

X(Twitter)広告大全

X(Twitter)広告大全

1	基本情報	P3
2	キャンペーン目的と広告フォーマット	P7
3	費用	P15
4	ターゲティング	P18
5	広告出稿の手順	P22
6	運用事例	P31
7	まとめ	P34
8	サービス料金・会社概要	P35



基本情報

SNSとしてのX

■月間アクティブユーザー数

6,700万人（2024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%

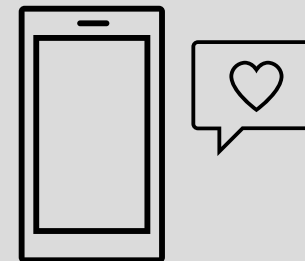
そのうち75%が“Xは新しいことが発見できる場所だと思う”と回答。

■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%



広告媒体としてのX

X（旧Twitter）広告とは、**SNS「X（Twitter）」上でタイムラインなどに表示される広告**の総称。

企業や個人が自社の商品・サービスを宣伝し、Xの利用者にリーチして「いいね」や「リポスト」などのエンゲージメント（反応）を促せる。

X広告の表示例



X広告の特徴

情報がリアルタイムで更新される

Xは投稿が時系列で流れるリアルタイム性の高いプラットフォーム。トレンド（話題）の移り変わりが早く、**最新のニュースやイベントに即した広告を配信できる**。Instagramなどの他のSNSに比べ、短期間で一気に情報が拡散され得る。

ユーザー同士が匿名で繋がっている

匿名アカウント同士のゆるやかなフォロー関係で成り立っている。実名登録が中心のFacebookや友人同士で繋がるInstagramとは異なり、Xは**知らない人々同士でやりとりをすることが多々ある**。広告においても興味関心にもとづく広範囲なターゲティングが可能で、「特定のアカウントのフォロワーと似ている人」などに向けて配信できる。

拡散力がある

ユーザーによるリポスト（リポスト）やいいねで**二次拡散が期待できる**。広告ポストが共感を得ればユーザー自ら拡散してくれるため、追加費用なしでリーチを広げられる。FacebookやInstagramの広告もシェア機能はあるが、Xはそれらよりはるかに情報が拡散されやすい。

トレンドや話題性を重視する商材に向いている

速報性・話題性を求めて利用するユーザーが多く、ゲームやエンタメ、トレンド商材のプロモーションと相性が良い媒体。X広告は「今この瞬間」のユーザーの関心を捉えやすいため、**キャンペーンや新商品告知で短期間に認知拡大したい場合に特に適している**。



キャンペーン目的と広告フォーマット

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。

画像広告

単一または複数の画像を用いた広告ポスト

どんな商材でも活用できる基本的なフォーマット。通常のツイートに画像が添付された形式でタイムラインに表示される。

テキストとビジュアルを組み合わせることで訴求でき、**商品の写真やサービスの説明を視覚的に訴求したい場合**に適している。

画像を1枚入稿して配信する。

入稿できるファイルサイズは最大5MBだが、基本的に通常ツイートの範囲で作成できる。



■ポスト本文文字数

最大280文字以内

日本語全角文字のみの場合は最大140文字以内

※リンク部分に23文字分を使用するため、実際に入力可能な文字数は257文字（日本語全角時は128文字）

■ファイル形式

推奨：PNG、JPEG

利用不可：BMP、TIFF

※GIFはアップロード時に静止画像として表示される

■ファイルサイズ

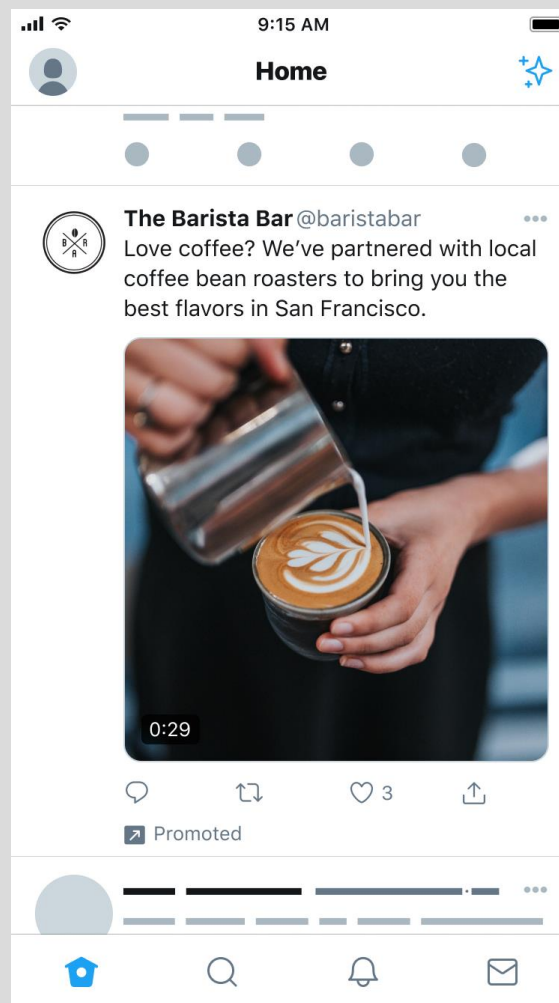
最大5MB

動画広告

動画を用いた広告ポスト

商品のデモ映像やサービスのプランなどをわかりやすく伝えるのに効果的。

最長2分20秒までの動画をアップロードでき、短尺動画から長めの動画まで対応。



■ポスト本文文字数

最大280文字以内

日本語全角文字のみの場合は最大140文字以内

※リンク部分に23文字分を使用するため、実際に入力可能な文字数は257文字（日本語全角時は128文字）

■ファイル形式

MP4 または MOV

■ファイルサイズ

最大1GB（30MB未満を強く推奨）

■動画の長さ

推奨15秒以内（対応最長2分20秒）

カルーセル広告

複数の画像や動画をスライドできる形式

2～6枚の画像もしくは動画を一つの投稿内に配置でき、ユーザーが横スクロールで順に閲覧できる。複数の商品を同時に紹介できるため、**豊富な種類の商品を扱うECサイトなどに最適。**

各カルーセルカードに個別のリンク先を設定できるため、ECサイトの商品一覧やアプリダウンロードページなど**一つの広告からさまざまな遷移先に誘導できる。**



■スライド数

2～6枚

■アスペクト比

画像：1.91:1 または 1:1

動画：16:9 または 1:1

■リンク

各スライドに1リンク（最大6リンク）

テキスト広告

テキストのみで構成される広告

一般のポストと同じ体裁のため**シンプルかつ自然にXの他のコンテンツに溶け込み、**
フォロワーだけでなくメッセージを届けたいターゲットオーディエンスにもポストのリーチを広げられる。



■ポスト本文文字数

最大280文字以内

日本語全角文字のみの場合は最大
140文字以内

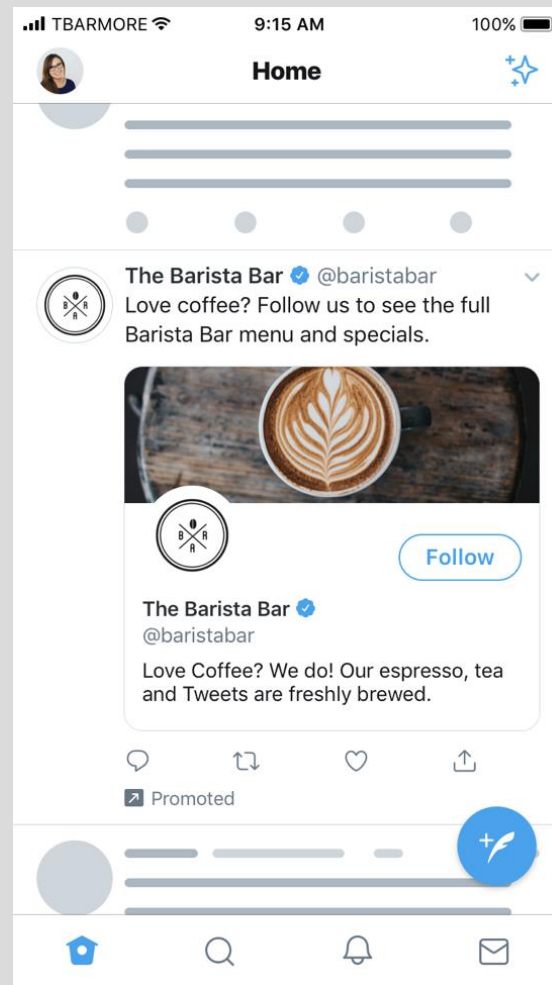
※リンク部分に23文字分を使用する
ため、実際に入力可能な文字数は
257文字（日本語全角時は128文
字）

フォロワー獲得広告

アカウントのフォロワーを増やす目的の広告

広告文とアカウントのTOPが表示され、**ボタンをクリックするだけでフォローできる仕様。**

ユーザーのタイムライン上にプロモポストとして表示されるほか、ホームページ、プロフィールページ、検索結果ページの[おすすめユーザー]ボックスにプロモアカウントとして表示される。



■ポスト本文文字数

最大280文字以内

日本語全角文字のみの場合は最大140文字以内

※リンク部分に23文字分を使用するため、実際に入力可能な文字数は257文字（日本語全角時は128文字）

※画像の入稿は不可

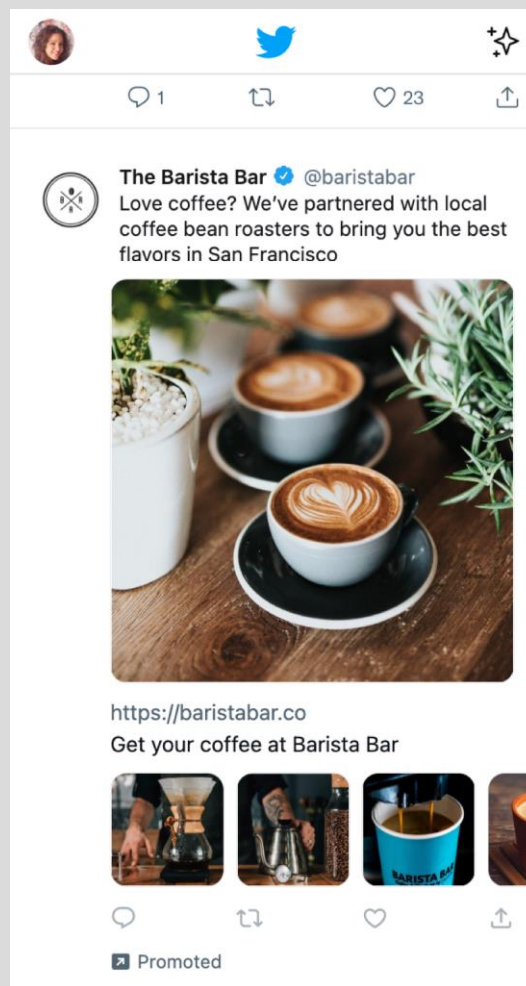
※プロフィールから自動作成

コレクション広告

商品の販売に特化した広告

メインの大きな画像（ヒーロー画像）と小さな複数の画像（サムネイル画像）で構成される。

複数の画像を表示できる点はカルーセル広告と似ているが、スワイプしなくてもすべて1画面に表示できる点異なる。**画像ごとに異なる遷移先に誘導できるため、複数の商品を扱うECサイトなどに向いている。**



■ポスト本文文字数

140文字以内

■ウェブサイトタイトル

最大全角35文字

■画像

2-6枚※5枚以上を推奨

■画像サイズ

アスペクト比1:1

横800 X 縦800ピクセル

／費用

利用できる主な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。

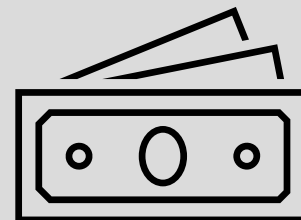
費用の計算方法

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

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



／ ターゲティング

①オーディエンスの特性

ユーザーの性別・年齢・地域・言語など基本属性で絞り込みできる。

項目	詳細
地域	国、地域、都市圏、都市、郵便番号
言語	ポストや反応したトピックから判断した、オーディエンスが使っていそうな第一言語
端末・プラットフォーム・Wi-Fi	携帯電話のモデル、新しい端末または携帯電話会社、Wi-Fi接続の端末
年齢	13～54歳以上
性別	男性または女性のみ、両方

②オーディエンスタイプ

ユーザーが興味を持っているものごとやオンライン上での行動などをもとに行うターゲティング。

項目	詳細
会話	25を超えるカテゴリー、10,000種類以上のトピックについて、 普段の会話に基づいてオーディエンスにリーチ
イベント	世界中のオンライン/オフラインのビッグイベントを話題にしている会話に出 稿
エンゲージャー	過去の広告キャンペーンや通常のポストで広告を見た、あるいは反応した利用 者
キーワード	特定のキーワードを使って検索した、ポストした、あるいは反応した利用者
映画とテレビ番組	特定のマーケットの映画やテレビ番組についてポストした、 または反応した利用者
興味関心	25カテゴリーで事前に選んだ350種類以上の項目に興味関心を示した利用者
フォロワーが似ているアカウント	別のアカウントのフォロワーと似た反応を示す利用者

③既存のオーディエンス

すでにブランドや商材に興味を示しているユーザーに絞って配信できる。認知拡大ではなく獲得目的に向いている。

項目	詳細
フォロワー	Xアカウントのフォロワー
カスタムオーディエンス	プラットフォーム外の顧客情報を活用して、ターゲティング、除外、類似の拡大に使用できる独自のオーディエンスセグメントを作成

／ 広告出稿の手順

① Xアカウントを用意する

まず広告用のXアカウントを用意する。

既に自社公式アカウントがある場合はそれを利用できる。**無い場合は新規にXのアカウントを作成する必要がある。**

怪しまれたり凍結されたりするのを防ぐため、アカウント名やプロフィール・アイコンなどは初期設定のままにせず、任意のものに変更しておく。

② 認証バッジを取得する

X広告を掲載するには**そのアカウントに認証バッジ（チェックマーク）が付与されている必要がある。**

個人・企業を問わず加入できる「X Premium」（ブルーバッジ）にサブスク登録（月額980円～）するのが一般的な取得方法。

サブスク料金を支払い、アカウントが資格基準（プロフィールの整備やアクティブな利用状況など）を満たせば青いチェックマークが付く。バッジ取得には多少時間がかかるため、広告出稿予定の数日前には手続きを済ませておくとい。

③ 広告アカウント（ビジネスアカウント）を設定する

Xの広告マネージャーにログインし、**広告アカウントの基本情報**を設定する。
ビジネス情報（会社名や住所）、支払い方法（クレジットカード等）の登録などを行う。
支払い設定を済ませないと広告キャンペーンを作成・配信できないので要注意。

④ キャンペーンを作成する

広告マネージャー上で新しいキャンペーンを作成する。
まず**キャンペーンの目的を右から選択する**。
キャンペーン目的は広告効果に直結するため慎重に検討する必要がある。

ブランド認知度の向上	検討	コンバージョン
リーチ 広告のリーチを最大限に増やす ☐	動画の再生数 動画の再生数を増やす ☐	アプリのリエンゲージメント数 アプリを実際に使ってもらおう ☐
	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 ☐	売上 NEW ウェブサイトにアクセスして購入してもらおう ☐
	アプリのインストール数 アプリのインストール数を増やす ☐	キーワード ベータ版 強い意図を持つユーザーにリーチ ☐
	ウェブサイトの訪問者数 ウェブサイトへの訪問数を増やす ☐	
	エンゲージメント数 ポストのエンゲージメントを増やす ☐	

／ 広告出稿の手順

キャンペーン名や支払い方法、予算を選択

キャンペーンの詳細

目的

ウェブサイトの訪問者数
ウェブサイトへの訪問数を増やす

🔗 編集

キャンペーン名(オプション)

無題

255

お支払い方法

予算残高

A/Bテスト ⓘ

☒ Off

広告主の予約リファレンス/PO番号を追加

広告主の予約リファレンス/PO番号

広告キャンペーン予算の最適化 ⓘ

☒ オフ

> アドバンス

※「広告キャンペーン予算の最適化」をオンにすると、
日別予算と総予算を設定できる。

広告キャンペーン予算の最適化 ⓘ

☒ オン

広告キャンペーン日別予算 ⓘ

JPY 100.00

広告キャンペーン総予算(オプション) ⓘ

JPY 0.00

⑤ 広告グループを作成する

続いてキャンペーン内に広告グループを作成する。

まず、予算（キャンペーンで「広告キャンペーン予算の最適化」をオフにしている場合のみ）とスケジュールを設定する。

広告グループの詳細

広告グループ名 (オプション)

無題

255

ダイナミック商品広告 ⓘ **NEW**

☐ × オフ

予算とスケジュール

開始

📅 2025/05/21

11:13

JST

終了

☒ 無期限に運用



広告キャンペーン予算の最適化はオンになっています。この広告グループは無期限に運用されます

／ 広告出稿の手順

目標や入札戦略を選択する。**キャンペーンの目標に応じて選択できる目標が変動する**。デフォルトでは自動入札になっているが、入札単価を手動でコントロールしたいなどの特別な理由がなければ自動入札のままにしておくといよい。

配信

目標 ①

サイト訪問（推奨）

ウェブサイトのページにアクセスしてもらいます。

サイト訪問イベント ①

御社のウェブサイトでユーザーに行ってもらいたいアクションを選択します。

イベントを選択

入札戦略 ①

✓

自動入札（推奨）
できるだけ少ない金額で最大限の結果が自動的に得られます。

○

上限入札単価
サイト訪問ごとに上限入札単価を設定します。

お支払い方法 ①

インプレッション（推奨）

アプリのコンバージョン（オプション） ①

コンバージョンを測定するには、アプリをモバイル測定パートナー（MMP）に接続してください。

Androidアプリを選択

> 測定オプション

／ 広告出稿の手順

続いて配信先を設定する。「プレースメント」「オーディエンスの特性」「端末」「オーディエンス」「ターゲティング」をそれぞれ選択し、広告を表示する場所や人を調整できる。

プレースメント

アカウントのブランドセーフティ管理

Xでの配信先

選択した配信先が多いほど、リーチが拡大する可能性が高くなります。

☒ ホームタイムライン ^①
☒ プロフィール ^①
☒ 検索結果 ^①
☒ 返信 ^①

オーディエンスの特性

性別

すべて

女性

男性

年齢

☒ すべて
☐ 年齢範囲
☐ 日本限定の年齢範囲

言語 (オプション) ^①

検索

Q

場所 (オプション) ^①

検索

Q

一括アップロード

追加するキーワード

国 — 日本 ×

端末

オペレーティングシステム ^①

☐ iOS
☐ Android
☐ その他のモバイル
☐ デスクトップ

端末モデル (オプション) ^①

検索

Q

携帯電話会社 (オプション) ^①

検索

Q

☐ 次の期間に新しい端末を購入した利用者をターゲティング

オーディエンス

サブスクライバー (オプション) ^①

☐ プレミアムサブスクライバーのみターゲティング

カスタムオーディエンス (オプション) ^①

追加するキーワード

検索

☐ 選択したカスタムオーディエンスのフォロワーが似ているオーディエンスを含める

ターゲティング機能

以下で選択したターゲティング機能に一致しない場合でも、Xプレミアムユーザーに最も適切で関連性の高い広告を配信するため、Xが広告キャンペーンを最適化することがあります。 [詳細はこちら](#)

キーワード (オプション) ^①

一括アップロード

追加するキーワード

検索

フォロワーが似ているアカウント (オプション) ^①

おすすめ

一括アップロード

検索

Q

興味関心 (オプション) ^①

検索

Q

映画とTV番組 (オプション) ^①

検索

Q

会話トピック (オプション) ^①

検索

Q

追加オプション

☐ ポストの表示歴またはエンゲージメント歴があるユーザーをリターゲティング (オプション)
☐ @primenumbers_twさんのフォロワーもターゲティング (オプション)

ターゲティング戦略

ターゲティングを最適化

Allows X's advanced AI technology to boost your ad performance by refining audience selection. This ensures your ads connect with the most responsive users for optimal results. This feature is always on for X Premium Users. [詳細はこちら](#)

☒ オフ

⑥ クリエイティブ（広告内容）を作成する

次に広告として配信するプロモポストを作成する。
既存のポストを広告に利用することも、新規に広告専用ポストを用意することもできる。
通常のポストとほとんど変わらない感覚で手軽に作成できる。

CTA（行動喚起）を明確に書く（例：「詳しくはこちら」「お申し込みはこちら」など）ことでユーザーのクリックを促せる。

作成後、広告グループに紐づけて設定。

広告の詳細

[既存の広告を使う](#)

広告名 (オプション)

広告1

117

商品カテゴリ

予定済みのキャンペーンと広告キャンペーンの下書きではサポートされません

商品カテゴリを選択...

ランディングページ

ウェブサイト

クリエイティブタイプ

ランディングページに移動する広告の種類を選択してください。

メディア

いまどうしてる？

@ @ツイートしたアカウントのみ

返信を制限しているときは、下書きポストや予約ポストを保存できません。

単一メディア

1件の画像または動画

カルーセル

2〜6件の画像または動画

メディアを追加

☒ 広告用

注意

広告用ポストは、「公開」されたままです。Xアカウントを@ポストした場合（「@Xさん、こんにちは」など）、そのアカウントはポストのリンクが記載された通知を受け取ります。さらに、広告用ポストはデータパートナーがすぐに見られるようになります。機密性の高いコンテンツを保護するには、広告用ポストがキャンペーン開始後に公開されるように予約設定してください。[詳細はこちら](#)

⑦ 入稿と審査

キャンペーン設定とクリエイティブの用意が完了したら、広告を提出（入稿）する。
ポリシー違反がないか、不適切な表現や禁止コンテンツが含まれていないかなどがチェックされる。
通常数時間以内～1日程度で審査結果が出る。**万一却下された場合は指摘理由を確認し、クリエイティブの修正やターゲティングの変更を行って再入稿する必要がある。**余裕をもって審査に提出できるようにしておくことを推奨。

⑧ 配信開始

審査に合格すると、設定した日時から配信が始まる。
配信途中でも、必要に応じて入札額や予算配分、広告内容を調整できる。

／ 運用事例

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
	興味関心	4,298,768	¥14	12,965	0.3%	¥4.6	¥59,598
	キーワード	391,848	¥52	1,050	0.3%	¥19.4	¥20,389
	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

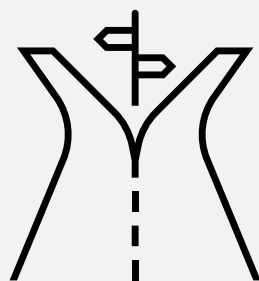
配信するか迷ったら お問い合わせください。

X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。



SNS広告・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！

X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/>

プライムナンバーズのサービス料金

入稿～運用・成果改善まで承ります！

[見積もり依頼はこちら](#)

弊社の広告運用代行サービスの料金は、原則以下のとおりです。内容・ご予算などに応じて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)



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/>