



X(Twitter)広告の概要

X(Twitter)広告の概要

1	Xの概要	P3
2	X広告のキャンペーン目的	P4
3	X広告の種類	P5
4	X広告の費用	P9
5	X広告のターゲティング	P11
6	X広告のクリエイティブ	P13
7	その他の便利機能	P15
8	運用事例	P16
9	会社概要	P18

SNSとしてのX

■月間アクティブユーザー数

6,658万人（2023年時点）

■利用者の平均年齢

37歳（2022年時点）

■特徴

- ・「いいね」「リポスト」など拡散機能が充実している
- ・リアルタイムの情報収集に使う人が多い
→テレビを観ながら閲覧する人が多い

X利用者の特徴

■新しい情報を求めている人が多い

Xで情報収集をしたことがある人は**87%**

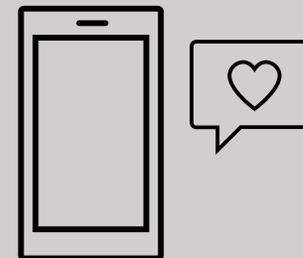
そのうち**75%**が“Xは新しいことが発見できる場所だと思う”と回答。

■企業の公式アカウントにも興味を持つ人が多い

→他のSNSに比べて**37%**多い。

■購買意向が強い

→Xでの会話がきっかけで商品を購入した人は**76%**



キャンペーン目的一覧

分類	キャンペーン目的	概要
ブランド認知度の向上	リーチ	一定期間内に広告を見る人の数を最大化する。
検討	動画の再生数	動画を視聴する可能性が高い利用者にアプローチし、再生数を最大化する。
	プレロール再生数	広告とプレミアムコンテンツと一緒に配信する。
	アプリのインストール数	アプリをインストールする可能性が高い利用者にアプリが広く認知されるようにする。
	ウェブサイトの訪問者数	ウェブサイトに訪問したり、ウェブサイトでアクションを起こしたりする利用者数を最大化する。
	エンゲージメント数	「いいね」やリポスト、返信やプロフィールへのアクセス、リンクのクリックなどのアクションを最大化する。
コンバージョン	アプリのエンゲージメント数	アプリを開いたり、更新したり、特定のアクションを実行したりするように促す。
	売上	ウェブサイトにアクセスし商材を購入するよう促す。
	キーワード	キーワードに関連した会話や検索結果内にリアルタイムで広告を配信する。

広告ポスト

予算を広告主側で柔軟に調整できる「**運用型**」
とよばれる形式のメニュー。

一般ユーザーによるポストと同じような形式で
表示される。



広告ポストが表示される場所

01 タイムライン

選択が必須の配信面。
通常のポストの間に挟まれる形で表示さ
れるためタイムラインに馴染み、
情報として受け入れられやすい形式。

02 検索結果

キーワードターゲティングを設定するこ
とで選択できるようになる配信面。
検索されたキーワードに応じて検索結果
に表示されるため、商材と関連性が高い
話題の中に広告を配信できる。

03 プロフィール画面

任意で設定できる配信面。
利用者のプロフィール画面に配信される。
フォロワー数の多いユーザーのプロフィ
ール画面には多くの人々が訪れるため、広
いリーチが期待できる。

04 ポスト返信画面

一部のキャンペーン目的でのみ任意で設
定できる配信面。一部のポストの返信欄
に広告を表示できる。
閲覧数の多いポストの返信画面に
表示することで広いリーチが期待できる。

キーワード広告

予算を広告主側で柔軟に調整できる「**運用型**」
とよばれる形式のメニュー。

自社の**商品やサービス名**のほか**ハッシュタグ**や
トレンドのキーワードなども設定できるため、
様々な話題を検索しているユーザーにリーチで
きる。



キーワード広告が表示される場所

01 検索結果

キーワードターゲティングを設定すること
で選択できるようになる配信面。
検索されたキーワードに応じて検索結果
に表示されるため、商材と関連性が高い
話題の中に広告を配信できる。

02 ポスト返信画面

一部のキャンペーン目的でのみ任意で設
定できる配信面。一部のポストの返信欄
に広告を表示できる。
閲覧数の多いポストの返信画面に
表示することで広いリーチが期待できる。

03 タイムラインの“フォロー中”タブ

タイムラインのうち、ユーザーがフォローしているアカウントのみ表示される“フォロー中”
タブに広告が配信される。
広告は設定したキーワードを含むポストの直下に表示されるため、関連性の高い話題と共に
ユーザーにリーチできる。

トレンド テイクオーバープラス

固定費用を支払って広告枠を購入・独占する「**予約型**」とよばれるメニュー。

X内の「**トレンド欄**」に広告を配信できる。

購入は**代理店を通してのみ可能**で、

費用は**3,000万円～5,000万円**。



入稿仕様

01 トrend ハッシュタグ

必須項目。
最大20文字（全角15字以下を推奨）

02 トrendの説明

任意項目。
最大70文字（36文字以内を推奨）

03 紐付けポスト

必須項目。
最低1個（3-6個を推奨）

04 ファイル形式

- ・ 6秒ループ再生されるGIF画像
- ・ MP4
- ・ 静止画

05 アスペクト比

16:9（GIF画像、MP4、または静止画）

06 ファイルサイズ

静止画は5MB、GIF画像は15MB

タイムライン テイクオーバー商品

固定費用を支払って広告枠を購入・独占する

「**予約型**」とよばれるメニュー。**1日買い切り型**で、固定費用を支払うと1日中広告が配信される。購入は**代理店を通してのみ可能**で、費用は**800万円～2,700万円**。



タイムラインテイクオーバー商品の種類

0 1 Tier1

その日に利用者が最初にアクセスするタイムラインの最初の広告枠に表示される。

1日1社限定（Tier2といずれか）

0 2 Tier2

タイムラインに表示される1日の最初の広告枠や、その他の上位のタイムライン広告枠に表示される。

1日1社限定（Tier1といずれか）

0 3 タイムラインリーチ

ホームタイムラインのいずれかの広告枠に表示される。

1日2アカウント限定。

利用できる課金体系と単価の一覧

課金体系	利用可能なキャンペーン目的	単価
インプレッション (CPM)	リーチ、動画の再生数、ウェブサイトのクリック数、売上、キーワード	70~150円/1,000インプレッション
コストパービュー (CPV)	動画の再生数	5~20円/1回再生
プレロール再生数 (CPV)	プレロール再生数	5~20円/1回再生
コストパーアプリクリック (CPAC)	アプリのインストール数、アプリのエンゲージメント数	100~250円/1クリック (アプリ)
コストパーリンククリック (CPLC)	ウェブサイトのクリック数、売上、キーワード	10~100円/1クリック
コストパーエンゲージメント (CPE)	エンゲージメント数	5~25円/1エンゲージメント

※弊社の過去の配信実績をもとにした目安

必要な費用の考え方

例

クリック獲得目的でX広告を配信したい。

コストパーリンククリック（CPLC）の課金体系で、

クリックを少なくとも1,000回獲得したい。

費用の計算方法

目標を達成できる費用を逆算する

必要な費用は**目標**と**利用する課金体系の単価の目安**から計算することができます。
逆に**予算のみ**が決まっている場合は、**単価の目安**と**予算**から目標を割り出すことができます。

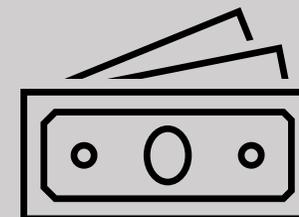
費用の計算方法

$$100 \text{ (円)} \times 1,000 \text{ (回)} = 100,000 \text{ (円)}$$

クリック単価の目安
※前ページ参照

獲得したいクリック数

必要な予算の目安



利用可能なターゲティング手法9種

ターゲティング手法	利用可能なキャンペーン目的
フォロワー	特定アカウントをフォローしている利用者および似た利用者にリーチする。
類似ユーザー	自身のアカウントのフォロワーに似た利用者にリーチする。
興味関心	300以上のカテゴリーリストから利用者の興味関心を選択してオーディエンスをターゲットする。
キーワード・絵文字	キーワードターゲティングを使って適切な瞬間・文脈で利用者にリーチする。絵文字によるターゲティングも可能。
カスタムオーディエンス	自社のウェブサイト訪問者データやメールアドレス、モバイルIDを基に、特定の利用者のみにもリーチすることができる。
会話トピック	X利用者が関心のある会話トピックを指定のリストから選択してターゲティング設定をする。
エンゲージャー	特定のポストにエンゲージメントした利用者をターゲティングして再度広告を配信できる。
最適化ターゲティング	ターゲティングを最適化してパフォーマンスを高められる可能性がある場合、ターゲティングしているオーディエンス以外のユーザーにXがリーチできるようにする。
アカウントのブランドセーフティ管理	特定のキーワードを含むポスト/特定のハンドルからのポストに隣接して広告を表示しないよう制御できる。 センシティブティ設定：ブランドのセンシティブティ基準に応じて、「おすすめ」タイムラインで広告の近くに表示されるセンシティブなコンテンツのレベルを指定する。

ユーザー属性ターゲティング（全キャンペーン共通）

地域

- 国
- エリア（関東、中部、関西）
- 都道府県
- 場所を中心とした半径（日本・米国のみ）

言語

日本語や英語、スペイン語など
20カ国語から選択

※プロフィールの設定や
ポストの内容などから
言語を特定

新端末ターゲティングまたは除外

- 最大で過去6ヶ月以内に新しいデバイスからXに初めてアクセスした利用者
- iOS端末（端末種類とバージョン）
- Android端末（端末種類とバージョン）
（Wi-Fiに接続しているiOS/Android端末のみに限定することも可能）
- Blackberryデバイスとタブレット
- デスクトップやノートパソコン
- その他のモバイル

性別

男性 and/or 女性

※利用者のアカウント名や
フォロー傾向などから
性別を特定

携帯キャリア

日本を初め、世界30カ国以上の
携帯キャリア会社から選択

年齢

【年齢ターゲティング選択肢】

13+・13-24・13-34・13-49・13-54・18+・18-24・18-34・18-49・18-54・
21+・21-34・21-49・21-54・25+・25-49・25-54・35+・35-49・35-54・50+

【日本地域限定 年齢ターゲティング選択肢】

13-19・13-29・13-39・13-49・20-29・20-39・20-49・20+・30-39・30-49・
30+・40-49・40+・20-34・35-49

利用可能なクリエイティブ

クリエイティブ	概要
テキスト広告	文字のみの広告。
画像広告（単一・複数）	単数または複数の画像を用いた広告。
画像広告（アニメーションGIF）	タイムライン上で自動再生されるGIFを用いた広告。
画像広告（ウェブサイト）	ウェブサイトを象徴する画像を表示し、誘導を図る広告。
画像広告（アプリ）	アプリを象徴する画像を表示し、ストアへの誘導を図る広告。
動画広告	動画を用いた広告。
動画広告（ウェブサイト）	動画をクリックすると動画はそのままスマートフォン上部で再生され続け、その下部にウェブサイトが表示される。
動画広告（アプリ）	動画をクリックすると動画はそのままスマートフォン上部で再生され続け、その下部にアプリストアが表示される。
バーティカルビデオ広告	全画面表示される縦型の動画広告。
カルーセル広告	複数の画像を左右に移動して切り替えられる広告。

利用可能なクリエイティブ

クリエイティブ	概要
コレクション広告	メイン画像の下に小さな商品画像が表示される広告。各商品画像から直接販売ページに遷移することができる。
ダイナミックプロダクト広告	利用者によって表示される商品がカスタマイズされる広告。
Amplifyプレロール	200社以上のコンテンツパートナーの動画の冒頭に挿入される広告。
Amplifyスポンサーシップ	選択された1社のコンテンツパートナーの動画の冒頭に挿入される広告。
ライブ	ライブ配信を行うことができる。
ライブショッピング	ライブ配信からショップページに遷移させることができる。
ブランド絵文字	指定したハッシュタグの後ろにオリジナルの絵文字を表示させることができる。
ブランドいいね	いいねしたユーザーにオリジナルのイラストを表示できる。
ブランドアニメーション	検索結果ページにオリジナルの絵文字を表示できる。

X広告で利用可能なその他の機能

機能	概要
会話参加設定	広告ポストに返信できるユーザーを”全員・フォロー中・メンションしたユーザー”から選択可能。
限定配信ポスト	ターゲティングした利用者にもみ広告用ポストとして配信される。 利用者にリポストされた場合は通常のポストとして表示される。
予約投稿ポスト（非推奨）	配信される日時を指定できる。 ※予約投稿が完了していなかった場合などに配信されないおそれがあるため非推奨。
ディープリンク機能	すでにアプリを所有している利用者に対してアプリへのリエンゲージメントを促し、所有していない利用者にはアプリストアに遷移させる。
A/Bテスト機能	複数のキャンペーンの広告が重複のないオーディエンスに配信され、特定のテスト要素を比較することができる。

運用事例① 映画業界

動画の再生目的とインプレッション目的を並行することで、なるべく多くのユーザーにリーチしながら再生数を最大化することができる。

【商材】

映画の予告映像

【目的】

動画の再生数
インプレッション数

【課金体系】

コストパービュー
インプレッション

【配信期間】

1ヶ月

課金体系	表示回数	表示単価	再生数	再生率	再生単価	費用
コストパービュー（再生課金）	3,508,516	¥119*	390,901	11.1%	¥1.1	¥417,205
インプレッション（表示課金）	8,060,866	¥92	82,641	1.0%	¥9.0**	¥741,487
合計	11,569,382	¥100	473,542	4.1%	¥2.4	¥1,158,692

* (費用÷表示回数)×1,000で求めた値

**費用÷再生数で求めた値

運用事例② 機器の買い取りサービス

ターゲットごとにキャンペーンを分けて配信した事例。

興味関心ターゲティングで商材に合っているカテゴリを選択できれば、クリック単価を抑えられる可能性がある。

【商材】
機器の買取サービス

【目的】
ウェブサイトの訪問者数

【課金体系】
コストパーリンククリック

【配信期間】
1ヶ月

課金体系	ターゲティング	表示回数	表示単価*	クリック数	クリック率	クリック単価	費用
コストパーリンククリック	リマーケティング	1,030,740	¥237	7,279	0.7%	¥33.6	¥244,679
コストパーリンククリック	興味関心	4,298,768	¥14	12,965	0.3%	¥4.6	¥59,598
コストパーリンククリック	キーワード	391,848	¥52	1,050	0.3%	¥19.4	¥20,389
コストパーリンククリック	ブロード	11,394,658	¥18	35,826	0.3%	¥5.6	¥199,519
合計		17,116,014	¥30.6	57,120	0.3%	¥9.2	¥524,185

* (費用÷表示回数)×1,000で求めた値



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/>