

媒体更新情報

2025年5月度

／ Prime Numbers

目次

Yahoo!・LINE広告		3
Meta広告		13
会社概要		16

Yahoo!・LINE 広告

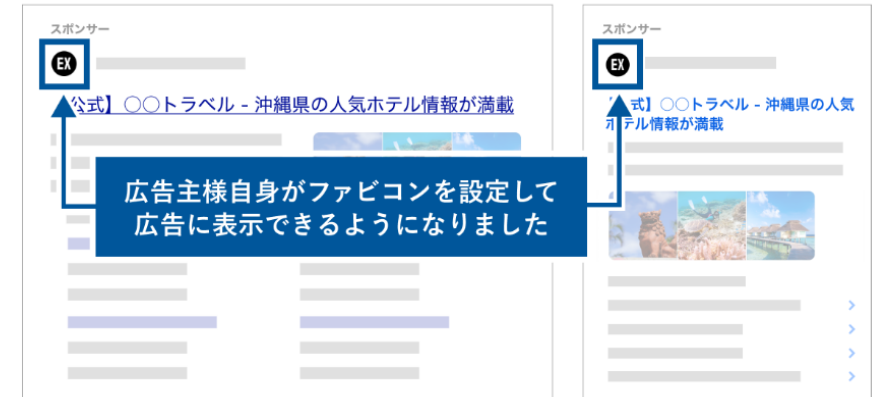
【Yahoo!検索広告】 ファビコンアセットの提供開始について

4月3日から広告主自身がウェブサイトを表すロゴ画像を広告に表示できるようになった

媒体	Yahoo!
情報種別	機能追加
概要	これまで一部の広告でのみシステムによって表示されていたファビコン（ウェブサイトを表すロゴ画像）を広告主自身が設定できる「ファビコンアセット」機能が追加された。 自社サイトの内容を示すロゴ（企業ロゴ・ブランドロゴなど）を表示でき、広告の内容によってロゴ画像を使い分けることも可能。 設定したファビコンは広告内の表示URLの前に表示される。 また、MCCアカウント（複数の広告アカウントを一括管理するアカウント）での画像アップロード機能も開始され、「ツール」-「ライブラリー」配下にアップロードした画像を一覧できる「画像」が追加された。
メリット 活用方法	広告の視認性が向上する
注意点	ロゴ画像はトリミング（一部切り取り）される場合がある
適用日	2025年4月3日（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250121-01/?page=2

ファビコンによって広告の視認性が高まるため、広告効果の向上を期待できます

自社内で複数ブランドがある場合など、広告の内容によってファビコンを使い分ける運用も可能です



※画像はイメージです。実際の広告表示とは異なる場合がございます



【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日からLINEアプリなどの広告枠におけるプラットフォーム判定方法が変更される予定。

媒体	Yahoo!
情報種別	機能変更
概要	LINEアプリおよびLINEヤフーが提供するアプリ内の広告枠において、プラットフォームの判定方法が変更される。 現在はアプリ内のブラウザ上で表示される広告枠は「ウェブ」、それ以外の広告枠は「アプリ」と判定されているが、変更後はアプリ内の全ての広告枠が「アプリ」と判定されるようになる。 この変更は、プラットフォームの選択をより直観的でわかりやすくし、広告運用の効率を改善することが目的。
メリット 活用方法	より直観的でわかりやすくなる
注意点	デバイスターゲティングで「ウェブ」のみを設定している場合、広告配信が減少する 変更後もアプリ内の全広告枠に配信したい場合は、プラットフォームを「全てのプラットフォーム（ウェブ/アプリ）」に変更する必要がある
適用日	2025年6月3日（適用予定）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250415-01/?page=1

配信先で「**アプリ**」のみを設定している場合



アプリと判定される枠が増加
→**配信量が増加**

配信先で「**ウェブ**」のみを設定している場合



ウェブと判定される枠が減少
→**配信量が減少**

該当の広告枠へ広告を配信する場合は
プラットフォームを「**全てのプラットフォーム（ウェブ/アプリ）**」に変更する



【Yahoo!検索広告】画像アセットの配信最適化について

検索広告の「画像アセット」配信を最適化するアップデートが順次適用される予定

媒体	Yahoo!
情報種別	機能変更
概要	検索広告において、広告表示アセット「画像アセット」の配信を最適化するアップデートが実施される。広告効果を改善し、検索ユーザーにより価値の高い広告を届けることを目的としている。 ※媒体内部の仕様変更のため、取るべき対応は特になし 画像アセットは検索広告に画像を追加表示できる機能で、テキスト情報に加えて画像を表示することで視覚的にユーザーに訴求でき、クリック率の向上が期待できる。
メリット 活用方法	より価値の高い広告をユーザーに届けられる可能性がある
注意点	広告配信の傾向に変化が生じる可能性がある
適用日	2025年5月1日（適用予定）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250417/?page=1

スポンサー

 <https://example.com> ▼

【公式】〇〇トラベル - 沖縄県の人気ホテル情報が満載

ポイント最大10%還元！沖縄のツアーや旅行、ホテルの予約なら〇〇トラベル。格安から高級ホテル、レジャーからビジネス向けなど幅広いプランをご用意。

口コミ情報あり・豊富な施設情報あり・ポイント...
タイプ：ホテル・旅館、ビジネス・出張、出張...

📊 **アクセス数**：1億回以上（先月）



【Yahoo!ディスプレイ広告（運用型）】リワードフォーマットの配信拡大のお知らせ

リワードフォーマット広告の配信先がLINEファミリーアプリ以外にも拡大される予定

媒体	Yahoo!
情報種別	機能変更
概要	「リワードフォーマット」とは、広告を視聴したユーザーがウェブサイトやアプリ内で利用可能なインセンティブを得られる広告形式。 これまではLINEファミリーアプリやLINE広告ネットワークのみで配信されていたが、今後はLINEヤフーのサービスやLINEヤフー以外のパートナーサイト・アプリにも配信が拡大される。 配信対象となる広告タイプは、レスポンス（画像・動画）やバナー（画像・動画）の各種アスペクト比に対応している。
メリット 活用方法	特にアプリインストール訴求やブランド認知拡大の目的に効果的
注意点	対応する広告タイプとアスペクト比に制限がある
適用日	2025年5月1日（適用予定）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250417-01/



【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

共通オーディエンスリストの新カテゴリー追加とターゲティング精度改善が実施される

媒体	Yahoo!
情報種別	機能変更
概要	Yahoo!広告のディスプレイ広告において、オーディエンスリストターゲティングに関する2つの変更が実施される。 共通オーディエンスリストのカテゴリー追加 「興味関心」-「メディア、エンターテインメント」配下に「マンガアプリ好き」カテゴリーが新たに追加される ターゲティング精度の改善 LINEヤフー株式会社が保有するアプリデータと類似した行動履歴を持つユーザーの情報を加味することで、共通オーディエンスリスト利用時のターゲティング精度が向上する
メリット 活用方法	マンガに興味のあるユーザーに広告配信が可能になる
注意点	ターゲティングで共通オーディエンスリストを利用している場合、広告の配信傾向が変わる可能性がある
適用日	ディスプレイ広告（運用型）：2025年5月13日（適用予定） ディスプレイ広告（予約型）：2025年5月28日（適用予定）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250422/

オーディエンスリストターゲティング

オーディエンス

広告主様が作成したオーディエンスリスト

- ・広告アクションユーザー
- ・ウェブサイト訪問ユーザー
- ・アプリユーザー
- ・顧客データ
- ・Yahoo! Audience Discovery
- ・高度なセグメント
- ・類似ユーザー
- ・組み合わせ
- ・ビジネスマネージャー
- ・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

共通オーディエンス

LINEヤフーが提供する共通オーディエンスリスト

- ・興味関心
- ・購買意向
- ・属性・ライフイベント
- ・ヤフー提供
(ディスプレイ広告（予約型）のみ)



【Yahoo!ディスプレイ広告（運用型）】アスペクト比「3：2」レスポンス（画像・動画）の提供開始

レスポンス（画像・動画）広告において、新たにアスペクト比「3:2」に対応した

媒体	Yahoo!
情報種別	機能追加
概要	レスポンス（画像）、レスポンス（動画）で、新たにアスペクト比「3:2」の画像・動画に対応した。配信開始時点ではLINEアプリのトークリスト画面最上部の広告枠に配信される。今後、他の掲載面にも拡大される可能性がある。 入稿規定【画像】 アスペクト比：3:2 最小ピクセルサイズ：600×400ピクセル 推奨ピクセルサイズ：1200×800ピクセル 入稿規定【画像】 アスペクト比：3:2 最小ピクセルサイズ：600×400ピクセル 対応するキャンペーン目的 コンバージョン、アプリ訴求、サイト誘導、動画再生、ブランド認知、友だち追加、PayPayギフト（※一部のお客様のみ対象）
メリット 活用方法	LINEアプリのトークリスト画面最上部という視認性の高い広告枠に出稿可能
注意点	配信対象はLINEアプリのトークリスト画面最上部の広告枠のみ（現時点） 既存のクリエイティブをそのまま使用する場合、アスペクト比の調整が必要
適用日	2025年4月22日（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250407/

画像（入稿必須）表示：可変

(1)(2)(3)いずれかのサイズで作成してください。

アスペクト比	推奨：高解像度ディスプレイ搭載のデバイス用 おすすめします。
	入稿可能なピクセルサイズ (横×縦)
(1) 1:1	<1> 300pixel x 300pixel <2> 600pixel x 600pixel 以上
(2) 1.91:1	1200pixel x 628pixel 以上
(3) 3:2	600pixel x 400pixel 以上

【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のお知らせ

タイトルで使用可能な絵文字が10種類追加され、動的ディスプレイ広告のファイル操作機能が改善される

媒体	Yahoo!
情報種別	機能追加
概要	Yahoo!広告 ディスプレイ広告において、より多様な広告表現と利便性向上のため、以下の変更が実施される。 絵文字の追加 タイトルで使用可能な絵文字が10種類追加される。新たに利用可能な絵文字は資料（PDF）に記載されている。なお、利用ルールに変更はない。 動的ディスプレイ広告 ファイル操作機能の仕様変更 審査否認理由のダウンロードで選択できる文字コードが追加 ※選択可能な文字コード：Shift_JIS、UTF-8(BOMあり)、UTF-16 キャンペーンエディターでの商品リストファイルのエラー情報ダウンロードが拡充 ※文字コード：Shift_JIS、UTF-8(BOMあり)、UTF-16 ※ファイル形式：TSV、CSV
メリット 活用方法	広告タイトルの表現の幅が広がり、ユーザーの注目を集めやすくなる
注意点	—
適用日	2025年5月14日（適用予定）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/yahoo-ads/20250423/

使用可能な絵文字

絵文字	unicode	絵文字	unicode	絵文字	unicode
	U+1F3C6		U+1F6D2		U+1F469
	U+2728		U+1F4A1		U+1F468
	U+1F381		U+1F4B0		U+1F483
	U+1F389		U+1F4E3		U+1F4A6
	U+1F38A		U+1F4E2		U+1F4AF
	U+1F384		U+1F514		U+1F4A8
	U+1F38D		U+1F4AA		U+1F4AB
	U+1F380		U+1F440		U+1F4AC
	U+1F338		U+1F44D		U+1F929

▲使用可能な絵文字（一部抜粋）



【Yahoo!広告・LINE広告】 有用性の低い広告について審査の判断基準が統合

Yahoo!広告とLINE広告の「広告の有用性」に関する審査判断基準が統合される

媒体	LINE・Yahoo!
情報種別	機能変更
概要	Yahoo!広告掲載基準「第2章 ユーザーの利便性のための基準 3.広告の有用性について」と、LINE広告審査ガイドライン「有用性が低いと判断される広告の禁止」において、審査の判断基準が統合される。主な判断基準は以下のとおり。 有用性がないと判断する例 広告主による独自のコンテンツが乏しいサイト アービトラージサイト等、コンテンツ量に対し第三者のサイトへのリンクや広告量が過多であるサイト 体験談や口コミの内容に信憑性のないサイト 有用性があると判断する例 広告主による独自のコンテンツが充実しているサイト（企業の公式ホームページ、オウンドメディアなど）
メリット 活用方法	それぞれのプラットフォーム用に別々の広告を用意する必要がなくなる
注意点	Yahoo!広告掲載基準本文の変更はないが、判断基準の解釈が変わる可能性がある
適用日	2025年4月28日（適用予定）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/line-ads/20250422/

■ 有用性がないと判断する例

- ・ 広告主による独自のコンテンツが乏しいサイト
- ・ アービトラージサイト等、コンテンツ量に対し第三者のサイトへのリンクや広告量が過多であるサイト
- ・ 体験談や口コミの内容に信憑性のないサイト

■ 有用性があると判断する例

- ・ 広告主による独自のコンテンツが充実しているサイト
(例)
 - ・ 企業の公式ホームページ、オウンドメディア
 - ・ 複数商品やサービスを複数の項目で比較したサイト
 - ・ 訴求している商品やサービスについて専門家へ相談ができるサイト
 - ・ 特定の商品、サービスを実際に使用し体験談として掲載しているサイト
 - ・ 情報をまとめているサイト

▲ 具体例の詳細

【LINE】LINE絵文字の新規企業向けサービス「LINEプロモーション絵文字」を正式提供開始

企業オリジナルのLINE絵文字を友だち追加条件で無料配布できるサービスが開始された

媒体	LINE
情報種別	機能追加
概要	「LINEプロモーション絵文字」は、企業のオリジナルLINE絵文字をスタンプショップ経由で、友だち追加を条件にユーザーへ無料配布できるサービス。 ユーザーは企業のLINE公式アカウントを友だち追加すると無料で対象の絵文字を利用可能になる。 LINE絵文字の送信数と送信UU数は2年前比115%以上上昇しており、LINEスタンプより送信ユーザー数が多い傾向にあるため、幅広いユーザー層へのアプローチが可能。
メリット 活用方法	LINEスタンプではリーチできなかったユーザー層へのアプローチが実現できる。
注意点	絵文字をデザインする必要がある、工数・費用がかかる。
適用日	2024年4月1日（適用済み）
参考URL	https://www.lycbiz.com/jp/news/other/20250401/?page=2



Meta廣告

【Meta】Googleアナリティクスとのパートナー連携機能が追加

イベントマネージャとGoogleアナリティクスを連携できるようになり、データの共有・マッピングが可能に

媒体	Meta
情報種別	機能追加
概要	Metaイベントマネージャに新機能として、Googleアナリティクスとのパートナー連携が追加された。この機能により、Googleアナリティクスのアカウントとプロパティをイベントマネージャと連携できるようになり、データの共有やイベントのマッピングが可能になる。 連携設定 ① イベントマネージャの[パートナー連携]から[Googleアナリティクス]を選択 ② 連携範囲（ビジネスポートフォリオレベルまたは広告アカウント）を選択 ③ Googleアカウントで認証 ④ 連携するGoogleアナリティクスアカウントとプロパティを選択 ⑤ Metaデータセットとのマッピングを設定 ⑥ データ連携の範囲（すべてのトラフィックorMetaからのトラフィックのみ）を選択 ⑦ GAイベントタイプとMetaコンバージョンイベントタイプをマッピング
メリット 活用方法	プラットフォームをまたいで追跡することでユーザーの行動をより深く理解できる Meta広告のパフォーマンス分析にGoogleアナリティクスデータが使える
注意点	代理店の場合、クライアントによるGoogleアナリティクス認証が必要
適用日	具体的な日付の記載なし（一部ユーザーのみ利用可能な状態）
参考URL	https://www.facebook.com/business/help/483077987527740

アナリティクス



Google Analytics
ウェブイベント



Google Analytics

Googleアナリティクスの連携を設定

連携設定は5〜10分ほどで完了でき、ここでデータの共有方法を選択します。イベントやデータセットを正しくマッピングして連携を設定することで、今後の最適化の利用対象となる場合があり、Metaキャンペーンの外部測定パフォーマンスを改善できる可能性があります。

開始する

【Meta】 Advantage+ ショッピングキャンペーンがAdvantage+ セールスキャンペーンに変更

Advantage+ ショッピングキャンペーンの名称が変更され、AIを活用した最適化機能が強化される

媒体	Meta
情報種別	機能変更
概要	Meta広告において、Advantage+ ショッピングキャンペーン（ASC）の名称が「Advantage+ セールスキャンペーン」に変更される。Advantage+ オーディエンス/配置/予算をすべてオンにするとAI最適化が有効になり、パフォーマンスが最大化。 基本設定 「売上」目的のキャンペーン作成時に、Advantage+ オーディエンス・配置・予算の3つをオンにすることで、Advantage+ セールスキャンペーンが有効になる。 ※他の目的では、目的に応じた名称（「アプリの宣伝」→Advantage+ アプリキャンペーン、「リード」→Advantage+ リード獲得キャンペーン） 必須設定条件 Advantage+ オーディエンス：キャンペーン内の1つ以上の広告セットで「おすすめの設定を使用」または年齢・性別選択時に「提案として使用する」を選択 Advantage+ 配置：キャンペーン内のすべての広告セットでプラットフォーム・配置をすべて選択 ※Advantage+ 予算→「キャンペーンの予算」を使用
メリット 活用方法	テスト結果によると、顧客獲得単価が9%改善 →AIによる自動最適化で最も関連性の高いオーディエンスにリーチできる
注意点	既存のASCを利用していたキャンペーンは、UI変更時（2025年6月頃予定）に「Advantage+ 予算」が自動的にオフになる
適用日	2025年2月6日から順次適用（適用済み）
参考URL	https://www.facebook.com/business/help/1292656978738967

Advantage+ セールスキャンペーン

(2025/2/6～順次)

✓ 予算

✦ Advantage+ オン

✓ オーディエンス

✦ Advantage+ オン

✓ 配置

✦ Advantage+ オン

🔗 キャンペーンのおしらせ

✦ Advantage+ セールスキャンペーン ⓘ

オン ▲

✓ 予算

あなたはキャンペーン予算を使用しています。

✓ オーディエンス

1件以上の広告セットでおすすめの設定を使用しているか、設定が推奨値です。

✓ 配置

すべての広告セットにすべての配置が含まれています。

オーディエンス・配置・予算の
Advantage+ をオンにすることでASCに



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 ①Yahoo!

見積もり依頼は
こちら！

弊社のLINE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LINE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Meta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。

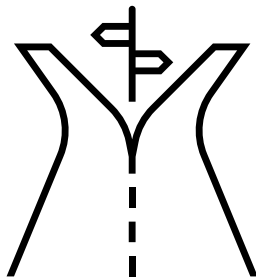
迷ったらご相談ください

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/>