

報道関係者各位

2023年9月27日

株式会社オーリーズ

**Microsoft広告はまだブルーオーシャン！？**  
**Microsoft広告に関する調査**  
**広告主の6割が未利用で今後も出稿に消極的**  
**一方、出稿企業の9割は成果を実感**

株式会社オーリーズ（本社：東京都中央区、代表取締役：鈴木 多間、以下「オーリーズ」）は、事業会社のマーケティング業務で広告運用に携わっている担当者500名を対象に「Microsoft広告の活用状況に関する実態調査」を行いました。その結果から、Microsoft広告の出稿状況と背景、出稿後の実態を発表します。

■ 調査サマリー

弊社が2023年9月に行った調査では

- ・インターネット広告に出稿している企業の38%がMicrosoft広告を活用しており、そのうち88%が「成果を出せている」「どちらかといえば成果を出せている」と回答
- ・Microsoft広告活用企業のうち、業態別ではBtoB企業が79%と最も高い割合を占める
- ・現在Microsoft広告を活用しておらず、今後も「活用を検討していない」「どちらかといえば活用を検討していない」と回答した企業は74%。活用への障壁となっている主要な理由は「予算に余剰が無い」「活用方法のイメージが湧かない」「工数負担」

ということがわかりました。

## Microsoft広告に関する調査

## point 01

インターネット広告に出稿している担当者の38%がMicrosoft広告を活用しており、そのうち約9割が「成果を出せている」「どちらかといえば成果を出せている」と回答

## point 02

Microsoft広告活用担当者のうち、業態別ではBtoBが約8割、BtoCが約2割とBtoB担当の方が活用に積極的であることが判明

84%

## point 03

Microsoft広告を活用していない担当者のうち、約7割が「今後の活用を検討していない」「どちらかといえば活用を検討していない」と回答。活用を難しくする要因は、

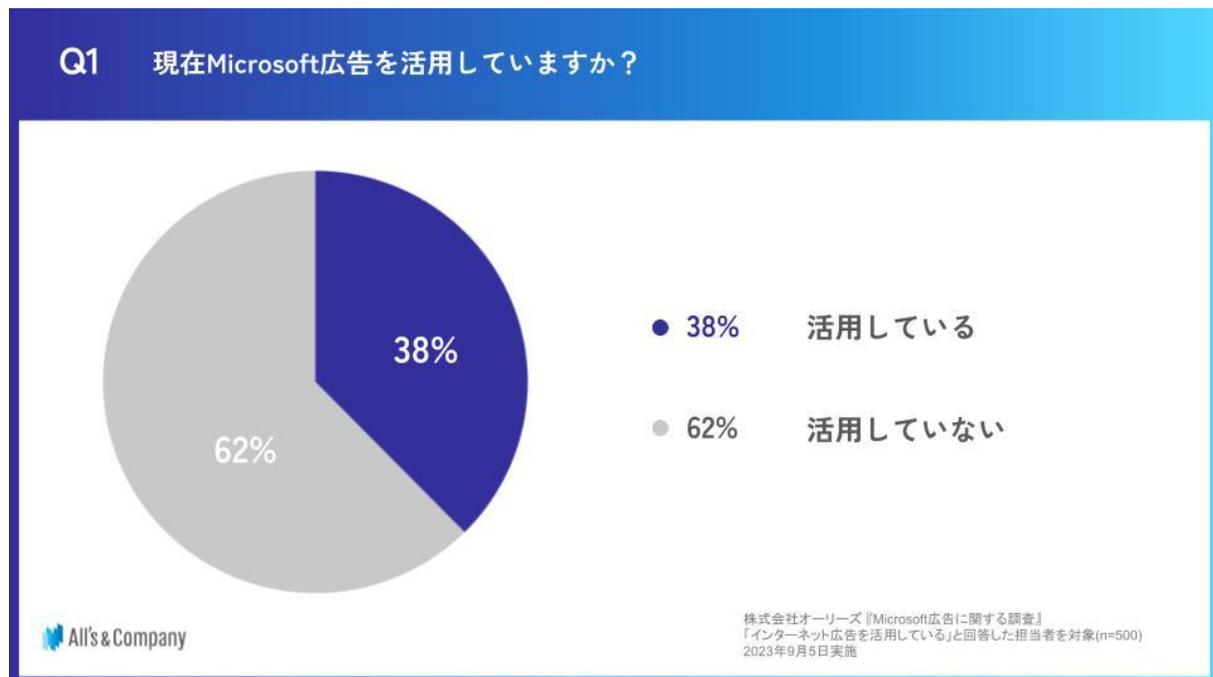
第1位 「予算に余剰がない」 21.91%  
第2位 「活用方法のイメージが湧かない」 20.22%  
第3位 「工数負荷」 19.38%

## ■ 調査の目的

Microsoft広告が日本に上陸してから1年以上が経過し、徐々に活用する企業が増加してきています。一方で、日本では比較的新しい広告媒体であるため、出稿メニューの選び方や運用ナレッジについて情報が少なく、自社内や代理店と協業しながら手探りで運用しているマーケティング担当者が多いのではないかと推察しています。

そこで今回の調査では、Microsoft広告の活用状況や利用の背景についてアンケートを行い、日本のWeb広告市場におけるMicrosoft広告の立ち位置や、利用の実態について調査しました。

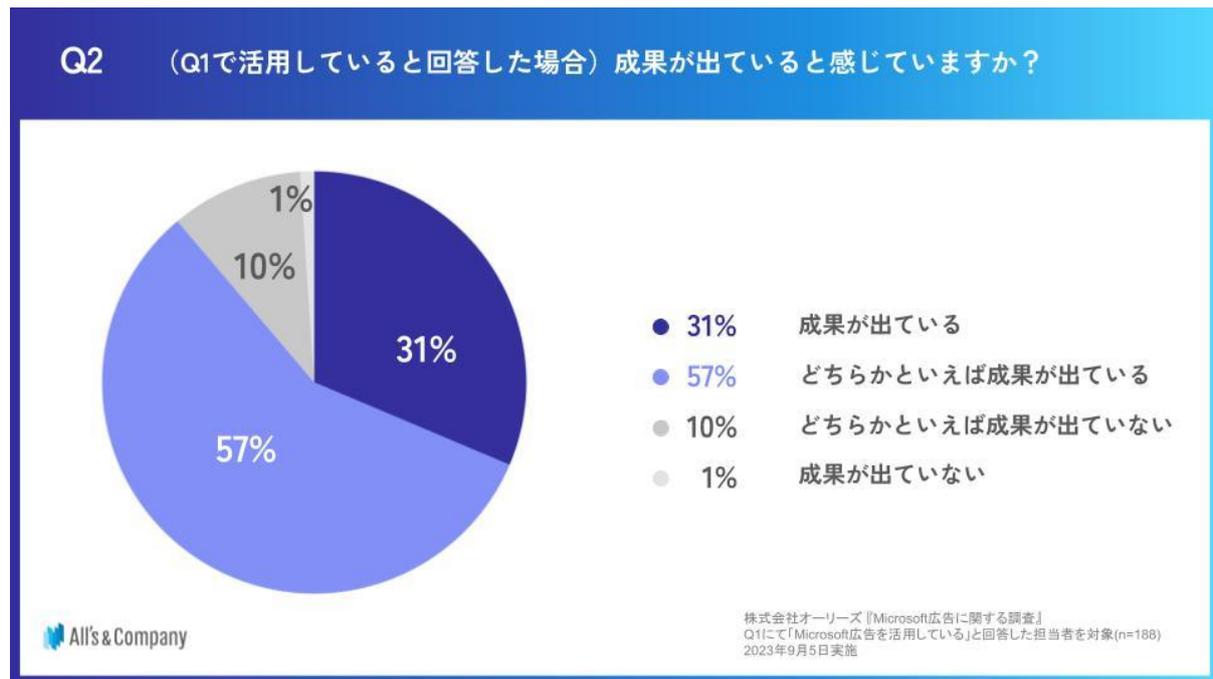
## ■ 調査結果の詳細

**Microsoft広告を活用している企業は38%**

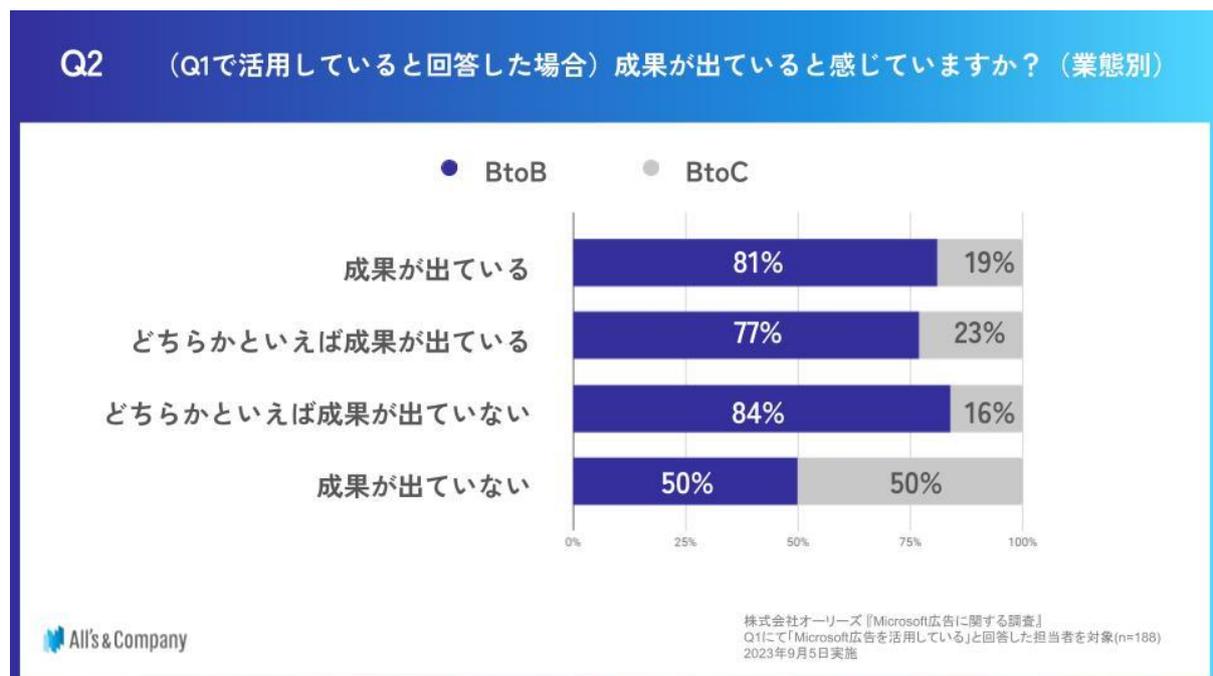
「Q1.現在Microsoft広告を活用しているか」（n=500）という質問に対しては、「活用している」と回答した企業が38%、「活用していない」と回答した企業が62%という結果になりました。

また、Microsoft広告を「活用している」と回答した企業のうち、業態別ではBtoB企業の割合が79%、BtoC企業の割合が21%と、BtoB企業での活用傾向が強いことが判明しました。

**88%のMicrosoft広告利用者が「成果が出ている」「どちらかといえば成果が出ている」と回答**

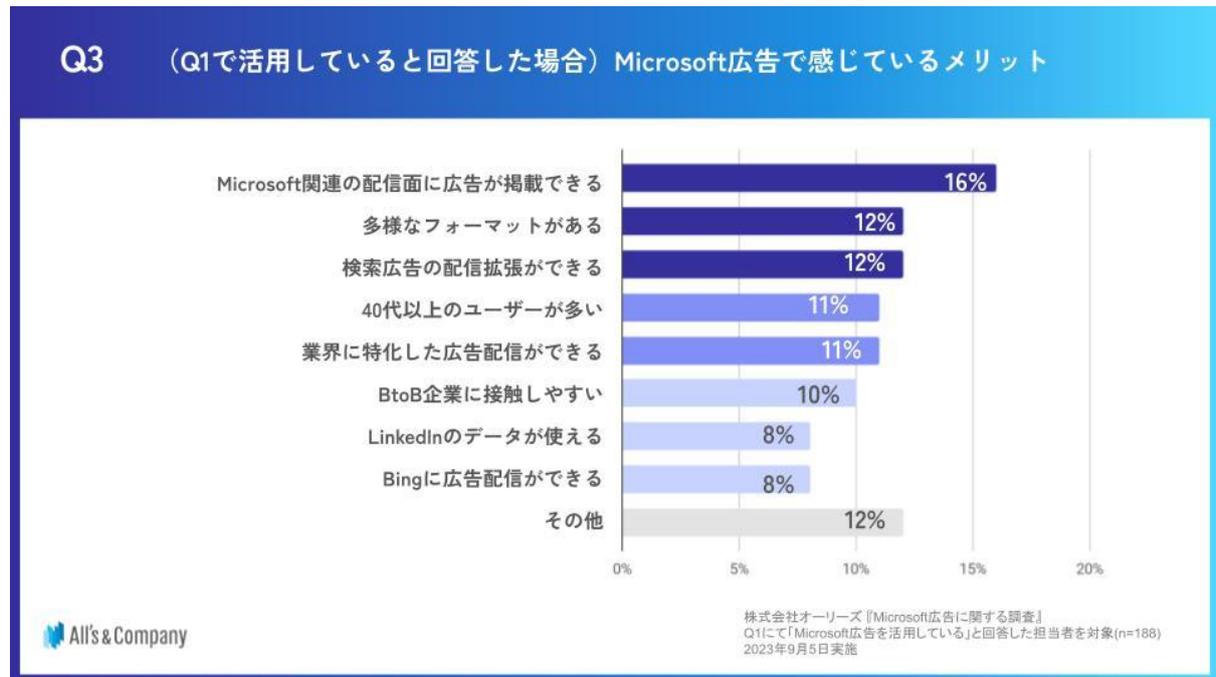


つづいてMicrosoft広告を「活用している」と回答した担当者188名を対象に、「成果が出ていると感じていますか？」と質問したところ、「**成果が出ている**」「**どちらかといえば成果が出ている**」と回答した割合は**88%**でした。



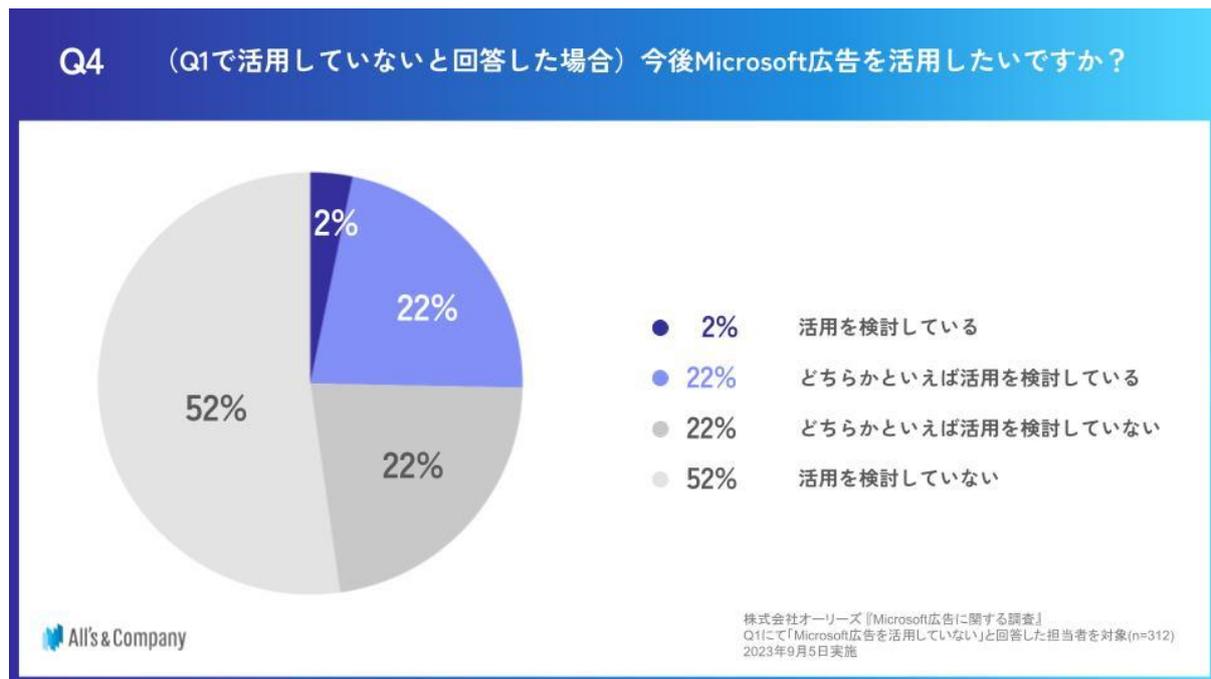
業態別では「成果が出ている」「どちらかといえば成果が出ている」と答えた企業のうち79%をBtoB企業が占めており、BtoC企業よりも成果を感じている企業が多い傾向にありました。

一方で、「どちらかといえば成果が出ていない」と回答した企業のうち84%がBtoB企業で、成果に対する評価は二分されていました。



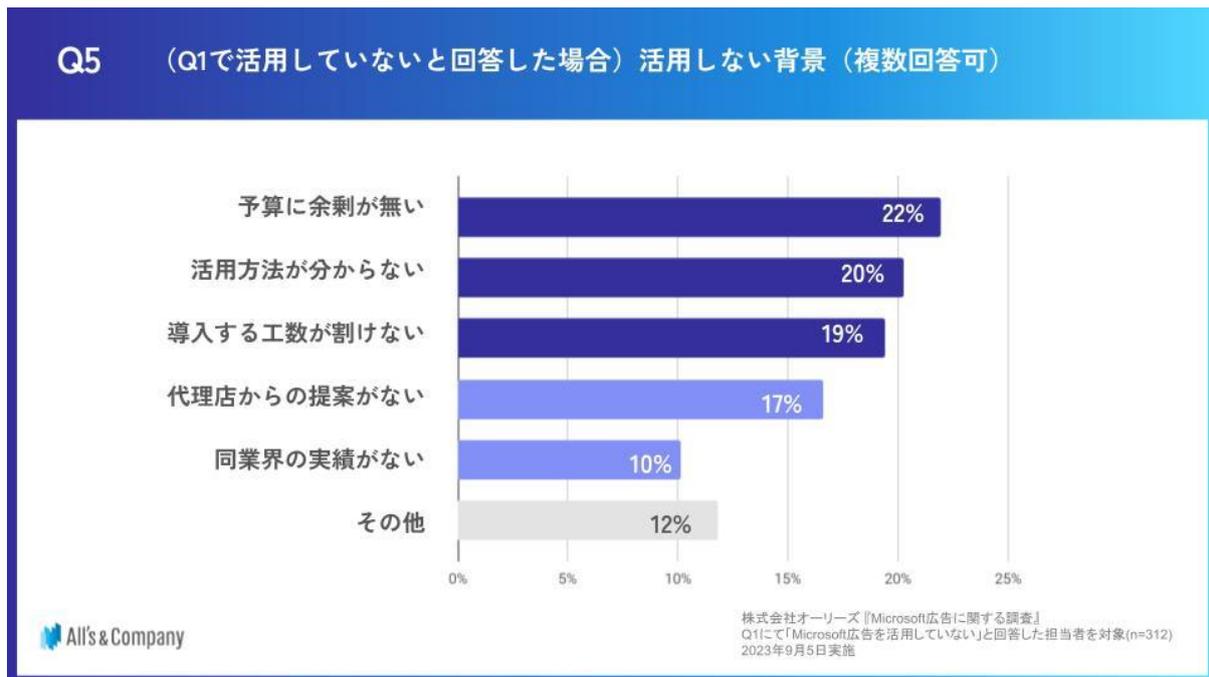
成果を出せていると実感している企業は、Microsoft面への広告配信ができることや、検索広告を含めた多様なフォーマットにメリットを感じており、検索広告を中心にさらに配信を伸ばしたいと考えている場合に活用するケースが多いことがわかりました。

また、業界に特化した広告配信ができること、40代以上のユーザーへのリーチがしやすいこともメリットに挙げられており、BtoB企業の利用者の多さに影響していると考えられます。

**Microsoft広告を活用していない企業のうち74%が今後の活用に消極的**

一方で、Microsoft広告を「活用していない」と回答した企業を対象に、「今後Microsoft広告を活用したいですか？」と質問したところ、「活用を検討していない」「どちらかといえば活用を検討していない」と回答した割合が**全体の74%**を占めました。

すでにMicrosoft広告を活用している企業は成果を実感している一方で、Microsoft広告を活用していない企業では今後の活用に消極的な姿勢が見受けられ、両者の認識に開きがあることが伺えました。

**Microsoft広告の活用に消極的な要因第1位は「予算に余剰が無い」**

また、Microsoft広告の活用に踏み切れない要因を深掘りするため、現在Microsoft広告を活用していない担当者312名を対象に、「Microsoft広告を活用しないのはなぜですか？（複数回答可）」と質問したところ、「**予算に余剰が無い**」「**活用方法が分からない**」「**導入する工数が割けない**」といった要因が主な回答として挙げられました。

その他の理由としては「代理店からの提案がない」「類似業界の実績がない」などの回答者が多く、**Microsoft広告に関する情報不足**により出稿に踏み切ることが難しいと感じている企業も少なくないことが伺えます。

**■まとめ**

Microsoft広告は、他媒体と比較すると日本に上陸してから日が浅いため、公開事例が少なく運用メソッドもこれから確立されていくと考えられます。一方、競合が少ない業種であれば、早期に出稿を開始することで、競合企業に対してプライオリティを獲得できる可能性があります。

Web広告の成果が頭打ちになっている場合や、新規媒体の出稿を検討しているものの、どの媒体に出稿して良いか判断しかねている場合は、少額配信や一部の広告メニューに限定するなど、各社の状況にあわせてMicrosoft広告を候補の1つとして検討することをおすすめします。

本調査が広告成果に悩まれている方の参考材料となれば幸いです。

## ■本調査の設計

- 調査内容 : 事業会社におけるMicrosoft広告の活用状況に関する実態調査  
調査対象 : 事業会社のマーケティング業務の中で広告運用の計画や提案、意思決定を行う方  
有効回答 : 500名  
調査期間 : 2023年9月5日  
調査方法 : アイブリッジ株式会社が提供するリサーチプラットフォームによるインターネット調査

## ■株式会社オーリーズ 概要

株式会社オーリーズは、運用型広告を中心としたマーケティング支援を行う広告代理店です。「NPS®経営」、「分業をしない」、「下請をしない」、「多様な報酬形態」といった取り組みにより、クライアントと深い協業関係を築く支援スタイルを特徴としています。これまでのNPS®スコアの平均は「32pt」と、クライアントから高い評価を獲得し続けています（計測を開始した2018年12月から、最新の2022年12月までの平均）。また、創業時より広告運用のインハウス支援サービスを提供し、数多くのクライアントのマーケティング投資効率と組織アジリティの向上に貢献しています。

会社名：株式会社オーリーズ

所在地：東京都中央区八丁堀3-27-4 八重洲桜川ビル5階

代表者：代表取締役 鈴木 多聞

ウェブサイト：<https://allis-co.com/>

BtoB事業者向けサイト：<https://allis-co.com/for-btob>

BtoB事業者向けの広告運用サービス資料：<https://allis-co.com/for-btob-contact>

【本件に関するお問合せ先】  
株式会社オーリーズ お問い合わせ窓口  
<https://allis-co.com/contact>