

Microsoft広告アカウント診断

調査報告書

分かったことと改善策、その根拠のデータ
(運用する方・ご担当者向け)

対象：C社（架空の精密部品メーカー） 期間：2025年10月8日～2026年10月7日（12か月）

2026年10月



株式会社TAMKO

この報告書で使う言葉

言葉	意味
問い合わせ／資料DL	問い合わせ＝見積・相談の依頼（判断の基準）。 資料DL＝途中の行動。どちらもUETの目標で計測し、分けて数える
問い合わせ単価	費用÷問い合わせ。上限は30,000円（受注1件の粗利×受注率×広告に回す割合・仮置き）
検索パートナー	Bing以外の提携サイトへの検索広告の配信。キャンペーンの設定と配信先の除外で調整する
配信先の除外候補	表示の割にクリックが多く（通常の検索行動では考えにくい水準）、問い合わせも資料DLも0件の配信先
対象外の検索語句	求職者・学生・意味を調べる人など、仕事の相手にならない人の検索語句
予算による表示の損失	予算が足りずに広告を出せなかった割合（インプレッションシェアの損失）
Administrator	変更履歴の変更者。人ではなく、Microsoft側で自動的に行われた変更

方針：問い合わせにつながらない配信を除外し、除外した分の費用を製品の一般語の検索に配分して2か月で判定する

方針	打ち手	評価指標
除外する	検索パートナーの配信先2件、対象外の語4語を除外する	除外した配信先・語の費用が0になる
配分する	製品の一般語の検索の予算を増やす（試作・見積・特注の語）	増やした分の問い合わせ単価（上限30,000円）
自動の変更を管理する	予算と一致タイプの自動適用を停止し、インポートの取り込む項目を見直す	人の変更が戻らない・意図しない変更が0件
守る線	社名・製品名の検索は予算を減らさない	単価1,864円・問い合わせの70%を維持

問い合わせ単価の上限30,000円＝受注1件の粗利300.0万円×問い合わせからの受注率10%×広告に回す割合10%（すべて仮置き）。会社・数字・語句・配信先はすべて架空です

検索パートナーの配信先のうち2件は、クリック率が通常では考えにくい水準で、問い合わせも資料DLも0件。2件を除外し、ほかの配信先は続ける

配信先	クリック率	費用（12か月）	問い合わせ・資料DL
検索パートナー			
search-portal-a.example	6.0%	38.4万円	47件
search-portal-b.example	4.7%	31.5万円	39件
fastsearch-partner.example	19.8%	28.7万円	0件
quick-results-hub.example	20.0%	22.4万円	0件
mobile-feed-app.example	3.7%	22.3万円	27件
privacy-search.example	7.8%	15.9万円	19件
オーディエンス広告			
msn.com	0.5%	80.8万円	35件
outlook.live.com	0.7%	37.0万円	16件
news-portal.example	0.3%	29.1万円	13件

→ 除外候補2件で年51.1万円（検索パートナーの費用の32%）。キャンペーンの除外設定で、配信先の2件を除外する

仕事の相手にならない検索語句4語に年100.8万円。問い合わせは0件。 業界・職務の推定でも、費用の8%が学生

検索語句	費用	問い合わせ
ばね 求人	32.1万円	0件
ばねとは	27.6万円	0件
ばね メーカー 年収	22.9万円	0件
ばね 自由研究	18.3万円	0件

職務（推定）	費用の割合
エンジニアリング	42%
購買	21%
研究開発	12%
営業	10%
学生	8%
その他	7%

改善策：管理画面のどこで何を設定し、効果をどう確認するか

#	分かったこと	改善策（どこで・何を）	時期	効果の確認方法
1	検索パートナーの配信先2件が、問い合わせも資料DLも0件で年51.1万円	キャンペーンの除外設定で、配信先の2件を除外する	2週目	除外した配信先の費用・問い合わせの割合
2	対象外の語4語に年100.8万円・問い合わせ0件	共有の除外キーワードのリストに入れ、全キャンペーンに適用する	2週目	対象外の語の費用
3	製品の一般語の検索は、予算による表示の損失が13%	試作・見積・特注の語の広告グループに予算を寄せ、日予算を引き上げる	3週目	増やした分の問い合わせ単価（上限30,000円）
4	推奨事項の自動適用で、予算の増額と部分一致の追加が2件	推奨事項の自動適用の設定で、予算と一致タイプを外す	2週目	意図しない変更の件数
5	Google広告からのインポートの直後に、人の変更が戻った疑いが9件	インポートの設定で、入札と除外を取り込む項目から外す	1週目	変更履歴で戻りが0件



変更履歴を出どころで分けると、人の操作のほかに インポート・推奨事項の自動適用・Microsoft側の自動の変更がある

出どころ	件数（12か月）	主な中身
Google広告からのインポート	106件	入札戦略の目標・キーワードの入札（毎週）
推奨事項の自動適用	2件	日予算の増額・部分一致のキーワードの追加
Microsoft側の自動の変更	1件	AI Max（検索語句の自動拡張）が有効に（検索 製品の一般語）

→ 人の変更の直後にインポートが入った組み合わせが9件。Microsoft広告側で修正する項目は、取り込みの対象から外す