

媒体更新情報

2024年10月度

／ Prime Numbers

目次

Yahoo!広告	3
LINE広告	13
会社概要	18

Yahoo!広告

【ディスプレイ広告（運用型・予約型）】一部広告入稿仕様の変更

広告の入稿仕様が一部変更される。

■概要

より多様な広告表現を可能にするために、10月3日より広告の入稿仕様が一部変更される。

■変更内容

▼共通

- ・ **カルーセル広告におけるタイトルの省略**
タイトルの全文が必ず表示される仕様だったが、実施日以降は**タイトルの一部が省略して表示される場合がある**。
- ・ **マルチバイト文字を使用したURLのpunycode変換**
最終リンク先URL、スマートフォン向けURLが日本語（マルチバイト文字）を含む場合、ドメイン部分に限り半角英数字（punycode）に変換されるようになる。

▼運用型

- ・ **カルーセル広告における説明文の最大文字数追加**
説明文に入力できる最大文字数が38文字→40文字になる。
（39文字目以降は”...”と省略されるため注意）
- ・ **「アプリ訴求」目的キャンペーンにおける入稿制限の緩和**
最終リンク先にウェブページのURLも設定できるようになる。
- ・ **表示URL項目の表示改善**
「アプリ訴求」の広告で最終リンク先URLにアプリストアのURLを入力した場合、自動設定される表示URLを画面上で確認できるようになる。

▼予約型

- ・ カルーセル広告に関する「広告掲載基準」の変更
「明記必須項目」をタイトルに入れられなくなる（入れると否認される）

■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	—		
概要	広告の入稿仕様が一部変更される。		
メリット 活用方法	—		
懸念事項注意点	—		
その他備考	2024年10月3日適用予定		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240918/		

【ディスプレイ広告（運用型）】「広告アクションユーザー」機能改善

「広告アクションデータソース」で設定可能なキャンペーン数が拡大した。

■概要

Yahoo!ディスプレイ広告オーディエンスリストターゲティングのリスト「広告アクションユーザー」において、「広告アクションデータソース」で設定可能なキャンペーン数が以下のとおり拡大した。

（変更前）1件

（変更後）50件

■メリット

1つのオーディエンスリストに複数のキャンペーンのデータを集約できるようになり、配信が最適化されやすくなるなど運用時の利便性が向上した。

■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	—		
概要	「広告アクションユーザー」データソースで設定可能なキャンペーン数が拡大した。		
メリット 活用方法	1つのリストに対して複数のキャンペーンを設定できるようになり、運用時の利便性が向上する。		
懸念事項注意点	—		
その他備考	2024年9月10日適用済み		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240911/		

【ディスプレイ広告（運用型）】LINE公式アカウントの友だち追加広告 提供開始

ディスプレイ広告（運用型）がLINE公式アカウントの「友だち追加広告」に対応する。

■概要

Yahoo!広告とLINE広告の取り組みの一環として、ディスプレイ広告（運用型）がLINE公式アカウントの「友だち追加広告」に対応する。また関連する機能の追加・変更も行われる。

■友だち追加広告について

LINE広告にて需要が高いLINE公式アカウントの友だち追加を目的とした広告（以下、友だち追加広告と表記）を、ディスプレイ広告のデータを利用して配信できるようになる。

■提供対象

現段階で利用できるのは契約当事者が「広告主」のアカウントのみ。

※「代理店」契約のアカウントの場合、広告取扱基本規定（2024年10月1日に改定予定）に同意することで利用可能になる。

■友だち追加広告に伴う項目追加

友だち追加広告の提供に伴い、キャンペーン目的や入札戦略、オーディエンスリスト種別に下記の項目が追加される。

キャンペーン目的：友だち追加

入札戦略：友だち追加数の最大化（目標値あり）、友だち追加数の最大化（目標値なし）
個別友だち追加単価

オーディエンスリスト種別：LINE公式アカウントの友だち
LINE公式アカウントをブロック中の友だち

■注意事項

実施日時点では、友だち追加広告の配信面はLINE NEWS面のみ。

今後掲載面は拡大予定（時期は未定）

■その他

なし

媒体	Yahoo!ディスプレイ	情報種別	機能追加
おすすめの広告主	—		
概要	ディスプレイ広告（運用型）がLINE公式アカウントの「友だち追加広告」に対応する。		
メリット 活用方法	友だち追加広告の配信範囲が広がる。		
懸念事項注意点	—		
その他備考	2024年10月7日適用予定		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240925/		

【検索広告】異なる期間のパフォーマンスデータを比較する機能の追加

異なる期間のパフォーマンスデータを比較する機能が追加された。

■概要

Yahoo! 検索広告の管理画面上でキャンペーン・広告グループのデータを確認する際に、2つの異なる期間のパフォーマンスデータをグラフ以外に数値でも確認できるようになった。

■メリット

異なる期間の成果比較を簡単に行えるため、成果を分析しやすい。
より詳細な分析やデータを基に効率的に運用できるようになる。

該当の数値は一覧画面上の「ダウンロード」ボタンからCSVファイルで取得可能。
※操作手順などの詳細は[こちら](#) (Yahoo!公式ヘルプページ)

■注意点

2つの期間のデータを比較している状態でデバイス別や年齢別などの分割表示はできない。

■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	2つの異なる期間のパフォーマンスデータを、グラフ以外に数値でも確認できるようになった。		
メリット 活用方法	より詳細な分析やデータを基に効率的に運用できる。		
懸念事項注意点	—		
その他備考	2024年9月11日適用済み		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240912/		

【検索広告】A/Bテスト機能の提供

検索広告において、広告のパフォーマンスを比較するA/Bテスト機能が提供される。

■概要

検索広告において、広告のパフォーマンスを比較するA/Bテスト機能が提供される予定。

※具体的な日程は未定

■テスト方法

既存のキャンペーンを元にして比較用キャンペーンが作成され、

2つのキャンペーンで効果検証を行う。

2つのキャンペーンに広告の配信機会を均等に分割することで、同じ配信環境でパフォーマンスを比較できる。

■メリット

精度の高い広告の効果検証ができるようになり、より効果的な運用が可能になる。

■注意点

- ・標準キャンペーン（アプリ訴求、DSA以外）でのみ利用可能
- ・下記機能を利用している場合は利用不可

一 拡大テキスト広告

一 キャンペーン間の予算共有機能

一 自動入札のスポット調整機能

一 自動入札の学習データ除外

一 アドカスタマイザー

一 キャンペーン単位のコンバージョン設定

- ・キャンペーン配下のエンティティで審査が完了していないものがある場合は利用不可
- ・A/Bテストの作成は1アカウントあたり**10件**まで
- ・すでにあるキャンペーンを2件選択して「A/Bテスト」を行うことはできない

■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	検索広告において、広告のパフォーマンスを比較するA/Bテスト機能が提供される予定。		
メリット 活用方法	精度の高い広告の効果検証ができるようになり、より効果的な運用が可能になる。		
懸念事項注意点	利用できない場合もあるため要確認。		
その他備考	提供開始日未定（2024年秋ごろ予定）		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240924-01/		

【検索広告】レスポンス検索広告における広告表示の最適化について

レスポンス検索広告の「タイトル」部分の表示が変更された。

■概要

検索広告のレスポンス検索広告におけるパフォーマンス向上を目的として、広告表示の最適化が2024年9月4日に実施された。

■変更内容

- ・レスポンス検索広告のタイトルが1件から表示されるようになった
- ・広告に表示されたタイトルが1件の場合、表示されたタイトルとは別のタイトルが、後に続く説明文の先頭に連結して表示されるようになった



◀2件目以降のタイトルが目立ちにくくなる場合がある

▼パフォーマンスレポートの表示について

説明文に連結したタイトルは「説明文に連結したタイトル」という項目名でレポートに表示される。

▼アセット詳細画面の表示について

アセット詳細画面の「組み合わせ」タブでは、説明文に連結したタイトルは「説明文1」の直前に表示される。

■その他

なし

媒体	Yahoo!検索	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	レスポンス検索広告の「タイトル」部分の表示が変更された。		
メリット 活用方法	—		
懸念事項注意点	2件目以降のタイトルが目立ちにくくなる場合がある。		
その他備考	2024年9月4日提供開始済み		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240821/		

Y!

【検索広告】入札戦略の最適化に使用するコンバージョンを選択する機能の提供

入札戦略の最適化に使用するコンバージョンをキャンペーン単位で選択できるようになる。

■概要

検索広告において、入札戦略の最適化に使用するコンバージョンをキャンペーン単位で選択できるようになる。※具体的な日程は未定

また、複数のコンバージョンをまとめられる「**コンバージョングループ**」の提供とコンバージョン設定ごとに付与される項目「**コンバージョンの発生元**」の追加も同時に実施される。

■メリット

キャンペーンの目的に合ったコンバージョンのみで自動入札の学習を最適化できる。

■変更前の仕様

設定されているコンバージョンはすべて共通の”1件のコンバージョン”として扱われる。コンバージョンを目的とした自動入札タイプにて**本来の目的であるコンバージョンのみでは最適化が行えていない可能性があった。**

■変更後の仕様

キャンペーンの目的に応じてコンバージョンを選択できるようになる。コンバージョンを目的とした自動入札タイプにて**本来の目的であるコンバージョンのみを選択して最適化が行われるようになる。**



■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	入札戦略の最適化に使用するコンバージョンをキャンペーン単位で選択できるようになる。		
メリット 活用方法	キャンペーンの目的に合ったコンバージョンのみで自動入札の学習を最適化できる。		
懸念事項注意点	継続的に一定のコンバージョン数が見込めるキャンペーンでの利用が推奨されている。		
その他備考	提供開始日未定（2024年秋ごろ予定）		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240924/		

【検索広告（ショッピング）】長期間全件更新のない商品フィードの削除

検索広告（ショッピング）において、90日間以上全件更新のない商品フィードを削除する仕様に変更。

■概要

90日間以上 全件更新のない商品フィードが削除されるようになった。

■削除までの流れ

商品フィードの全件更新を実施せず60日間経過

→LINE Merchant Systemの商品受信設定で入力したメールアドレスにメールが届く。

商品フィードの全件更新を実施せず90日間経過

→商品フィードを削除

■注意点

商品フィードが削除されると、Yahoo! JAPAN商品情報掲載、検索連動型ショッピング広告はいずれも配信が停止する。

配信を再開する場合は、商品フィードの全件更新を実施する必要がある。

■その他

なし

媒体	Yahoo!検索 (ショッピング)	情報種別	機能変更
おすすめの広告主	—		
概要	90日間以上全件更新のない商品フィードを削除する仕様に変更。		
メリット 活用方法	—		
懸念事項注意点	商品フィードが削除されると商品情報掲載と広告が停止する。		
その他備考	2024年9月3日適用済み		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240903/		

Y!

(再掲) 【検索広告 (ショッピング)】 自動運用ルールの提供開始について

入札価格の変更などを自動的に実行する自動運用ルールが提供された。

■概要

検索連動型ショッピング広告において、自動運用ルールが利用できるようになった。

▼自動適用ルールとは

広告主が設定したルール (条件) に合致したキャンペーンまたは商品グループの設定内容 (入札単価や予算など) を自動で調整する機能。

(例)

インプレッション数が少ない商品グループ (ルール) →入札価格を引き上げる (自動調整)
コンバージョン数が多いキャンペーン (ルール) →1日の予算を引き上げる (自動調整)

■ルールの作成方法

実行する対象と内容、条件、頻度などを入力して作成する。

▼条件

以下項目の数値変動を設定。1つのルールに最大5つの条件を追加可能。

インプレッション数・クリック数・クリック率・平均CPC・コンバージョン数・コンバージョン率・コスト/コンバージョン数

(以下はキャンペーンのみ利用可能)

ページ最上部のインプレッションシェア損失率 (予算) ・インプレッションシェア損失率 (予算) ・インプレッションシェア損失率 (ランク) ・ページ最上部のインプレッションシェア損失率 (ランク)

▼実行頻度

毎日、毎週、毎月のいずれか

■その他

なし

媒体	Yahoo!検索 (ショッピング)	情報種別	機能変更
おすすめの広告主	ショッピング広告を利用中の広告主		
概要	検索連動型ショッピング広告において、自動運用ルールが利用できるようになる。		
メリット 活用方法	広告運用ノウハウを反映した運用ルールを設定でき、広告運用にかかる手数料や時間を削減できる。		
懸念事項注意点	—		
その他備考	2024年8月28日提供開始済み		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240807-01/		

LINE広告

【LINE広告】動画視聴経由コンバージョンの計測開始

動画視聴経由コンバージョンの計測が可能になった。

■概要

LINE広告において、**動画視聴経由コンバージョン**の計測も可能になった。これまではクリック経由コンバージョンしか計測できなかったが、コンバージョンを計測できる対象が拡大した。この変更に伴い、レポート画面やパフォーマンスレポートの項目や内訳が変更された。クリック経由のコンバージョンと動画視聴経由コンバージョンを含む、「〇〇（すべて）」の指標が追加された。

▼動画視聴経由コンバージョンとは

動画広告を一定時間視聴したユーザーの行動を、広告成果として計測する仕組みのこと。

■メリット

動画広告において、今まで以上に広告の効果が検証しやすくなる。



■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	動画視聴経由コンバージョンの計測が可能になる。		
メリット 活用方法	動画視聴後のユーザーの購買や行動を分析できるようになる。		
懸念事項注意点	—		
その他備考	提供開始済み		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202408/		

【LINE広告】LINE広告ネットワークの配信先アプリを指定可能に

LINE広告ネットワークの配信先アプリを指定できる機能が正式リリースされた。

■概要

これまでβ機能として提供していたLINE広告ネットワークの配信先アプリを指定できる機能が正式リリースされた。

広告配信を行いたいアプリがある場合に、配信設定が容易にできるようになった。

■リストの作成方法

配信先リストの作成は、広告グループ作成画面の「広告の配信」設定の[許可リスト作成]から行う。配信したいアプリのURLをCSVまたはTXTファイルに入力して、アップロードすることで可能。

■備考

β機能では、許可リスト作成数の上限は500件だったが、100件へ変更された。

■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	LINE広告ネットワークの配信先アプリを指定できる機能が正式リリースされた。		
メリット 活用方法	—		
懸念事項 注意点	—		
その他備考	提供開始済み		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202408/		



【LINE広告】配信先に「LINE GAME公式アカウント」を追加

配信先にLINE GAME公式アカウントの一部にてトークルーム内のヘッダーが追加された。

■概要

LINE GAME公式アカウントの一部にてトークルーム内のヘッダーに広告が表示されるようになった。※すべてのLINE GAME公式アカウントに広告が表示されるわけではない。



■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	配信先にLINE GAME公式アカウントの一部にてトークルーム内のヘッダーが追加された。		
メリット 活用方法	—		
懸念事項注意点	—		
その他備考	2024年9月11日提供開始済み		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/20240906/		



【LINE広告】一部詳細ターゲティングの提供終了

詳細ターゲティングの「行動」配下の一部セグメントが、12月上旬をめどに終了する。

■概要

詳細ターゲティングの「行動」配下の一部セグメントが、12月上旬をめどに終了する。
終了するのは下記のセグメント。

購買意向

>店舗>ドラッグストア、飲食店、家具・インテリアショップ

これらを設定している場合は終了までに設定を変更する必要がある。
※レポートの確認は終了後も可能。

■その他

なし

媒体	LINE	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	詳細ターゲティングの「行動」配下の一部セグメントが、12月上旬をめどに終了する。		
メリット 活用方法	—		
懸念事項注意点	—		
その他備考	適用日未定（12月上旬予定）		
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202408/		



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/>