

媒体更新情報

2025年6月度

／ Prime Numbers

目次

X広告		3
Meta広告		5
Google広告		7
Yahoo!・LINE広告		10
その他のアップデート		16
会社概要		18

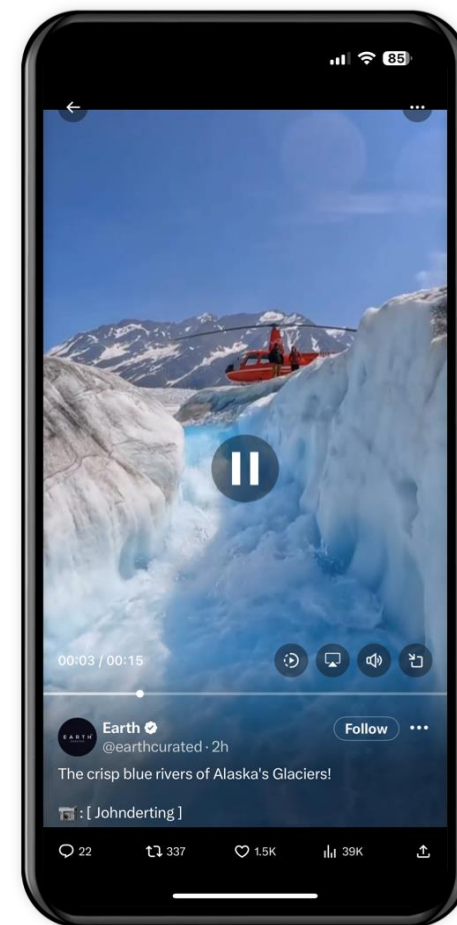
X廣告



バーティカルビデオ広告が利用可能に

2025年2月にXの縦型動画再生画面に表示されるバーティカルビデオ広告がリリースされた

媒体	X
情報種別	機能追加
概要	■バーティカルビデオ広告とは Xの縦型動画再生画面に表示される広告フォーマットで、ユーザーが自分の興味のあるコンテンツを閲覧している場所に広告を配信できる。フルスクリーンで表示され、デフォルトでサウンドがオンになっているため、広告主のメッセージを効果的に伝えられる。また、視聴者が広告を1秒間見た後にコールトゥアクションボタンが表示され、ウェブサイトやアプリへの誘導が可能。 ■成果について ホームタイムラインのみの広告と比較してリーチが10%増加 ホームタイムラインの同じ広告と比較してエンゲージメント率が7倍 ■設定方法 ads.x.comから「動画の再生数」キャンペーンを作成し、プレースメントで「メディアビューアー」を選択。デバイスは「iOS」または「Android」を選択し、9:16のアスペクト比の動画素材をアップロード。
メリット 活用方法	通常の広告よりもエンゲージメント率が大幅に向上
注意点	プレースメントは「メディアビューアー」のみ選択する
適用日	適用済み
参考URL	https://business.x.com/ja/advertising/vertical-video-ads



Meta廣告

M

【Meta】Threads広告リリース

2025年4月より、Meta広告の新しい配信先として「Threads」のフィードが追加された

媒体	Meta
情報種別	機能追加
概要	■Threads広告とは 公開されたスレッドを見たりシェアしたりできるInstagramのアプリ「Threads」のフィード内に表示される新しい広告フォーマット。Meta広告マネージャから既存の広告キャンペーンをThreadsコミュニティにも配信できるようになる。 ■配信面 Threadsフィード内のコンテンツとコンテンツの間に広告が配信され、Advantage+配置を使用する場合はデフォルトで広告配置として自動的に選択される。現時点では、シングル画像広告のみがサポートされている（動画広告は未サポート）。 ■対応している広告の目的 認知：ビジネスに対する認知度を高める（最適化対象はリーチ） トラフィック：ウェブサイトなどへのトラフィック増（最適化対象はリンククリック） 売上：商材を購入する可能性が高い人を見つける（最適化対象はコンバージョン）
メリット 活用方法	3億2000万人以上が集まる拡大中のコミュニティにリーチできる
注意点	現時点では画像広告のみサポート、広告のリンク先はウェブサイトのみ フィードの画像広告にはコールトゥアクションボタンは表示されない
適用日	適用済み
参考URL	https://www.facebook.com/business/help/655859553779869



Google廣告

【Google】P-MAXキャンペーン 目標と画像コントロール機能等拡充

「ユーザー維持」目標・画像コントロール機能が追加され、除外キーワードの登録上限数が引き上げられた

媒体	Google
情報種別	機能追加
概要	■キャンペーン目標 入札戦略の目標「顧客ライフサイクル目標」内で選択できる目標として、従来の「新規顧客の獲得」に加え「ユーザー維持」が正式リリースされた。アクション後の動きがない休眠ユーザーに対してより高い入札単価を設定できるようになった。 ■レポート 「顧客獲得コスト」がキャンペーンレポートの新しい列に表示されるようになり、新規顧客の獲得コスト分析が容易になった。 ■画像のコントロール機能 「ランディングページの画像」機能により、ランディングページから画像を自動的に取得して広告で使用できるようになった。 画像拡張機能が追加され、既存の画像を切り抜いて別バージョンを自動作成できるようになった。 ■除外キーワード キャンペーン単位の除外キーワードの上限が100個から10,000個に引き上げられた。
メリット活用方法	価値の高い顧客に対して戦略的な入札設定が可能になる
注意点	画像拡張は自動で行われるため、ブランドイメージに合わない加工がされるおそれ
適用日	適用済み
参考URL	https://support.google.com/google-ads/answer/16127398

The screenshot displays the Google Ads campaign management interface. On the left, the '最終ページ URL' (Final Page URL) is set to 'https://primenumbers.co.jp/'. Below this, there are input fields for '広告見出し' (Ad Headline) and '長い広告見出し' (Long Ad Headline), both with character counts (28/30 and 0/90 respectively). On the right, a 'プレビュー' (Preview) section shows a mobile device displaying an advertisement for '広告運用のプライムナンバーズ' (Prime Numbers for Ad Management). The ad features a group of people and a search bar. Navigation icons for '検索' (Search), 'ディスプレイ' (Display), 'YouTube', and 'Disco' are visible above the preview.

G

【Google】 ページ下部に表示される検索広告の関連性が向上

検索結果ページの上部に広告を掲載している広告主が下部広告のオークションにも参加できるようになった

媒体	Google
情報種別	機能変更
概要	■従来の仕様 個々の広告主の広告は原則1つの場所（上部または下部）にのみ表示されていた。 ※検索結果の上部に表示される広告と下部に表示される広告のオークションは別 ■新しい仕様 上部に広告を掲載した広告主が下部広告のオークションにも参加できるようになった。 →検索結果の下部にも、上部広告と同じ広告主の別の広告が表示されるようになった。 ※いずれも検索内容と関連性が高いものであるため、ユーザーエクスペリエンスが向上 テスト結果では、この変更により関連性の高い広告の掲載率が約10%上昇し、下部広告のコンバージョン数も約14%増加することが確認された。
メリット 活用方法	下部広告のクリック数・コンバージョン数増加が見込める パフォーマンスの分析には「上部 vs その他」で指標を分割すると効果的
注意点	変更によって全体的な指標に影響が出る可能性がある。 表示機会増加に伴い、入札単価や目標値の戦略的調整が必要になる場合がある
適用日	適用済み
参考URL	https://support.google.com/google-ads/answer/16206862

スポンサー

A社の広告A

▲上位に表示された広告
▼同じ検索結果内の下部に表示された広告

スポンサー

A社の広告B

Yahoo!・LINE 広告



【Yahoo!ディスプレイ】オーディエンスリスト作成・編集画面における一部項目の削除

オーディエンスリスト「アプリユーザー」の作成・編集画面から一部項目が削除される

媒体	Yahoo!
情報種別	機能変更
概要	広告管理ツールの画面表示簡素化のため、オーディエンスリスト「アプリユーザー」の作成・編集画面において「条件」から以下の項目が削除される。 カスタムラベル ページ種別 これらの項目を設定しているオーディエンスリストがある場合は、実施日までに広告主側で連携しているパラメータ（イベント種別など）を元に設定変更が必要。 なお、この変更による広告配信への影響はない。
メリット 活用方法	画面表示がシンプルになり操作性が向上する
注意点	既に該当項目を使用中のオーディエンスリストは実施日までに設定変更が必要
適用日	2025年5月28日（適用予定）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250514/?page=1

条件 **必須** ☒ 条件を設定する

以下のいずれかの条件に一致（OR）：

イベント種別

アプリをインストール

イベント種別

カスタムラベル

ページ種別

を追加

カテゴリーID

☐ 条件 商品ID

▲削除対象

【Yahoo!ディスプレイ】入札戦略「コンバージョン価値の最大化」 正式提供開始

β版から検証を終え、「コンバージョン価値の最大化」入札戦略の正式提供が開始

媒体	Yahoo!
情報種別	機能変更
概要	■入札戦略「コンバージョン価値の最大化」とは コンバージョン設定の「コンバージョンの価値」が最大になるように入札価格を自動調整する機能。2025年2月19日にβ版が提供開始され、一定の性能が担保できることが確認されたため、正式版の提供を開始。正式版の提供開始にあたり、β版からの大きな機能アップデートはない。 ■機能の特徴 コンバージョン数ではなく「コンバージョンの価値」を重視することで、複数の価格帯のコンバージョンが混在しているキャンペーンなどで売り上げや広告費用対効果の改善が期待できる。 ■設定オプション 広告費用対効果の目標値の設定有無によって挙動が異なる： 目標値なし：予算内でコンバージョン価値が最大になるよう入札価格を調整 目標値あり：広告費用対効果が目標値以上となる状態を目指しながら、コンバージョン価値が最大になるよう入札価格を自動調整
メリット 活用方法	複数の価格帯のコンバージョンが混在するキャンペーンで効果的
注意点	使用できるキャンペーン目的は「コンバージョン」と「商品リスト訴求」のみ
適用日	2025年5月19日（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250520/ https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250205-01/

入札戦略 ②

コンバージョン数の最大化 ⇅

コンバージョン数の最大化 推奨

コンバージョン価値の最大化

クリック数の最大化

個別クリック単価

指定

【Yahoo!検索（ショッピング）】 検索連動型ショッピング広告 商品グループ作成の機能変更

検索連動型ショッピング広告の商品グループ作成時に属性「ブランド」が選択できなくなった

媒体	Yahoo! 検索（ショッピング）
情報種別	機能変更
概要	検索連動型ショッピング広告（SSA）の商品グループ作成時に、属性（商品名、カテゴリーなど）から「ブランド」が選択できなくなった。ユーザーの利用動向を踏まえて実施されたもの。 ■既存の「ブランド」を用いた商品グループへの影響 既存の「ブランド」を用いた商品グループでは、引き続き広告が配信される 入札価格などの編集も可能 ※ただし、配下に「ブランド」を用いた商品グループの追加はできない ■代替手段 現在「ブランド」を用いて商品グループを作成済みの広告主で、実施日以降もブランド名などで商品グループを運用する場合は、「商品属性カスタムラベル」の利用を検討する必要がある。
メリット 活用方法	商品属性カスタムラベルを使用することで、より柔軟な商品グループ分けが可能
注意点	商品属性カスタムラベルを利用するには、商品フィードへの登録が必要
適用日	2025年5月20日（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250508/



▲属性



【Yahoo!・LINE】 LINEヤフーマーケティングキャンパス サービス統合・新プラットフォーム開始

LINEキャンパスとYahoo!広告キャンパスが統合され、2025年5月26日に新サービス「LINEヤフーマーケティングキャンパス」が開始

媒体	LINE・Yahoo!
情報種別	機能変更
概要	■LINEヤフーマーケティングキャンパスとは これまで別々に提供されていた「LINEキャンパス」と「Yahoo!広告 キャンパス」を統合した総合学習プラットフォーム。 LINE公式アカウントやLINE広告、Yahoo!広告に関する知識や運用方法の学習コンテンツと、知識レベルの証明となる認定資格制度を無償で提供する。 【学習コース】 LINE公式アカウントやLINE広告、Yahoo!広告などの運用知識・ノウハウをテキストや動画形式で学習可能。 【認定資格コース】 「LINEヤフーマーケティングスキルバッジ」として、「Basic」と「Advanced」の2レベルが用意されている。 オンラインプログラムで学習し、試験に合格することで認定資格がもらえる。
メリット 活用方法	LINEとYahoo!の両サービスの知識を一つのプラットフォームで学習できる 認定資格の取得も可
注意点	サービス開始に伴い既存のLINEキャンパスとYahoo!広告キャンパスはクローズする
適用日	2025年5月26日（適用予定）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/20250417/?page=2

現在

LINE キャンパス

- ・ LINE公式アカウント、LINE広告についての学習プログラム
- ・ 認定資格LINE Green Badge

Yahoo!広告 キャンパス

- ・ Yahoo!広告についての学習プログラム
- ・ Yahoo!広告 認定資格

LINEの広告プロダクトとYahoo!広告プロダクトでそれぞれ別サイトを運営。

2025年5月26日（仮）～

LINEヤフーマーケティングキャンパス

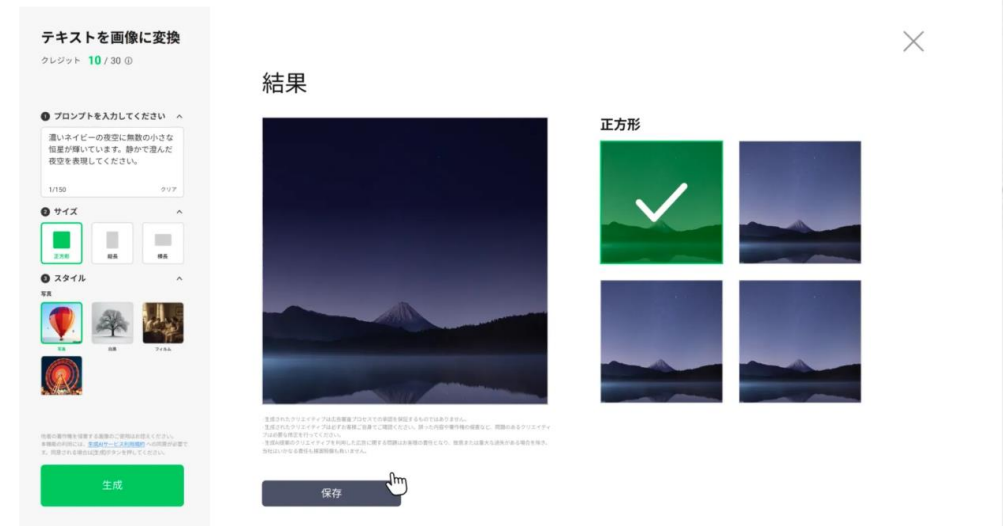
- ・ LINE公式アカウント、LINE広告、Yahoo!広告についての学習プログラム
- ・ 認定資格LINEヤフーマーケティングスキルバッジ

LINEの広告プロダクトとYahoo!広告プロダクトを1つのサイトに統合し、学習プログラムと認定資格制度を提供。

【LINE】Creative Labにテキストを画像に変換する機能が追加

AIによるテキストからの画像生成機能が追加され、広告クリエイティブを効率的に制作できるようになった

媒体	LINE
情報種別	機能追加
概要	■「テキストを画像に変換」機能とは LINE Creative Lab上で広告主がテキストで入力した内容をもとにAIが画像を生成するもの。画像生成時にはサイズ（正方形・縦長・横長）とスタイル（写真、デジタルアート、アートの13種類）を設定可能で、広告用途に合わせた画像を生成できる。生成した画像は広告クリエイティブ制作時の背景素材やイメージとして利用でき、「LINE広告」「LINE公式アカウント」「Yahoo!広告 ディスプレイ広告」と連携しているため、生成した画像をすぐに各プラットフォームで活用できる。
メリット 活用方法	広告クリエイティブ制作の工数と時間を削減
注意点	利用できるのは1カ月最大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://creativelab-tips.line.me/ja/v3_10_0_release/



その他 直近適用（予定）アップデート

／ その他 直近適用（予定）アップデート

【Yahoo!検索（ショッピング）】「Yahoo! JAPAN 商品情報掲載」無料化 ： 2025年5月適用済み

【Yahoo!ディスプレイ広告】広告配信先プラットフォームの判定方法変更について ： 2025年6月3日適用予定

【Yahoo!ディスプレイ広告】共通オーディエンスリストのカテゴリー追加・ターゲティング精度改善 ： 2025年5月適用済み

【Yahoo!ディスプレイ広告】アスペクト比「3：2」レスポンス（画像・動画）の提供開始 ： 2025年5月適用済み

【Yahoo!検索広告】画像アセットの配信最適化について ： 2025年5月適用済み

【Yahoo!ディスプレイ広告】リワードフォーマットの配信拡大のお知らせ ： 2025年5月適用済み

【Yahoo!ディスプレイ広告】絵文字追加とファイル操作機能の仕様変更 ： 2025年5月適用済み

【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端末のIPアドレス情報を活用できるように ： 2025年6月頃適用予定

【Yahoo!検索】自動入札タイプ「拡張クリック単価」の提供終了 ： 2025年6月中旬～下旬適用予定



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/>

プライムナンバーズのサービス料金 ①Google・Yahoo!

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※	レスポンス広告	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～	

※広告運用手数料：ご利用予算が月額100万円を下回る場合、原則として月額20万円を手数料の下限金額としております。

※バナー制作：素材はご提供いただきます。写真撮影等の必要がある場合、別途お見積りいたします。

プライムナンバーズのサービス料金 ②LINE

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20万円の内訳となります)	
バナー制作※	レスポンス広告	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～	

※広告運用手数料：ご利用予算が月額100万円を下回る場合、原則として月額20万円を手数料の下限金額としております。

※バナー制作：素材はご提供いただきます。写真撮影等の必要がある場合、別途お見積りいたします。

プライムナンバーズのサービス料金 ③Meta

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)
クリエイティブ制作※	30,000円～
LP制作	要件に応じてお見積りいたします

※広告運用手数料：ご利用予算が月額100万円を下回る場合、原則として月額20万円を手数料の下限金額としております。

※クリエイティブ制作：素材はご提供いただきます。写真撮影等の必要がある場合、別途お見積りいたします。

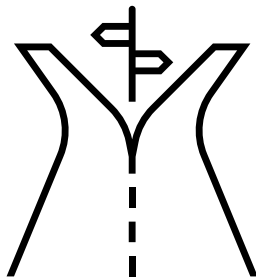
迷ったらご相談ください

Web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。

媒体・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！

Web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/>