Microsoft広告大全

目次

Microsoft広告大全

1　特徴 … P3

2　主な配信面 … P5

3　広告の種類とフォーマット … P9

4　キャンペーン目標 … P12

5　ターゲティング … P16

6　始め方 … P19

7　費用 … P21

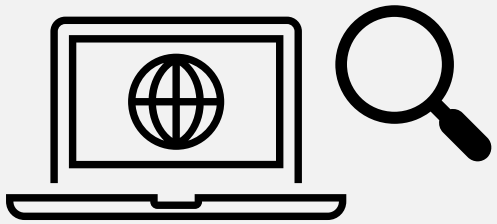
8　まとめ・サービス概要 … P23

概要

概要

マイクロソフト社が運営する広告サービス

検索エンジンの**Bing**をはじめ、Webブラウザの**Microsoft Edge**、ニュースサイトの**MSN**、メールサービスの**Outlook**など
さまざまなマイクロソフト系のプラットフォームに一斉に配信できる。近年はAIアシスタント「Copilot」にも配信でき、新たな接点として注目されている。



BtoBマーケティングに最適！

Windows PCでは、初期設定のブラウザがMicrosoft Edgeであり、
そのデフォルト検索エンジンがBingに設定されていることが一般的。

特に意識せずにBingを利用するユーザーも多く、ビジネスシーンでPCを利用しているユーザーにアプローチしやすいことから、**BtoB向けの広告で成果が出やすいという特徴がある。**

また**ビジネス特化型のSNS「LinkedIn」の登録情報をターゲティングに利用できる**ため、会社やポジションなどで絞ったアプローチも可能。

ビジネスパーソンをターゲットとする広告には最適な媒体といえる。

主な配信面

主な配信面

Microsoft Edge
（ブラウザのスタートページ）

Windows標準のブラウザである**Edgeの初期ホーム画面（ニュースフィードページ）**にネイティブ広告形式（他のコンテンツと同様の見た目）を中心としたオーディエンス広告が表示される。

ポータルサイトMSNのニュース欄などにネイティブ広告形式で配信され、**主にPCからの閲覧者にリーチできる。**

配信イメージ

主な配信面

Bing（検索エンジン）

マイクロソフトの検索エンジン「**Bing**」の**検索結果ページ**にテキスト広告（検索連動型広告）が表示される。

特に検索結果の上部・下部に広告枠が設けられ、ユーザーの検索クエリに合致した広告を出稿可能。

Bingは日本のPC検索シェアで約1～1.2割（AI検索で直近は上昇傾向）とGoogleに次ぐ規模を持ち、**Windows PCを業務で使用するビジネスユーザー**が多く利用している。

配信イメージ

主な配信面

Outlook（メールサービス）

マイクロソフトが提供するWebメールサービスである**Outlook.comの受信トレイ**などに、ネイティブ広告形式のオーディエンス広告が表示される。

仕事中にメールを確認するユーザーにリーチできる。

配信イメージ

広告の種類とフォーマット

広告の種類とフォーマット

検索広告（リスティング広告）

Bingの検索結果にテキスト形式で表示される広告。
ユーザーの検索キーワードに連動して表示され、**見出しと説明文からなる広告文で商品やサービスを訴求する。**

※現在はレスポンシブ検索広告形式が主流

オーディエンス広告（ディスプレイ広告）

Microsoftが提携するWebサイトやアプリ上に配信される**画像付きのバナー広告**。Edgeのニュースフィードや MSNサイト内の記事横などに表示され、ユーザーの興味関心や属性でターゲティング可能。
LinkedInの登録情報（役職、業種、会社など）に基づいた精度の高いターゲティングも利用できる。

ショッピング広告

小売・EC向けの広告フォーマット。Bingのショッピングタブや検索結果内のショッピング枠に表示される、**商品画像や価格、商品名を含む広告。**
商品フィードをMicrosoft Merchant Centerに登録することで複数の商品広告を自動生成し、ユーザーの検索に合わせて表示する。

広告の種類とフォーマット

アプリインストール広告

スマートフォン向け**アプリのインストールを促進する専用の広告形式。**
アプリ名やアイコン、簡単な紹介文が表示され、クリックされると対応するアプリストアへ誘導される。
アプリのダウンロード数を増やしたいときに活用する。

パフォーマンス最大化キャンペーン（P-MAX）

Google広告のP-MAXキャンペーンに似た、自動運用のキャンペーン。
広告主が提供するアセット（テキスト、画像、動画など）と設定したコンバージョン目標（例：オンライン販売、リード獲得など）に基づいてMicrosoftのAIが最適な広告の組み合わせを生成し、Microsoft広告の利用可能なすべてのチャネルにわたって広告を自動的に配信・最適化する。

広告主は**チャネルごとの細かな管理の手間を削減しつつ、コンバージョン数やコンバージョン値の最大化を目指せる。**特に、複数の広告チャネルを横断して効率的に成果を上げたい場合に有効なキャンペーン。

詳しくはこちら（プライムナンバーズのブログに飛びます）

AI時代のMicrosoft広告（Copilot広告）

会話型のCopilot広告

AIアシスタント「**Copilot**」**との会話の流れに沿って表示される広告。**
ユーザーの質問に合った商品・サービスを、会話の文脈に沿って自然に提案できる。
画像アセットやサイトリンクも活用される。
マイクロソフトの調査では従来の検索広告よりCTRが約73%高いという結果も。

AIによるクリエイティブ自動生成（Copilot）

Copilotは、入稿だけでなく広告クリエイティブの制作もサポートする。
ホームページやLPのURLを読み込ませるだけで、見出し・説明文などの広告文に加え、画像や15秒程度の動画クリエイティブまでMicrosoftのAIが自動生成。制作リソースが限られていても、すぐに広告配信を始められる。

広告主は**クリエイティブ制作の負担を抑えつつ、AI検索時代の新しい接点でユーザーにアプローチできる。**※Copilot広告は日本でも順次提供が進んでおり、今後さらに活用の幅が広がる見込み。

AI時代の広告活用はプライムナンバーズにご相談ください

動画・Premium Streaming（CTV）広告

動画・CTV広告

動画コンテンツの再生前後などに流れる**動画広告と、テレビ画面で視聴するCTV（コネクテッドTV）広告。**
15・30秒のほか、45秒・75秒の長尺フォーマットにも対応。
音声と映像でブランドを強く印象づけられる。
ブランド認知の向上を目的とするキャンペーンで活用する。

Premium Streaming（Netflix等）

NetflixやRoku、Samsung TVなど、プレミアムなストリーミングサービスにテレビ品質の動画広告を配信できるキャンペーン。
「ブランド認知の向上」を目的に選択でき、視聴完了に対して課金するCPCV方式で配信される。スマートTVやゲーム機、PC・スマホなど幅広いデバイスに表示される。

広告主は**テレビ品質の動画枠に、検索やディスプレイより低い予算で参入できるのが魅力。**動画素材がなくてもAI（Copilot）で動画を自動生成でき、はじめてのCTV広告でも取り組みやすい。

動画・CTV広告の活用はプライムナンバーズにご相談ください

キャンペーン目標

①製品を販売する

オンラインストアでの商品購入、アプリ内購入、電話経由の注文、実店舗での購入など、直接的な販売成果を最大化したい場合に選択。

主な推奨キャンペーンタイプ
ショッピング広告（オーディエンス/検索/スマートショッピング）、パフォーマンス最大化

②コンバージョンを促進

ウェブサイト上のフォーム送信（資料請求、問い合わせ）、電話での問い合わせ、ニュースレター登録など、
コンバージョンを獲得したい場合に選択。

主な推奨キャンペーンタイプ
検索広告（検索結果/アプリ）、オーディエンス広告、パフォーマンス最大化、ホテル

③潜在顧客を生成

自社のウェブサイトや特定のランディングページへの訪問者数を増やしたい場合に選択。
ブランドや商品・サービスへの認知を高め、比較検討を促す初期段階に適している。

主な推奨キャンペーンタイプ
検索広告（検索結果/アプリ）、オーディエンス広告

④ブランド認知度を向上

できるだけ多くの、あるいは特定のターゲット層に対して広告を表示し、ブランド名や商品・サービスの認知度やリーチを最大限に高めたい場合に選択。

主な推奨キャンペーンタイプ
オーディエンス広告、Premiumストリーミング（Netflixなど）

⑤アプリのプロモーション

モバイルアプリ（iOS/Android）のインストール数を増やしたり、既存ユーザーのアプリ内エンゲージメント（特定アクションの実行など）を促進したりしたい場合に選択。

主な推奨キャンペーンタイプ
アプリインストール広告

※目標選択をスキップして進めることも可能

ターゲティング

①ユーザー属性

ユーザーのプロフィール情報をもとに設定するターゲティング

※金融、保険、教育、キャリアと雇用、住宅サービスに関連して広告を掲載する場合はこれらは**使用不可**

地域

国、都道府県、郵便番号などで
指定（半径指定も可能）

性別

男性/女性/不明 から指定

年齢

18～24歳、25～34歳、35～49歳
50～64歳、65歳～、不明 から指定

②オプション

ユーザーの購買意向やデバイス、会社名など興味・行動・環境をもとに設定するターゲティング

購買意向

カテゴリに該当する商品の購入を検討している（＝頻繁に調べている）ユーザーをターゲティング

オーディエンス

リマーケティング、カスタマーマッチ、類似オーディエンスなど共通の特徴を持つユーザーのリスト

デバイス

デスクトップ/タブレット/モバイルから指定

会社名

検索してヒットした会社名を指定可能

業界

製造業、デザイン、建築など
業界のカテゴリを選択し、当てはまるユーザーをターゲティング

職種

オペレーション、人事など
職種のカテゴリを選択し、当てはまるユーザーをターゲティング

注目の最新ターゲティング

予測ターゲティング

オーディエンス広告で使える
AIによる新しいターゲティング。
広告内容やLP、Microsoftのシグナルをもとに、コンバージョンしやすい新規ユーザーをAIが自動で見つけリーチを広げる。
手動では見つけにくい見込み客にも届く。

インプレッションベースリマーケティング

広告を見たものの、サイトを訪問しなかったユーザーに再アプローチできるリマーケティング。
検索・ネイティブ・ディスプレイ・動画・CTVを横断して、認知から獲得までファネル全体で一貫したメッセージを届けられる。

サイト訪問前のユーザーも取りこぼさず、段階的に検討を後押しできる。
※従来の「サイト訪問者」へのリマーケティングと組み合わせると効果的。

[最新ターゲティングの活用はプライムナンバーズにご相談ください]

始め方

始め方

掲載までの手順

1. Microsoftアカウントを用意
2. Microsoft広告アカウントを開設
3. 初期設定とタグ設置
4. キャンペーンと広告の設定（キャンペーン目的、広告の種類を選択）
5. 広告クリエイティブの作成・入稿（AI生成も可能）
6. 支払い情報の設定

詳しくは[こちら](#)（プライムナンバーズのブログに遷移します）

費用

費用

固定費・初期費用なし

Microsoft広告の費用体系は**クリック課金制**（CPC）で、**基本的に初期費用や固定費は不要。**

少額の予算からでも始められるため、例えば1日数千円規模からテスト運用することも可能。

Microsoft広告は初期費用ゼロでアカウントを開設でき、1日の予算上限を自由に設定できる。**少額からスタートして効果を見ながら調整できる点は、中小企業や広告初心者にも利用しやすい。**

クリック単価（CPC）の目安

業種やキーワードによって幅があるものの、**Google広告やYahoo!広告よりやや安めに抑えられる傾向がある。**※Microsoft広告に参入している広告主が比較的少なく競合が少ないため
入札オークションにおいて競争相手が少なければ、必要な入札額（クリック単価）も安くなる。
そのため、同じキーワードでもGoogleでは1クリック数百円かかるところ、**Microsoft広告では数十円台で獲得できるケースも珍しくない。**

ただし直近では出稿する広告主も増加傾向にあり、CPCも徐々に上昇してきている。加えてAI検索（Copilot）の普及でBingの利用も拡大傾向にあり、今のうちに配信を始めれば、単価が安いうちに流入を多く獲得できる可能性が高い。

少ない費用で効果は出るのか？

ユーザー数自体はGoogle等に比べ少ないため、絶対的なトラフィック量（クリック数）は限定的。
しかし前述の通り比較的低コストでクリックを集められるため、**費用対効果（ROI）は高くなりやすい傾向にある。**
重要なのは、**Microsoft広告単独で大きな成果を求めるよりも、他の広告媒体と併用して追加のリーチやコンバージョンを獲得する役割と捉えること。**
GoogleやYahoo!でメインの集客を行いつつ、Microsoft広告でそれらでは届かない層から効率よくリードを獲得すれば、全体のCPA改善につながる。限られた予算内で少しでも多くの成果を出したい場合、Microsoft広告への投資は十分検討する価値があるといえる。

まとめ

配信するか迷ったら
お問い合わせください。

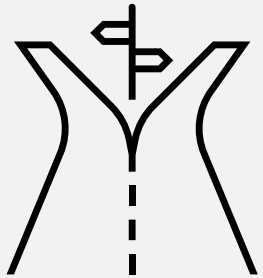
Microsoft広告の配信でどれだけ成果が出るのか？

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！

Microsoft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/

入稿～運用・成果改善まで承ります！

見積もり依頼はこちら

プライムナンバーズのサービス料金

広告運用代行サービスの料金は、原則として下表の通りです（内容・ご予算により増減する場合があります）。

料金種類	内容	
広告運用手数料※	ご請求金額総額の20%	
	（ご請求金額が100万円の場合、広告費80万円・広告運用手数料20万円の内訳）	
バナー制作※	レスポンシブ広告	1デザイン2サイズ：30,000円
	通常バナー	1デザイン：30,000円
	バナーリサイズ	1サイズ：5,000円
LP制作	要件に応じてお見積りいたします	
アクセス解析	初期設定／広告設定：30,000円～	
（Google Analytics）	アクセス解析レポート：50,000円～	

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/