

媒体更新情報

2024年3月度

／ Prime Numbers

目次

Google広告	3
Yahoo!広告	7
LINE広告	10
会社概要	13

Google廣告

【Google広告】レスポンス検索広告 広告見出し・説明文の表示形式変更

レスポンス検索広告において、パフォーマンスが改善すると媒体が判断した場合に広告見出しが1つのみ表示されるようになった。

■概要

レスポンス検索広告の広告見出し・説明文の表示形式が変更された。

従来

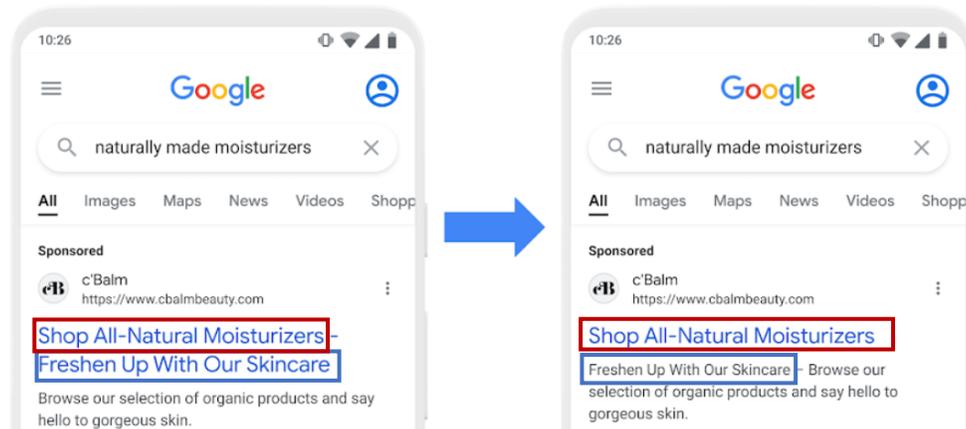
見出しが2つ（3つ）"- "で繋がられて表示される。



変更後

見出しが1つのみの方がパフォーマンスが改善すると判断された場合、**見出しは1つのみ表示される**。また、**説明文の先頭に広告見出しが表示される可能性がある**。

※固定されているアセットは引き続き固定位置で配信される



媒体の判断で見出しは**赤枠（見出し1）**のみになり、**青枠（見出し2）**は説明文先頭に移る。

■その他

なし

媒体	Google	情報種別	機能変更
おすすめの広告主	すべての広告主		
概要	パフォーマンスが改善すると媒体が判断した場合に広告見出しが1つのみ表示されるようになった。		
メリット 活用方法	1つの広告見出しを表示する方がパフォーマンスが向上する可能性がある。		
懸念事項注意点	見出しが入ることで説明文が意図しない文章になるおそれがある。		
その他備考	1つの広告見出しを使用した広告・説明文の先頭に広告見出しがある広告の表示回数は「組み合わせレポート」で確認可能		
参考URL	https://support.google.com/google-ads/answer/14506789		

【Google広告】RSAのキャンペーン単位の広告見出し・説明文が設定可能に

レスポンス検索広告において、キャンペーン単位で最大3個の広告見出しと2個の説明文のアセットを関連付けられるようになった。

■概要

レスポンス検索広告（RSA）において、キャンペーン単位で最大3個の広告見出しと2個の説明文（＝アセット）を関連付けることができるようになった。

これらのアセットは、キャンペーン内の有効なレスポンス検索広告すべてに適用される。

また、イベントなどの広告において特定の期間にアセットを表示したい場合は**キャンペーン単位の広告見出しと説明文のスケジュールを設定**でき、特定の位置に固定することもできる。

注: 広告単位で固定されているアセットが他にもある場合は、同じ位置に固定されているアセットがすべて表示される可能性がある。

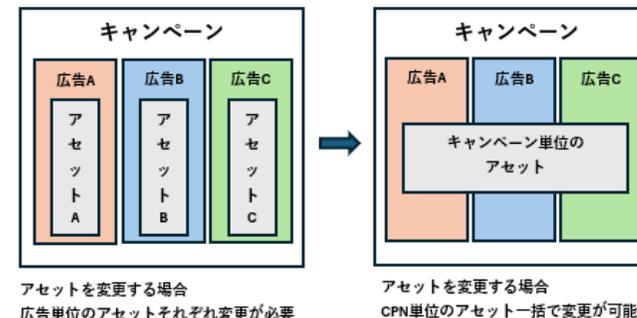
■メリット

アセットのスケジュールを設定できるため、イベントなど期間限定のプロモーションの管理が楽になる。

頻繁に更新が必要なキャンペーン単位の広告見出しと説明文をレスポンス検索広告全体で共有できる。

→**広告単位で更新する手間が省ける。**

■イメージ



媒体	Google	情報種別	機能変更
おすすめの広告主	すべての広告主		
概要	RSAにおいて、キャンペーン単位で最大3個の広告見出しと2個の説明文のアセットを関連付けられるようになった。		
メリット 活用方法	期間限定の訴求を含む広告を掲載したい場合に特に管理が楽になる。		
懸念事項注意点	—		
その他備考	—		
参考URL	https://support.google.com/google-ads/answer/13548268		

【Google広告】「アカウント単位の自動生成アセット」が利用可能に

パフォーマンスの向上が見込まれる場合、Google AI によって自動的に作成された広告表示オプションのアセットが広告の下に表示されるようになった。

■概要

アカウント単位の自動生成アセットを有効にすると、Google によって自動的に広告表示オプションのアセットが作成され、パフォーマンスの向上が見込まれる場合に広告に表示される。アセットはアカウント単位で作成されるため、複数のキャンペーンで共有できる。

従来

手動で作成した画像アセット、サイトリンク、コールアウト、構造化スニペットが常に配信されていた。



変更後

パフォーマンスの向上が見込まれる場合は、**動的画像アセット**、**動的サイトリンク**、**動的コールアウト**、**動的構造化スニペット**が手動作成アセットと同時に（またはその代わりに）表示される。

■メリット

ユーザーに商品やサービスをわかりやすくアピールできるため広告のパフォーマンスが向上し、広告がクリックされる可能性が高まる。
手動でアセットを作成する手間が省ける。

■その他

なし

媒体	Google	情報種別	機能変更
おすすめの広告主	すべての広告主		
概要	パフォーマンスの向上が見込まれる場合に自動生成の広告表示オプションのアセットが利用できるようになった。		
メリット 活用方法	広告のパフォーマンスが向上し、広告がクリックされる可能性が高まる。		
懸念事項注意点	—		
その他備考	—		
参考URL	https://support.google.com/google-ads/answer/7175034		

Yahoo!広告

Y!

【Yahoo!ディスプレイ広告】1日の予算と請求対象に関する仕様変更

1日に発生したコストの請求対象が日予算の120%から200%に変更された。また変更に伴い「1カ月の請求限度額」が新設された。

■概要

ディスプレイ広告（運用型）のキャンペーンにおいて、1日に発生したコストの請求対象が以下の通り変更された。

（変更前） 1日の予算の120%まで

（変更後） 1日の予算の200%まで

また上記の変更に伴い「1カ月の請求限度額」が新設された。

→原則として1日の予算に当月の日数を掛けて算出される金額。

発生した請求対象のコストのうち、実際に請求されるのは上記を基に算出された「1カ月の請求限度額」内の金額になる。

※月の途中で1日の予算を変更、または掲載を終了した場合などは1カ月の請求限度額の計算方法が異なる。

■注意点

- ・発生したコストが1カ月の請求限度額に達した場合、広告の掲載は停止する。
 - ・「1日の予算」を超過したコストが発生している日や「1日の予算」を使い切らない日が頻繁にあるキャンペーンの場合、実施日以降に配信挙動が変わる可能性がある。
- 1カ月の請求限度額を超えた請求は発生しない

■その他

なし

媒体	Yahoo!ディスプレイ	情報種別	機能変更
おすすめの広告主	すべての広告主		
概要	1日に発生したコストの請求対象が日予算の120%から200%に変更された。また変更に伴い「1カ月の請求限度額」が新設。		
メリット 活用方法	—		
懸念事項注意点	予算使用の進捗ペースが変わる可能性がある。		
その他備考	—		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240201/		

【Yahoo!検索広告】 画像アセットの提供開始

検索広告において、広告表示オプション（広告表示アセット）の新しい種類として「画像アセット」の提供が開始される。

■概要

2024年4月より、新しい広告表示オプション（広告表示アセット）として「**画像アセット**」の提供が開始される。

画像アセットを利用すると、広告主が入稿した画像を検索広告に表示可能。

■メリット

従来のタイトル・説明文などのテキストでの情報に加えて画像を表示することで、視覚的にユーザーに訴求できる。

■入稿可能な画像サイズ

- ・アスペクト比**1:1**でピクセルサイズが**300×300**以上
- ・アスペクト比**1.91:1**でピクセルサイズが**600×314**以上

■掲載不可の画像

- ・広告掲載基準に準拠していない画像
- ・外側に枠線がある画像
 - ※画像の外側の一部のみに枠線がある場合も掲載不可
- ・テキストが記載された画像
 - ※写真の中の商品などに印刷されたテキストは掲載可能

■注意

- ・掲載される際に、画像の角を丸くする、画像に枠線を追加するなど加工される可能性がある
- ・掲載された画像アセットをクリックすると、広告の最終リンク先URLに遷移する。
 - 画像アセット個別のリンクは設定不可**
- ・画像アセットの登録上限数は1アカウントにつき**1,000件**。**編集や削除は不可**。

■その他

なし

媒体	Yahoo!検索	情報種別	機能追加
おすすめの広告主	すべての広告主		
概要	新しい広告表示オプション（広告表示アセット）として「画像アセット」の提供が開始される。		
メリット 活用方法	視覚的にユーザーに訴求できる。		
懸念事項注意点	画像アセットの登録上限数は1アカウントにつき1,000件		
その他備考	2024年4月より適用予定		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240215/		

LINE広告

【LINE広告】 広告フォーマット「動画」がトークリストに対応

動画広告をトークリストに掲載できるようになった。

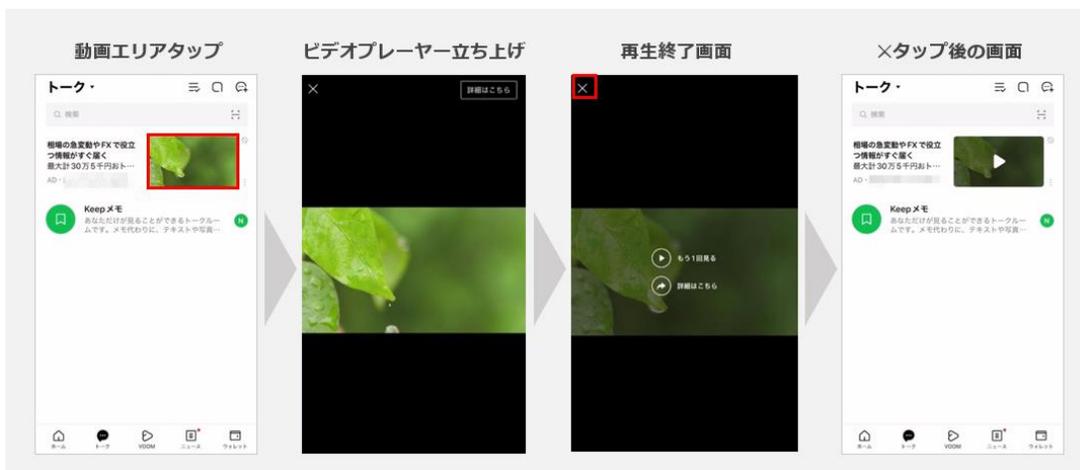
■概要

広告フォーマット「動画」がトークリストに対応し、動画広告をトークリストに掲載できるようになった。

■対象のフォーマット

- ・動画Card(16:9)
- ・動画Square(1:1)
- ・2月上旬リリース予定の新規広告フォーマット ※9:16は未対応

■ユーザーがトークリスト内の動画をタップした際の挙動



配信する際は、広告フォーマット「動画」の広告を作成・編集する画面で「小さい広告枠への動画配信を有効にする」をオンにする必要がある。

友だち追加広告には未対応。

■その他

なし

媒体	LINE	情報種別	機能追加
おすすめの広告主	すべての広告主		
概要	広告フォーマット「動画」がトークリストに対応し、動画広告をトークリストに掲載できるようになった。		
メリット 活用方法	ユーザー接点の多いトークリストでテキスト訴求も見せながら動画の視聴を促すことができる。		
懸念事項注意点	配信する際は「小さい広告枠への動画配信を有効にする」をオンにする必要がある。		
その他備考	—		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202401/		



【LINE広告】 広告フォーマット「動画（小）」を追加

入稿可能な広告フォーマットとして、新たに「動画（小）」が追加された。

■概要

入稿可能な広告フォーマットとして、新たに「動画（小）」が追加された。

■利用可能な配信面とキャンペーン目的

配信面	利用可能な キャンペーンの目的	広告入稿内容
<ul style="list-style-type: none"> トークリスト 	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサイトへのアクセス ウェブサイトコンバージョン アプリのインストール アプリのエンゲージメント 動画の再生 リーチ 	<ul style="list-style-type: none"> 動画 タイトル 最大25文字 長いタイトル 最大35文字 ボタン 遷移先 リンク先URL (任意)

■備考

- 配信実績はパフォーマンスレポートで確認可能
→レポート形式で階層は「広告」、集計方法は「サイズ別」を選択
- 9:16のアスペクト比の動画には未対応。

■その他

なし

媒体	LINE	情報種別	機能追加
おすすめの広告主	すべての広告主		
概要	入稿可能な広告フォーマットとして、新たに「動画（小）」が追加された。		
メリット 活用方法	—		
懸念事項注意点	—		
その他備考	2024年2月上旬より適用		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202401/		



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/>