Yahoo!広告大全

目次

Yahoo!広告大全

1　Yahoo!広告の基本情報　…　P3
2　広告の種類　…　P6
3　広告メニュー別の配信先　…　P11
4　広告表示オプションの活用方法　…　P14
5　始め方　…　P20
6　ターゲティングとリターゲティングの設定方法　…　P23
7　自動入札機能の活用と入札単価の最適化　…　P26
8　Google広告とYahoo!広告の違いと使い分け　…　P29
9　事例紹介　…　P31
10　公式サポートコンテンツの紹介　…　P34
11　会社概要　…　P37

Yahoo!広告の基本情報

Yahoo! JAPANのサービスに広告を掲載できるプラットフォーム

・ユーザー数は**約8500万人**（日本のインターネット利用者の約8割）

・**基本料金なし・最低出稿金額の縛りなし**（月数万円から運用可能）

・ **LINE広告の配信面**にも掲載可能（2023年～LINEヤフー株式会社として合併）

・**クリック単価課金**で無駄なコストを抑制

Yahoo! JAPANのユーザー層

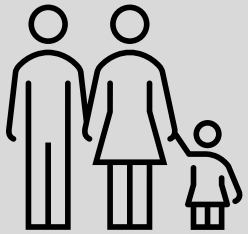
広告効果が期待できる対象：
30代以上向けの製品・サービス
ビジネスパーソン向け商材
安定収入層をターゲットにした商品

ユーザー規模

アクティブユーザー数
約8500万人
日本のインターネット
利用者の**約8割が利用**

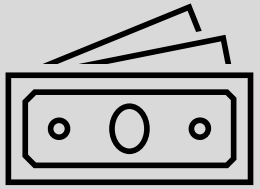
性別・年齢

男性 **51%** / 女性 **49%**
50～64歳が**26%**で最多
30歳以上が**8割**を占める



職業・収入

約6割が就業者
（働く世代）
利用者の約半数が
日本の平均年収以上



広告の種類

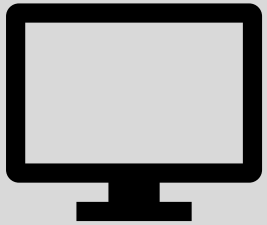
配信メニューは大きく分けて下記の2種

①検索広告

・リスティング広告

・ショッピング広告

②ディスプレイ広告



・運用型

・予約型

検索広告（リスティング広告）

- 検索結果画面にテキスト形式の広告を掲載
- “今”商材を探しているユーザーに直接訴求
- 成約率が高く、成果が出やすい
- 対象キーワードの検索数に依存

画像引用：Yahoo!広告 検索広告

ターゲティング：

キーワード、地域、デバイス、曜日時間帯

検索広告（ショッピング）

・商品情報（画像・価格）を
「コマース検索」に掲載

・ユーザーが商品を比較しやすく、
購入意欲を高める

・検索結果から直接
商品詳細ページへ遷移

特に効果的な業種：

ECサイト、小売業など
多くの商品を扱う事業者

画像引用：検索広告（ショッピング）について

ディスプレイ広告

・画像や動画形式の広告を配信

・潜在的なニーズを持つユーザーに
広くアプローチ

・ブランド認知向上や新商品告知に効果的

・視覚的インパクトが大きい

画像引用：Yahoo!広告 ディスプレイ広告（運用型）
※画像はレスポンシブディスプレイ広告

ターゲティング：

性別・年齢、興味関心、掲載先の指定など

広告メニュー別の配信先

検索広告（リスティング広告）

Yahoo!の検索結果画面

パートナーサイトの検索結果画面

ネットワークパートナー：Gunosy、BIGLOBE、楽天インフォシーク など

検索広告（ショッピング）

Yahoo!検索結果画面の中間部

テキスト広告の下に商品画像付きで表示

複数商品が横並びで表示（比較検討しやすい）

ディスプレイ広告（画像・動画）

Yahoo!サービス内

Yahoo! TOP、Yahoo! ニュース、Yahoo! 乗換案内、Yahoo! メール、Yahoo! 天気 など

その他

パートナーサイト、ファッションサイト、レシピサイト、ブログサイト、LINEアプリ内など

ディスプレイ広告の種類

バナー：画像または動画のみ

動的ディスプレイ：商品リスト情報を動的表示

テキスト：テキストのみの広告

レスポンシブ：掲載面に合わせて自動調整

カルーセル：複数画像の横長バナー

広告表示オプションの活用方法

クイックリンク

広告の下に追加で表示されるリンク

・広告の占有面積が大きくなりクリック率向上

・ユーザーが求める情報に直接アクセス可能

・最大10個まで設定可能（4～6個が効果的）

画像引用：クイックリンクアセットとは

電話番号表示

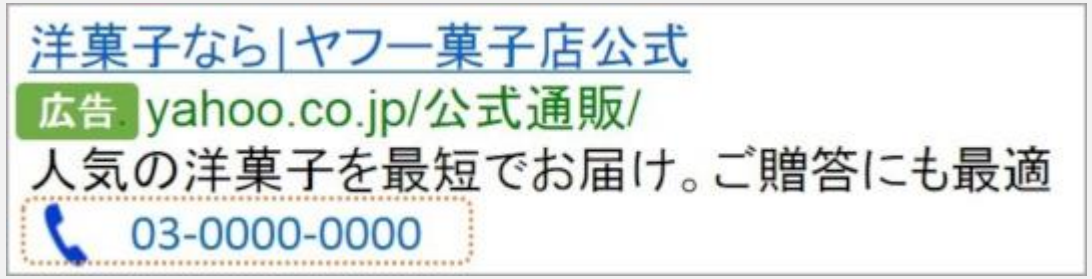
広告に電話番号を表示するオプション

・スマホからタップで電話可能

・地域密着型ビジネスに効果的

・営業時間設定で対応可能時間のみ表示

・電話コンバージョンの計測が可能



画像引用：電話番号アセットの作成

テキスト補足

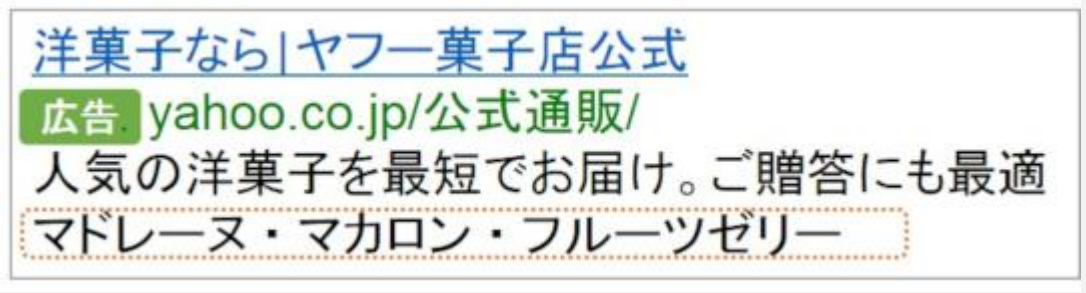
広告下部に追加で表示されるテキスト情報

・商品やサービスの特徴や強みをアピール

・ 他社と差別化できるポイントを記載

・ 「無料配送」「24時間」「シェアNo.1」

など数字やデータを含めると信頼性向上



画像引用：テキスト補足アセットの作成

カテゴリ補足（構造化スニペット）

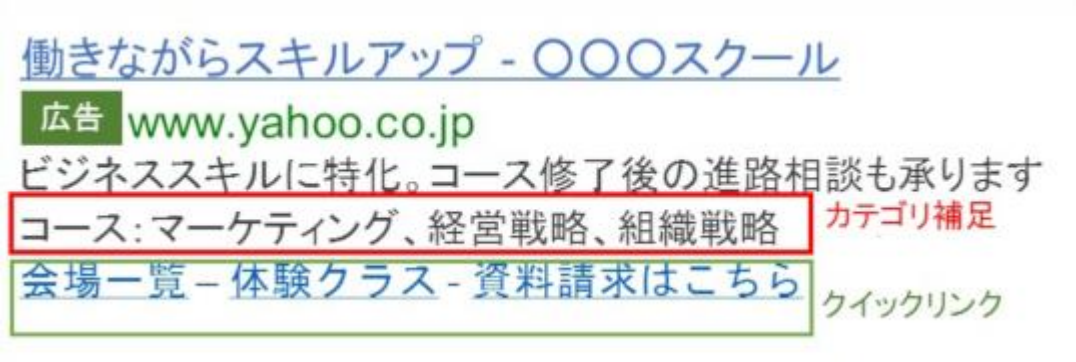
製品やサービスのカテゴリを一覧表示

・求めるカテゴリがあるか
　クリック前に確認可能

・複数商品・サービス提供企業に効果的

・クリック後の離脱を減らす効果

・「ブランド」「コース」「モデル」
　などヘッダー選択可



画像引用：カテゴリ補足アセットの作成

表示オプション設定例：オンライン英会話スクールの場合

広告文
「初心者向け英会話レッスン｜24時間対応・個別指導」

クイックリンク
「無料体験レッスン申込」「料金プラン」「講師紹介」「よくある質問」「法人向けプラン」

テキスト補足
「ネイティブ講師が指導」「初回レッスン無料」「受講者満足度95%」

カテゴリ補足
「ビジネス英会話」「日常英会話」「TOEIC対策」「子供向け」

電話番号
「0120-XXX-XXX」（営業時間：平日10:00-19:00）

始め方

配信までの手順

1. 個人アカウント開設

Yahoo! JAPAN IDと
Yahoo!JAPAN ビジネスIDの取得
※両方のID発行が必須
（個人IDとビジネスIDは別）

ビジネスIDはYahoo!広告の申込みページから取得

Yahoo! JAPAN ID 新規取得
Yahoo!広告の申込みページ

2. Yahoo!広告アカウント開設

①会社情報・管理者情報の記入

②SMSとメールによる認証

③「検索広告アカウント」
「ディスプレイ広告アカウント」
のいずれかを選択

※両方の広告を運用したい場合は
両アカウントを開設

3. 支払い方法の設定

基本的には前払いデポジット形式
クレジットカードの登録と入金が必要

「手動入金」または「自動入金」を選択可能

手動入金：残高がなくなると配信停止
自動入金：残高が一定を下回ると自動で支払い

配信までの手順

入稿〜運用・成果改善まで承ります！

無料相談はこちら

4. 広告キャンペーン作成

検索広告の場合：

①キャンペーン作成＞目的選択

②キャンペーン名・予算・地域設定の入力

③広告グループ作成・キーワード設定

④広告文作成・入札単価設定

ディスプレイ広告の場合：

①キャンペーン作成＞目的選択

②キャンペーン名・予算・地域設定の入力

③ターゲット設定（年齢、性別、興味関心）

④画像・テキストのアップロード

⑤入札方法（手動/自動）と単価設定

ターゲティングとリターゲティングの設定方法

ターゲットの種類

①**デモグラフィックターゲティング**：性別、年齢、地域などの基本属性

②**興味関心ターゲティング**：ユーザーの検索・閲覧履歴から興味を推測

③**行動ターゲティング**：特定のアクションを取ったユーザーを対象

④**サイトカテゴリターゲティング**：広告を表示するサイトのカテゴリを指定

⑤**購買意向ターゲティング**：購入やサービス利用を検討中のユーザーに配信

リターゲティングリストの作成と活用

過去にサイト訪問やアクションを取ったユーザーに再度広告配信

■リターゲティングリストの作成方法

「ツール」→「オーディエンスリスト」を選択
「+オーディエンスリストを作成」をクリック
「サイトリターゲティング」を選択
リスト名・対象URL条件・データ有効期間を設定
作成したリストをターゲティングに設定

■効果的な活用法

訪問ページに応じた**セグメント分け**
フリークエンシーの適切な設定（広告疲れ防止）
購入済みユーザーを**除外リスト**に入れる
閲覧コンテンツに**関連する商品を強調**

自動入札機能の活用と入札単価の最適化

主な自動入札機能

①コンバージョン数の最大化

予算内で可能な限り多くのコンバージョン獲得を目指す

②コンバージョン単価の目標値

目標コンバージョン単価内での最大化を目指す

③クリック数の最大化

予算内で可能な限り多くのクリック数を獲得認知拡大や新規サイト立ち上げ初期に適する

④検索結果の上位掲載

ブランディングや認知拡大を重視する場合に有効

自動入札の設定方法

キャンペーン作成/編集画面で「入札戦略」を開く ▶ 「自動入札」を選択し、希望する入札戦略を選択

▶必要に応じて目標値や上限入札額を設定 ▶設定を保存

適切な入札単価の決め方

①ビジネス目標からの逆算

商品・サービスの利益率から許容獲得単価を計算

例）商品利益10,000円、広告費30%の場合、許容獲得単価は3,000円

②コンバージョン率に基づく計算

過去データからコンバージョン率を把握し最大クリック単価を計算

例）コンバージョン率2%、許容獲得単価3,000円の場合、最大クリック単価=3,000円×2%=60円

Google広告とYahoo!広告の違いと使い分け

両広告プラットフォームの特徴比較

項目	Google広告	Yahoo!広告
国内検索シェア	約75%	約20%
主なユーザー層	若年層の利用率が高い傾向	**30代以上**や**ビジネスパーソン**の利用率が高い
利用可能地域	全世界	日本国内のみ
ディスプレイネットワーク	GDNのパートナーサイト	Yahoo!サービス、YDNパートナー、LINE
クリック単価	競合が多く、高い傾向	**比較的安い傾向**
配信量	多い（トラフィック獲得量が多い）	比較的少ない

ターゲットユーザー：30代以上やビジネスパーソンなら、Yahoo!広告が有利。若年層がメインならGoogle広告を優先することを推奨。

地域：海外市場にもアプローチしたい場合はGoogle広告が必須

商材の特性：Yahoo!ショッピングと連携したECビジネスなら、Yahoo!広告が相性良好

事例紹介

事例①
イベント会社（集客目的）

Yahoo!リスティング広告の成果

1クリックの単価：**120円**

申し込み件数：**80件**

1件の獲得単価：**7万円**

Googleリスティング広告の成果

1クリックの単価：**200円**

申し込み件数：**20件**

1件の獲得単価：**8万円**

比較結果

- Yahoo!広告の方がクリック単価が約40%安い
- 申込件数は4倍
- 獲得単価も12.5%低い

ポイント

- イベント関連キーワードはYahoo!で検索するユーザーが多い
- Yahoo!の年齢層（30代以上）がイベントサービスと相性が良かった
- クリック単価の低さを活かし、より多くのインプレッション数を確保

事例②
アパレル会社（購入目的）

Yahoo!リスティング広告の成果

1クリックの単価：**120円**

申し込み件数：**1,500件**

1件の獲得単価：**300円**

Googleリスティング広告の成果

1クリックの単価：**10円**

申し込み件数：**400件**

1件の獲得単価：**200円**

比較結果

- Yahoo!広告はクリック単価が高く、獲得単価も高い
- 申込件数は約3.8倍と多い
- トータルの売上貢献度はYahoo!広告の方が高い

ポイント

- アパレル商品検索者はGoogleの方が多いが、Yahoo!ユーザーの購買意欲が強かった
- Yahoo!ショッピングとの連携により、購入までの導線がスムーズ
- 予算を増額することで、より多くの申し込みを獲得できた

公式サポートコンテンツの紹介

公式サポートコンテンツの紹介

Yahoo!公式検索キーワード・料金見積サービス

アカウント作成前に見積もりが欲しい方向け。既にGoogle広告を運用中の場合、同一キーワードでの予測が可能。

Yahoo!公式ラーニングポータル

アカウント開設や運用方法について分かりやすく解説。YouTube動画リンク付きで視覚的に学べる。

Yahoo!公式YouTubeチャンネル

Yahoo!広告の仕組みや操作方法、ノウハウを動画で学習できる。

Yahoo!公式ヘルプ

「管理画面にログインできない」「コンバージョンが測定できない」など具体的な困りごとの解決策を探せる。

Yahoo!広告をご利用中のお客様専用問い合わせ

アカウント開設や審査に関する疑問など、Yahoo!広告に直接コンタクトを取りたい際に利用できる。

まとめ

配信するか迷ったら
お問い合わせください。

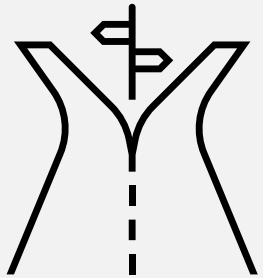
Yahoo!広告の配信でどれだけ成果が出るのか？

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。



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！

Yahoo!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、原則以下の表の通りです。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）	
バナー制作※	レスポンシブ広告	1デザイン2サイズ：30,000円
	通常バナー	1デザイン：30,000円
	バナーリサイズ	1サイズ：5,000円
LP制作	要件に応じてお見積りいたします	
アクセス解析	初期設定／広告設定：30,000円～	
（Google Analytics）	アクセス解析レポート：50,000円～	

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/