ads_sampleとRawのAd IDの重複レコード有無	「今回貼り付けたデータの中に、全く同じ広告データ(Ad ID)が複数行含まれていませんか？」	「OK」でない場合、元データ自体に重複がある可能性があります。広告プラットフォームからエクスポートしたファイルを見直し、重複行がないか確認してください。
RAW日付別コストとDashbord日付別コストの差額なし	「ダッシュボードの日別の広告費と、元データの日別の広告費は一致していますか？」	「OK」でない場合、元データのDate列の形式が「YYYY-MM-DD」になっていない可能性があります。元データの書式を確認してください。

Part 3: システムの構造について(仕組みの解説)

このセクションは、基本的な操作だけでなく、このスプレッドシートが「どのように動いているのか」を理解したい方向けの解説です。仕組みを理解することで、より安心してツールをご利用いただけます。

3.1. 各シートの役割

このファイルは、データの流れに沿って、各シートが明確な役割を持っています。

- **google_ads_sample / Raw** (データの土台)
 - すべての分析の出発点です。広告プラットフォームからダウンロードした生のデータをそのまま受け入れるためのシートです。ここには日付、キャンペーン、広告グループ、デバイスといった最も詳細な単位でデータが行ずつ格納されます。このシートの唯一の役割は、データを受け取ることです。
- **Xform** (計算エンジン)
 - このスプレッドシートの「頭脳」にあたる部分です。Rawシートのデータを取り込み、レポートで利用しやすいように2つの重要な処理を自動で行います。
 - 標準化: 列名を分かりやすい英語に統一します(例: **Customer Descriptive Name** を **Account** に変更)。
 - データ追加: 元データには含まれていない、分析に不可欠なパフォーマンス指標(KPI)を計算式によって追加します。具体的には、**CTR**、**CPC**、**CPA**、**ROAS**がここで計算されています。このシートは全自動で動くため、利用者が直接編集することはありません。
- **Dashboard** (管理画面 兼 サマリーレポート)
 - 最終的なアウトプットを確認するシートです。Xformシートで処理された膨大なデータを、意思決定に役立つように分かりやすく集計し、表示します。

- 全体サマリー: 指定した期間全体のパフォーマンスを一目で把握できます。
- 日次推移: 日ごとのパフォーマンス推移を見ることで、傾向や変化を捉えることができます。
- キャンペーン別サマリー: どのキャンペーンが効果的かを比較検討するのに役立ちます。
- なお、CTRが30%超、クリックがあるのにCPCが0、コンバージョンが0なのに費用が発生している場合のCPA、ROASが50%未満の場合など、目安値を超えた場合に注意喚起するため赤色表示しています。そのような場合は、コピー元データに誤りがないか確認し、必要に応じて修正してください。
- **check** (品質保証システム)
 - Part 2で解説した通り、このシートは独立した監査役のような存在です。データがRawシートからDashboardまで正しく流れているかを自動で検証し、レポートの数値の信頼性を保証します。

3.2. 主要な広告指標の解説

Xformシートで自動計算されている主要な広告指標について、ビジネス上の意味を解説します。

- **CTR (Click-Through Rate / クリック率)**
 - 意味: 広告が表示された回数のうち、実際にクリックされた回数の割合です。計算式は「クリック数÷表示回数」です。
 - 読み解き方: この数値が高いほど、広告がユーザーの興味を惹きつけ、魅力的であったことを示します。
- **CPC (Cost Per Click / クリック単価)**
 - 意味: 1回のクリックを獲得するためにかった広告費用の平均です。計算式は「広告費÷クリック数」です。
 - 読み解き方: この数値が低いほど、効率的にサイトへユーザーを誘導できていることを意味します。
- **CPA (Cost Per Acquisition / 顧客獲得単価)**
 - 意味: 1件のコンバージョン(商品購入や会員登録など、ビジネス上の成果)を獲得するためにかった広告費用です。計算式は「広告費÷コンバージョン数」です。
 - 読み解き方: キャンペーンの最終的な費用対効果を測る重要な指標で、この数値が低いほど効率的に成果を上げられていると言えます。
- **ROAS (Return On Ad Spend / 広告費用対効果)**
 - 意味: 支払った広告費に対して、どれだけの売上(コンバージョン値)を生み出せたかを示す指標です。計算式は「コンバージョン値÷広告費」です。
 - 読み解き方: これが最も重要な収益性の指標です。例えばROASが1.2の場合、広告費1円あたり1.2円の売上を生み出したことを意味します。ROASが1を下回る場合、広告費が売上を上回っている(赤字である)ことを示します。