

媒体更新情報

2025年4月度

／ Prime Numbers

目次

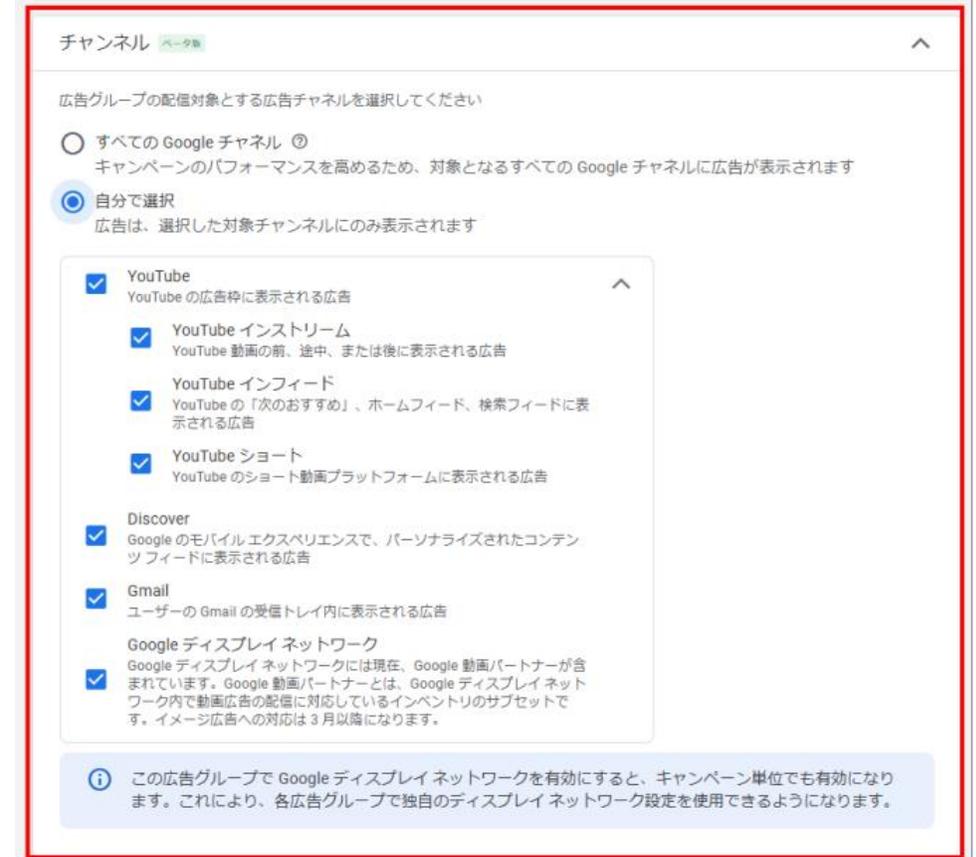
Google広告	3
Yahoo!広告	5
LINE広告	15
会社概要	18

Google廣告

【Google広告】 デマンドジェネレーションと Googleディスプレイネットワークの統合

デマンド ジェネレーションの配信先が選択できるようになった。またGDNへの配信も可能になった。

媒体	Google広告
情報種別	機能追加
概要	<p>2025年3月より、デマンドジェネレーション広告の配信面を選択できるようになる。 →YouTube、Discover、Gmail、Googleディスプレイネットワークの中から 広告の表示場所を選択できるようになる。</p> <p>■今後の予定 現在はGDNの動画広告面に配信が可能だが、4月以降画像広告面にも配信枠が拡大。これにより、300万を超えるサイト・アプリに配信され、オンラインユーザーの90%超にリーチできるようになる。 画像広告を含むデマンドジェネレーションキャンペーンを実施している場合、設定変更をしなければ、2025年4月以降はそれらの画像広告が自動的にGoogle ディスプレイネットワーク上でも配信されるようになる。</p> <p>■その他の変更</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デマンドジェネレーション内の「Google動画パートナー」の名称が「Google ディスプレイネットワーク」に変更 ・GDNへの配信の同意設定がキャンペーン単位から広告グループ単位に変更
メリット 活用方法	デマンドジェネレーション広告の選択肢が広がる
注意点	イメージ広告をGoogle ディスプレイ ネットワークに配信したくない場合は、3月中旬に「Google 動画パートナー」のチェックボックスをオフにする必要がある
適用日	2025年4月適用予定
参考URL	https://support.google.com/google-ads/answer/15890515?hl=ja



▲GDNを含む配信先を選択可能に

Yahoo! 広告

【Yahoo!広告】 入稿可能な文字の追加とファイル操作仕様の変更

各種入稿アイテムで使用できる文字と利用可能な文字コードとファイル形式が追加された。

媒体	Yahoo!検索広告、Yahoo!ディスプレイ広告
情報種別	機能追加
概要	<p>Yahoo!広告の利便性向上のため、入稿アイテムの名称や説明などで使用できる文字が追加され、外国語入力などが可能になった。</p> <p>また、各種明細やファイルダウンロード機能において新たな文字コードが利用可能となり、拡張子が「.csv」でタブ区切り形式のファイルも使用できるようになった。</p> <p>ディスプレイ広告では、トラッキングURLやキャンペーンバナーのリンク先URLにマルチバイト文字（日本語など）を使用した場合、ドメイン部分が自動的にpunycodeに変換される機能が追加された。 ただし、広告管理ツールでの広告作成・編集時のみ対象となる。</p>
メリット 活用方法	外国語を含むさまざまな文字の入力が可能になり、多言語に対応した広告が配信しやすくなった。
注意点	マルチバイト文字URLのpunycode変換は広告管理ツールの一部機能のみが対象であり、API経由など他の入稿方法では対応していない。
適用日	2025年3月18日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250319/

使用可能な文字が追加される入稿アイテム一覧

対象プロダクト	対象画面	エンティティ名
検索広告		MCCアカウント名
ディスプレイ広告		アカウント名
ディスプレイ広告	アカウント一覧画面	アカウント名
ディスプレイ広告	キャンペーン一覧画面	キャンペーン名
ディスプレイ広告	広告グループ一覧画面	広告グループ名
ディスプレイ広告	広告一覧画面	広告名
ディスプレイ広告	ラベル設定画面	ラベル名
ディスプレイ広告		説明
ディスプレイ広告	カスタム指標の追加画面	カスタム指標名
ディスプレイ広告		説明
ディスプレイ広告	表示項目の編集画面	表示項目設定名
ディスプレイ広告	在庫確認・シミュレーション	在庫確認リスト名
ディスプレイ広告	オーディエンスリストの管理画面	オーディエンスリスト名
ディスプレイ広告		説明
ディスプレイ広告	サーチキーワードリスト一覧画面	サーチキーワードリスト名
ディスプレイ広告		説明
ディスプレイ広告	プレースメントリストの管理画面	プレースメントリスト名
ディスプレイ広告		説明
ディスプレイ広告	コンテンツキーワードリストの管理画面	コンテンツキーワードリスト名
ディスプレイ広告		説明
ディスプレイ広告	商品セット追加画面	商品セット名
ディスプレイ広告	広告作成、編集画面 画像の管理画面 動画の管理画面 など	メディア名
ディスプレイ広告	「コンバージョン測定」画面	コンバージョン名
ディスプレイ広告	コンバージョングループ画面	コンバージョングループ名
ディスプレイ広告	コンバージョンデータのインポート	広告管理ツールにインポートする ファイル名
ディスプレイ広告	自動運用ルール画面	ルール名
ディスプレイ広告		説明
ディスプレイ広告	A/Bテストの一覧	テスト名
ディスプレイ広告		説明
ディスプレイ広告	共有予算の一覧画面	共有予算名
ディスプレイ広告	パフォーマンスレポート一覧画面	レポート名
ディスプレイ広告		テンプレート名
ディスプレイ広告	操作履歴画面で「操作履歴ファイル作成」ボタンを押下	ファイル名
ディスプレイ広告	インポート	インポートファイルのファイル名
ディスプレイ広告	ブランド効果測定の設定画面	「サーチリフト調査」欄で入力する キーワード

【Yahoo!ディスプレイ】「高度なセグメント」にURL登録機能が追加

「高度なセグメント」でURLを登録すると検索結果から当該URLに訪問した人をリスト化できる機能が追加

媒体	Yahoo!ディスプレイ広告
情報種別	機能追加
概要	<p>Yahoo!広告 ディスプレイ広告のオーディエンスリスト「高度なセグメント」において、URLの登録が可能になった。</p> <p>この機能により、登録したURLとその下層ページにYahoo!の検索結果からアクセスしたユーザーをリストに蓄積できる。</p> <p>広告主自身のウェブサイトやターゲットユーザーが訪問しそうなウェブサイトを登録してターゲティングに活用することで、より効果的な広告配信が期待できる。</p> <p>※プライバシー保護規制強化の状況を考慮し、ファーストパーティーデータを活用した広告配信機能を拡充することを目的としている。</p>
メリット 活用方法	サードパーティCookieを使わなくても、特定のウェブサイトに興味を持つユーザーをターゲティングできる。
注意点	キーワードとURLの両方は同一リストに登録できない ため、URLを入力する場合は新たにオーディエンスリストを作成する必要がある。
適用日	2025年3月18日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250304/

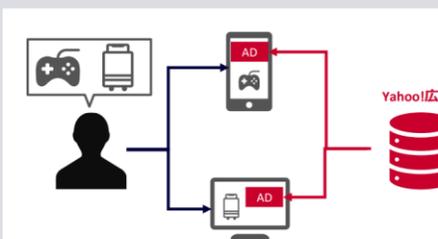
リターゲティング配信の強化・補完



自社のウェブサイトのURLを指定し、過去に訪問したことのあるユーザーに広告配信する

※**サイトリターゲティング**による広告配信を補完する役割

ターゲットユーザーへの配信強化



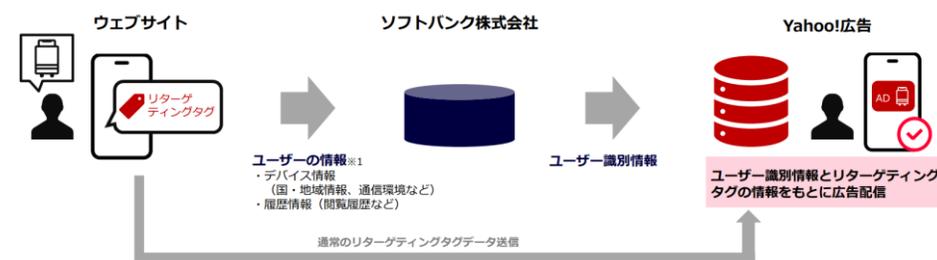
ターゲットとするユーザーが訪問しそうなウェブサイトのURLを指定し、広告配信する

※指定したウェブサイトには広告掲載されるわけではありません

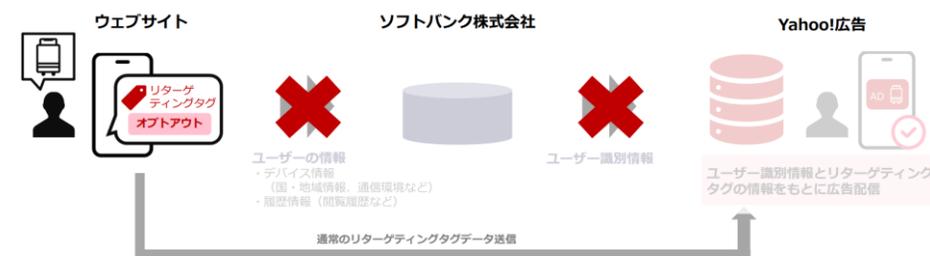
【Yahoo!ディスプレイ】 サイトリターゲティングでソフトバンクのIPアドレス情報を活用できるように

サイトリターゲティングの機能が拡張し、ソフトバンク端末のIPアドレス情報を利用できるようになる。

媒体	Yahoo!ディスプレイ広告
情報種別	機能追加
概要	<p>ソフトバンク端末のIPアドレス情報を活用できる機能が実装される。 (ブラウザの仕様が変わり、サイトリターゲティングを用いた広告配信量が減少・効果測定が難化している状況を改善するため)</p> <p>ソフトバンク端末利用者へのサイトリターゲティングを用いた広告配信が強化され、広告配信量の増加と配信精度の向上が期待できる。</p> <p>※実施日以降自動的にディスプレイ広告アカウントに適用され、広告主側での特別な操作は不要</p>
メリット 活用方法	Cookie規制などの影響を受けにくい形でサイトリターゲティングの効果が向上する
注意点	電気通信事業法における外部送信規律の対象企業は、ウェブサイトにこの機能について記載する必要がある
適用日	2025年4月14日より順次適用予定
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250226/



▲利用する場合

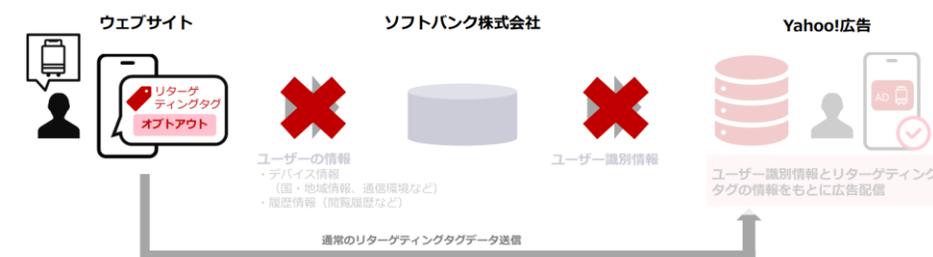


▲利用しない場合

Y! 【Yahoo!検索（ショッピング）】「Yahoo! JAPAN 商品情報掲載」無料化

検索広告（ショッピング）の「Yahoo! JAPAN 商品情報掲載」が無料で利用できるようになる。

媒体	Yahoo!検索広告（ショッピング）
情報種別	機能変更
概要	<p>Yahoo! 検索広告（ショッピング）のYahoo! JAPAN 商品情報掲載が無料化される。 実施日以降は、商品情報掲載を経由して商品が購入された場合でも利用料金が発生せず、月額予算の設定も不要。 ※検索連動型ショッピング広告（SSA）は引き続き広告料金が発生する ※無料化に伴い商品情報掲載の開始手続きなどが変更される予定</p> <p>Yahoo!検索広告（ショッピング）に掲載するためには引き続き商品情報掲載への参画が必須で、商品情報掲載の配信オン・オフの設定は広告管理ツール上で行う。</p> <p>また、従来必須だったコンバージョン測定タグの設定は任意となるが、通常の広告と同様設定することを推奨。</p>
メリット 活用方法	コストの負担なく商品の露出機会を増やすことができる。
注意点	実施日以前に商品情報掲載を経由して購入された商品には利用料金が発生するため、実施日まで現行の料金体系で運用する必要がある。
適用日	2025年5月適用予定
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250226/



【ディスプレイ広告（運用型）】 キャンペーン目的「友だち追加」 広告における機能追加

キャンペーン目的「友だち追加」の広告が「カルーセル」広告の入稿が可能になった。また、「レスポンス」広告の計測項目が追加された。

媒体	Yahoo!ディスプレイ広告
情報種別	機能追加
概要	<p>Yahoo!広告 ディスプレイ広告（運用型）のキャンペーン目的「友だち追加」の広告において、下記機能が追加された。</p> <p>「カルーセル」 広告の入稿に対応 →複数画像を一度に表示できるようになった。</p> <p>「レスポンス（画像・動画）」 広告の設定項目追加 →下記の”視聴ビーコンURL”（動画の視聴状況を測定するURL）が追加 再生開始、3秒視聴、10秒視聴、25%再生、50%再生、75%再生、再生完了</p>
メリット 活用方法	複数の訴求・動画広告の詳細な視聴分析と効果測定ができるようになる
注意点	ビューアブルインプレッションビーコンURLは実施日時点ではLINE掲載面での計測ができない
適用日	2025年3月5日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250306/

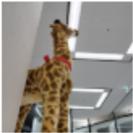


▲友だち追加広告配信イメージ

【ディスプレイ広告（運用型）】 画像・動画の審査開始タイミング変更

画像・動画の審査開始タイミングが「アップロード時」から「広告に設定された時」に変更

媒体	Yahoo!ディスプレイ広告
情報種別	機能変更
概要	<p>Yahoo!広告 ディスプレイ広告における画像・動画の審査開始タイミングが変更された。</p> <p>従来の開始タイミング：画像・動画がアップロードされた時点 変更後の開始タイミング：画像・動画が実際に広告に設定された時点</p> <p>これに伴い、画像・動画の「審査状況」項目に「広告未設定のため保留」というステータスが追加された（アップロード済みだが広告に設定されていないため審査が開始されていない状態）。</p> <p>また、操作履歴の「入稿日」とキャンペーンエディター「画像管理」「動画管理」の「登録日時」という項目名が「審査申込日」に変更され、画像・動画を広告に設定した日付が表示されるようになった。</p>
メリット 活用方法	実際に広告に利用する画像・動画のみが審査対象となるため審査待ち時間が短縮する
注意点	審査期間は画像・動画をアップロードした日ではなく、広告に設定した日から約3営業日となるため、広告出稿のスケジュール管理に注意が必要
適用日	2025年2月26日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20241030/

サムネイル	メディア名	画像掲載タイプ	審査状況
	テスト	画像	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px;"> 広告未設定のため保留 ⓘ </div>

【ディスプレイ広告（運用型）】サイトカテゴリーターゲティングの提供終了

サイトカテゴリーターゲティングの提供が2025年4月9日に終了する

媒体	Yahoo!ディスプレイ
情報種別	機能終了
概要	<p>2024年10月3日に新規設定・既存設定の編集・インポートが終了していたサイトカテゴリーターゲティングについて、2025年4月9日に機能がすべて終了する。</p> <p>■終了後の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サイトカテゴリーターゲティング一覧画面が非表示になる ・プレイスメントターゲティングのプレイスメントリストの作成・編集画面において、サイトカテゴリーの絞り込み機能が利用できなくなる ・パフォーマンスレポートの項目「サイトカテゴリー名」も削除される
必要な対応	<p>サイトカテゴリーターゲティングが設定されている広告グループ →サイトカテゴリーターゲティングの設定を削除し、配信設定をオフに変更する</p>
代替となるターゲティング	<p>以下のターゲティングが代わりに利用できる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プレイスメントターゲティング ・コンテンツキーワードターゲティング
適用日	2025年4月9日適用予定
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20240806/

※サイトカテゴリーターゲティングとは

特定のカテゴリーを指定し、そのカテゴリーに属するサイト（広告掲載面）に広告を配信するターゲティング機能。



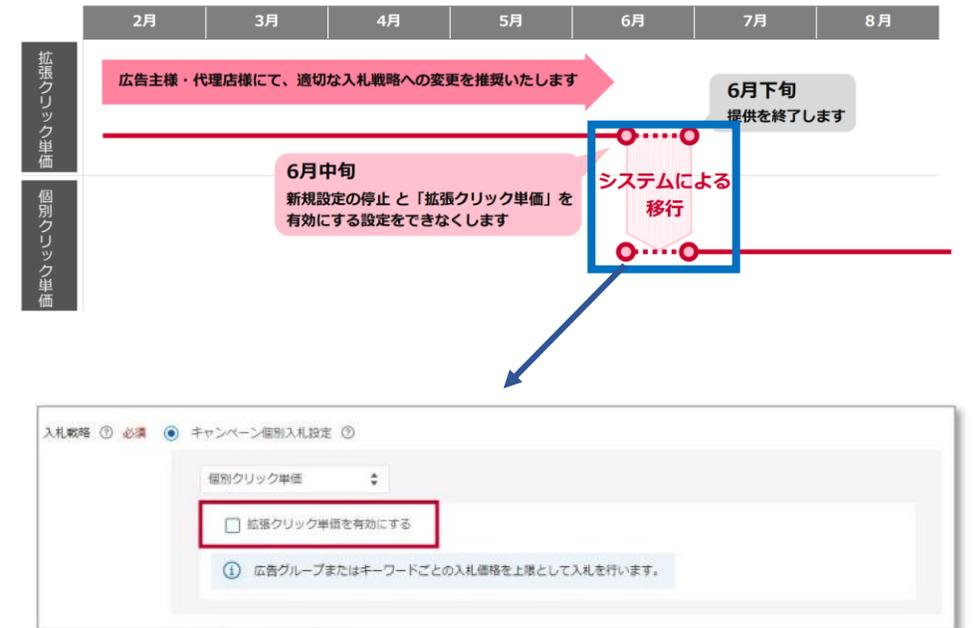
参考・画像引用

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044444?language=ja>

【Yahoo!検索】自動入札タイプ「拡張クリック単価」の提供終了について

2025年6月下旬に自動入札タイプ「拡張クリック単価」が終了する。設定中の場合は入札戦略を変更しておく必要がある。

媒体	Yahoo!検索
情報種別	機能終了
概要	2025年6月下旬をもって「拡張クリック単価」が終了する。代替として「 コンバージョン数の最大化 」や「 コンバージョン価値の最大化 」などの自動入札タイプの活用を推奨。入札戦略を検討する場合は、A/Bテストの活用を推奨。
メリット活用方法	—
注意点	終了日までに入札戦略を変更しておく必要がある
適用日	2025年6月中旬～下旬適用予定
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250205/?page=1



「システムによる移行」では「拡張クリック単価を有効にする」のチェックが外される

【Yahoo!ディスプレイ】検索キーワードターゲティングの提供終了

2025年7月初旬までに段階的に検索キーワードターゲティングが終了。移行機能を利用する必要がある。

媒体	Yahoo!ディスプレイ
情報種別	機能終了
概要	<p>検索キーワードターゲティングの終了が決定。移行機能が提供され段階的に機能が停止する。</p> <p>・終了スケジュール 2025年2月5日（水）：移行機能の提供開始 2025年4月上旬：検索キーワードリストの新規作成・編集・審査の終了 2025年7月初旬：強制移行（以降、検索キーワードターゲティングによる配信が停止され、関連データも削除予定）</p> <p>・移行方法 代替手段: オーディエンスリストターゲティングの「高度なセグメント」リストを使用 移行機能: 検索キーワードリストを「高度なセグメント」リストに自動変換可能 移行手順: 移行機能を利用し、変換後のリストを広告グループに設定</p>
注意点	<p>ユーザーサイズの反映には1～2日かかるため、確認後に設定推奨 1つの広告グループに設定できるオーディエンスリストは最大10個 （超える場合は調整が必要）</p>
適用日	2025年2月5日移行開始→2025年7月初旬強制終了
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250129-01/?page=1

移行機能の提供開始後は、検索キーワードリスト一覧で移行用リストの作成状況を確認できる

LINE広告



【LINE】【Yahoo!ディスプレイ】LINE Creative Labに生成AI画像拡張機能が追加

「LINE Creative Lab」に生成AIを活用した画像生成機能が追加され、一つの画像から複数サイズの広告クリエイティブを自動生成できるようになった。

媒体	LINE広告、Yahoo!ディスプレイ広告
情報種別	機能追加
概要	<p>LINEヤフー株式会社が提供するビジネス用クリエイティブツール「LINE Creative Lab」に、生成AIを利用した画像生成機能が追加された。</p> <p>広告主が選択した1つの画像をもとに、生成AIが複数サイズの広告クリエイティブを自動で拡張・生成する。</p> <p>■対象サービス LINE広告、LINE公式アカウント（友だち追加広告）、Yahoo!ディスプレイ広告</p> <p>■対象フォーマット LINE広告：静止画（Square）、静止画（Card）、画像（小） LINE公式アカウント：静止画（Square）、静止画（Card） Yahoo!ディスプレイ広告：レスポンス広告（画像）※アスペクト比1:1は1.91:1</p>
メリット 活用方法	簡単に複数サイズの画像を作成・入稿でき、 広告作成にかかる負荷を軽減・工数を削減できる
注意点	利用は1アカウントにつき 月間30回まで 生成されたクリエイティブは広告審査を保証するものではない
適用日	—（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/20250318/

生成AIによる画像拡張機能の提供開始

画像やクリエイティブを異なるサイズへ簡単に拡張生成

入稿



1:1



拡張生成



1.91:1



3:2

異なるサイズの画像やクリエイティブを簡単に拡張生成

【LINE】 クロスタターゲティングの新規利用受付を停止

クロスタターゲティング機能（オーディエンスの公開機能・LINE Tagの共有機能）が2025年3月に終了した。

媒体	LINE
情報種別	機能終了
概要	<p>クロスタターゲティング機能（オーディエンスの公開機能・LINE Tagの共有機能）が2025年3月に終了（新規利用の受付は2025年1月20日に停止済み）。2025年3月26日をもって、全オーディエンス・LINE Tagデータが利用不可になった。</p> <p>・終了スケジュール 2025年1月20日：新規受付の停止（実施済み） →新規でクロスタターゲティング機能の有効化が不可 →20日時点で「有効」なオーディエンス・LINE Tagは3月まで利用可能 ※一度「無効」にすると再有効化は不可</p> <p>2025年3月26日：機能の完全終了 →既存のオーディエンス・LINE Tagもすべて利用不可 →クロスタターゲティング機能で作成・蓄積されていたオーディエンスも利用不可</p>
メリット活用方法	—
注意点	今後もLINE広告でデータ共有をしたい場合は、ビジネスマネージャーを開設・移行する必要がある。一度無効にしたオーディエンス・LINE Tagは再利用できない。
適用日	2025年3月26日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/20241113/?page=1



クロスタターゲティングとは

LINE公式アカウント、LINE広告、LINEポイントAD、それぞれのメッセージ・広告配信やキャンペーンで取得したオーディエンスやLINE Tagをプロダクトを横断して配信することができるオーディエンスの共有機能。



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/>