

媒体更新情報

2025年3月度

／ Prime Numbers

目次

Yahoo! 広告		3
LINE広告		12
Meta広告		18
会社概要		20

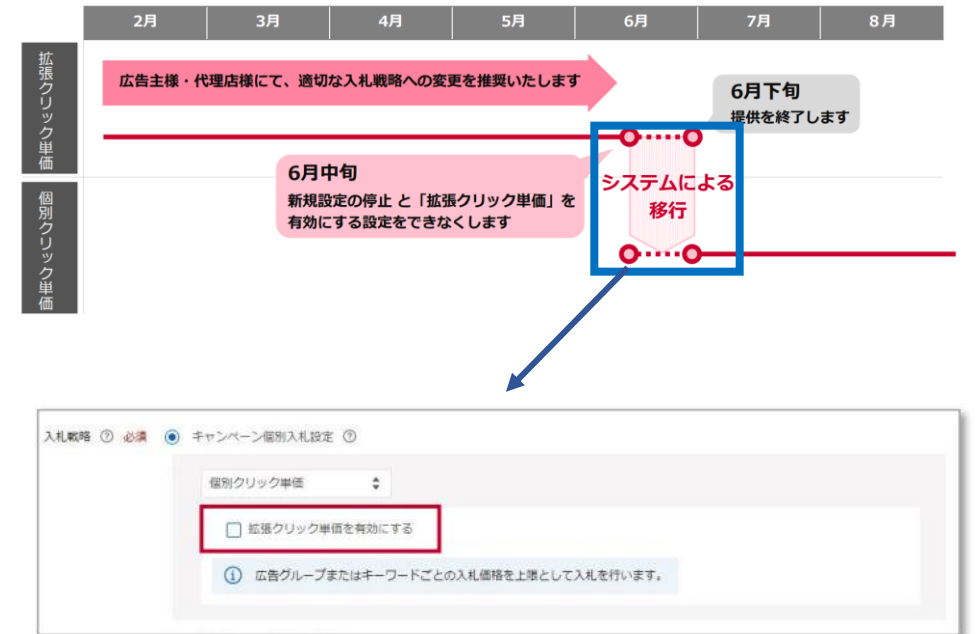
Yahoo! 広告



【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。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】オーディエンスリストターゲティングの機能変更について

共通オーディエンスリストにカテゴリーが追加され、「除外」設定が可能になった。

媒体	Yahoo!ディスプレイ
情報種別	機能変更
概要	・共通オーディエンスリストのカテゴリー追加 興味関心、購買意向、属性・ライフイベントの各分野で新しいカテゴリーを追加 ・共通オーディエンスリストで「除外」設定が可能に これまで「配信」のみ設定可能だったが、「除外」も設定できるようになり、ターゲティングの精度が向上
メリット 活用方法	ターゲティングの幅が広がる
注意点	既存カテゴリーの一部で広告の配信傾向が変わる可能性がある。ターゲティング精度の改善により、追加分と関係のない既存カテゴリーにも影響が及ぶ可能性がある。 実施日以降にパフォーマンスレポートを確認し、必要に応じて設定を見直すことを推奨
適用日	2025年2月26日適用予定
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250206/?page=1

■例：「旅行好き」のカテゴリーを指定して配信中の場合



追加されたカテゴリも自動で配信対象になっている場合があるため要確認

【Yahoo!ディスプレイ】サーチ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サーチ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	サーチ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。 ・ 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：サーチ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、サーチ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） ・ 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: サーチ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
注意点	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）
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、サーチ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



【Yahoo!検索】キーワードを生成AIが提案する機能の提供開始

広告管理ツールで、生成AIによるキーワード提案機能の提供を開始

媒体	Yahoo!検索
情報種別	機能追加
概要	最終リンク先URLを入力すると生成AIによってキーワードが提案されるようになった。 キーワードの生成時にはウェブサイトの情報が参照される。
メリット 活用方法	広告タイトル・説明文のAI提案機能と併用することで、広告作成の効率が向上する
注意点	対象: 標準キャンペーンのみ 利用制限: 1アカウントにつき月30回まで 審査: AIが提案したキーワードは審査承認を保証しないため、必ず確認・修正が必要
適用日	2025年2月5日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250129/?page=1

< キーワードを作成する

作成先広告グループ

キーワード ② 必須 ③ 通常入力

④ キーワードを生成AIが提案 (残り30回) ⑤ 0/1000件選択済 全てクリア

広告の配信対象とするキーワードを入力し、マッチタイプを選択して「キーワードを追加」ボタンを押してください。
1行につき1件、30語以内で入力します。
※語句の間に空白を入れると1語として計算されます。

入力例:
格安 液晶 テレビ
バスケットボール シューズ

インデントマッチ 単語 キーワードを追加

⑥ キーワード マッチタイプ

キーワードを
選択してください

☐ 詳細を指定して入力

キーワードのみ作成して完了

続けて広告を作成する

キャンセル

キーワードの作成画面>「キーワードを生成AIが提案」
から生成できる

【Yahoo!ディスプレイ】スマートターゲティングの機能改善

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。入札戦略を変更しておく必要がある。

媒体	Yahoo!ディスプレイ
情報種別	機能変更
概要	スマートターゲティングで以下が変更された ①スマートターゲティングの初期値 コンバージョン・アプリ訴求を目的としたキャンペーンにおいて、広告グループ新規作成時、スマートターゲティングの初期値が「利用する」に ②推奨入札戦略の追加 「コンバージョン価値の最大化（目標値あり / なし）」が推奨入札戦略に追加 ③ターゲティング精度の向上 「サイト訪問ユーザー」と「アプリユーザー」のデータを学習・配信に活用可能に ④推奨利用条件の廃止 以前の「過去7日間で20件以上のコンバージョンがある広告グループ」という推奨条件を撤廃
メリット活用方法	スマートターゲティグをより利用しやすくなった
注意点	スマートターゲティングを利用したくない場合は初期値を変更する必要がある
適用日	2025年2月19日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250212/

設定されているターゲティング	ターゲティング設定で指定した範囲外への広告配信	広告の配信対象
- オーディエンスリスト - サーチキーワード	あり（※1）	ターゲティング設定で指定した範囲を超えてコンバージョンに至る可能性が高いユーザー ※オーディエンスリストの「除外」に含まれるユーザーは広告の配信対象外です。
- デバイス - 性別 - 年齢 - 曜日・時間帯 - 地域 - プレイスメント - コンテンツキーワード - サイトカテゴリー	なし	ターゲティング設定で指定した範囲内のコンバージョンに至る可能性が高いユーザー
設定なし（スマートターゲティングのみ）	－	全てのユーザーの中でコンバージョンに至る可能性が高いユーザー

スマートターゲティング利用時は、一部のターゲティング設定で指定した範囲外にも広告が配信されることがある。



【Yahoo!ディスプレイ】年齢による制限が必要な商品・サービスの広告配信制御について

未成年者保護のための配信制御の対象・制御方法が変更された

媒体	Yahoo!ディスプレイ
情報種別	機能変更
概要	年齢制限が必要な商品・サービスに対し、新たな配信制御が導入された。 年齢ターゲティングを設定していなくても、未成年には自動的に配信されなくなる。
メリット 活用方法	—
注意点	該当する広告のインプレッションが減少する可能性がある Yahoo!広告の検索広告でも同様の変更を予定（詳細は後日発表）
適用日	2025年2月13日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250130/

商品・サービス	年齢
パチンコ・スロット（機種、ホール訴求）、マー ジャン店、カジノ（海外で合法なもの）	18歳未満
出会い系サイト（インターネット異性紹介事 業）、結婚紹介業	18歳未満
加熱式たばこ	20歳未満

制限対象

【Yahoo!ディスプレイ】 LINEサービスへの広告配信追加について

新たにLINEファミリーアプリおよびLINE広告ネットワークへ配信拡大

媒体	Yahoo!ディスプレイ
情報種別	機能追加
概要	Yahoo!広告とLINE広告の連携により以下が新たにLINE上で配信可能になった。 ・ 広告 バナー広告（画像・動画） 動的ディスプレイ広告 ・ 掲載面 LINEファミリーアプリ（例：LINE、LINE NEWS など） LINE広告ネットワーク（LINE関連アプリ・パートナーアプリ）
メリット 活用方法	LINEの多くのユーザーに広告が届くようになる
注意点	バナー広告（画像）の「1:2」アスペクト比は配信対象外 動的ディスプレイ広告のLINE配信には「Image URL」設定が必須
適用日	2025年2月3日（バナー）、2月13日（動的ディスプレイ）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250214/

掲載イメージ

■ バナー広告



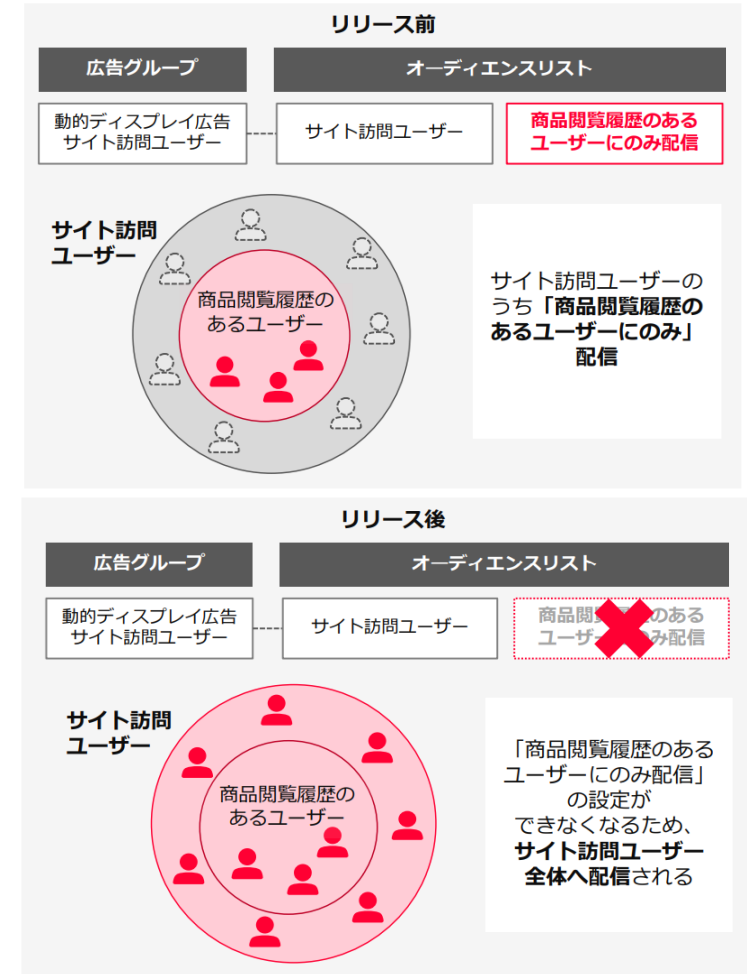
■ 動的ディスプレイ広告



【Yahoo!ディスプレイ】動的ディスプレイ広告「商品閲覧履歴のあるユーザーにのみ配信」の提供終了

動的ディスプレイ広告のオーディエンスリスト「商品閲覧履歴のあるユーザーにのみ配信」の提供が終了

媒体	Yahoo!ディスプレイ
情報種別	機能終了
概要	「商品閲覧履歴のあるユーザーにのみ配信」オプションが廃止された。 また「商品閲覧履歴のないユーザーにも配信」オプションも廃止され、実質「オーディエンスリストを指定して配信」に統合された。 ①「商品閲覧履歴のあるユーザーにのみ配信」を使用していた場合 自動的に「オーディエンスリストを指定して配信」に変更（配信対象が広がる可能性あり）※商品閲覧履歴のあるユーザーだけに配信を続けたい場合は、オーディエンスリストの作成・設定が必要 ②「商品閲覧履歴のないユーザーにも配信」を使用していた場合 自動的に「オーディエンスリストを指定して配信」に変更（配信対象は変わらないため影響なし） ③「全てのユーザーに配信」を設定していた場合 今回の変更による影響なし ■その他の変更点 キャンペーンエディターで「商品閲覧履歴のないユーザー」への配信設定が可能に 動的ディスプレイ広告のすべての広告グループで「類似ユーザー」の設定が可能に （以前は制限あり）
適用日	2025年2月13日適用済み
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20241219/



LINE広告

【LINE】バリュー最適化機能（β）の提供が開始

バリュー値の最大化を目的に入札を自動で最適化する機能が提供された

媒体	LINE
情報種別	機能追加
概要	バリュー最適化機能（β）の提供が開始された。 バリュー最適化機能とは、ユーザーの購入合計金額（バリュー値）を最大化するために、自動で入札を最適化する機能（≡コンバージョン値の最大化）。 ・対象 「ウェブサイトコンバージョン」キャンペーンで「購入」を最適化対象とする場合 ・設定方法 広告グループの「最適化と入札」設定 「入札単価の設定方法」で「コンバージョン値の最大化を目的に自動で設定」を選択
メリット 活用方法	売上金額の最大化を重視できる 商品ごとの購入単価のばらつきが大きい場合に最適
注意点	標準イベント「購入」のオプションパラメータである「currency」「value」をイベントコードに追加し、送信する必要がある。
適用日	－（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202501/?page=2

掲載イメージ

■ バナー広告



■ 動的ディスプレイ広告



【LINE】クロスターゲティングの新規利用受付を停止

クロス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月に終了する。

媒体	LINE
情報種別	機能終了
概要	クロス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月に終了予定（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る。 ・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 2025年3月26日：機能の完全終了（予定） →既存のオーディエンス・LINE Tagもすべて利用不可 →クロス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
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日適用予定
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/20241113/?page=1



クロス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。

【LINE】LINE Dynamic Adsで「全商品を含む商品セット」が1クリックで作成可能に

「全商品を含む商品セット」が簡単に作成できるようになった。

媒体	LINE
情報種別	機能追加
概要	「商品フィード」作成画面で「商品セット作成」ボタンをクリックすると、プルダウンが表示されるようになった。 →「すべての商品を含める」オプションが追加され、カタログ内の全商品を簡単に商品セットとして作成できる。 また、下記が変更される。 (1)商品セット一覧 ・「すべての商品」を一番上に表示します。その他の商品セットについては作成日順に表示します。 (2)商品セットの編集ボタン ・「すべての商品」では編集ボタンがグレー表示となり、無効となります。 (3)フィルターモジュール ・商品を絞り込む方法での商品セットと異なり、「すべての商品」では条件による絞り込みをしていないため、非表示となります。
メリット 活用方法	商品セット作成が簡単になり、管理しやすくなった。
適用日	—（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202501/?page=2



クロス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。



【LINE】LINE Dynamic Adsの商品セット作成時の条件でフリーワードが追加可能に

商品セット作成時に、カスタムラベル・商材タイプに未登録の文字列でも保存が可能になった

媒体	LINE
情報種別	機能追加
概要	商品セット作成時に、カスタムラベル・商材タイプに未登録の文字列でも保存が可能になった。※部分一致のみ ※従来の仕様 商品セットを作成するときの条件として、商品フィード登録時に入力したカスタムラベル・商材タイプに登録されているワードの「部分一致」「完全一致」となるワードのみに限られていた。
メリット 活用方法	商品セットを柔軟に作成できるようになった
適用日	—（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202501/?page=2

商品フィードのカスタムラベル0に登録されている文字列	商品セットの作成条件	商品セットに登録される商品
・ hand cream ・ hand towel ・ bath towel ※ 「hand」というラベルは未登録	・ カスタムラベル0 ・ 次のいずれかを含む ・ hand	カスタムラベル0が下記で登録されている商品 ・ hand cream ・ hand towel

↑ 「hand」というワードを条件として入力し、ハンドクリームやハンドタオルといった商品を含む商品セットを作成する場合

【LINE】LINE Dynamic Adsの配信結果を使った画像クリックオーディエンスの提供を開始

LINE Dynamic Ads の配信結果をもとに「画像クリックオーディエンス」を作成できるようになった。

媒体	LINE
情報種別	機能追加
概要	LINE Dynamic Adsでの配信結果を利用した画像クリックオーディエンスが作成できるようになる。 ・ 従来の仕様 画像クリックオーディエンスを作成できる条件が「選択したキャンペーンに画像をクリエイティブとして持つ広告が存在すること」であり、LINE Dynamic Adsでの配信において画像をクリックした人のオーディエンスは作成できなかった ・ 変更後の仕様 作成の条件が下記になった。 ・ 選択したキャンペーンに画像をクリエイティブとして持つ広告が存在すること ・ LINE Dynamic Adsキャンペーンの場合は配信実績が存在すること
メリット 活用方法	LINE Dynamic Adsの配信データを活用したオーディエンス作成が可能になった
適用日	—（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/202501/?page=2

画像クリックオーディエンスとは

指定したキャンペーン内の画像をクリックしたユーザーで作成するオーディエンスのこと。

画像クリックオーディエンスを作成

基本情報

オーディエンス名	Image click:	25/120
キャンペーンID	Dynamic product sales ▼	
有効期間	3 日	
次の人を含む	画像をクリックした人 ▼	

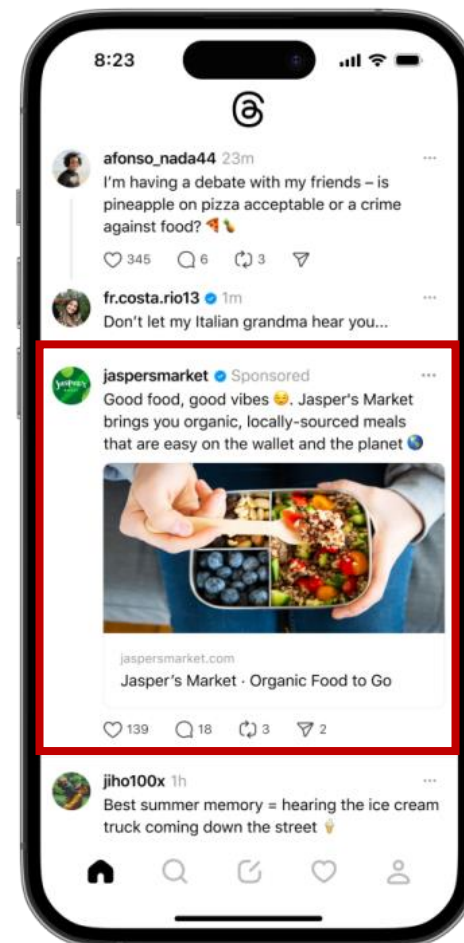
保存キャンセル

Meta廣告

【Meta】Threadsで広告を表示するテストを開始

テキスト共有アプリ「Threads（スレッズ）」で広告を表示するテストを開始することが発表された。

媒体	Meta
情報種別	機能追加
概要	2024年1月24日から、 テキスト共有アプリ「Threads」での広告表示テストが開始された 。初期段階として米国と日本で一部のビジネスと利用者を対象に実施し、結果やフィードバックを元に広告の提供を拡大する予定。
メリット 活用方法	既存のキャンペーンを拡張し、Threadsでも広告を配信できるようになる（予定）
適用日	2024年1月24日からテスト開始
参考URL	https://about.fb.com/ja/news/2025/01/ads-for-threads/





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/>