

3大リスティング広告媒体の特徴 【Google・Yahoo!・Microsoft】

3大リスティング広告媒体の特徴

- 1 Web広告の種類 … P3
 - 2 3種の主要媒体 … P5
 - 3 まとめ … P9
 - 4 会社概要 … P10
-



Web広告の種類

Web広告には大きく分けて2種類の形態がある

1

検索広告
(リスティング広告)

2

ディスプレイ広告
(画像広告)



リスティング広告は
コッチ!

①検索広告 (リスティング広告)

検索結果画面に表示されるテキスト形式の広告。

検索結果に広告を表示するとその商材に興味を持っている人や既に購入を検討している人にアプローチできるため、CV獲得に向いている。

②ディスプレイ広告 (画像広告)

ウェブサイトの広告枠などに表示される画像形式の広告。

画像で訴求できるため、商品の見た目などテキストで表せない情報も伝えられる。クリックされなくても、画像が見られることで認知度が向上する。

タイトルと説明文も一緒に掲載されるので文字での訴求も可能。



3種の主要媒体

①Google広告

Googleは世界中で利用されている検索エンジンで、膨大な数の利用者がいる。

日本だけでなく**海外にも配信**できる。

リスティング以外にも**広告の種類が豊富**で、様々な形態のクリエイティブを利用可能。

また**機械学習による自動化が利用できる機能が多い**ことも特徴。

キーワードの検索ボリュームや競合性を調べられる**キーワードプランナー**やキャンペーン成果を予測できる**パフォーマンスプランナー**など、リスティング広告の配信に役立つツールも利用できる。

／ 設定できる主な広告配信ターゲット

Googleのリスティング広告では下記のターゲットを設定できる。

ユーザー属性・地域、言語、デバイス・アフィニティカテゴリ・購買意向の強いオーディエンス・ライフイベント・カスタムオーディエンス・リマーケティング・カスタマーマッチ

リスティング広告は**検索キーワードがターゲティングの役割を果たす**が、これらをあわせて設定するとより狭く狙った配信ができる。※設定しすぎるとボリュームが出なくなるため注意

詳細：[Google広告で設定できるターゲティング キャンペーンタイプ別一挙紹介](#)（プライムナンバーズのブログに飛びます）

／ 費用の目安

Google広告はどんなに少額でも配信すること自体は可能。

ただし数十万～数百万の予算があったほうが成果を出せる可能性が高まる。

中小企業の場合は**1ヶ月あたり50万円以下～100万円前後**がよくある予算帯。

詳細：[【で、結局いくら？】Google広告の適正費用・予算の決め方を解説](#)（プライムナンバーズのブログに飛びます）

／ その他のメニュー

リスティング広告以外には下記のメニューを利用できる。リスティング広告とこれらを組み合わせると、より成果が出やすくなる場合もある。

ディスプレイ広告（GDN）・動画広告（YouTube広告）・デマンドジェネレーションキャンペーン・ショッピング広告・アプリ広告・スマートアシストキャンペーン・P-MAXキャンペーン

詳細：[【シンプル解説】Google広告8種類の概要とメリットを紹介](#)（プライムナンバーズのブログに飛びます）

②Yahoo!広告

Yahoo!は日本の検索エンジンで、広告は日本国内のみに配信される。

地域・言語は日本と日本語のみで、海外への配信はできない。

また、Yahoo!は2023年10月1日にLINEと合併し「LINEヤフー株式会社」になった。**一部の広告はLINE広告の配信面にも出稿でき、提携している配信面はアップデートで順次拡大されている。**

／ 設定できる主な広告配信ターゲット

Yahoo!のリスティング広告では下記のターゲットを設定できる。

地域、デバイス、曜日／時間帯

リスティング広告は検索キーワードがターゲティングの役割を果たすが、これらをあわせて設定するとより狭く狙った配信ができる。※設定しすぎるとボリュームが出なくなるため注意
Google広告のよりも種類が少ない。設定に頼らず、キーワードで十分ターゲティングできるようにしておくべき。

／ 費用の目安

Yahoo!広告も、どんなに少額でも配信すること自体は可能。

ただし数十万～数百万の予算があったほうが成果を出せる可能性が高まる。

弊社では**イベント集客の広告**において、**コンバージョン1件あたり7万円前後**で獲得した事例がある。

詳細：[【事例付き】Yahoo!広告の特徴・メニュー・始め方を解説](#)（プライムナンバーズのブログに飛びます）

／ その他のメニュー

リスティング広告以外には下記のメニューを利用できる。リスティング広告とこれらを組み合わせると、より成果が出やすくなる場合もある。

ディスプレイ広告（YDA）・動画広告・ショッピング広告

詳細：[【事例付き】Yahoo!広告の特徴・メニュー・始め方を解説](#)（プライムナンバーズのブログに飛びます）

③Microsoft広告

Windowsにデフォルトで設定されている検索エンジン”Bing”に広告を掲載できる。

会社名や業界など**ビジネス関連のターゲティング**ができることが大きな特徴。
BtoBの商材に向いている媒体といえる。

GoogleとYahoo!に比べると利用者は少ないものの、**PCにおけるシェア率はYahoo!を上回っている。**

／ 設定できる主な広告配信ターゲット

Microsoftのリスティング広告では下記のターゲットを設定できる。

ユーザー属性・会社名・業界・職種・地域・デバイス・オーディエンス

リスティング広告は検索キーワードがターゲティングの役割を果たすが、これらをあわせて設定するとより狭く狙った配信ができる。**会社名・業界・職種がターゲティングできるのはMicrosoft広告**ならではの。BtoB商材のターゲティングに向いている。

※会社や業界の規模が小さいとボリュームが出ないため注意

／ 費用の目安

商材やターゲットによって左右されるものの、クリック単価・コンバージョン単価はGoogleやYahoo!よりも安くなりやすい傾向にある。弊社では**商品の購入を目的とした広告**において、**コンバージョン1件あたり3万円前後**で獲得した事例がある。

／ その他のメニュー

リスティング広告以外には下記のメニューを利用できる。リスティング広告とこれらを組み合わせると、より成果が出やすくなる場合もある。

ディスプレイ広告（YDA）・動画広告・ショッピング広告

詳細：[【実例付】Microsoft（マイクロソフト）広告とは？最新ネット広告を運用してみた](#)
(プライムナンバーズのブログに飛びます)

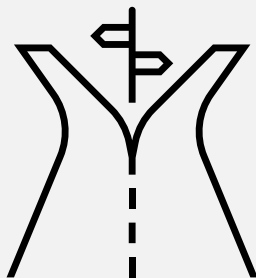
配信するか迷ったら お問い合わせください。

リスティング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。



リスティング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！

リスティング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/>