

Yahoo! 広告

オーディエンスターゲティング刷新

(サーチキーワードターゲティングから
オーディエンスリストターゲティングへの移行)

ディスプレイ広告

2024年7月

LINEヤフー

推奨運用や各種事例などを新たに追加いたしました。
本週知後に追加ご案内しました内容は、既存情報としてマージいたしました。
今回、新たに追加/updateについてご案内させていただきます。

ラベル「追加」「UPDATE」 ページをご参照ください。

■追加

P6、7、14、18

下記は章立て追加になります。

P43-54 推奨運用手法

P55-65 拡張・配信キーワード事例

P66-72 配信事例

P73-74 APPENDIX 比較検証方法

■update

P8、11、17、24



01

はじめに

02

概要

03

リリース機能詳細

04

広告管理ツール 画面イメージ

05

キーワード審査NG時の仕様について

06

ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの扱いについて

CONTENTS

07

推奨運用手法

08

拡張・配信キーワード事例

09

配信事例

10

APPENDIX 比較検証方法

11

よくある質問

01



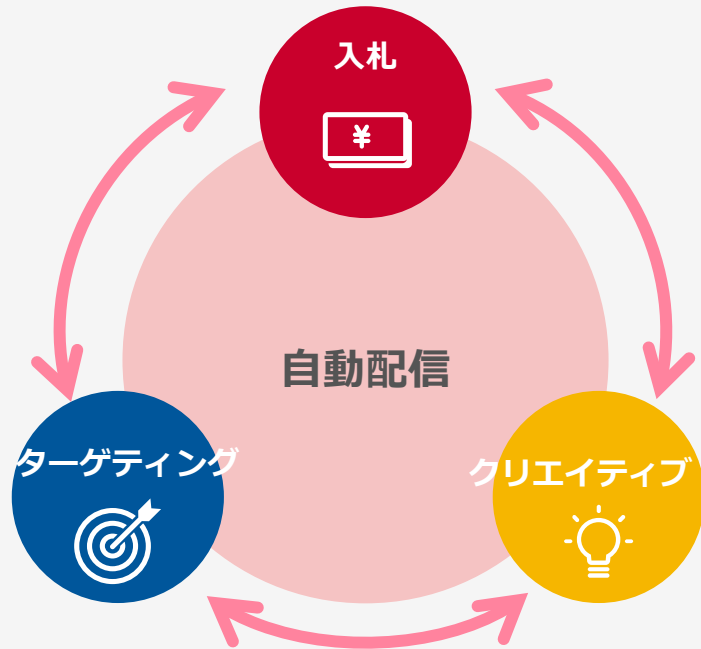
はじめに

はじめに : Yahoo!広告 ディスプレイ広告の自動化の方向性について

「自動配信」の実現により、ユーザー在庫、配信在庫を余すことなく活用することで、広告効果の最大化を目指します。

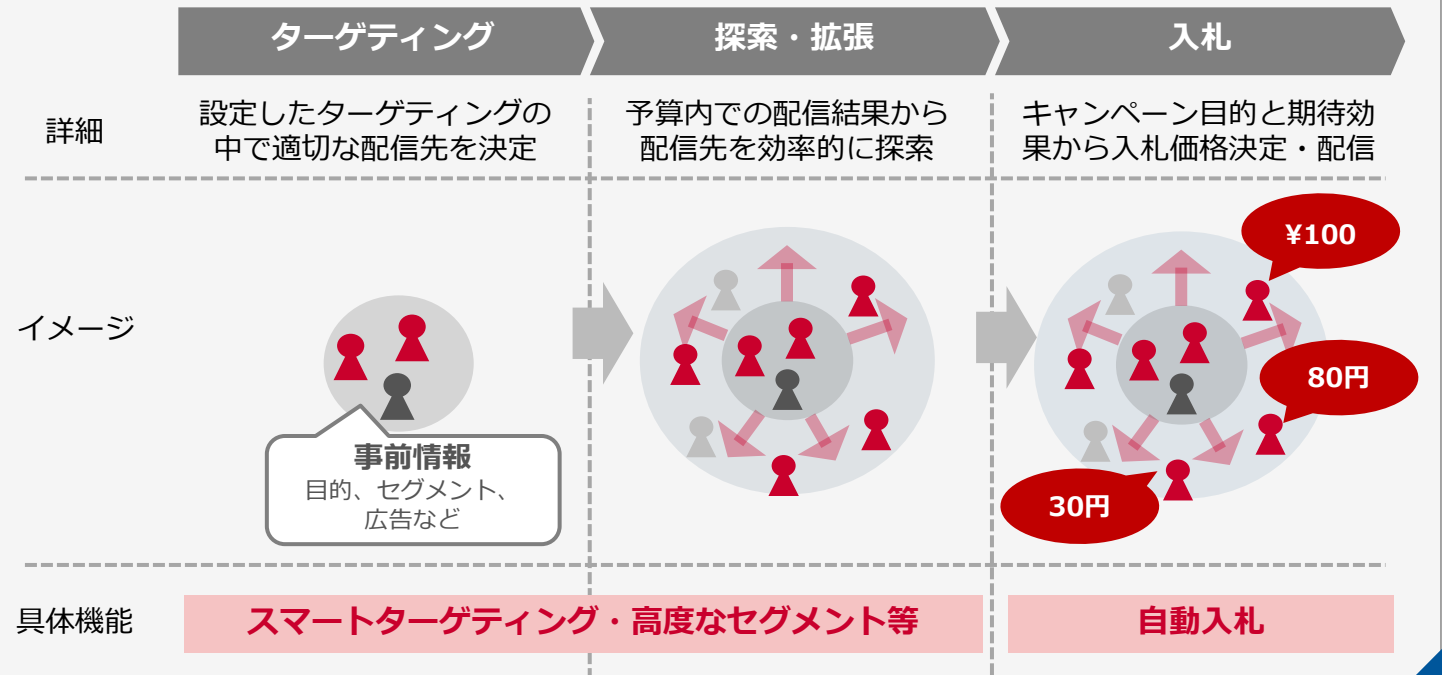
自動化の全体像

自動化の横連携により、広告効果の最大化を目指します



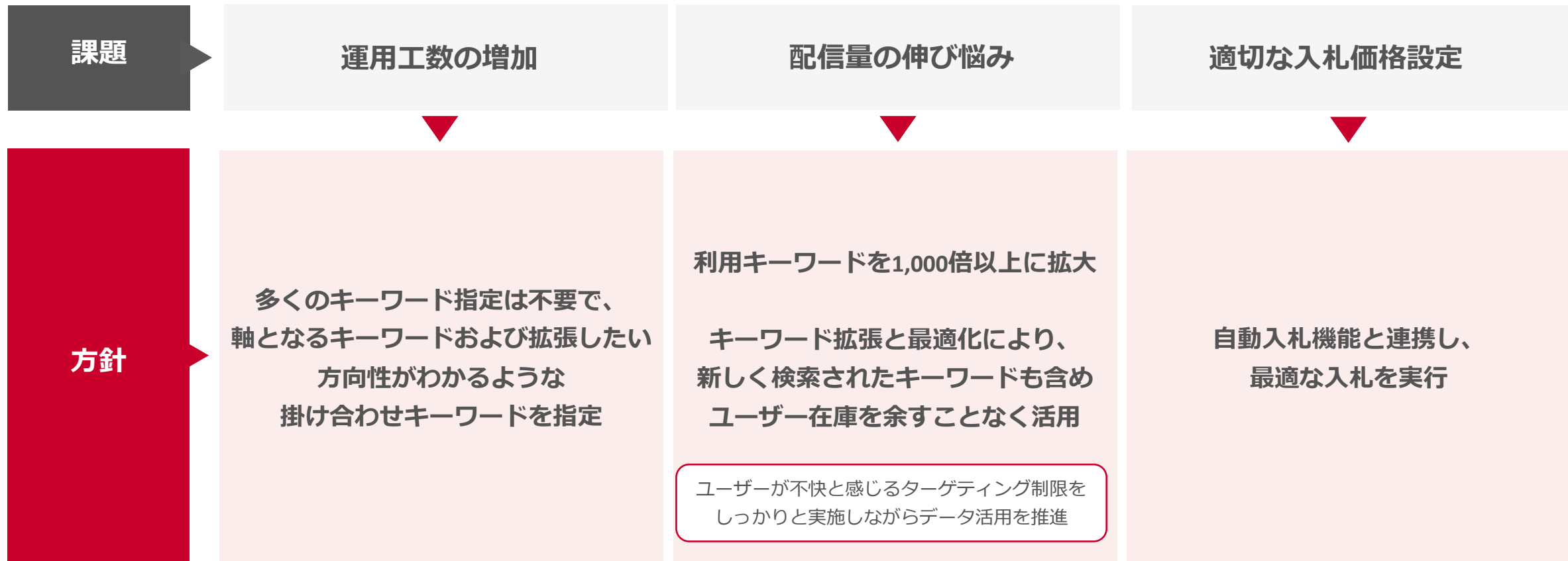
自動的にユーザーを探索できる仕組みづくり

適切なターゲティングに対して探索、拡張を行い最適な配信先を決定した後、最適な入札価格を決定することで、自動的にユーザーを探索し配信することが可能です



はじめに：高度なセグメントが実現したいこと

自動化の横連携を強化し、「高度なセグメント」では下記の課題を解決します。

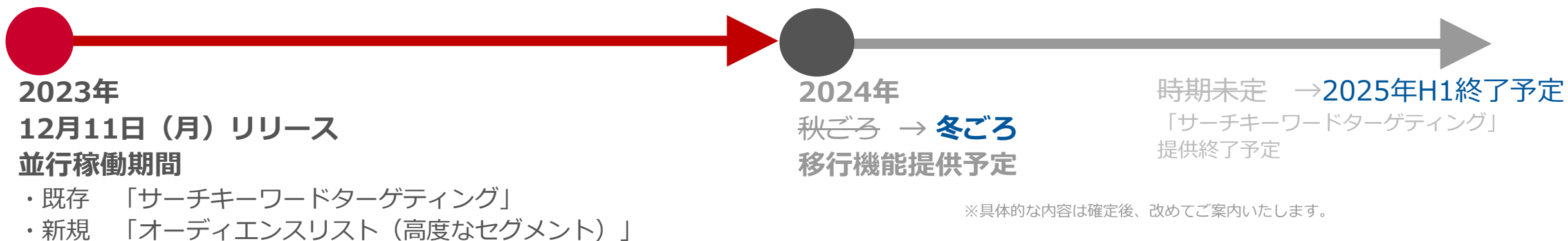


今後も検索データ以外の活用など、新たな機能拡張を検討していきます。

オーディエンス管理機能の方針

既に「オーディエンスターゲットティングの刷新について」でご案内のとおり、「オーディエンスカテゴリターゲットティング」と「サーチキーワードターゲットティング」を「**オーディエンスリストターゲットティング**」に集約します。

今回は「**サーチキーワードターゲットティング**」の集約についてのご案内です。



※本資料作成時点での計画です。今後予定は変更される場合がありますのであらかじめご了承ください。

※参考：ご案内済リリースノート

- 【ディスプレイ広告】オーディエンスターゲットティングの刷新について
<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30406415.html>
- 【ディスプレイ広告】オーディエンスカテゴリターゲットティングの移行と提供終了について
<https://ads-promo.yahoo.co.jp/support/release/30421877.html>

02



概要

1) 日程

2023年12月11日（月）リリース

2) 概要

新仕様として「オーディエンスリスト」に**新規リスト種別「高度なセグメント」**を提供します。
「サーチキーワード」は候補一覧から選択でしたが、「高度なセグメント」は**任意のフリーワードを入力し、フリーワードを基にして、機械学習で最適なユーザーリストが作成**されます。

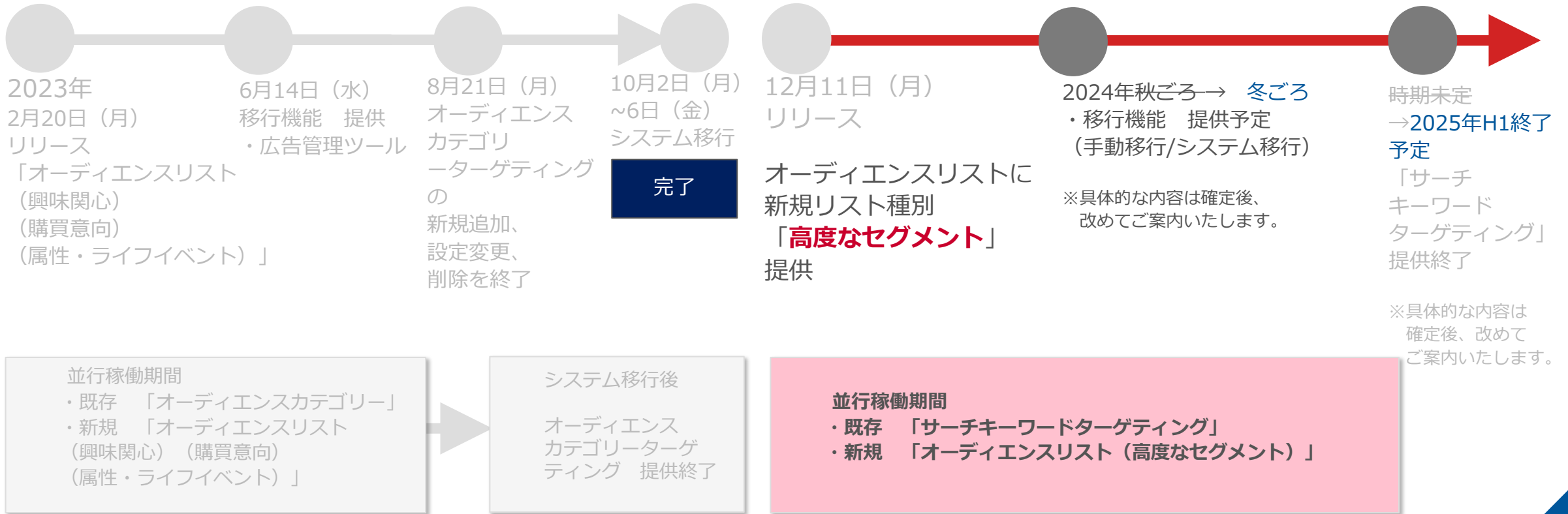
※なお、既存の「サーチキーワードターゲティング」と今回リリースの「高度なセグメント」はしばらく並行稼働しますが、最終的には「高度なセグメント」に移行していただく必要がございます。
具体的な移行内容は改めてご案内いたします。

3) 背景/目的

今までは「オーディエンスリスト」「オーディエンスカテゴリー」「サーチキーワード」のように複数のターゲティング機能として提供しており、それらのターゲティングを組み合わせると絞り込み配信になっている状況です。
オーディエンスターゲティングを再定義し、オーディエンスを柔軟に組み合わせた広告配信を目指します。

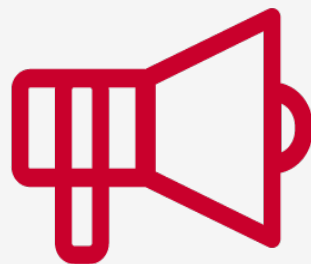
スケジュール

オーディエンスカテゴリーターゲティングの移行と提供終了までのスケジュールです。
既存の「サーチキーワードターゲティング」と今回リリースの「オーディエンスリスト（高度なセグメント）」はしばらく並行稼働しますが、最終的には「オーディエンスリスト」に移行していただく必要がございます。



※本資料作成時点での計画です。今後予定は変更される場合がありますのであらかじめご了承ください。

03

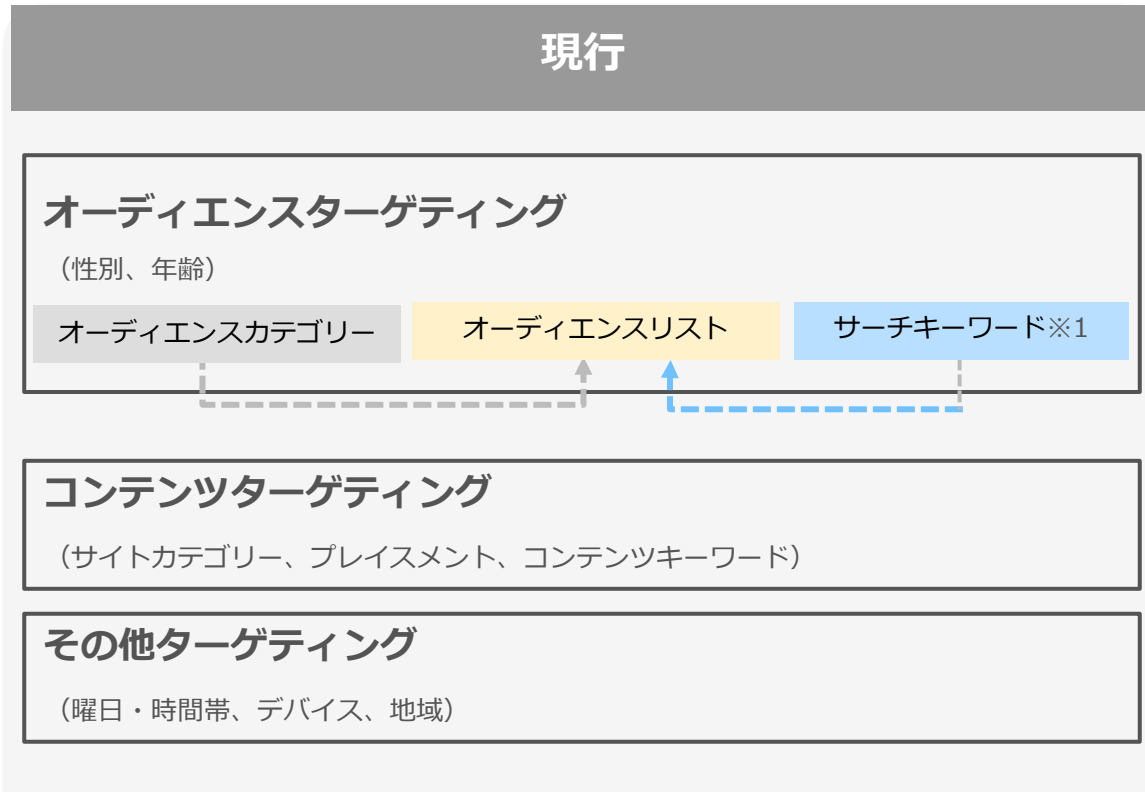


リリース機能詳細

「オーディエンスカテゴリーターゲティング^{※1}」と「**サーチキーワードターゲティング**」を「**オーディエンスリストターゲティング**」の一つとして集約し、「オーディエンスリスト」に**新規リスト種別「高度なセグメント**」を提供します。

※1 「オーディエンスカテゴリーターゲティング」は集約済です。

■ ターゲティングの種類



「高度なセグメント」とは

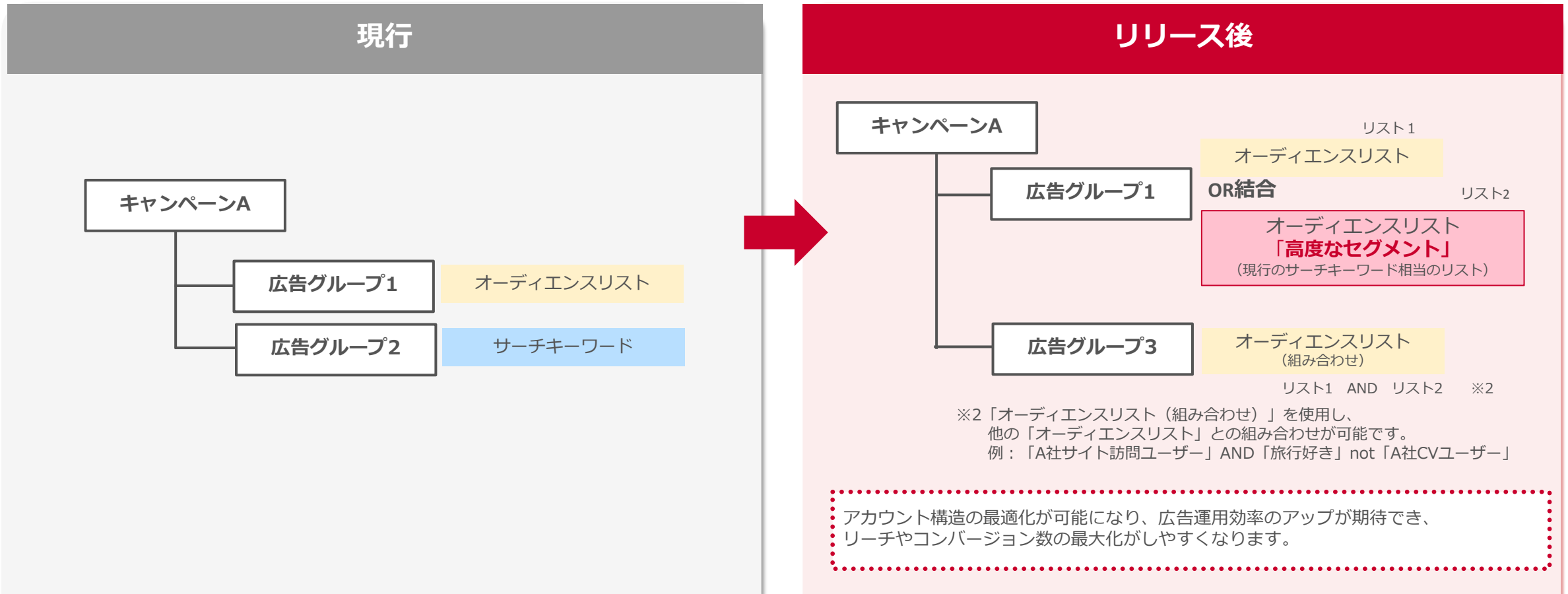
任意のフリーワードを入力すると、**フリーワードを基にした拡張+最適化**を行い**ユーザーリストを作成し配信**します。登録した「キーワード」と、その「キーワード」と関連性が強いワードを検索した人にも拡張し、その中からアクションしそうなユーザーを選定して広告配信します。



POINT

今までアプローチ出来なかったユーザーに配信でき、自動入札と合わせて活用することで、最適な入札を目指し、効率的にキーワードを拡大することが可能です。

「高度なセグメント」と現行の「オーディエンスリスト」をOR結合し、1つの広告グループで配信できます。



リリース機能 詳細

現行の「サーチキーワードターゲティング」は、候補キーワード一覧から選択し、当該キーワードを検索したユーザーに広告を配信する仕組みですが、新機能「**高度なセグメント**」はフリーワードでのキーワード入力になり、そのキーワードとユーザーの検索行動の類似性が高いユーザーに広告を配信します。

現行（キーワード候補を選択）

サーチキーワード候補を探す

キーワードから探す URLから探す

自動車 保険

候補を表示 入力したキーワードに完全一致

検索期間 30日以内 検索回数 1回以上

サーチキーワード候補	検索回数	1回以上	追加工	3/500件選択済	全てクリア
<input checked="" type="checkbox"/> 自動車保険 安い比較窓口	1,700	1,500	1,000未満	2022/12/19	自動車保険 安い比較窓口
<input type="checkbox"/> 自動車保険 安い比較窓	1,000未満	1,000未満	1,000未満	2022/12/05	自動車保険 比較 窓口
<input type="checkbox"/> 自動車保険 見積もり シュミレーション	1,000未満	1,000未満	1,000未満	2022/05/17	自動車保険
<input checked="" type="checkbox"/> 自動車保険 比較 窓口	1,000未満	1,000未満	1,000未満	2021/08/13	
<input type="checkbox"/> 自動車保険 安い	1,000未満	1,000未満	1,000未満	2021/04/07	
<input type="checkbox"/> 自動車保険 比較	1,000未満	1,000未満	1,000未満	2021/03/29	
<input checked="" type="checkbox"/> 自動車保険	1,000未満	1,000未満	1,000未満	2021/02/25	

検索結果: 454件中 454件表示

PCユーザーサイズ スマートフォンユーザーサイズ タブレットユーザーサイズ

- 「キーワード」を入力
- 候補を表示
- 表示されたキーワードから選択
- ※「最大500件」

リリース後（キーワードを直接入力）

< オーディエンスリスト（高度なセグメント）を作成する >

オーディエンスリスト名 必須 0/100

キーワード 必須

1行につき25文字以内でキーワードを入力し、「キーワードを追加」ボタンを押してください。
スペース区切りで複数の単語も入力できます。

入力例：
旅行
交通機関 新幹線
トラベル アウトドア レジャー

キーワードを追加

推奨ユーザーサイズ -

0/50件選択済 全てクリア

キーワード

キーワードを入力してください

説明

- フリーワード入力
- ※1キーワードは25文字以内
- ※最大「50件」
- ※入力フリーワードを基に、ユーザーリストを作成
- スペース区切りで複数ワードを入力すると「AND」のイメージでユーザーリストが作成されます。(ex. 自動車保険 比較)
- キーワードが拡張されてユーザーリストを作成します。

ご注意

「高度なセグメント」で入力するフリーワードには審査があります。
広告データ利用基準に抵触するワードではターゲティングできません。

※参考

広告データ利用基準 第3章 データの利用

1. 慎重に扱うべき個人に関するデータを利用したターゲティングの禁止
<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044262?language=ja>
8. 未成年者への保護
<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000045948?language=ja>

■フリーワードがNGの場合

- フリーワード新規作成時にNGのワードがある場合、「**利用できないキーワードです**」のメッセージが表示されます。
※文言はイメージです。リリース後、ご確認をお願いします。
- 審査でフリーワードがNGになった場合、それ以外のワードを利用してユーザーリストが作成されます。
- 広告管理ツールでユーザーに反映後、メール連絡を実施し、修正依頼します。**
※エラーメッセージのイメージはP28、29をご参照ください。

【背景】

近年インターネット利用者のプライバシー保護の意識が高まっております。
データを利用されることへの不安や不快感を与える事がないよう、データ（キーワード）利用を制限しています。

【概要】

サーチキーワードターゲティングと高度なセグメントのどちらにおいても、広告データ利用基準に基づく審査は様々なタイミングで実施しております。違反判定のタイミングにより、審査結果に差分が発生することがあり、高度なセグメントで審査NGになる場合もあります。

【その他】

Yahoo!広告 ディスプレイ広告(運用型) の審査体制に則り、掲載開始前審査に加え掲載開始後審査も入ります。
そのため、掲載開始後の審査によりキーワード利用ができなくなる場合もあります。

1つの広告グループに対して、オーディエンスリストは「配信」と「除外」をあわせて**10件**です。
※「**高度なセグメント**」も**10件**に含まれます。

現行（サーチキーワードターゲティング）

サーチキーワード ②

全てのユーザーに配信
 サーチキーワードリストを指定して配信

サーチキーワードリスト名で検索 🔍 0/10件選択済 全てクリア

選択	サーチキーワードリスト名	再読込	サーチキーワードリスト	入札価格調整率
<input type="checkbox"/>			サーチキーワードリストを選択してください。 ※いずれかに一致する場合に配信対象（OR条件）となります。	
<input type="checkbox"/>				
<input type="checkbox"/>				

サーチキーワードリストの管理画面へ 🏠

ご注意!

並行稼働しますが、
同一キャンペーン、
同一広告グループで、
オーディエンスリスト
「**高度なセグメント**」との
同時設定は**不可**です

リリース後（高度なセグメント）

オーディエンス リスト ①

全てのユーザーに配信
 オーディエンスリストを指定して配信

オーディエンス 共通オーディエンス 0/10件選択済 0/50件選択済 全てクリア

設定	オーディエンスリスト名	再読込	入札価格調整率
	オーディエンスリストを選択してください。 ※いずれかに一致する場合に配信/除外対象（OR条件）となります。		

オーディエンスリストの管理画面へ 🏠

「**高度なセグメント**」は
「**オーディエンスリスト**」
(最大10件設定) に含まれます

「高度なセグメント」では、検索期間・検索回数の指定はできません。

現行（サーチキーワードターゲティング）

- 広告配信に利用する検索履歴の有効期間は「1日以内」「3日以内」「7日以内」「14日以内」「30日間」の中から選択。
検索履歴の有効期間は、サーチキーワードリストごとに設定可能。
- 広告を配信するユーザーが有効期間内にサーチキーワードで検索した回数を、「1回以上」「2回以上」「3回以上」の中から選択。
サーチキーワードの検索回数は、サーチキーワードリストごとに設定可能。

リリース後（高度なセグメント）

- **検索期間、検索回数 指定不可**
※システムで最適値に調整します。

「高度なセグメント」では、検索ワードごとの分析レポートの出力はありません。

現行（サーチキーワードターゲティング）

サーチキーワードごとの実績値を確認する場合は、「分割項目」から「サーチキーワード」を指定。

※レポートの作成方法は「[パフォーマンスレポート・テンプレートの作成](#)」をご参照ください。

リリース後（高度なセグメント）

検索ワードごとの分析レポートの出力はありません。オーディエンスリスト別の統計画面をご参照ください。

※機械学習の仕様に基づいて最適化されたリストのパフォーマンスデータが確認できます。

検索	オーディエンスリスト	目的	広告グループ入力戦略	インプレッション数	クリック数	クリック率	コスト	平均CPC	ビューアブルインプレッション数	コンバージョン数	コンバージョン率	コスト/コンバージョン	コンバージョンの目標
合計	オーディエンスリスト	目的	広告グループ入力戦略	18,438,645	27,397	0.15%	¥1,044,463	¥38	4,113,887	999	1.97%	¥1,048	NO
除外	会員ページ	コンバージョン数の最大化 (430円)	コンバージョン数の最大化 (430円)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
配信	会員ページ類似(4-3)	コンバージョン数の最大化 (430円)	コンバージョン数の最大化 (430円)	4,924	7	0.14%	¥90	¥13	505	0	0.00%	¥0	¥0
配信	会員ページ類似(3-2)	コンバージョン数の最大化 (430円)	コンバージョン数の最大化 (430円)	17,156	20	0.12%	¥485	¥24	2,338	1	2.50%	¥485	¥0
配信	会員ページ類似(2-1)	コンバージョン数の最大化 (430円)	コンバージョン数の最大化 (430円)	76,375	61	0.08%	¥1,732	¥28	10,824	3	1.84%	¥577	¥0
配信	会員ページ類似1	コンバージョン数の最大化 (430円)	コンバージョン数の最大化 (430円)	63,831	71	0.11%	¥2,248	¥32	12,133	3	1.73%	¥749	¥0
除外	会員ページ	コンバージョン数の最大化 (430円)	コンバージョン数の最大化 (430円)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
除外	会員ページ	コンバージョン数の最大化 (1,000円)	コンバージョン数の最大化 (1,000円)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
除外	会員ページ	コンバージョン数の最大化 (1,000円)	コンバージョン数の最大化 (1,000円)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
配信	会員ページ類似(5-4)	コンバージョン数の最大化 (1,000円)	コンバージョン数の最大化 (1,000円)	460,161	499	0.11%	¥14,625	¥29	79,809	12	1.35%	¥1,219	¥0
配信	会員ページ類似(4-3)	コンバージョン数の最大化 (1,000円)	コンバージョン数の最大化 (1,000円)	1,175,489	1,438	0.12%	¥43,726	¥30	218,431	56	2.43%	¥781	¥0

※画面はイメージです。詳細はリリース後、ご確認ください。

「**高度なセグメント**」は下記仕様になります。

リリース後（高度なセグメント）

ユーザーリストの蓄積

「**高度なセグメント**」のリスト作成後、ユーザーリストが蓄積されるまで**1~2日**ほどかかります。

※2日以上経過していない場合は、時間をおいてご確認ください。

「組み合わせ」設定が可能

「**高度なセグメント**」の組み合わせ設定が可能です。

広告グループ設定で選択が可能

広告グループ設定で「**高度なセグメント**」も選択が可能です。

※上限は他のリストも含めて**10件**です。

機能リリース まとめ（現行との比較）

比較項目	現行（サーチキーワードターゲティング）	リリース後（高度なセグメント）
キーワード指定方式	<ul style="list-style-type: none"> 候補からキーワードを選択 表示されたキーワードから選択 ※「最大500件」 	<ul style="list-style-type: none"> フリーワード入力 ※1キーワードは25文字以内 ※最大「50件」 ※入力フリーワードを基に、ユーザーリストを作成 ※利用できるキーワードが大きく拡大 <p style="text-align: center; background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px;">広告データ利用基準に抵触しているキーワードは利用不可</p>
ターゲティング対象	<ul style="list-style-type: none"> 選択したキーワードを検索したユーザー ※リーチ拡大には大量のキーワード指定が必要 ※キーワードの追加などの運用も必要 	<ul style="list-style-type: none"> 入力したキーワードを基に機械学習で拡張 ※大量のキーワード指定は不要 ※新しく生まれた検索キーワードも自動利用されます
ターゲティング設定	<ul style="list-style-type: none"> 配信設定のみ可能 ※他のターゲティングとの組み合わせはAND結合のみ 	<ul style="list-style-type: none"> 他のユーザーリストと AND/OR/NOT で組み合わせたリスト作成が可能

ご注意

- 「サーチキーワードターゲティング」と「高度なセグメント」はしばらく並行稼働します。最終的には「高度なセグメント」に移行をお願いします。
- 2024年秋ごろ →冬ごろ、移行機能提供予定です。
(手動移行およびシステム移行)

※それぞれ具体的な内容およびスケジュールは確定後、改めてご案内いたします。

04



広告管理ツール
画面イメージ

オーディエンスリストの管理画面 イメージ

ライブラリー

オーディエンスリスト

+ オーディエンスリストを作成

オーディエンス分析

オーディエンスソース

検索キーワードリスト

プレイスメントリスト

コンテンツキーワードリスト

商品リスト

商品セット

画像

動画

コンバージョン測定

コンバージョングループ

インポート

オーディエンスリストを作成

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

リスト種別	内容	説明	オーディエンスソース	ユーザーサイズ	訪問履歴の蓄積	訪問履歴の有効期間	類似ユーザーの拡張範囲
高度なセグメント	旅行	①	-	0	-	-	-
ウェブサイト訪問ユーザー	ページ種別：商品…	① https://cptl.corp.y…	① サイトリターゲティングタグ	0	蓄積する	90日間	-
高度なセグメント	麻薬	① ⚠	-	0	-	-	-
高度なセグメント	自動車保険	①	-	0	-	-	-
ウェブサイト訪問ユーザー	カスタムラベル：a…	①	① サイトリターゲティングタグ	0	蓄積する	90日間	-
ウェブサイト訪問ユーザー	カスタムラベル：a…	① https://cptl.corp.y…	① サイトリターゲティングタグ	0	蓄積する	90日間	-
ウェブサイト訪問ユーザー	URL：404156157…	① https://cptl.corp.y…	① サイトリターゲティングタグ	0	蓄積する	90日間	-
ウェブサイト訪問ユーザー	全て	① https://wiki.work…	① サイトリターゲティングタグ	0	蓄積する	90日間	-
ウェブサイト訪問ユーザー	ページ種別：商品…	①	① サイトリターゲティングタグ	0	蓄積する	90日間	-
ウェブサイト訪問ユーザー	全て		① サイトリターゲティングタグ	0	蓄積する	10日間	-

表示件数 2

「オーディエンスリストを作成」ボタンを押すと、新たな種別「高度なセグメント」が選択できます。

※画面はイメージです。詳細はリリース後、ご確認ください。

「高度なセグメント」作成画面 イメージ

オーディエンスリスト (高度なセグメント) を作成する

1 オーディエンスリスト名 **必須** テスト 3/100

2 キーワード **必須**

1行につき25文字以内でキーワードを入力し、「キーワードを追加」ボタンをクリックしてください。
スペース区切りで複数の単語も入力できます。

3 推定ユーザーサイズ 0

1/50件選択済 全てクリア

キーワード

自動車保険

入力例:
旅行
交通機関 新幹線
トラベル アウトドア レジャー

キーワードを追加

説明

オーディエンスリストの説明を入力してください

0/500

作成 キャンセル

① オーディエンスリストを作成する場合は、広告データ利用基準を遵守していただく必要があります。広告データ利用基準「第3章 データの利用」で禁止している分析やターゲティングはできません。

項目名	説明
① オーディエンスリスト名	任意のオーディエンスリスト名を入力します。作成済みのオーディエンスリストと同一の名称は使用できません。
② キーワード	フリーワード入力 ※1キーワードは25文字以内 ※最大「50件」 ※入力フリーワードを基に、ユーザーリストを作成 ※スペース区切りで複数ワードを入力すると「AND」のイメージでユーザーリストが作成される ※キーワードが拡張されてユーザーリストを作成
③ 推定ユーザーサイズ	入力したキーワードに対するユーザーサイズの参考値です。 ※リスト作成後にオーディエンスリストの一覧に表示される「ユーザーサイズ」とは異なります。
④ オーディエンスリスト一覧	キーワードを入力し「キーワードを追加」ボタンでキーワードを登録。「作成」ボタンを押下すると、オーディエンスリスト (高度なセグメント) が作成され、リスト一覧に表示される。 「高度なセグメント」のリストを作成時点では、ユーザーサイズの表記は「初回集計中」です。ユーザーサイズの反映には1~2日ほどかかります。時間をおいてご確認ください。 ※ユーザーサイズ反映状況詳細はP24ご参照ください。

ライブラリー

オーディエンスリスト + オーディエンスリストを作成

オーディエンス分析

オーディエンスソース

サーチキーワードリスト

プレースメントリスト

コンテンツキーワードリスト

商品リスト

商品セット

画像

オーディエンスリスト名	リスト種別	内容	説明	オーディエンスソース	ユーザーサイズ	訪問履歴の蓄積	訪問履歴の有効期間
オーディエンスリスト名	アプリユーザー	イベント種別: アプ...		アプリ	0	蓄積する	90日間
	組み合わせ	いずれかのオーディ...		-	0	-	-
	高度なセグメント	自動車保険、旅行、...		-	初回集計中	-	-
	高度なセグメント	麻薬、保険		-	初回集計中	-	-
	高度なセグメント	旅行		-	初回集計中	-	-

※画面はイメージです。詳細はリリース後、ご確認ください。

「高度なセグメント」作成画面 イメージ（フリーワード入力例）

「AND」「OR」入力イメージ

オーディエンスリスト名 **必須** テスト 3/100

キーワード **必須** 1行につき25文字以内でキーワードを入力し、「キーワードを追加」ボタンを押してください。スペース区切りで複数の単語も入力できます。

入力例：
旅行
交通機関 新幹線
トラベル アウトドア レジャー

キーワードを追加

推定ユーザーサイズ 0
1/50件選択済 全てクリア
キーワード
自動車保険

推定ユーザーサイズ 0
1/50件選択済 全てクリア
キーワード
自動車 保険

スペース区切りで複数ワード入力した場合

「自動車」AND「保険」のイメージでユーザーリストを作成

推定ユーザーサイズ 0
2/50件選択済 全てクリア
キーワード
自動車
保険

「キーワードを追加」ボタンでワードを入力した場合

「自動車」OR「保険」のイメージでユーザーリストを作成

「エラーメッセージ」表示イメージ

オーディエンスリスト名 **必須** テスト 3/100

キーワード **必須** 1行につき25文字以内でキーワードを入力し、「キーワードを追加」ボタンを押してください。スペース区切りで複数の単語も入力できます。

入力例：
旅行
交通機関 新幹線
トラベル アウトドア レジャー

キーワードを追加

推定ユーザーサイズ 0
1/50件選択済 全てクリア
キーワード
麻薬

△ ×
利用できないキーワードです。キーワードの審査についてはヘルプを参照してください。

21/100
キーワードを追加

推定ユーザーサイズ 0
2/50件選択済 全てクリア
キーワード
麻薬
保険

・「作成」ボタン押下後、エラーメッセージが表示されます。

・一覧画面にも表示され、オーディエンスリストの作成が始まりますが、ユーザーサイズの表記は「初回集計中」になります。なお、全てのキーワードがNGワードの場合はユーザーサイズが「0」のまま蓄積されません。NGワードのみの場合、「初回集計中」の表記のままになります。

ライブ러리

オーディエンスリスト

オーディエンス分析

オーディエンスソース

サーチキーワードリスト

プレイズメントリスト

コンテンツキーワードリスト

商品リスト

商品セット

画像

オーディエンスリスト名	リスト種別	内容	説明	オーディエンスソース	ユーザーサイズ
Health combination test	組み合わせ	いづれかのオーディ...		-	0
Health search test	高度なセグメント	自動車保険、旅行、...		-	初回集計中
Health search test	高度なセグメント	麻薬、保険		-	初回集計中
Health search test	高度なセグメント	旅行		-	初回集計中
ingress del connect test	ウェブサイト訪問ユーザー	ページ種別：商品詳...		タグ	0

△ ×
利用できないキーワードが含まれています。キーワードの審査についてはヘルプを参照してください。

※画面はイメージです。詳細はリリース後、ご確認ください。

オーディエンスリスト一覧（高度なセグメント ユーザーサイズ反映イメージ）

ライブラリー

オーディエンスリスト + オーディエンスリストを作成

オーディエンス分析

オーディエンスソース

オーディエンスリスト名

オーディエンスソース

検索キーワードリスト

プレースメントリスト

コンテンツキーワードリスト

商品リスト

商品セット

画像

動画

リスト種別	内容	説明	オーディエンスソース	ユーザーサイズ	訪問履歴の蓄積	訪問履歴の有効期間	類似ユーザーの拡張範囲
高度なセグメント	自動車保険	①	-	初回集計中		-	-
高度なセグメント	麻薬	①△	-	初回集計中		-	-
高度なセグメント	旅行	①	-	0		-	-
高度なセグメント	麻薬、保険	①△	-	0		-	-
ウェブサイト訪問ユーザー	カスタムラベル：a...	①	サイトリターゲティングタグ	0	蓄積する	90日間	-
ウェブサイト訪問ユーザー	ページ種別：商品詳...	① https://cptl.corp...	サイトリターゲティングタグ	1,000未満	蓄積する	90日間	-

※画面はイメージです。詳細はリリース後、ご確認ください。

「高度なセグメント」ユーザーサイズの反映状況	ユーザーサイズ表示	説明
作成時	初回集計中	利用できないキーワードが含まれていない場合
		利用できないキーワードが含まれて作成した場合、利用できないキーワードを除いて集計 ※「キーワード」右横に警告マークが表示されます。
		利用できないキーワードで作成した場合、ユーザーリスト作成処理の対象外 ※「キーワード」右横に警告マークが表示されます。
集計後	※表示例 0 1,000未満 1,000	作成後、1~2日ほどで、ユーザーサイズが反映されます。 ※オーディエンスリストに含まれるユニークユーザー数のおおよその数値です。 ユーザーサイズが1,000件未満の場合は、「1,000未満」と表示されます。 ユーザーサイズが0の場合は、「0」と表示されます。 ※利用できないキーワードが含まれていた場合は、「キーワード」右横に警告マークが表示されます。

※「高度なセグメント」のユーザーサイズの反映には1~2日ほどかかります。時間をおいてご確認ください。

ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの扱いについて

インターネットユーザーのプライバシーに配慮するため、オーディエンスリスト「**高度なセグメント**」のユーザーサイズが小さい（1,000人未満）場合、当該リストは対象ユーザーがいないもの（ユーザーなし）とみなし、オーディエンスリスト名の右横に**警告マーク**が表示されます。

※今後、対象ユーザーサイズが小さい場合、「ユーザーなし」とみなす扱いを他のリストにも適用していく予定です。現時点詳細は未定です。確定次第、ご案内いたします。「**高度なセグメント**」のみ先行して適用になります。

■オーディエンスリスト一覧画面

ライブラリー

オーディエンスリスト + オーディエンスリストを作成

オーディエンス分析

オーディエンスソース

検索キーワードリスト

プレースメントリスト

コンテンツキーワードリスト

商品リスト

商品セット

画像

動画

コンバージョン測定

コンバージョングループ

インポート

フィルター + 追加

<input type="checkbox"/>	オーディエンスリスト名	リスト種別	内容	説明
<input type="checkbox"/>	高度なセグメントリスト 疎通確認	高度なセグメント		①
<input type="checkbox"/>	NGリスト ⚠	高度なセグメント		①
<input type="checkbox"/>	星_similar ditted		「WEBリスト-リー...	①
<input type="checkbox"/>	WEBリス		全て	
<input type="checkbox"/>	WEBリスト-リーチ1001	ウェブサイト訪問ユーザー	全て	
<input type="checkbox"/>	WEBリスト-リーチ1000	ウェブサイト訪問ユーザー	全て	
<input type="checkbox"/>	WEBリスト-リーチ999	ウェブサイト訪問ユーザー	全て	
<input type="checkbox"/>	WEBリスト-リーチ1	ウェブサイト訪問ユーザー	URL : http://toho...	①
<input type="checkbox"/>	WEBリスト-リーチ0	ウェブサイト訪問ユーザー	全て	

ユーザーサイズが小さいため、このオーディエンスリストは利用できません。詳細はこちらのヘルプを参照してください。

オーディエンスリスト「高度なセグメント」のユーザーサイズが小さい（1,000人未満）場合、当該リストは「ユーザーなし」とみなし、オーディエンスリスト名の右横に**警告マーク**が表示され、下記説明文が表示されます。

「ユーザーサイズが小さいため、このオーディエンスリストは利用できません。詳細はこちらのヘルプを参照してください。」※1

※1：表示文言は変更になる可能性があります。詳細はリリース後、ご確認ください。

※画面はイメージです。詳細はリリース後、ご確認ください。

05



キーワード審査NG時の
仕様について

キーワード審査NG時の仕様について

「高度なセグメント」では入力したフリーワードを基にして、機械学習で拡張させてユーザーリストを作成しますが、キーワードが審査NGの場合のユーザーリスト作成については以下ご参照ください。

例	審査NGキーワード有無	ユーザーリストの作成イメージ	説明
1	審査NGキーワードなし		入力したフリーワード「A」「B」「C」を基にして、機械学習で拡張させてユーザーリストを作成します。
2	一部のキーワードが審査NG		入力したフリーワード「A」「B」「C」のうち「B」が審査NGとなった場合、残りのフリーワード「A」「C」を基にして、機械学習で拡張させてユーザーリストを作成します。
3	全てのキーワードが審査NG		入力したフリーワード「A」「B」「C」全てが審査NGとなった場合、ユーザーリストは作成されません。

キーワード審査NG時の仕様について

「高度なセグメント」は「組み合わせ」にも設定できます。「組み合わせ」での審査NG有無の例は以下ご参照ください。

例	審査NGキーワード有無	ユーザーリストの作成イメージ	説明
4	<p>「組み合わせ」に設定している「高度なセグメント」のリストの全てのキーワードが審査NG</p>		<p>「組み合わせ」に設定している「高度なセグメント」のリストがユーザーなしとなり、「組み合わせ」自体もユーザーなしになります。</p>

キーワード審査NG時の仕様について

審査NGのキーワードがある場合の「配信」設定のイメージは以下ご参照ください。

例	審査NGのキーワードを含む配信イメージ	説明
1		<p>「高度なセグメント」のリストにて 「一部のキーワードが審査NG」の状態から 「全てのキーワードが審査NG」の状態になりました。</p>
		<p>「キーワード A」を拡張して作成されたユーザーリストで配信できていた状態から、全てのキーワードの拡張が行われなくなり、最終的にはユーザーなしのリストになるため、配信対象がなくなります。</p>

キーワード審査NG時の仕様について

審査NGのキーワードがある場合の「除外」設定のイメージは以下ご参照ください。

例	審査NGのキーワードを含む配信イメージ	説明
2		<p>説明</p> <p>上図：広告グループに紐づけられているオーディエンスリスト（高度なセグメント）の配信設定とキーワードの審査状態遷移</p> <p>下図：配信の状態遷移（ピンク色部分が配信対象のユーザー）</p> <p>「高度なセグメント」のリストにて 一部のキーワードが審査NGの状態から 全てのキーワードが審査NGの状態になりました。</p>
		<p>「キーワード A」を拡張して作成されたユーザーリストで配信除外できていた状態から、全てのキーワードの拡張が行われなくなり、最終的にはユーザーなしのリストとなります。</p> <p>ユーザーなし扱いのリストで配信除外設定されている状態のため、「除外」として機能しなくなり、全ユーザーが配信対象になります。</p>

キーワード審査NG時の仕様について

審査NGのキーワードがある場合の「組み合わせ」を使用した「除外」設定のイメージは以下ご参照ください。

例	審査NGのキーワードを含む配信イメージ	説明
3	<p>The diagram illustrates the transition of keyword review status. On the left, an '広告グループ' (Ad Group) contains an 'オーディエンスリスト1' (Audience List 1) with an '除外' (Exclude) tag. Inside, '組み合わせ' (Combination) lists '高度なセグメント1' (Advanced Segment 1) with 'キーワード A' and 'キーワード B', and '高度なセグメント2' (Advanced Segment 2) with 'キーワード C' and 'キーワード D'. 'キーワード B' and 'キーワード D' are marked '審査NG'. An arrow points to the right, where a callout box states 'オーディエンスリスト (高度なセグメント1) キーワード A が審査NGに'. The right side shows the same structure, but now 'キーワード A' and 'キーワード C' are also marked '審査NG', indicating that all keywords in the combination are now under review.</p>	<p>上図：広告グループに紐づけられているオーディエンスリスト（組み合わせ）の配信設定と設定している「高度なセグメント」のキーワードの審査状態遷移</p> <p>下図：配信の状態遷移（ピンク色部分が配信対象のユーザー）</p> <p>「組み合わせ」に設定している「高度なセグメント」のリストにて「一部のキーワードが審査NG」の状態から「全てのキーワードが審査NG」の状態になりました。</p>
	<p>The diagram shows the effect of '除外' (Exclude) settings. On the left, a pink-shaded area labeled '配信可能' (Deliverable) contains a circle labeled '除外' (Exclude). Inside the circle, '組み合わせ リスト1' (Combination List 1) is shown with '高度なセグメント1' (Advanced Segment 1) and '高度なセグメント2' (Advanced Segment 2). '高度なセグメント2' is crossed out with a red 'X'. An arrow points to the right, where a callout box states '「組み合わせ」に設定している「高度なセグメント」のキーワードが全て審査NGに'. The right side shows the same pink-shaded area, but the '除外' circle now contains '組み合わせ リスト1' with '高度なセグメント1' and '高度なセグメント2', both crossed out with red 'X's. Below the circle, it says 'ユーザーなし' (No users), indicating that no users are targeted because all keywords in the combination are under review.</p>	<p>「組み合わせ」に設定している「高度なセグメント」のリストにてキーワードの拡張が行われなくなり、「組み合わせ」リストとしても最終的にはユーザーなしのリストとなります。</p> <p>ユーザーなし扱いのリストで配信除外設定されている状態のため、「除外」として機能しなくなるため、全ユーザーが配信対象になります。</p>

06



ユーザーサイズが小さい
オーディエンスリストの
扱いについて

ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの扱いについて

ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの扱いと「配信」例は以下ご参照ください。

■ 「配信」設定で1つのリストが1,000人未満になった場合

例	ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの配信イメージ	説明
1	<p>The diagram illustrates the state change of an advertisement group. On the left, an '広告グループ' (Ad Group) contains two 'オーディエンスリスト' (Audience Lists): 'オーディエンスリスト1' (Audience List 1) and 'オーディエンスリスト2' (Audience List 2). Both are marked '配信' (Distribution) and '利用可能' (Usable). An arrow points to the right, where 'オーディエンスリスト1' is shown with a user count of '1,000人未満に' (Below 1,000 users). In the final state, 'オーディエンスリスト1' is marked '配信' and '利用不可 (1,000人未満)' (Unusable (Below 1,000 users)), while 'オーディエンスリスト2' remains '配信' and '利用可能'.</p>	<p>説明</p> <p>上図：広告グループに紐づけられているオーディエンスリストの配信設定とユーザーサイズの状態遷移</p> <p>下図：配信の状態遷移（ピンク色部分が配信対象のユーザー）</p> <p>「オーディエンスリスト1」のユーザー数が1,000人未満となり、対象ユーザーがないもの（ユーザーなし）として扱います。</p>
1	<p>The diagram shows the distribution of users between two audience lists. On the left, 'オーディエンスリスト1' (Audience List 1) and 'オーディエンスリスト2' (Audience List 2) are both marked '配信可能' (Distributable) and '利用可能 (1,000人以上)' (Usable (1,000+ users)). An arrow points to the right, where 'オーディエンスリスト1' is shown with a user count of '1,000人未満に' (Below 1,000 users). In the final state, 'オーディエンスリスト1' is marked '配信可能' and '利用不可 (1,000人未満)' (Unusable (Below 1,000 users)), while 'オーディエンスリスト2' remains '配信可能' and '利用可能 (1,000人以上)'. The pink shaded area represents the target users for distribution.</p>	<p>「オーディエンスリスト1」はユーザーなし扱いとなるため、「オーディエンスリスト2」のみで配信されます。</p>

ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの扱いについて

■ 「配信」設定で2つのリストが1,000人未満になった場合

例	ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの配信イメージ	説明
2	<p>The diagram illustrates the state change of two audience lists. On the left, under '広告グループ', two lists are shown: 'オーディエンスリスト1' and 'オーディエンスリスト2'. Both have '配信' (配信) buttons and are labeled '利用可能' (利用可能). Below them, a box indicates 'オーディエンスリスト1' and 'オーディエンスリスト2' with '1,000人未満に' (1,000人未満に). An arrow points to the right, where the same two lists are shown, but their '配信' buttons are greyed out and labeled '利用不可 (1,000人未満)' (利用不可 (1,000人未満)).</p>	<p>説明</p> <p>上図：広告グループに紐づけられているオーディエンスリストの配信設定とユーザーサイズの状態遷移</p> <p>下図：配信の状態遷移（ピンク色部分が配信対象のユーザー）</p> <p>「オーディエンスリスト1」「オーディエンスリスト2」ともにユーザー数が1,000人未満となり、それぞれ対象ユーザーがないもの（ユーザーなし）として扱います。</p>
	<p>This diagram shows the transition from a '配信可能' (配信可能) state to a '配信停止' (配信停止) state. On the left, two overlapping circles represent the audience lists. Both are labeled '配信可能' (配信可能) and '利用可能 (1,000人以上)' (利用可能 (1,000人以上)). A red arrow points to the right, where the same two circles are shown, but they are now dashed and labeled '配信停止' (配信停止) and '利用不可 (1,000人未満)' (利用不可 (1,000人未満)). Below them, a box indicates 'オーディエンスリスト1' and 'オーディエンスリスト2' with '1,000人未満に' (1,000人未満に).</p>	<p>ユーザーなし扱いのリストのみで設定されている状態となり、配信対象がなくなります。</p> <p>「配信状況」欄に注意喚起の文言が表示されます。（P36を参照してください）</p>

ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの扱いについて

オーディエンスリスト一覧、広告グループ一覧、広告一覧画面などで表示される「配信状況」に**対象ユーザーなしで配信対象がなくなった場合、注意喚起のメッセージ**が表示されます。

※今後、対象ユーザーサイズが小さい場合、「ユーザーなし」とみなす扱いを他のリストにも適用していく予定です。現時点詳細は未定です。確定次第、ご案内いたします。「高度なセグメント」のみ先行して適用になります。

■例：オーディエンスリスト一覧画面（ライブラリー配下ではない方）

The screenshot shows the 'Audience List' management page for a campaign named '20220301 Campaign 1'. The interface includes a sidebar with filters for 'Day/Time', 'Device', 'Region', 'Gender', and 'Age'. The main table lists audience lists, with one entry highlighted: 'NG List' (marked with a red circle) under the '20220301 Ad Group 1'. The 'Distribution Status' column for this entry shows a red warning icon and the text '配信停止（オーディエンスリストのユーザーサイズが小さい）」 (Distribution stopped (small user size in audience list)). A red dashed box highlights this warning, and a red arrow points from a callout box below to it. The page also shows a search bar, a 'Download' button, and a footer with legal notices and the LY Corporation logo.

設定	オーディエンスリスト	リスト種別	広告グループ名	入札価格調整率	配信状況	キャンペーン名	キャンペーン目的
合計							
<input type="checkbox"/>	配信	NGリスト ①	20220301広告グループ1	0%	配信停止（オーディエンスリストのユーザーサイズが小さい） ①	20220301キャンペーン1	コンバージョン

※画面はイメージです。詳細はリリース後、ご確認ください。



他に優先度の高いエラーメッセージが表示される場合があります。

(例) 「配信停止（広告が審査中）」など

ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの扱いについて

■ 「配信」設定で2つのリストが1,000人未満の場外から、片方のリストのみ1,000人以上になった場合

例	ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの配信イメージ	説明
3		<p>上図：広告グループに紐づけられているオーディエンスリストの配信設定とユーザーサイズの状態遷移</p> <p>下図：配信の状態遷移（ピンク色部分が配信対象のユーザー）</p> <p>「オーディエンスリスト2」が1,000人以上になり、配信対象となります。</p>
		<p>「オーディエンスリスト1」はユーザーなし扱いとなり、「オーディエンスリスト2」のみで配信されます。</p>

ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの扱いについて

■ 「除外」 「配信」 を同時に設定している状態で 「除外」 のリストが1,000人未満になった場合

例	ユーザーサイズが小さいオーディエンスリストの配信イメージ	説明
4	<p>The diagram illustrates the state change of an audience list. On the left, an advertisement group contains two lists: 'オーディエンスリスト1' (Audience List 1) with '除外' (Exclude) and 'オーディエンスリスト2' (Audience List 2) with '配信' (Deliver). Both are marked '利用可能' (Usable). An arrow points to the right, where 'オーディエンスリスト1' is now '1,000人未満に' (Below 1,000 users) and marked '利用不可' (Unusable), while 'オーディエンスリスト2' remains '利用可能' (Usable).</p>	<p>説明</p> <p>上図：広告グループに紐づけられているオーディエンスリストの配信設定とユーザーサイズの状態遷移</p> <p>下図：配信の状態遷移（ピンク色部分が配信対象のユーザー）</p> <p>「オーディエンスリスト1」のユーザー数が1,000人未満になり、対象ユーザーがないもの（ユーザーなし）として扱います。</p>
	<p>This diagram shows the impact on the overall delivery status. On the left, both 'オーディエンスリスト1' (1,000人以上) and 'オーディエンスリスト2' (1,000人以上) are '利用可能' (Usable), and the overall status is '配信可能' (Deliverable). An arrow points to the right, where 'オーディエンスリスト1' is '1,000人未満に' (Below 1,000 users) and '利用不可' (Unusable), while 'オーディエンスリスト2' (1000人以上) remains '利用可能' (Usable). The overall status is still '配信可能' (Deliverable), but only 'オーディエンスリスト2' is shown as the target for delivery.</p>	<p>ユーザーなし扱いのリストで配信除外設定されている状態となり「除外」として機能しなくなります。</p> <p>「オーディエンスリスト2」のみで配信されます。</p>

07

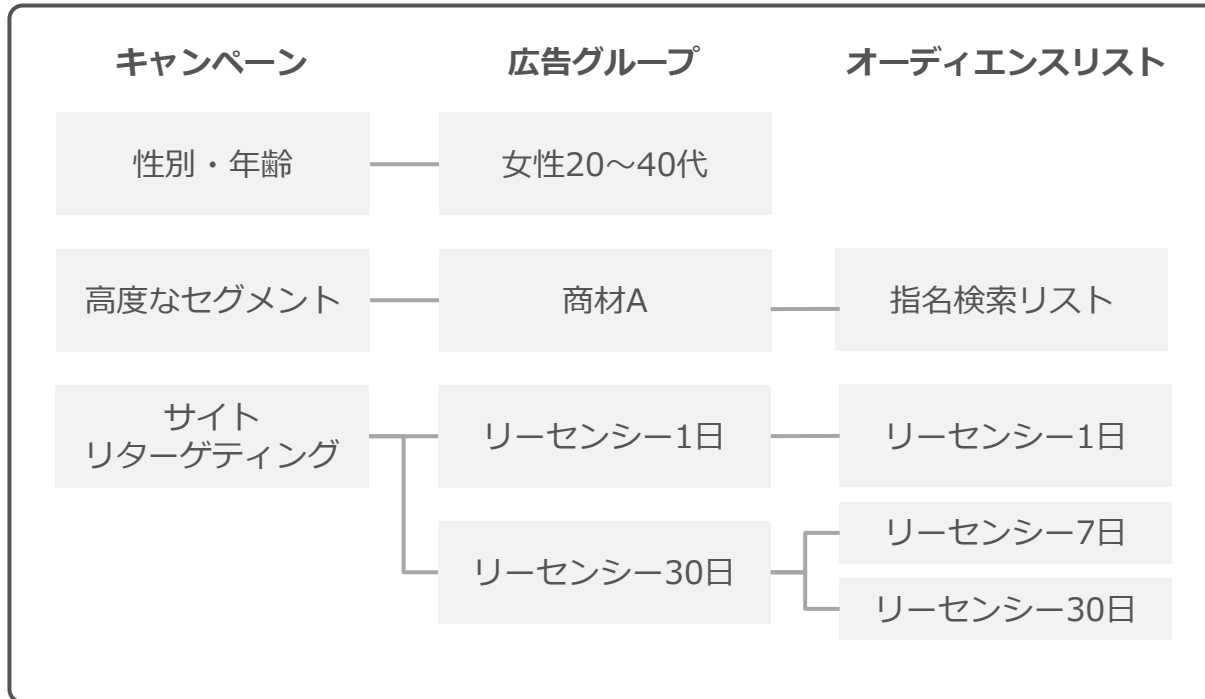


推獎運用手法

基本的なアカウント構造

基本的なアカウント構造は下記のイメージですが、配信量や実績傾向、運用調整の方法に応じて柔軟に設計ください。キャンペーン、広告グループ、オーディエンスリスト、広告のそれぞれの単位で実績が十分確保されることが重要です。

アカウント構造イメージ



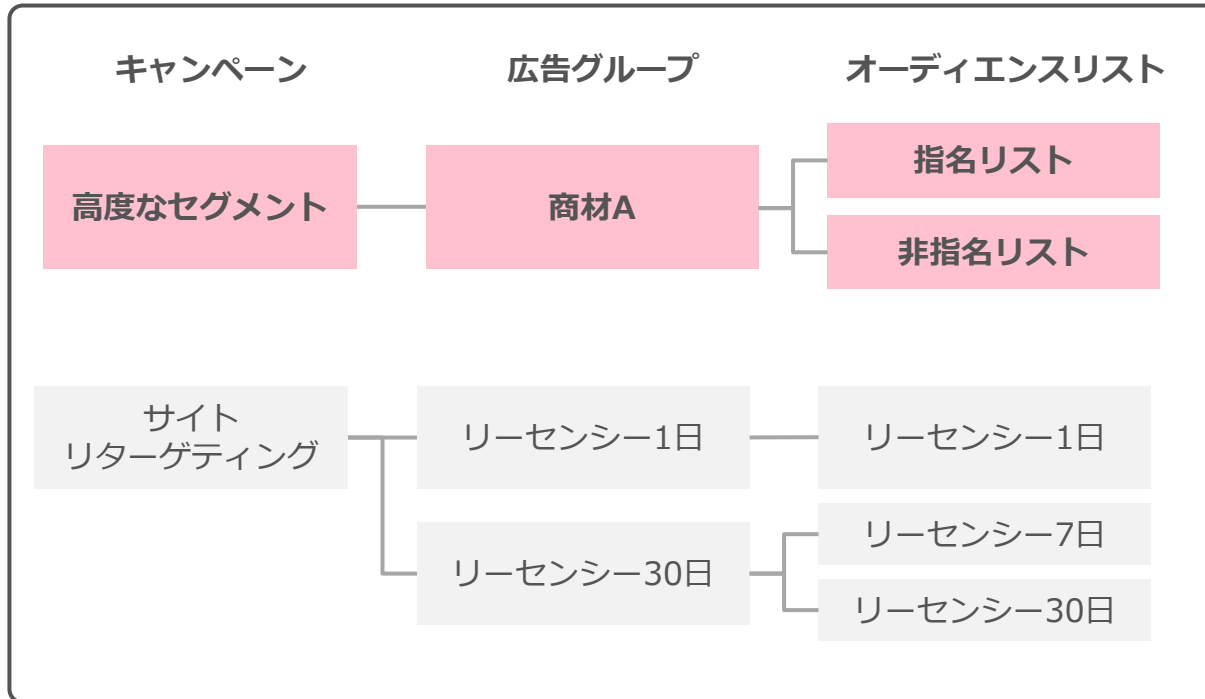
アカウント構造のポイント

- ✓ 1日の予算の調整を行う必要がある場合は、キャンペーンの分割を検討ください。
- ✓ 同じターゲティング種別において実績傾向が異なる場合は、広告グループの分割を検討ください。ただし、**広告グループ単位で実績が十分確保される**ことが前提です。
- ✓ 実績傾向が異なるオーディエンスリストも、分割を検討ください。ただし、**オーディエンスリスト単位で実績が十分確保される**ことが前提です。

高度なセグメント利用時におけるアカウント構造

基本的なアカウント構造は下記のイメージですが、配信量や実績傾向、運用調整の方法に応じて柔軟に設計ください。キャンペーン、広告グループ、オーディエンスリスト、広告のそれぞれの単位で実績が十分確保されることが重要です。

アカウント構造イメージ



アカウント構造のポイント

- ✓ 指名キーワードと非指名キーワードはリストを分けて1つの広告グループに登録ください。
- ✓ 実績傾向が異なるオーディエンスリストの場合や、入札調整を行いたい場合は、広告グループの分割を検討ください。
- ✓ 非指名リストもキーワードごとに実績傾向が異なる場合はオーディエンスリストの分割をご検討ください。

高度なセグメント利用時におけるアカウント構造

必要に応じて広告グループを切り出して入札価格の自動調整をご利用ください。

POINT

特にコンバージョン実績の差が大きく、同一広告グループでの設定が難しいと判断できた場合は、**広告グループの切り出しをご検討ください。**

変更前

広告グループ	ターゲティング	CVR/CV数	CPC
広告グループA	指名キーワードリスト	5% / 50件	50円
	競合Aキーワードリスト	0.5% / 50件	50円
	競合Bキーワードリスト	0.1% / 60件	10円

強化したいターゲティングの入札が強化されていない場合

変更後

広告グループ	ターゲティング
広告グループA	指名キーワードリスト
広告グループB	競合Aキーワードリスト
	競合Bキーワードリスト

広告グループを切り出して運用
※コンバージョン数の最大化 目標値ありの場合は目標値 (tCPA) を強化

高度なセグメント利用時におけるアカウント構造

広告グループ、オーディエンスリストを分割する場合と統合する場合における、出来ること・課題になることは下記です。
ご確認の上、最適な設計を検討ください。

	出来ること	課題になること
分割	<ul style="list-style-type: none">• 成果を分けて確認できる• 自動入札における目標値（tCPA）やクリック単価が調整できる <p>※入札価格の調整が可能な最小粒度は広告グループ</p>	<ul style="list-style-type: none">• 実績が重複して正確な判断ができない• 実績分散が生じることで、最適化のポテンシャルが発揮しにくい
統合	<ul style="list-style-type: none">• 実績の分散を防止できる	<ul style="list-style-type: none">• 成果が分けて確認できない

登録キーワードの考え方 拡張されるキーワードの概要

拡張されるキーワード概要は下記です。

※拡張イメージを分かり易く伝える為のイメージです。拡張・配信を保証するものではありません。

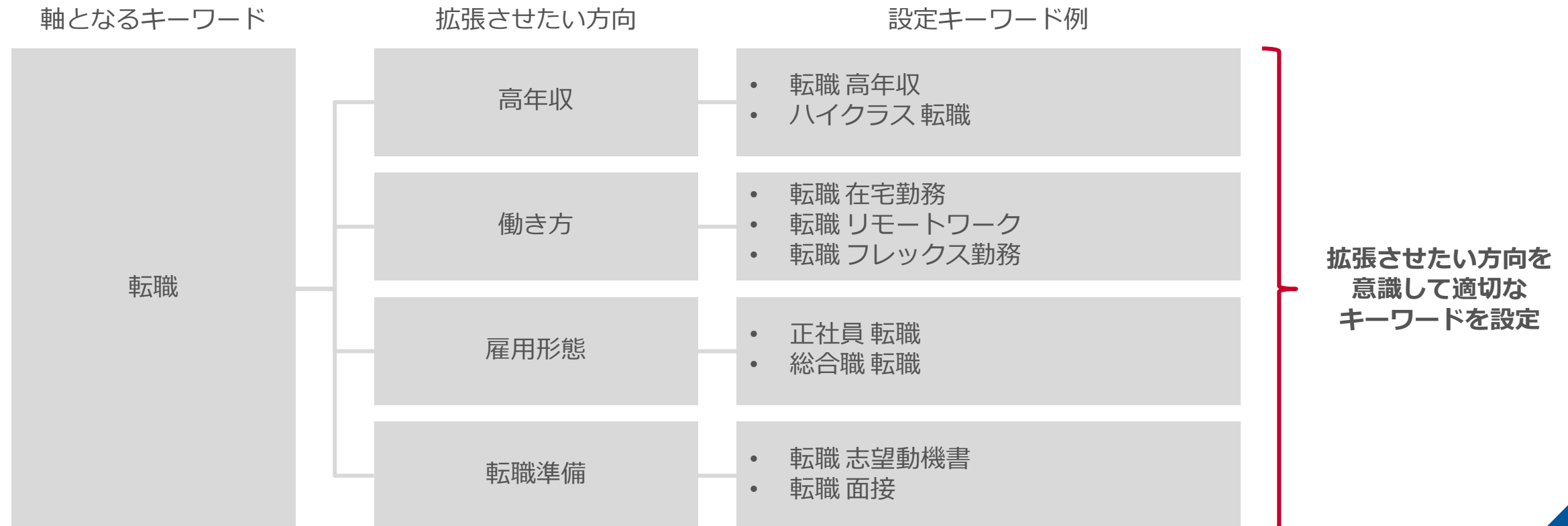
キーワードパターン	拡張・配信の可否	補足
ゆらぎ	○	基本的に配信されます。 (機械学習で最適化されるため、配信の保証はしていません。)
スペースの有無	○	
フレーズ一致	○	
関連性の高いキーワード	△	登録した「キーワード」と、その「キーワード」と関連性が強いワードを検索した人にも拡張しますが、最適化されます。 規則性がなく配信に含まれる場合・含まれない場合 どちらのパターンも発生する可能性があるため△としています。

軸となるキーワードを決定したうえで、拡張させたい方向に応じて掛け合わせるキーワードを決めていただくことが推奨です。

POINT

**拡張させたい方向に拡張および最適化ができるように、
軸となるキーワードに対して掛け合わせるキーワードを決めることが重要です。**

例：人材業種



トークン数が多くなると、意図しない方向に拡張される場合があります。そのため、2トークン以内での登録をご検討ください。

POINT

登録キーワードは2トークン以内がおすすめです。



トークン数が少ない場合のイメージ

東京 賃貸

限られた数のキーワードをもとに拡張

例) 配信されるキーワードのイメージ

賃貸 人気

賃貸マンション 中古

トークン数が少ないため、指定したキーワードに近い
キーワードに拡張することができる傾向



トークン数が多い場合のイメージ

東京 賃貸 宅配ボックス 駅近 おすすめ

数多くのキーワードをもとに拡張

例) 配信されるキーワードのイメージ

宅配ボックス 人気

駅近 おすすめ 一戸建て

トークン数が多いため、本来拡張させたくないキーワードに
配信が広がってしまうか懸念



キーワードを登録する上での注意点は下記です。

POINT 1

キーワードの順番は拡張や最適化に影響を与えません。
そのため、キーワードの順番を入れ替えたパターンを網羅する必要はありません。

POINT 2

ゆらぎ・スペースの有無も拡張で網羅できるため登録は必要ありません。（ローマ字も拡張で網羅できます）

POINT 3

URLやローマ字は文字列として意図しない方向に拡張される可能性があるため、登録は推奨しません。

POINT 4

同じ言葉で異なる意味を持つキーワードを登録している場合は
単一キーワードをではなく掛け合わせキーワードの登録を推奨します。（例：地名が会社名になっている場合など）

登録キーワードの考え方 サーチキーワードターゲティングから引き継ぐ場合①

軸キーワードと方向性を決める2トークン目のキーワードのみを登録します。
キーワード単位の実績をみて、配信量が多いキーワードを引き継ぎましょう。

サーチキーワードターゲティング実施時のリスト

高度なセグメントでの登録キーワードの考え方

キーワード	インプレッション	コンバージョン数
自社名	100,000	10
自社名 評判	50,000	1
自社名 安い	50,000	1
自社名 評判 口コミ	10,000	1
自社名 安い理由	10,000	1



引き継ぎ登録しましょう

- ・配信量が多い
- ・キーワードが2トークン以下



引き継ぎ登録なし

- ・配信量が少ない
- ・ロングテール系キーワード
- ・キーワード数が3トークン

登録キーワードの考え方 サーチキーワードターゲティングから引き継ぐ場合②

軸キーワードと方向性を決める2トークン目のキーワードのみを登録します。
キーワード単位の実績をみて、配信量が多いキーワードを引き継ぎましょう。

サーチキーワードターゲティング実施時のリスト

キーワード	インプレッション	コンバージョン
自社名	100,000	10
自社名 評判	50,000	1
自社名 安い	30,000	1
自社名 評判 口コミ	30,000	1
自社名 安い理由	10,000	1

高度なセグメントでの登録キーワードの考え方



引き継ぎ登録しましょう

- ・配信量が多い
- ・キーワードが2トークン以下



引き継ぎ登録しましょう

- ・配信量が多い
- ・キーワードが2トークン以下

ユーザーを広げたい場合「**自社名 安い**」を登録。
より深いユーザーにアプローチしたい場合は、
「**自社名 口コミ**」を追加登録を推奨。

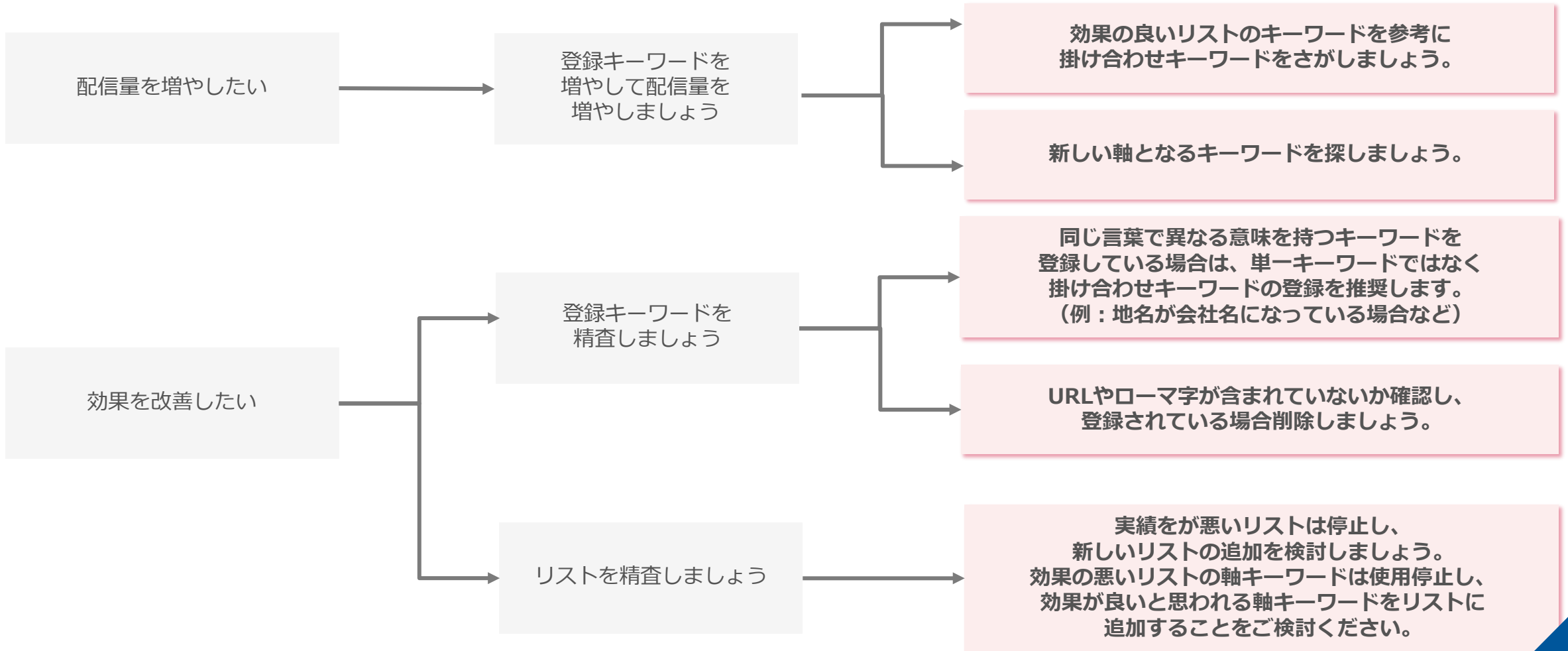


引き継ぎ登録なし

- ・配信量が少ない
- ・ロングテール系キーワード
- ・キーワード数が3トークン

PDCAの回し方

オーディエンスリスト単位の実績をもとにPDCAを回しましょう。



08



拡張・配信 キーワード事例

追加

高度なセグメントを実施した案件において、実際に拡張・配信されたキーワードの一部をまとめています。
高度なセグメントにおいて、最適化および拡張されたキーワードについて、個社案件の事例ベースでご確認いただけますので、登録キーワードの選定やリスト作成の参考情報として、ご活用いただければと思います。
なお、ご紹介しているキーワードは実際に拡張・配信されたキーワードの一部のみとなります。
また、まとめているキーワード事例は広告管理ツールではお出しできないものとなります。ご了承ください。

高度なセグメントの配信対象キーワード 具体例①

設定するキーワード		株 買い方
配信対象の キーワード (一部紹介)	ゆらぎ	株 買い k
	スペース有無	株買い方
	フレーズ一致	株 ネット取引 買い方/株 買い方 場所/株式投資 買い方/株券 買い方/ 株買い方 野村証券
	関連性の高い キーワード	次ページに記載
ポイント		<ul style="list-style-type: none"> 「株」「買い方」両キーワードが拡張される 「株」は同じ意味である「株券」「株式投資」まで含まれる さらに細かい「ドル株」「IPO株」の粒度まで拾えている 反対に広い粒度である「証券」「投資」も含まれる 「買い方」も「選び方」「評判」といったキーワードまで広がる 意味は異なりますが同時に検索されると考えられる「売り方」も含まれる

関連性の高いキーワード（一部紹介）

ドル株 買い方	証券 ドル 買い方	株 売り方 千葉銀行
IPO株 買い方	株 期待値 出し方	株 始め方 楽天
証券 買い方	株 始め方	株売り方sbi
投資 買い方	株 銘柄 探し方	SBI 株買い方
株式 売り方	株 押し目買いとは	上場投資信託買い方
株式 選び方	株 買い増し タイミング	債券 買い方
株 予想 評判	株 指値売り	買いたい株ランキング
株の買い方 手数料	株株 口コミ	株 配当 人気
株 情報 集め方	株 ネット取引 買い方	株 投資 人気
株勝ち方法	株 買い方 おすすめ	株 運用益

高度なセグメントの配信対象キーワード 具体例②

設定するキーワード		中古マンション	中古 マンション
配信対象の キーワード (一部紹介)	ゆらぎ	ちゅうこマンション/チュー古マンション	ちゅうこマンション/チュー古マンション
	スペース有無	中古 マンション	中古マンション
	フレーズ一致	中古マンション 人気/中古マンション売却/中古マンション購入	
	関連性の高い キーワード	次ページに記載	
ポイント		<ul style="list-style-type: none"> • ほとんど同一キーワードに拡張される傾向 • 「中古マンション」よりも「中古 マンション」の方がキーワードは絞られる傾向 (システム的に「中古」AND「マンション」とされるため) • 「中古マンション 人気」「中古マンション おすすめ」のように組み合わせた キーワードも拡張される • 「賃貸中古マンション」など一語単位の類似キーワードも含まれる • 「中古物件戸建て」「新築マンション情報」まで広がる傾向 	

関連性の高いキーワード（一部紹介）

中古賃貸マンション	中古低層マンション	中古物件 新築物件
中古マンション新築どちらが良い	大手マンション 中古	新築マンション 中古マンション 諸経費
中古物件戸建て	中古アパート 投資物件	新築マンション 在庫
新築マンション情報	中古 物件 アパート	新築マンションと中古マンション どっちが売れる
分譲新築マンション3000万円台	中古物件	中古マンションと新築戸建て
新築マンスリーマンション	中古 分譲	中古マンション 新築戸建て 固定資産税 安いのは
分譲 マンション 中古	分譲中古住宅	マンション 2万
賃貸マンション 中古	中古マンション 関西	超一流マンション
中古タワーマンション	中古物件 マンション 都内	新築そっくりさん 口コミ マンション
新築 中古 マンション	中古マンション ストック数	マンション タイプ

高度なセグメントの配信対象キーワード 具体例③

設定するキーワード		ニット	ニット ワンピース
配信対象の キーワード (一部紹介)	ゆらぎ	nニット/にっと	—
	スペース有無	ニット / ニット	—
	フレーズ一致	ニット 定番/ニット おすすめ	ハーフジップニットワンピース zozo
	関連性の高い キーワード	62ページに記載	63ページに記載
ポイント		<ul style="list-style-type: none"> 「ニット 定番」「ニット おすすめ」など組み合わせキーワードも拡張される 「ニットタイトル」のような1語単位の類似ワードにも拡張される 	<ul style="list-style-type: none"> 「ニット」「ワンピース」それぞれのキーワードの拡張も含まれる 「ワンピ」等の類似キーワードも含まれる 「ニット」単体と比較すると拡張キーワード数は狭まる傾向(系統的に「ニットANDワンピース」とされるため) キーワードの特性上、ゆらぎ・スペースは含まれない

「ニット」関連性の高いキーワード（一部紹介）

ニット 種類	ニットスリング	ニット 伸ばす方法
楽天 ニット	ニットオンニットベスト	定番ニット
ニットungrid	ニット 手袋 長め	リブニット 幅広 生地
ニット snidel	厚手のニット アウター	ウールニット 薄手
ニット zozo 水色 レディース	ニット タイトスカート ロング	丈夫なニット
NOAHL ニット	ニット帽 レディース サイズ	ニットにニットを重ねる
ニット セットアップ GU	ニットレギンス 編	大人のおしゃれニット小物
ニット ニットボール	ニットキャップ ベロア	子ども ニット サイズ
ニットボレロ	ニット ミニトート	ニット 子供
ニット ハイネックニット	ニットサロペット ショート丈	ニット70

「ニットワンピース」関連性の高いキーワード（一部紹介）

赤タイトニットワンピ コーディネート	黒ニット帽 オシャレ	IENA ウールコットンシルク ロングワンピース
ニットワンピースの下に レース フリル	ニットカーディガン 男性	ナチュラル ワンピース サークル柄
ニット 白 漂白	ニット学生ベスト	大きいパーカー ワンピース
ニットの上 綺麗目コート	女の子 ニット ベレー帽 コーデ	ロングワンピース フォーマル きれいめ
ニットに合うネックレス レディース	90 白 ニット	無印 太番手 ワンピース
シャツニットコーデ レディース	ニット セーター 50	ZIP ワンピース
赤 ニット コーデ 冬	ニット帽子 キッズ 編み方	水色 ドレスワンピース
シャツニットコーデ レディース	ニット キッズ セーター	暖かロングワンピース
ニット帽 眉毛	UNIQLO リブニットAラインワンピース	レディース ワンピース 秋冬 長袖
ニット帽 大きいサイズ Amazon	ニットセーター zozo	黒ワンピース アウター

高度なセグメントの配信対象キーワード 具体例④

設定するキーワード		LINE マンガ
配信対象の キーワード (一部紹介)	ゆらぎ	L I N E マンガ / line マンガ / ラインまんが
	スペース有無	LINEマンガ /LINEマンガ/LINE マンガ
	フレーズ一致	LINEマンガ ランキング / LINEマンガ 青春
	関連性の高い キーワード	次ページに記載
ポイント		<ul style="list-style-type: none"> ● 「line」「L I N E」などのゆらぎは含まれる ● 「LINEマンガ ランキング」などの組み合わせキーワードも拡張される ● LINEの他のサービス名も含まれる ● 「Amazon」「KADOKAWA」など競合サービス名も含まれる ● 「電子書籍 マンガ ランキング」などのカテゴリキーワードの含まれる

関連性の高いキーワード（一部紹介）

オンライン マンガ	ネット漫画	Amebaマンガ
マンガ人気 ランキング	ネット 漫画 おすすめ	ラインスタンプ
電子書籍 マンガ ランキング	レンタマンガ	少女漫画 LINE キャラ
携帯マンガ	ノンノ マンガ	LINEブーム ストーリー
ウェブマンガ	Yahoo! マンガ	LINEスタンプ キャラクター
実写 マンガ	Amazon Web漫画	LINEゲーム
ウェブマンガランキング	ニコニコマンガ	LINE ストーリー 使い方
コンビニ 漫画	KADOKAWA アプリ マンガ	LINE スタンプ ねこ
マンガ 恋愛	楽天マンガ	LINEスタンプ クリエイター
単行本 マンガ	kindleマンガ	ラインスタンプ 少女漫画

09



配信事例

追加

非リタグ領域のターゲティングとして、

配信を拡大しながら効率の良い配信ができる

■ 配信ボリューム観点：非常に期待できる

サーチキーワードターゲティングと比較して、

インプレッション数、コンバージョン数を増やすことができます。

■ 効率観点：維持

サーチキーワードターゲティングと比較して、獲得効率は維持、もしくは下がる懸念はあるものの

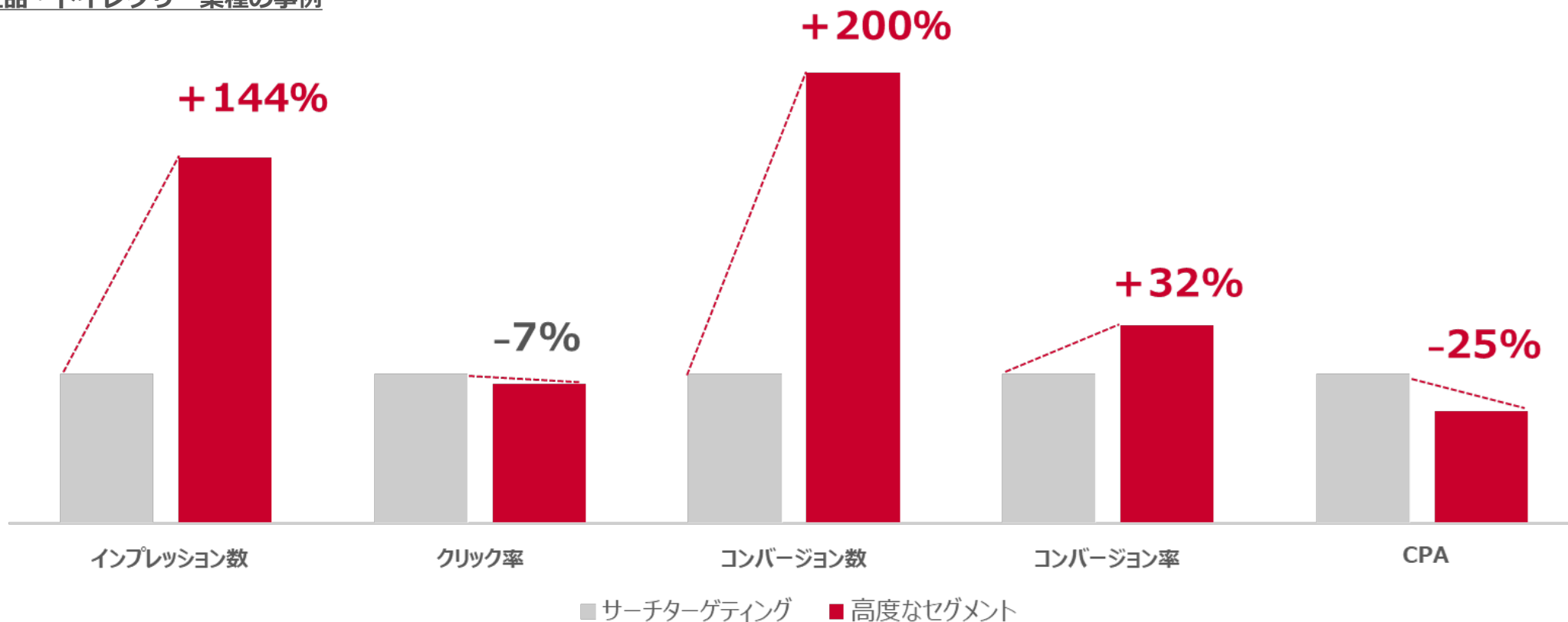
配信量拡大分に対して効率の良い配信ができる事が期待できます。

今後の自動化との横連携強化でさらに効率アップが期待できます。

【事例①】サーチキーワードターゲティングとの比較（非指名キーワード）

サーチキーワードターゲティングと比較するとインプレッション数が2倍以上伸長。CPAを抑えながらコンバージョン数やコンバージョン率が大幅に伸長しました。サーチキーワードターゲティングと高度なセグメントの機能差分である拡張・最適化の影響で、リーチを広げながら獲得効率を上げる事ができました。

化粧品・トイレタリー業種の事例



※期間：2024年2月1日～2月27日

※サーチキーワードターゲティングの実績を100%としたときの高度なセグメントの実績を指数化

【事例①】登録キーワード

サーチキーワードターゲティングで登録していたキーワードの一部を選定し登録しています。
拡張・最適化の影響で配信量が増え効率良く獲得できるようになったと考えられます。

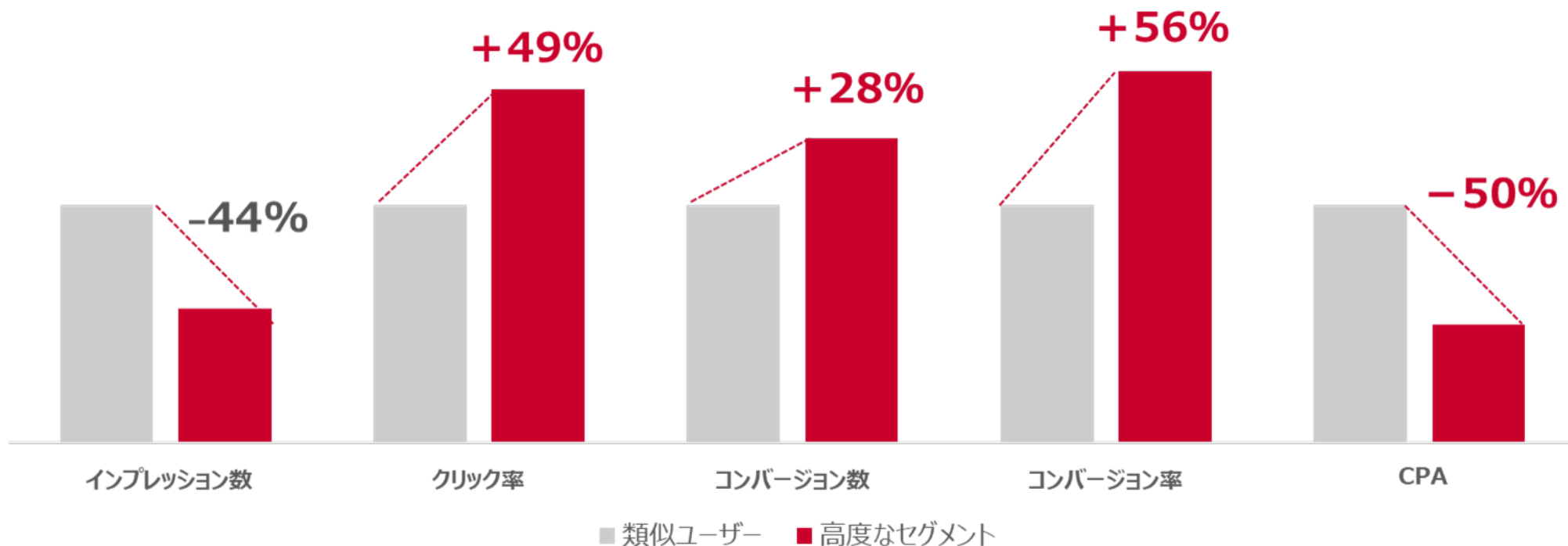
サーチキーワード	
キーワードの種類	非指名キーワード
キーワードの個数	12個

高度なセグメント	
キーワードの種類	非指名キーワード
キーワードの個数	6個
サーチキーワードとの差分	サーチキーワードターゲティングで登録していたキーワードの一部を選定し登録。 1キーワードだけ新規のキーワードを登録。

【事例②】オーディエンスリスト（類似ユーザー）との比較（指名キーワード）

コンバージョンユーザー類似配信と比較しても、高度なセグメントはコンバージョン単価を抑えて獲得できました。
非リタグ拡大におけるターゲティングとしてのポテンシャルがあることが分かりました。

通信販売業種の事例



※期間：2024年3月13日～3月20日

※オーディエンスリスト（類似ユーザー）の実績を100%としたときの高度なセグメントの実績を指数化

【事例②】登録キーワード

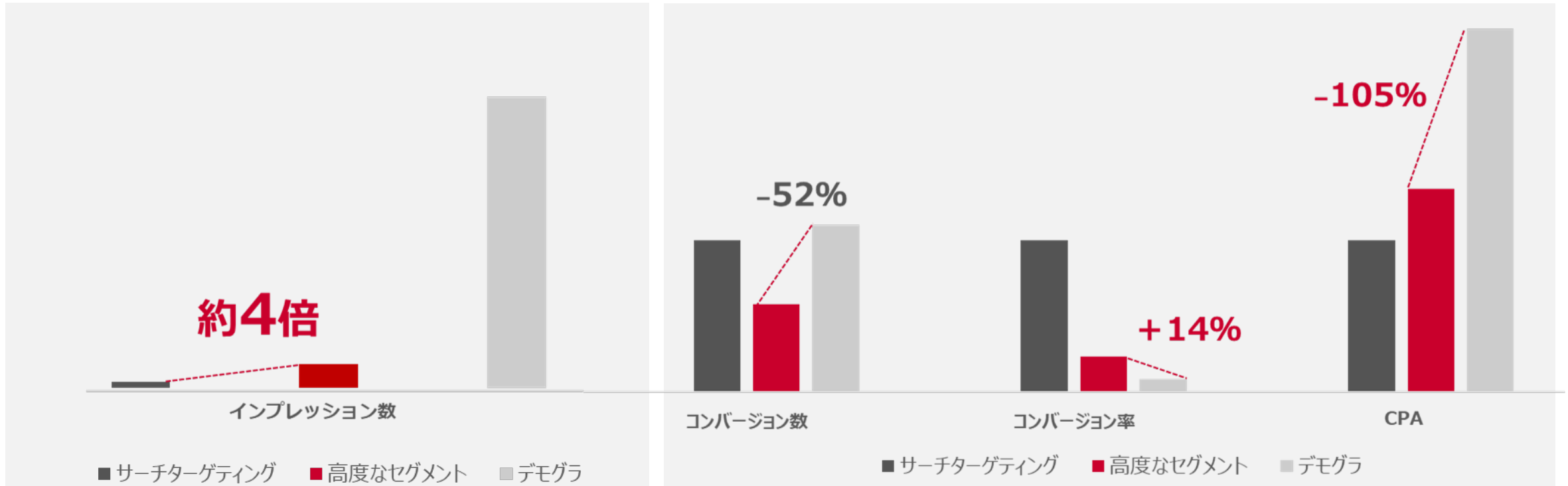
指名キーワードを登録している為、オーディエンスリスト（類似ユーザー）と比較しCPAが良い傾向であった可能性が考えられます。

高度なセグメント	
キーワードの種類	指名キーワード
キーワードの個数	2個

【事例③】サーチターゲティングとの比較（非指名キーワード）

サーチターゲティングと比較すると獲得効率は落ちているものの、デモグラフィックターゲティングよりも獲得効率が良いため、非リタグ拡大のターゲティングとしてのポテンシャルがあることが分かりました。

人材業種の事例



※期間：2024年1月16日～2月5日

※サーチターゲティングの実績を100%としたときの高度なセグメントの実績を指数化

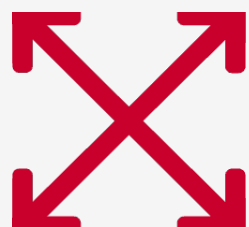
【事例③】登録キーワード

高度なセグメントの登録キーワードはサーチキーワードターゲティングを踏襲しています。
配信量は大幅に増加しているため、拡張させたい方向の掛け合わせキーワードを登録すると、効率の改善につながる可能性があります。

サーチキーワード	
キーワードの種類	非指名キーワード
キーワードの個数	2個

高度なセグメント	
キーワードの種類	非指名キーワード
キーワードの個数	2個
サーチキーワードとの差分	サーチキーワードターゲティングで登録していたキーワードと全く同じキーワードを登録。

10



APPENDIX 比較検証方法

サーチキーワードターゲティングとの比較検証方法

サーチキーワードターゲティングは提供終了予定のサービスの為、必ず高度なセグメントに切り替えをお願いします。切り替え前に比較検証したい場合は、A/Bテスト機能を活用してください。

比較検証方法

- ・ A/Bテスト機能を活用します。
- ・ サーチキーワードターゲティングのキャンペーン、高度なセグメントのキャンペーンそれぞれ設定し配信・検証しましょう。

※A/Bテストヘルプページ：<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044211?language=ja>

11



よくある質問

Q1 : 今回のリリースにおいて、設定後にどれくらいで配信が開始されますか？

A1 : 「高度なセグメント」のリスト作成後、ユーザーリストが蓄積されるまで1~2日ほどかかります。
また集計完了後「ユーザーサイズ」が表示されるようになります。

Q2 : 「高度なセグメント」のフリーワードについて、どんなキーワードでも登録できますか？

A2 : フリーワードには審査があり、広告データ利用基準 に抵触するワードではリストの作成ができません。
また作成できた場合でも審査により、登録されていたフリーワードが利用できなくなる可能性があります。

Q3 : 「高度なセグメント」について、配信できるユーザー数の下限値はありますか？

A3 : 集計されたオーディエンスリストのユーザー数が1,000人未満の場合、当該リストは対象ユーザーがいないもの（ユーザーなし）として扱います。

本資料について

- ✓ 本資料は、2024年7月時点の内容です。
- ✓ 本資料で利用している画像はイメージです。
- ✓ 資料に記載されている仕様などは、今後変更される場合がありますのであらかじめご了承ください。

LINEヤフー

ウェブサイト

<https://www.lycbiz.com/jp/service/yahoo-ads/>

