

データ連携で新規問い合わせ獲得数増加に成功！

不動産投資No.1プラットフォーム※RENOSYに学ぶ

“Yahoo!広告 × LINE広告”で

新規顧客を見つけ出す方法



GA TECHNOLOGIES

RENOSYアセットデザイン  
マーケティング部門マネージャー  
光安 悠太氏



GA TECHNOLOGIES

RENOSYアセットデザイン  
マーケティング部門チーフ  
木村 和華氏

※東京商工リサーチによるマンション投資の売上実績(2024年3月調べ)

## 登壇者紹介

# 小林 大航

LINEヤフー株式会社

ビジネスデザイン統括本部

オンラインセールス本部

マーケットグロース2部

戦略推進チーム



# 本セミナーの目的



**Yahoo!広告**と**LINE広告**の相互利用により  
広告運用の効果改善が期待できる事例が多く出てきております。

本セミナーの内容が、本日ご参加いただいた皆さんの  
広告運用改善・効果最大化のヒントになるかと思いますので  
長丁場のセミナーではございますが、ぜひ最後までご参加ください。

① 獲得施策におすすめのLINEヤフーの広告プロダクト

② Yahoo!広告×LINE広告の活用法

③ トークセッション

① 獲得施策におすすめのLINEヤフーの広告プロダクト

② Yahoo!広告×LINE広告の活用法

③ トークセッション

# LINEヤフーの広告プロダクト

狙いたい層に合わせたアプローチが可能



# Yahoo! JAPANとは



※ 自社調べ Yahoo! JAPAN 月間ログインユーザーID数 2023年12月末時点

# Yahoo! JAPANとは

検索、地図、オークションなど、バラエティーに富んだ約100のサービスを提供  
月間ページビューは日本最大級のメディア規模



※1 LINEヤフー株式会社自社調査 (2022年3月1日時点)  
※2 LINEヤフー株式会社自社調査 2021年7月~12月の月平均 (タブレット、従来型携帯電話除く)

# Yahoo!広告とは？

Yahoo! JAPANの各種サービスに広告を掲載できるWeb広告

## 検索広告



スポンサー

Ⓜ english.example.co.jp

**【公式】ビジネス英語なら〇〇〇 - 今なら体験レッスンは3回無料！**

〇〇駅から徒歩1分。ビジネス英語の習得に定評があります。あなたの目的に合わせてレベル別に多種多様なコースをご用意。都合に合わせて通いやすく、レッスンの振り替えも可。リモートレッスンにも対応中！

スポンサー

example.co.jp/

**英会話教室に通ってみたい！人気のスクールを比較**

ニーズに合わせて、さまざまなタイプの英会話スクールが登場しています。オススメの英会話スクールを、タイプ別に紹介していきます。

## ディスプレイ広告



ヤフーの動画広告を紹介します。

Yahoo! JAPAN

[詳しくはこちら](#)

広告

# Yahoo!広告（検索広告）

「今」、検索している「購買意欲の高いユーザー」である顕在層に直接アプローチする広告  
ユーザーが検索したキーワードをもとに、検索結果に広告が表示される

## 検索広告



スポンサー

Ⓜ english.example.co.jp

**【公式】ビジネス英語なら〇〇〇 - 今なら体験レッスンは3回無料！**

〇〇駅から徒歩1分。ビジネス英語の習得に定評があります。あなたの目的に合わせてレベル別に多種多様なコースをご用意。都合に合わせて通いやすく、レッスンの振り替えも可。リモートレッスンにも対応中！

スポンサー

example.co.jp/

**英会話教室に通ってみたい！人気のスクールを比較**

ニーズに合わせて、さまざまなタイプの英会話スクールが登場しています。オススメの英会話スクールを、タイプ別に紹介していきます。

## ディスプレイ広告



ヤフーの動画広告を紹介します。

[詳しくはこちら](#)

Yahoo! JAPAN

広告

# Yahoo!広告（ディスプレイ広告）

Yahoo! JAPANトップページを中心に、多彩なフォーマットやターゲティングを活用し配信できる広告  
「予約型」と「運用型」があり、課題や目的に応じた幅広い出稿が可能

検索広告



スポンサー  
english.example.co.jp

**【公式】ビジネス英語なら〇〇〇 - 今なら体験レッスンが3回無料！**

〇〇駅から徒歩1分。ビジネス英語の習得に定評があります。あなたの目的に合わせてレベル別に多種多様なコースをご用意。都合に合わせて通いやすく、レッスンの振り替えも可。リモートレッスンにも対応中！

スポンサー  
example.co.jp/

**英会話教室に通ってみたい！人気のスクールを比較**

ニーズに合わせて、さまざまなタイプの英会話スクールが登場しています。オススメの英会話スクールを、タイプ別に紹介していきます。

ディスプレイ広告



0:07

ヤフーの動画広告を紹介します。

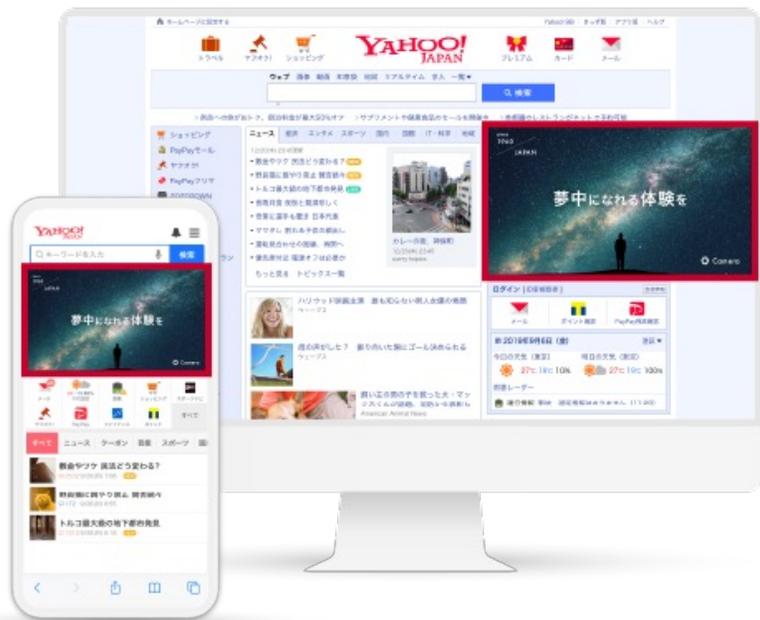
詳しくはこちら

Yahoo! JAPAN

広告

# Yahoo!広告の掲載面

Yahoo! JAPAN



Yahoo!天気



Yahoo!ニュース

スポーツナビ

Yahoo!ファイナンス

Yahoo!知恵袋

Yahoo!乗換案内

Yahoo!路線情報

LINE

# Yahoo!広告掲載メディア一覧

Yahoo! JAPANの各サービスをはじめ、さまざまな掲載パートナーへも配信可能

## ディスプレイ広告

朝日新聞  
DIGITAL

GameWith

michill byGMO

Game8

FNN PRIME  
online

Ameba

goo

modelpress

msn

MAN  
TAN  
WEB

BuzzFeed

kurashiru

スポーツ報知  
SPORTS HOCHO

東洋経済  
ONLINE

デイリー

livedoor NEWS

スポニチ  
Annex

読売新聞 読売

DIAMOND  
online

毎日新聞

食ベログ

TRILL

## 検索広告

Bing

excite

Vector

Sleipnir

※2024年7月現在

# Yahoo!広告のアップデート

「9:16」縦型動画広告の提供開始



スマートターゲティング

CVユーザーを自動で予測して  
ターゲティング配信を行う機能



# LINEについて

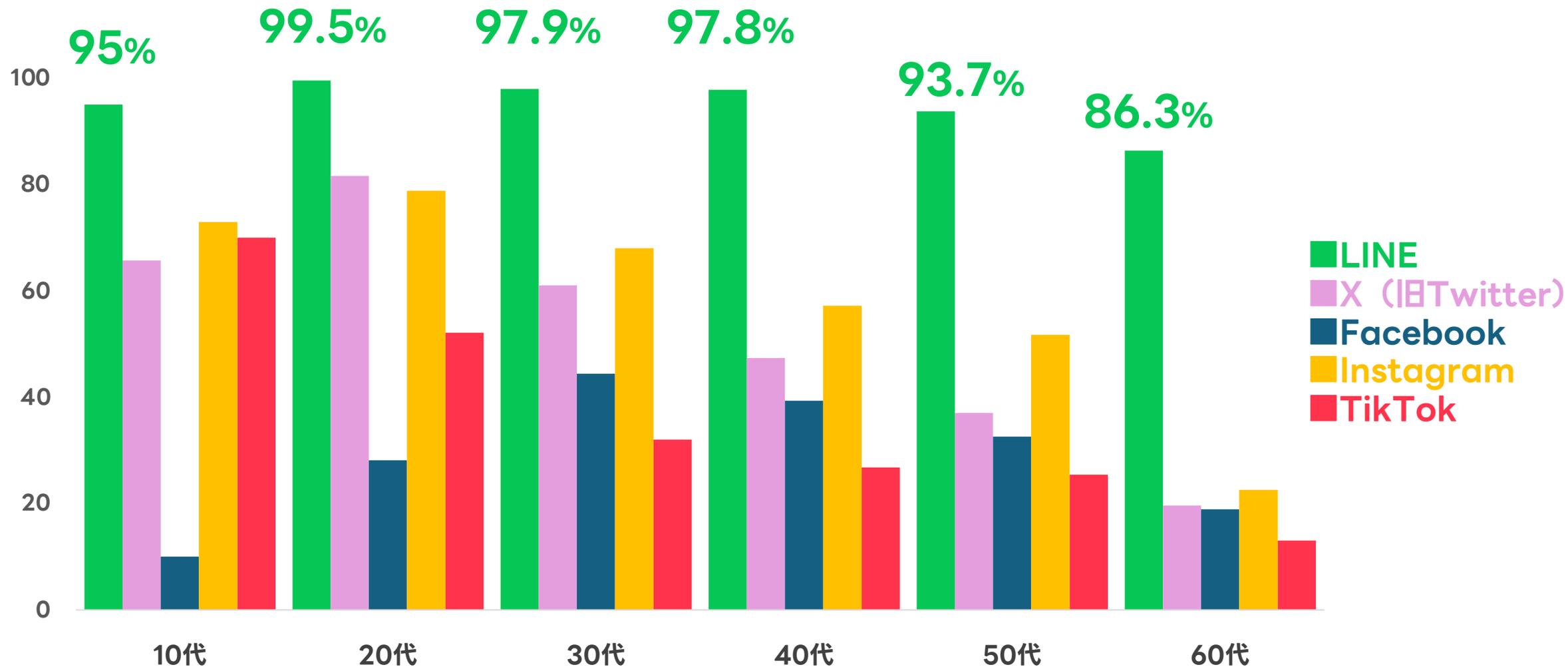
日本国内のプラットフォームとして定着



※1 自社調べ LINEアプリ 月間アクティブユーザー 2024年3月末時点

※2 LINEの国内月間アクティブユーザー 9,700万人 ÷ 日本の総人口1億2396万5000人 (2024年2月1日現在[確定値] 総務省統計局)

# LINEの利用率は全年代でトップ



※令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 総務省情報通信政策研究所  
主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率（全年代・年代別）の利用率等の数値をLINE社にて加工

# LINE広告の主要掲載面

## トークリスト



## LINE NEWS



## LINE VOOM



※キャプチャ画像はイメージです  
※配信面一部抜粋

# LINE広告の掲載面（LINE広告ネットワーク）

LINE広告の管理画面から、厳選された外部アプリへの配信も可能



# LINE広告のアップデート

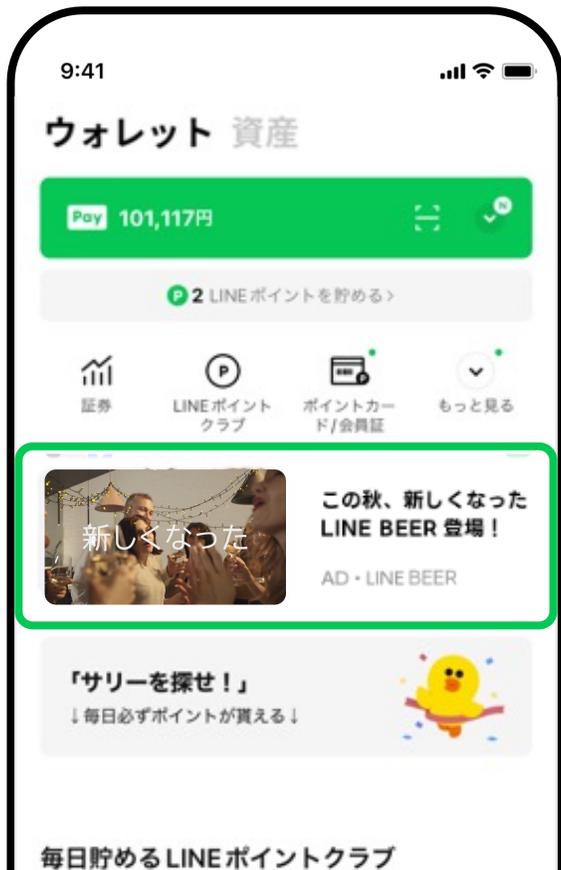
## 小さい広告枠での動画配信

※キャプチャはイメージのため、UI/文言が異なる場合があります。

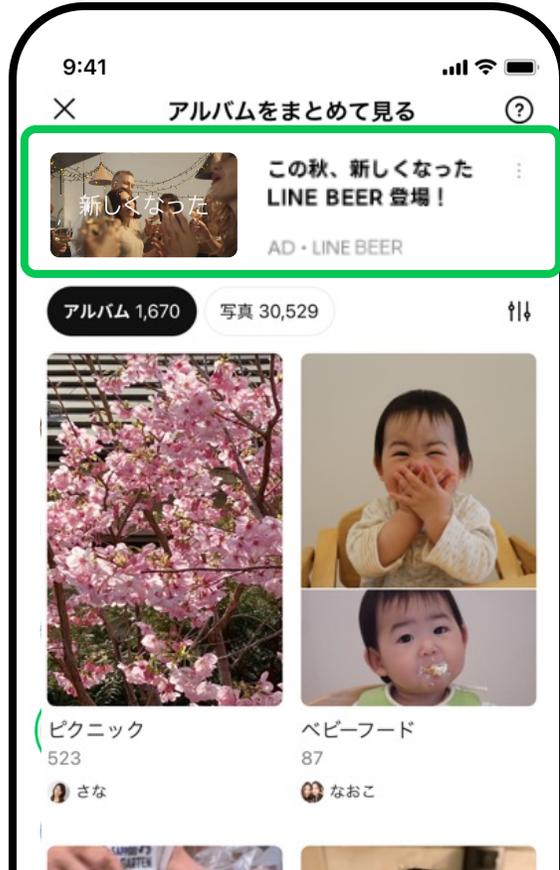
### トークリスト



### ウォレット



### アルバム



# LINE広告のアップデート

## 自動ターゲティング

目標イベントを効率的に獲得しながら  
リーチの拡大が可能



# LINEポイントAD

LINEを使ってさらに獲得の幅を広げたい方へおすすめ

キャンペーンを選択



ミッション内容を確認&参加



ミッションクリアで  
ポイント獲得!



① 獲得施策におすすめのLINEヤフーの広告プロダクト

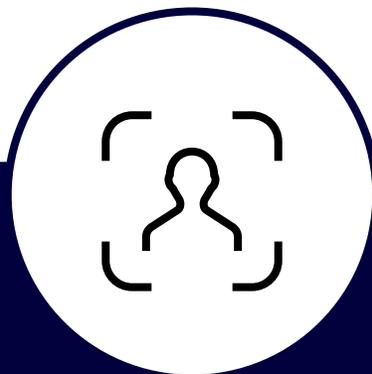
② Yahoo!広告×LINE広告の活用法

③ トークセッション

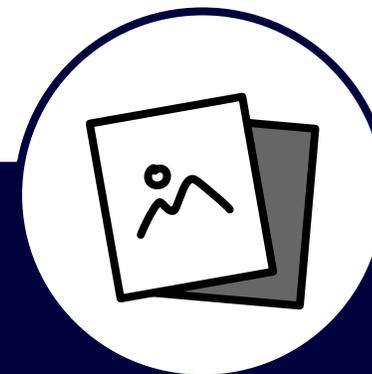
# Yahoo!広告とLINE広告の機能差分



ターゲティング



オーディエンス



クリエイティブ



# ターゲティング

## LINE広告

## Yahoo!広告

### 共通して使える 設定 ※1

- ・リターゲティング配信
- ・類似ターゲティング
- ・デモグラフィックターゲティング
- ・詳細ターゲティング（趣味・関心、行動、属性・購買意欲） ※2
- ・リエンゲージメント ※3

### 独自の設定

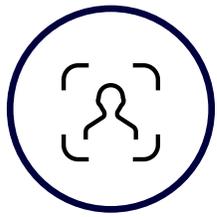
- ・友だち追加
- ・自動ターゲティング（B）

- ・サーチターゲティング
- ・スマートターゲティング
- ・その他ヤフーデータ活用ターゲティング

※1 ターゲティング手法の記載名称は各プラットフォームで固有の名称となる場合があります

※2 Yahoo!広告における、共通オーディエンスリストの「興味関心・購買意欲・属性・ライフイベント」を指しています

※3 Yahoo!広告における「アプリのイベント情報をもとにしたオーディエンスリストターゲティング」を指しています



# オーディエンス

## LINE広告

## Yahoo!広告

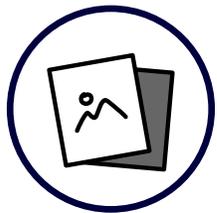
共通して作れる  
オーディエンス

- ・ ウェブトラフィックオーディエンス
- ・ モバイルアプリオーディエンス
- ・ IDFA/AAIDアップロード
- ・ メールアドレスアップロード
- ・ 動画視聴オーディエンス
- ・ 電話番号アップロード
- ・ 画像クリックオーディエンス
- ・ 類似オーディエンス

独自の  
オーディエンス

- ・ LINE公式アカウント  
友だちオーディエンス
- ・ ビジネスマネージャーオーディエンス

- ・ 組み合わせ  
(複数のオーディエンスを組み合わせで作成するリスト)
- ・ Yahoo! Audience Discovery
- ・ 高度なセグメント



# クリエイティブ

LINE広告

Yahoo!広告

共通して使える  
フォーマット

▼静止画

Card（長方形）・Square（正方形）

（Yahoo!広告は600pixel x 600pixel～ 推奨：1200pixel x 1200pixel）

▼動画

Square（正方形）

独自の  
フォーマット

▼静止画

画像（小）・画像（アニメーション）

▼動画

Card（長方形）・Vertical（縦型）

バナー静止画

バナー動画（長方形）

レスポンス

# Yahoo!広告・LINE広告 2媒体に出稿するメリット

リーチの拡大

データ活用による  
効果向上

# Yahoo!広告・LINE広告 2媒体に出稿するメリット

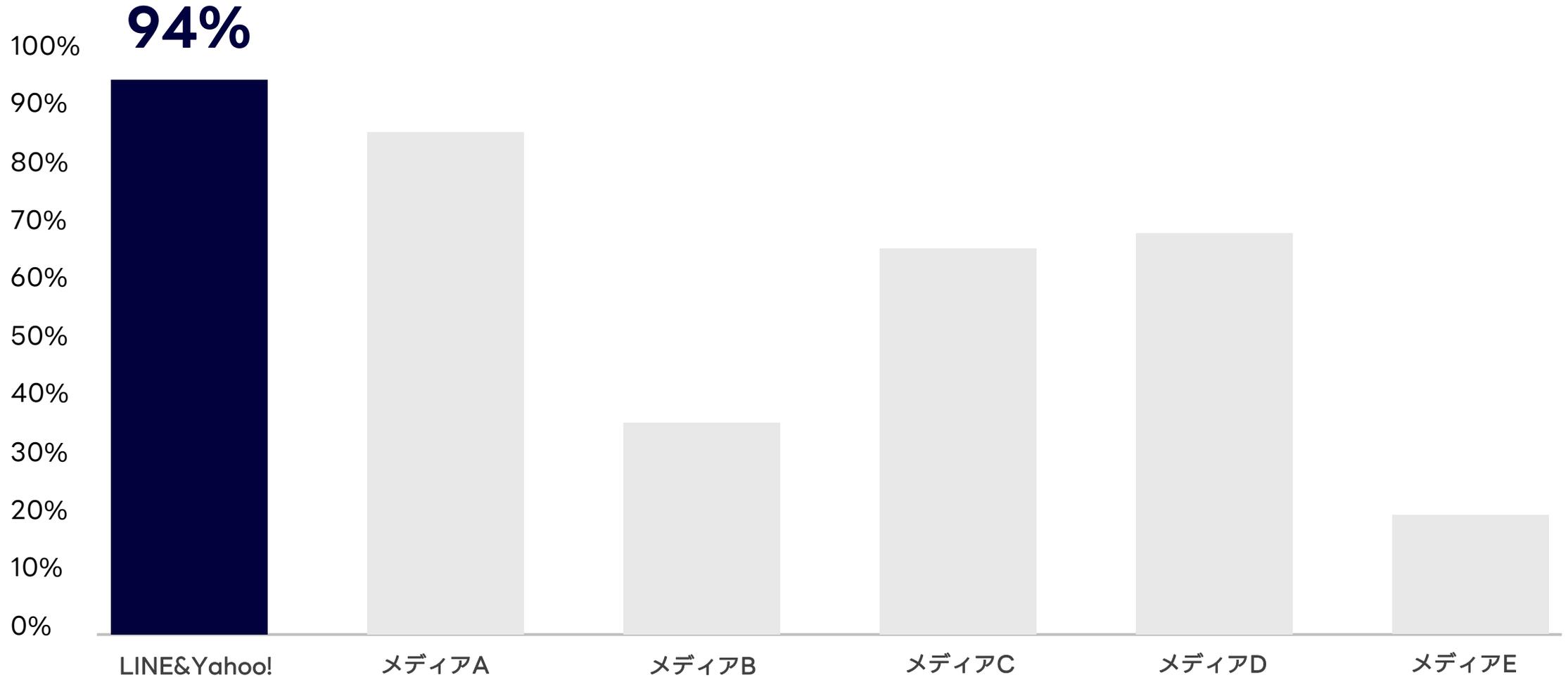


リーチの拡大



データ活用による  
効果向上

# 国内スマートフォンアクティブユーザーへのリーチ率



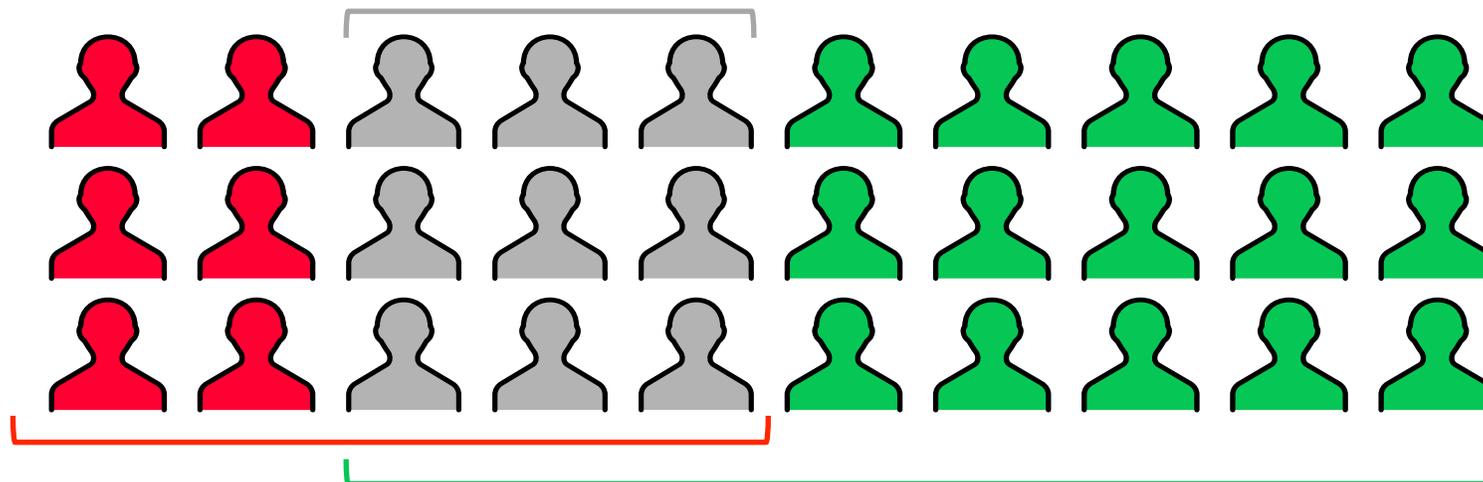
※1 nielsen mobile netview 2023年11月データ

※2 Yahoo Japan、LINE、YouTube、Facebook、Instagram、Twitter X、Tver をブランドレベルで集計

# 広告配信においてもリーチの純増が期待できる

両媒体を使った時の、リーチ可能なユーザーの検証例

Yahoo!広告・LINE広告重複ユーザー



Yahoo!広告のみでリーチできるユーザー

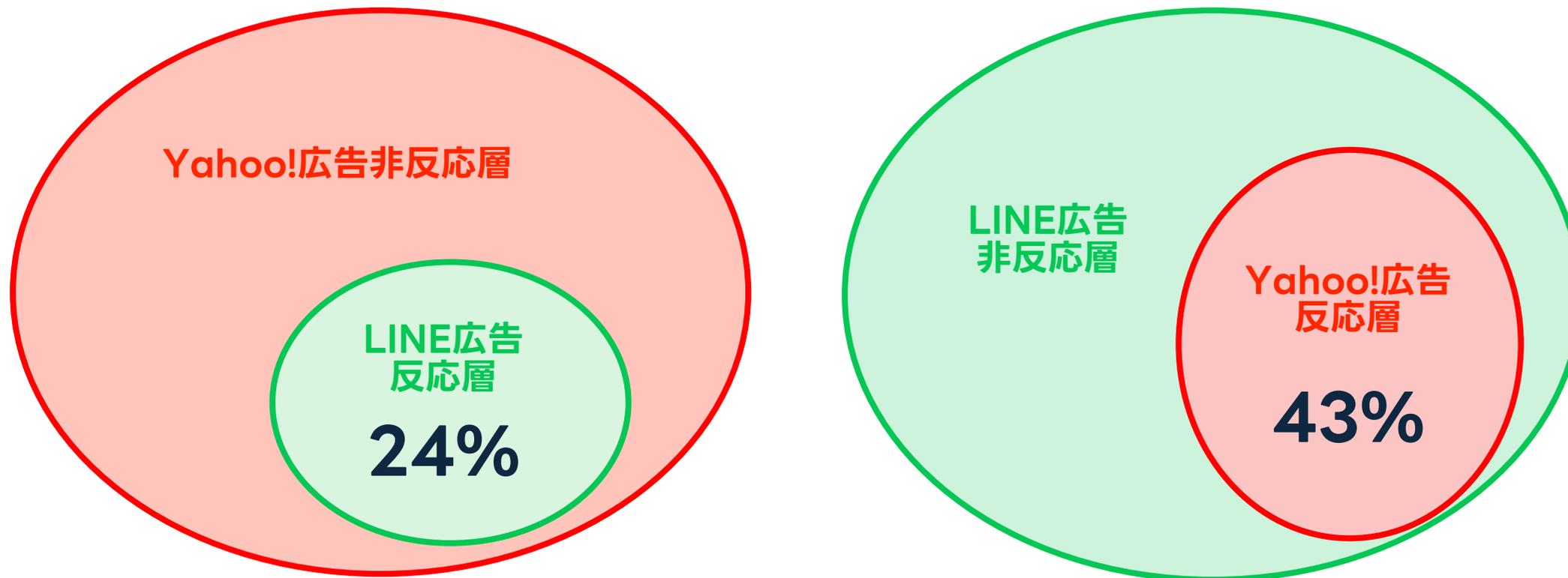
約50%

LINE広告のみでリーチできるユーザー

約80%

# Yahoo!広告とLINE広告における反応層の違い

両媒体で配信することによりそれぞれの反応層に対して網羅的にリーチすることが可能



※ Yahoo!広告とLINE広告における静止画での一部のサンプルアカウント配信データから算出 (2023年10月-12月実績)、LINEヤフー調べ  
※ 広告クリックを広告反応として定義

# Yahoo!広告・LINE広告 2媒体に出稿するメリット



リーチの拡大



データ活用による  
効果向上

# Yahoo! JAPAN共通オーディエンス機能を活用した Yahoo!広告×LINE広告の相互利用事例

## 購買意向

### 不動産

- ・購入：マンション
- ・購入：戸建
- ・不動産売却
- ・地域：東京、神奈川など

### 自転車、バイク

- ・エコカー
- ・輸入車
- ・高級車
- ・ハイブリッド

### 金融

- ・消費者ローン
- ・クレジットカード
- ・生命保険
- ・ふるさと納税
- ・医療保険

### 個人

- ・医療、介護、福祉
- ・アルバイト、パート
- ・派遣
- ・教育、保健
- ・事務、管理

## 興味関心

### スポーツ、フィットネス

- ・プロ野球
- ・ゴルフ
- ・フィギュアスケート
- ・メジャーリーグ
- ・競馬

### ライフスタイル、趣味

- ・懸賞好き
- ・自動車好き
- ・犬
- ・猫
- ・高級車好き

### 旅行

- ・家族旅行
- ・ビーチリゾート
- ・スノーリゾート
- ・出張の多い人
- ・豪華旅行

## 属性・ライフイベント

### 家族構成

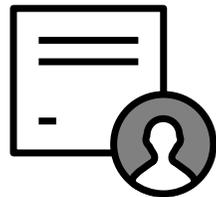
- ・子供あり
- ・既婚
- ・子供なし
- ・子供あり：小学生

### 仕事

- ・会社員
- ・パート、アルバイト
- ・無職
- ・専業主婦（主夫）
- ・会社員（契約社員、派遣社員）

### 学歴

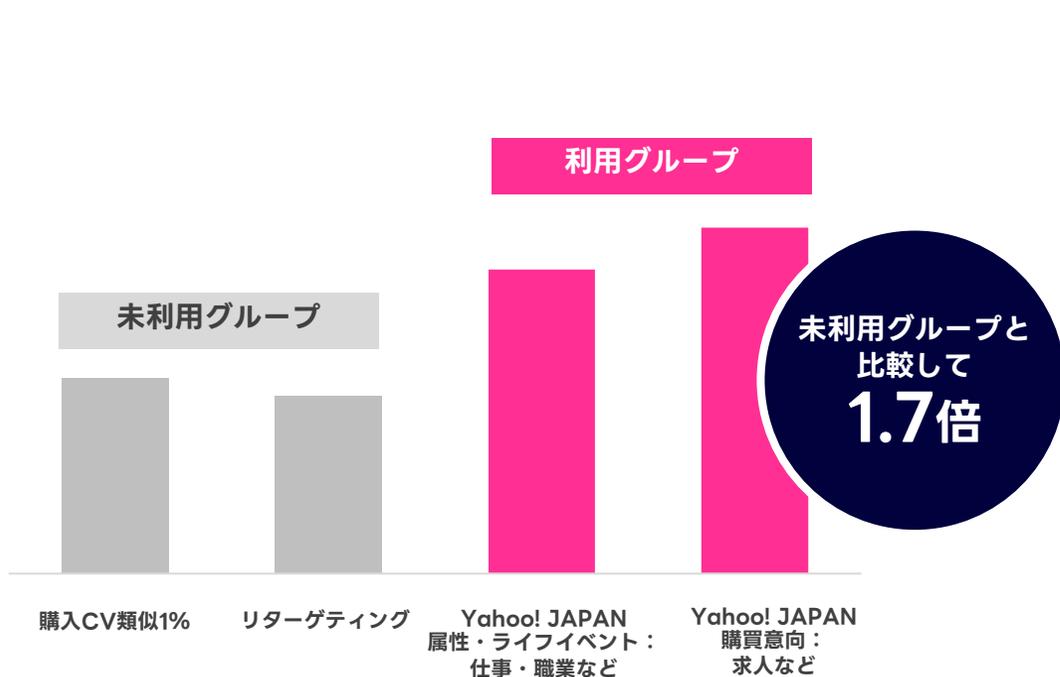
- ・大学、専門学校卒
- ・高校卒
- ・大学院卒
- ・学歴
- ・最終学歴



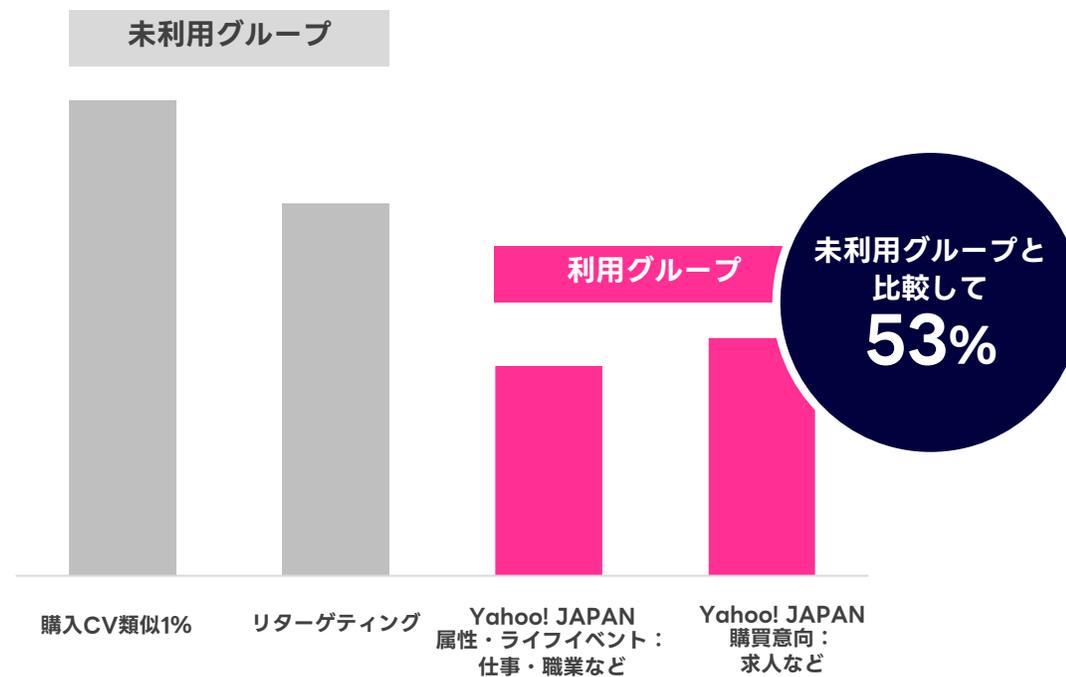
# 人材業種での活用実績

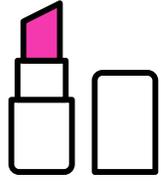
人材系のアプリインストールを目的に、LINE広告の一部広告グループでYahoo! JAPAN共通オーディエンスを利用。利用グループと未利用グループで成果を比較

## CVR



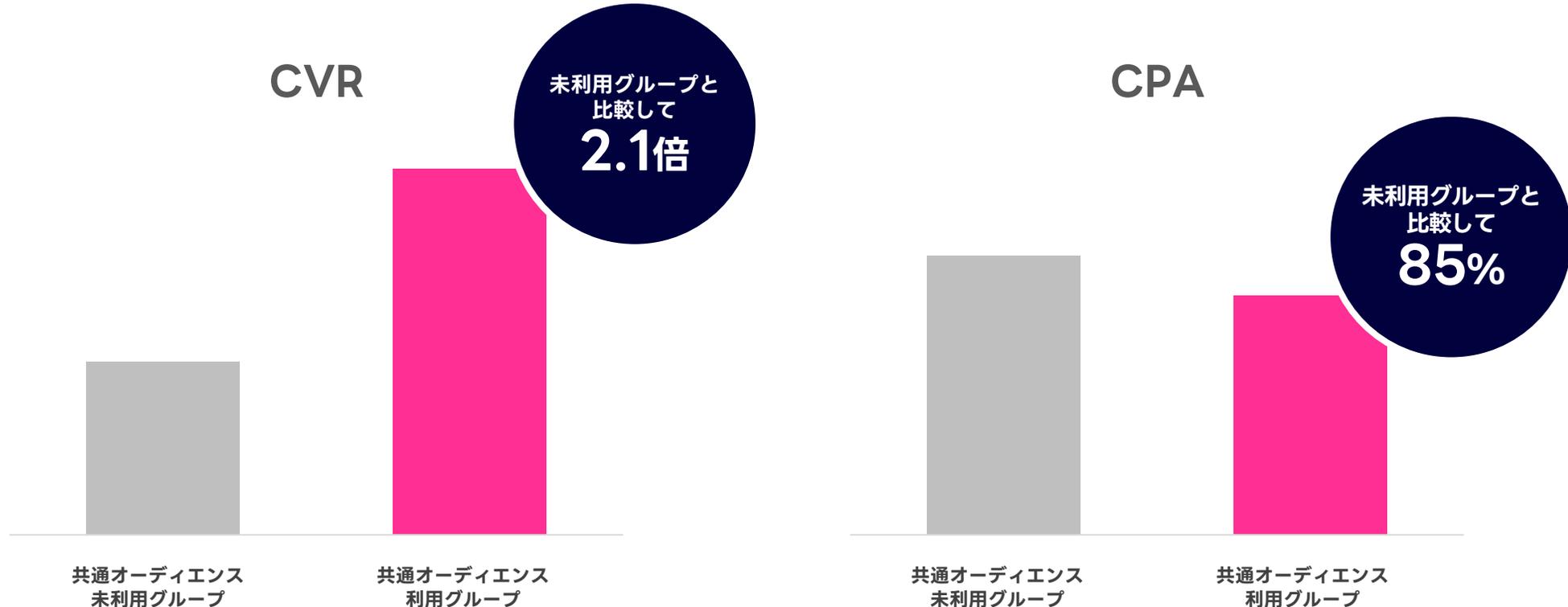
## CPI





# コスメ業種での活用実績

LINE広告のさらなる配信拡大・新規顧客獲得のため  
Yahoo!広告で効果の出ているセグメントをLINE広告でも利用し、成果を比較



① 獲得施策におすすめのLINEヤフーの広告プロダクト

② Yahoo!広告×LINE広告の活用法

③ トークセッション

# 小林 大基

LINEヤフー株式会社

ビジネスデザイン統括本部

ADセールス本部

コンサルティング2部

コンサルティング1チーム



# 光安 悠太 氏

株式会社GA technologies  
RENOSYアセットデザイン  
マーケティング部門  
マネージャー



# 木村 和華 氏

株式会社GA technologies  
RENOSYアセットデザイン  
マーケティング部門  
チーフ



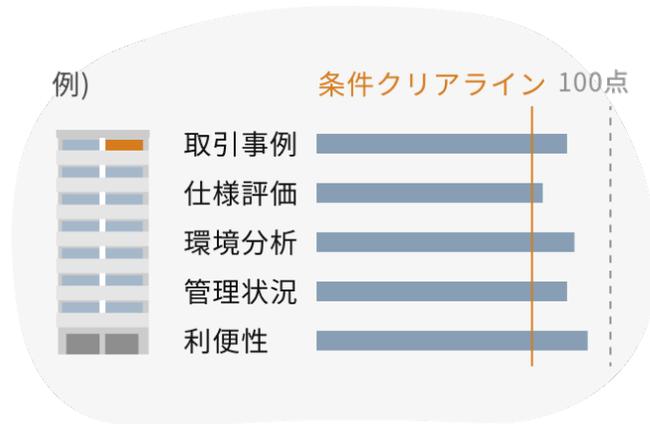
**GA TECHNOLOGIES**

テクノロジー×イノベーションで、  
人々に感動を生む  
世界のトップ企業を創る。

Building a world leading company  
that inspires and impresses people with  
the power of technology and innovation.

# ネット不動産投資サービスブランド 「RENOSY（リノシー）」

## ① 投資価値の高い物件を AIが選定



## ② 選べる賃貸管理プラン

- ✓ 設備修理・交換
  - ✓ 空室時の負担
  - ✓ 滞納時の負担
  - ✓ 原状回復費用
- etc...



## ③ アプリで ほったらかし運用



### できること

- 所有物件の現状把握
- 書類関係がデジタルで集約
- キャッシュフロー確認
- 確定申告サポート
- 販売物件
- 資金計画シミュレーション  
etc...

# RENOSYのブランドコンセプト

VISION

不動産での資産形成を、あたりまえにする。



CONCEPT

確度の高い不動産投資

UAV

Unique Attractive Value



RTB1

資産価値の高い物件が多数。独自のAIが機械学習で日本一の販売データ数をもとに定量的に選定。

RTB2

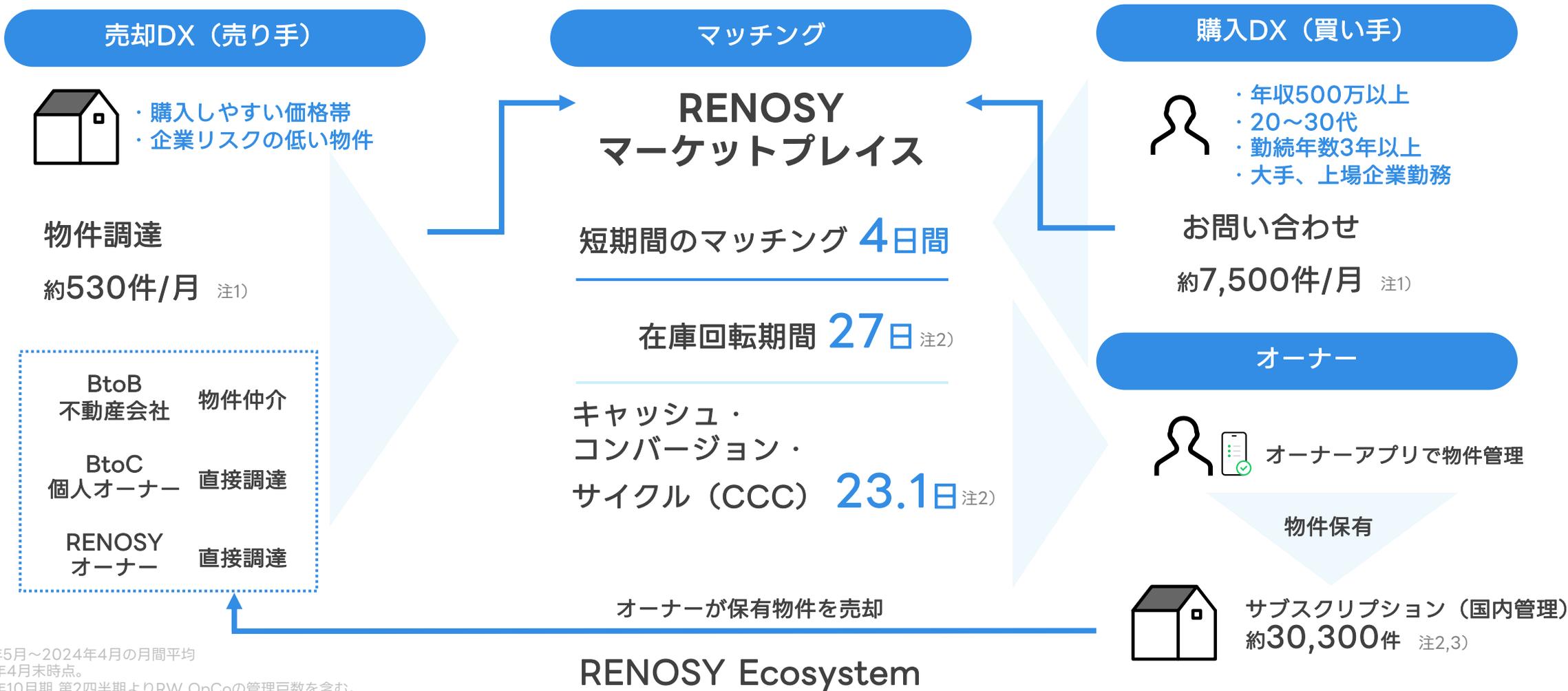
低コストの運用プランで管理をおまかせ。日本最大の物件販売量で業界最安値の定額管理プラン

RTB3

投資用物件の販売数日本一の上場会社だから安心

# RENOSYのビジネスモデル 「RENOSYマーケットプレイス」

物件の調達、集客から契約まで一連のプロセスをオンラインで一気通貫で行う



注1) 2023年5月～2024年4月の月間平均

注2) 2024年4月末時点。

注3) 2024年10月期 第2四半期よりRW OpCoの管理戸数を含む。

# マーケティング部門におけるKPI

KPI

会員1人当たりの推定売上金額

→ 媒体毎に、CVの

質  
(成約率など)

×

数

から算出

# RENOSYに学ぶ、 “Yahoo!広告×LINE広告”で新規顧客を見つけ出す方法

① Yahoo!広告・LINE広告で成果を出す広告運用のポイント

② さらに獲得数を伸ばした、Yahoo!広告×LINE広告の活用法

③ 今後の展望

# RENOSYに学ぶ、 “Yahoo!広告×LINE広告”で新規顧客を見つけ出す方法

① Yahoo!広告・LINE広告で成果を出す広告運用のポイント

② さらに獲得数を伸ばした、Yahoo!広告×LINE広告の活用法

③ 今後の展望

# RENOSYにおける Yahoo!広告・LINE広告の活用状況

開始時期

2017年～（継続）

背景

“ターゲット層へのリーチのしやすさ”から活用開始

ターゲット

不動産のローンが組める一定以上の年収の会社員

KPI

推定の売り上げ金額  
└“CV数”×“CVの質”

運用体制

インハウスで運用（3名）

# RENOSYが考える Yahoo!広告・LINE広告の特徴

## Yahoo!広告

### 【検索広告】

成約確度の高いユーザーを獲得できる

### 【ディスプレイ広告】

Yahoo! JAPANの様々な  
オーディエンスカテゴリーを活用して  
購買意欲のあるユーザーにリーチできる

## LINE広告

ユーザー数が多いため  
特定のターゲットユーザーにも  
リーチすることができる

# クリエイティブの考え方

- ・顧客のインサイト分析
- ・顧客データの分析
- ・クリエイティブの企画

PLAN

- ・クリエイティブ制作
- ・クリエイティブ配信

DO

- ・分析結果から  
次回アクション策定
- ・ヒートマップ

ACTION

- ・クリエイティブレポート
- ・ヒートマップ分析

CHECK

# クリエイティブの考え方

- ・顧客のインサイト分析
- ・顧客データの分析
- ・クリエイティブの企画

- ・クリエイティブ制作
- ・クリエイティブ配信

クリエイティブ単位で  
「推定の売り上げ金額」を可視化

- ・分析結果から  
次回アクション策定
- ・ヒートマップ

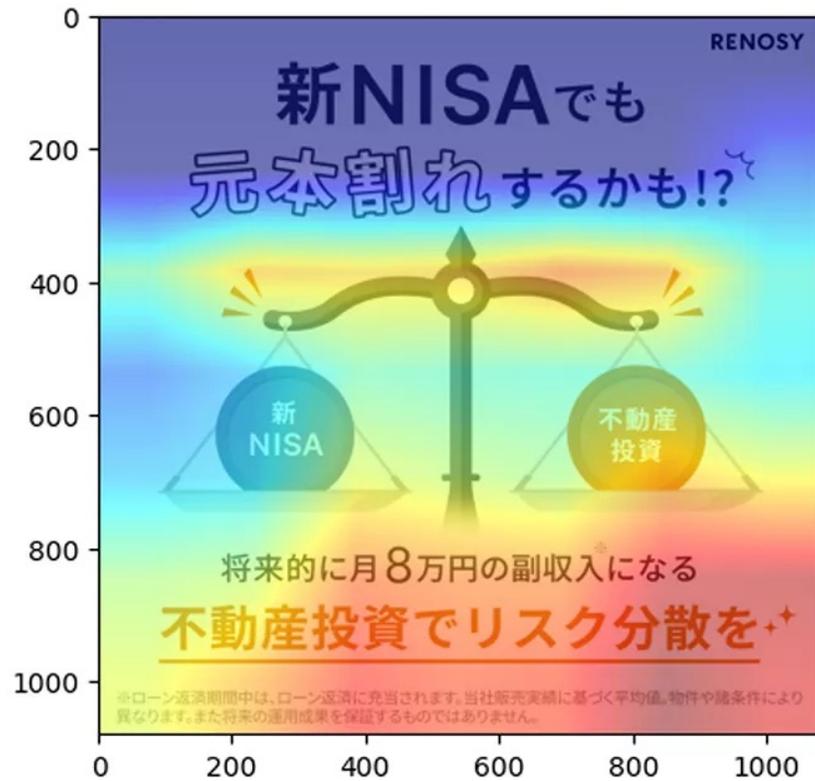
- ・クリエイティブレポート
- ・ヒートマップ分析

PLAN  
ACTION

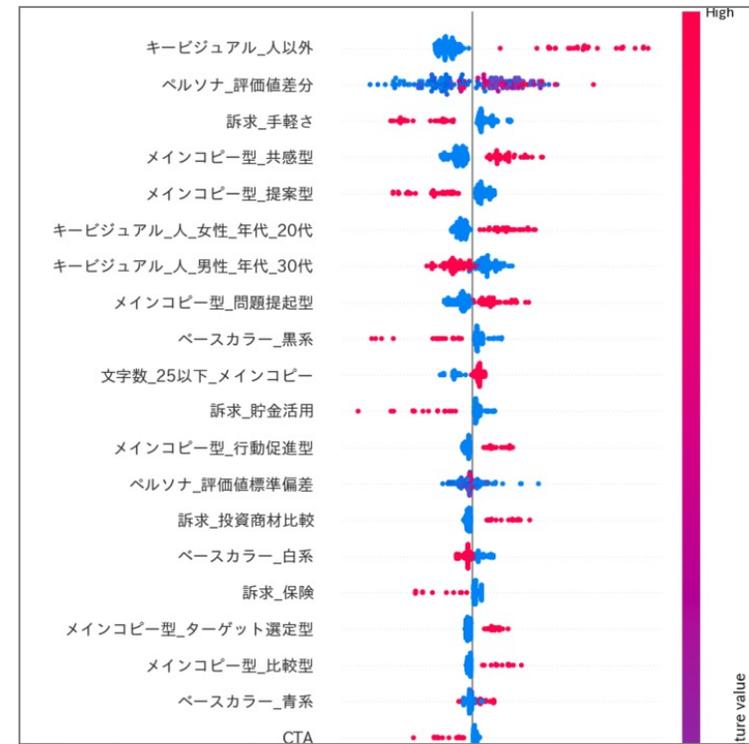
DO  
CHECK

# 自社開発のクリエイティブ評価ツールを活用

ヒートマップ



AI分析



Yahoo!広告  
(ディスプレイ広告)

# 効果の良いクリエイティブ①

静止画 × 1 : 1フォーマット



狙いたい層

30-40代 アグレッシブエリート

方向性

ターゲットに近い方の写真を使い、始めないと「勿体無い」というワードを強く出し自分ごと化を狙う

狙いたい層

20代後半 都内在住シングル

方向性

少額でも貯金かNISAかそろそろしないと  
思っている人に「貯金やめたら」の  
インパクトの強いワードで興味を持たせ、  
サブコピーで理由を説明

LINE広告

## 効果の良いクリエイティブ②

静止画 × 1 : 1フォーマット

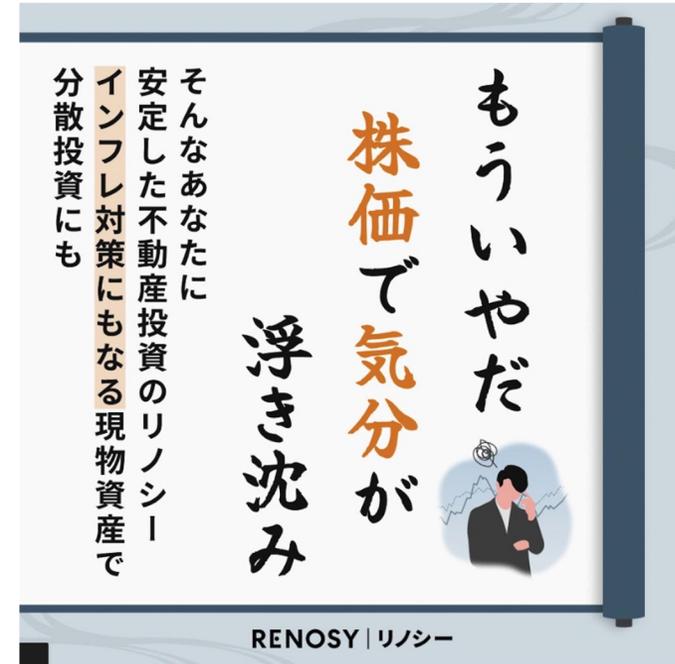


狙いたい層

30-40代 ライフプラン重視パパ

方向性

投資は怖いと思っている慎重派の人に向けて  
口コミの見せ方で安心感を与える



狙いたい層

30代前半 アグレッシブエリート

方向性

投資の必要性は感じており株をやっているが、  
株価に一喜一憂しているのに嫌気がさして  
いるという気持ちを川柳で代弁。共感を狙う。

LINE広告

## 効果の良いクリエイティブ③

動画 × 1 : 1フォーマット



狙いたい層

20代後半 都内在住シングル

方向性

休みの日はついだらだらSNSを見てしまうサラリーマンをどきっとさせる



狙いたい層

20代後半～30代前半 スマート若手投資家

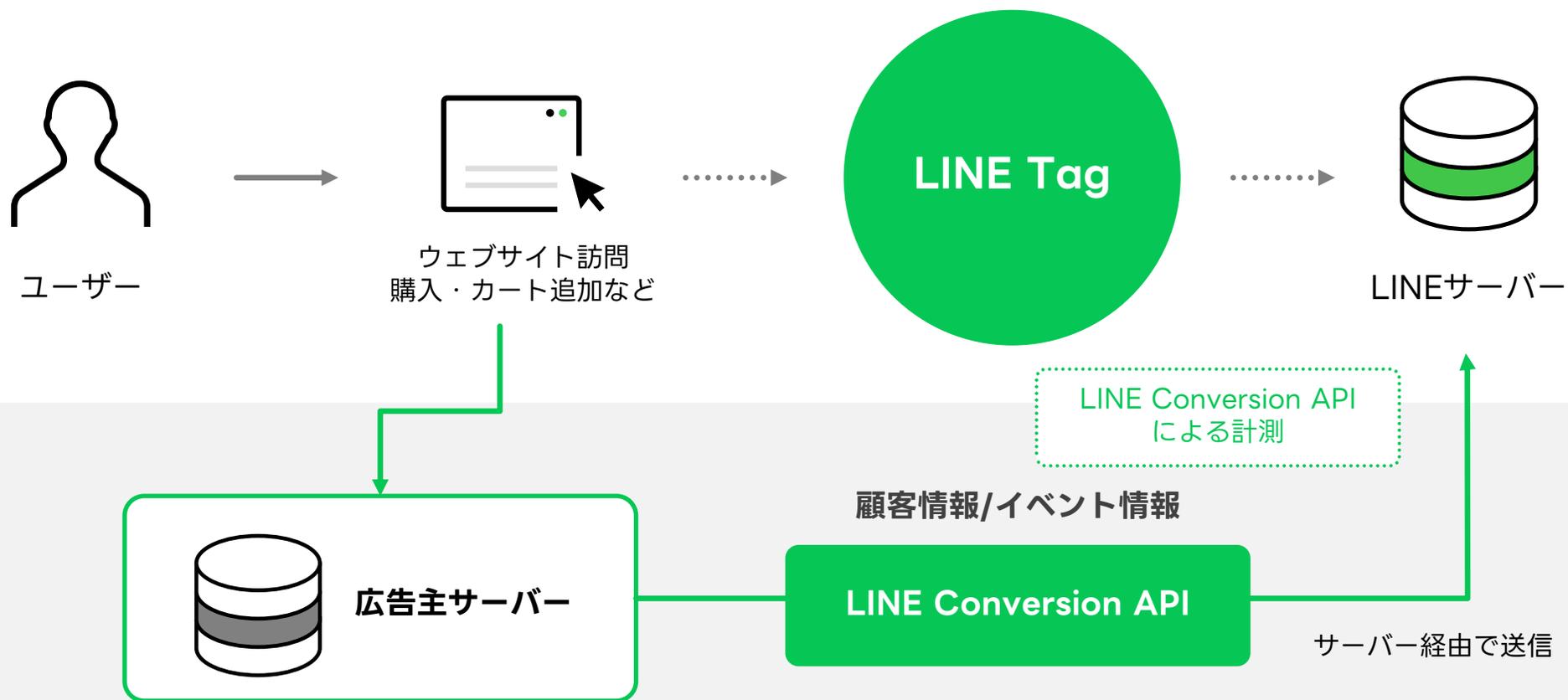
方向性

将来のために早いうちから資産形成を始めている層に向けて自分ごと化しやすい内容で制作

LINE広告

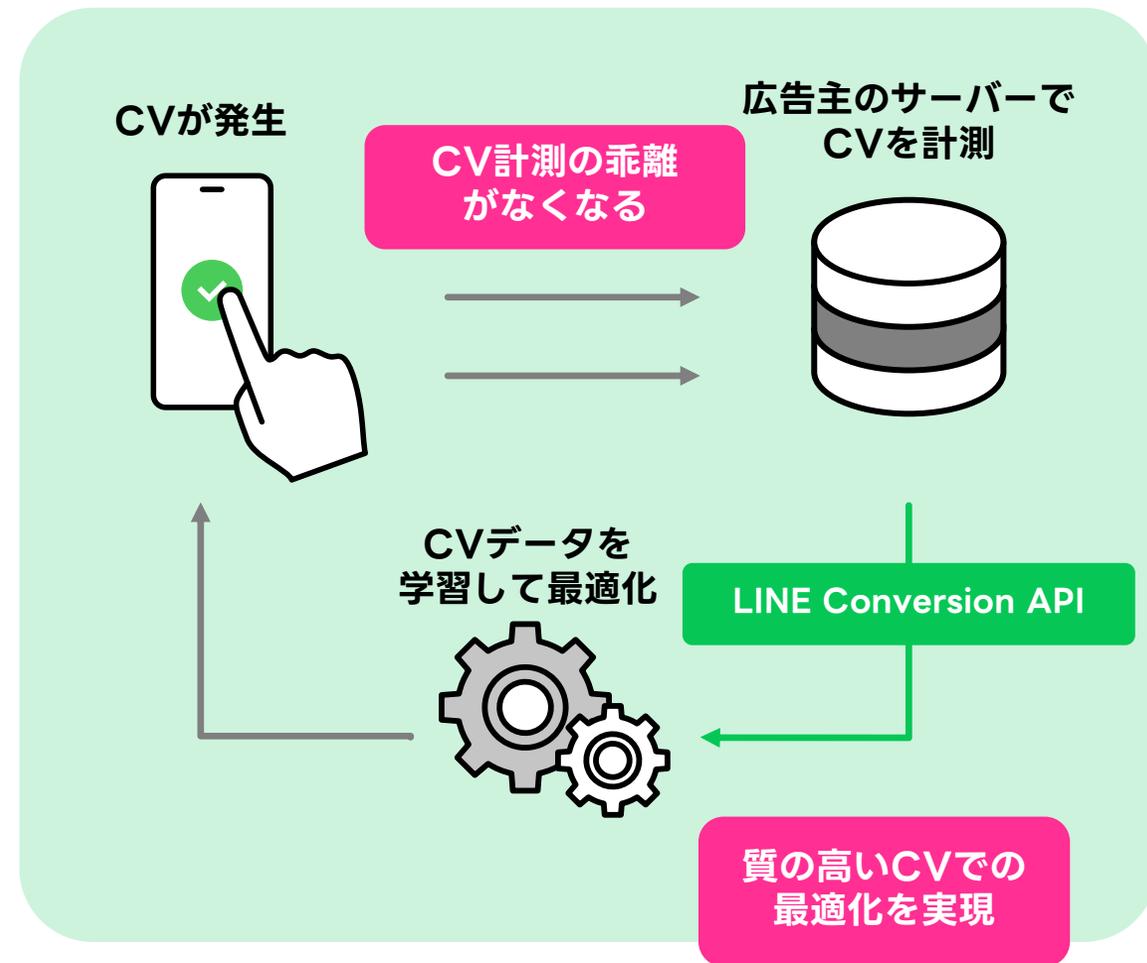
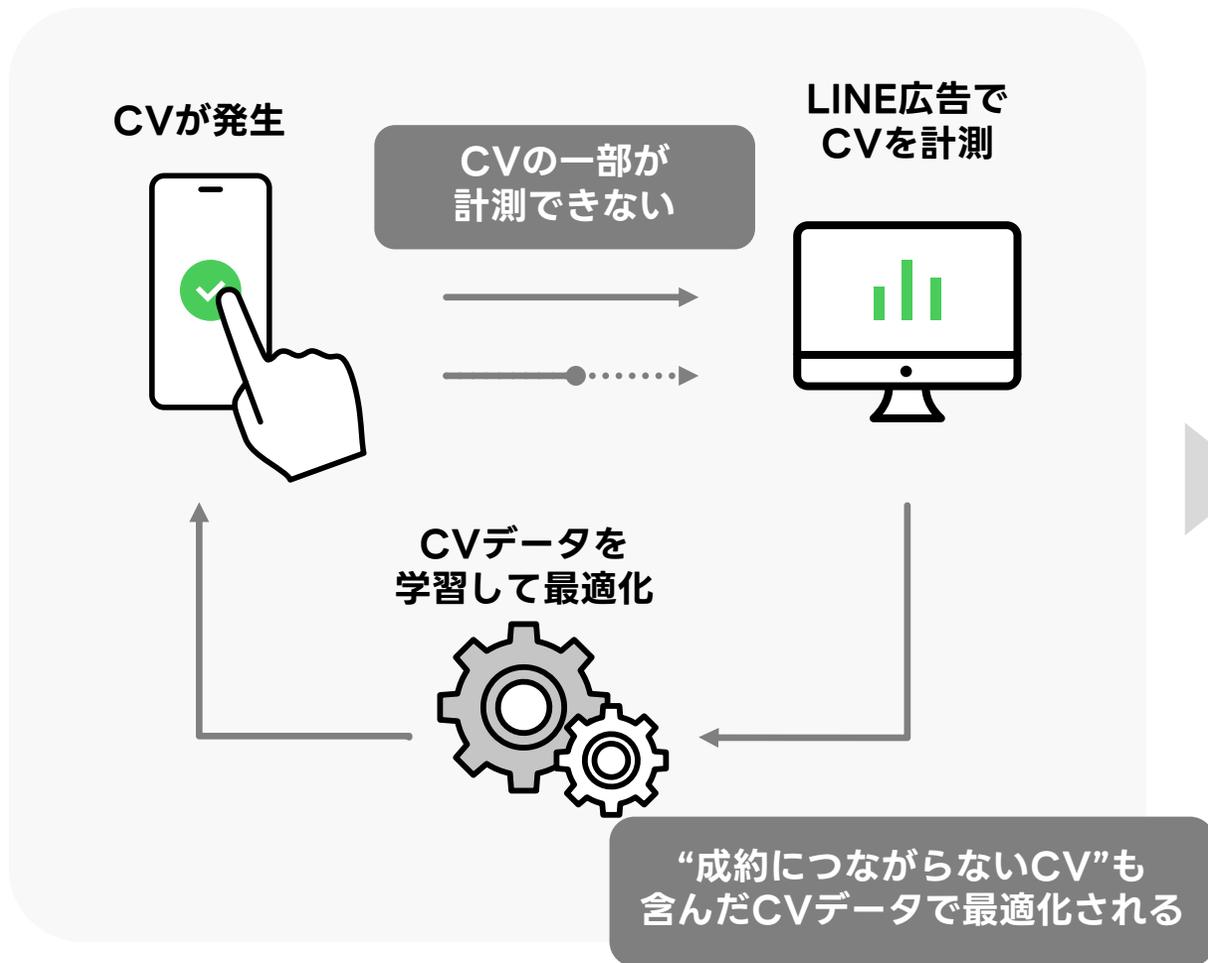
# LINE Conversion APIの導入

媒体CVのトラッキングを増やす取り組み



# LINE広告

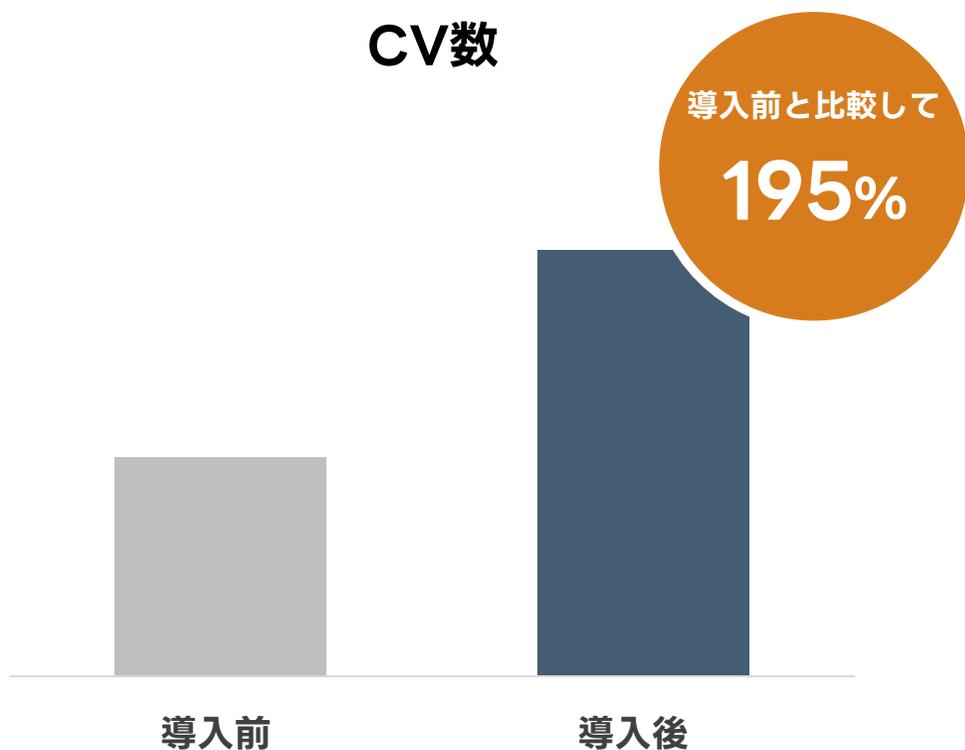
## 2024年3月中旬より導入



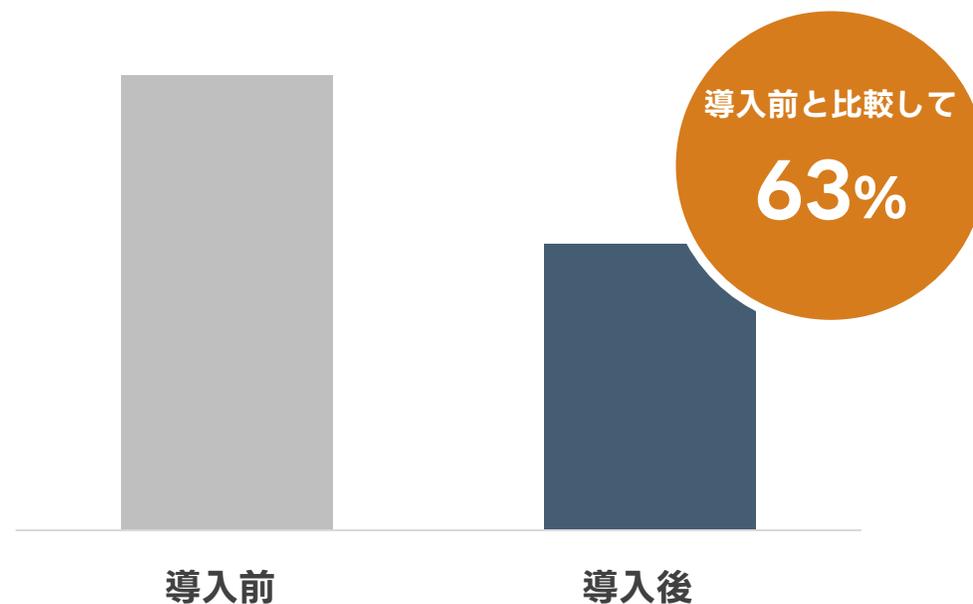
LINE広告

# LINE Conversion API導入後の成果

CV数



CPA



# RENOSYに学ぶ、 “Yahoo!広告×LINE広告”で新規顧客を見つけ出す方法

① Yahoo!広告・LINE広告で成果を出す広告運用のポイント

② さらに獲得数を伸ばした、Yahoo!広告×LINE広告の活用法

③ 今後の展望

# Yahoo!広告×LINE広告 データ活用のきっかけ



CV APIの利用で  
LINE広告の獲得数は伸長したが  
さらに獲得数を伸ばすために  
配信量を効率的に増やしたい



これまでアプローチできて  
いなかったユーザーへの  
リーチを目的にYahoo! JAPAN  
データの活用を決意

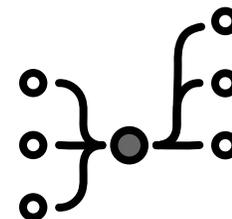
# Yahoo!広告 × LINE広告のデータ活用方法

方法 ①



Yahoo! JAPAN  
共通オーディエンス機能

方法 ②



ビジネスマネージャー  
を利用したデータ連携

# Yahoo!広告×LINE広告のデータ活用方法

方法 ①



**Yahoo! JAPAN  
共通オーディエンス機能**

方法 ②



**ビジネスマネージャー  
を利用したデータ連携**

# Yahoo! JAPAN共通オーディエンス機能

## 購買意向

### 不動産

- ・購入：マンション
- ・購入：戸建
- ・不動産売却
- ・地域：東京、神奈川など

### 自転車、バイク

- ・エコカー
- ・輸入車
- ・高級車
- ・ハイブリッド

### 金融

- ・消費者ローン
- ・クレジットカード
- ・生命保険
- ・ふるさと納税
- ・医療保険

### 個人

- ・医療、介護、福祉
- ・アルバイト、パート
- ・派遣
- ・教育、保健
- ・事務、管理

## 興味関心

### スポーツ、フィットネス

- ・プロ野球
- ・ゴルフ
- ・フィギュアスケート
- ・メジャーリーグ
- ・競馬

### ライフスタイル、趣味

- ・懸賞好き
- ・自動車好き
- ・犬
- ・猫
- ・高級車好き

### 旅行

- ・家族旅行
- ・ビーチリゾート
- ・スノーリゾート
- ・出張の多い人
- ・豪華旅行

## 属性・ライフイベント

### 家族構成

- ・子供あり
- ・既婚
- ・子供なし
- ・子供あり：小学生

### 仕事

- ・会社員
- ・パート、アルバイト
- ・無職
- ・専業主婦（主夫）
- ・会社員（契約社員、派遣社員）

### 学歴

- ・大学、専門学校卒
- ・高校卒
- ・大学院卒
- ・学歴
- ・最終学歴

# Yahoo! JAPAN共通オーディエンス機能

詳細ターゲティング ×

ターゲット設定を検索

趣味・関心   行動   属性   購買意向   **Yahoo! JAPAN 興味関心**   **Yahoo! JAPAN 購買意向**   **Yahoo! JAPAN 属性・ライフイベント**

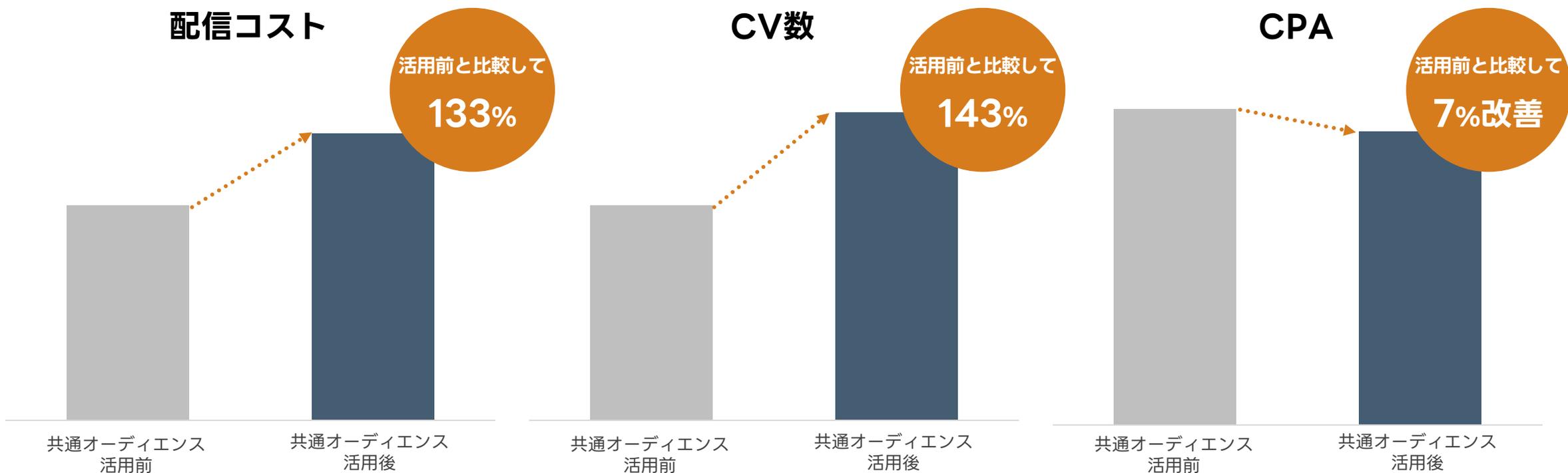
▶ ファッション	すべて配信	すべて除外
▶ 食べ物飲み物	すべて配信	すべて除外
▶ 自動車・バイク	すべて配信	すべて除外
▶ 暮らし・子育て	すべて配信	すべて除外
▶ 美容・コスメ	すべて配信	すべて除外
▶ 金融	すべて配信	すべて除外
▶ 不動産	すべて配信	すべて除外
▶ 公営競技・公営くじ	すべて配信	すべて除外
▶ インテリア・生活用品	すべて配信	すべて除外
▶ 求人	すべて配信	すべて除外
▶ デジタル機器・家電	すべて配信	すべて除外

完了

LINE広告の  
管理画面より  
選択可能

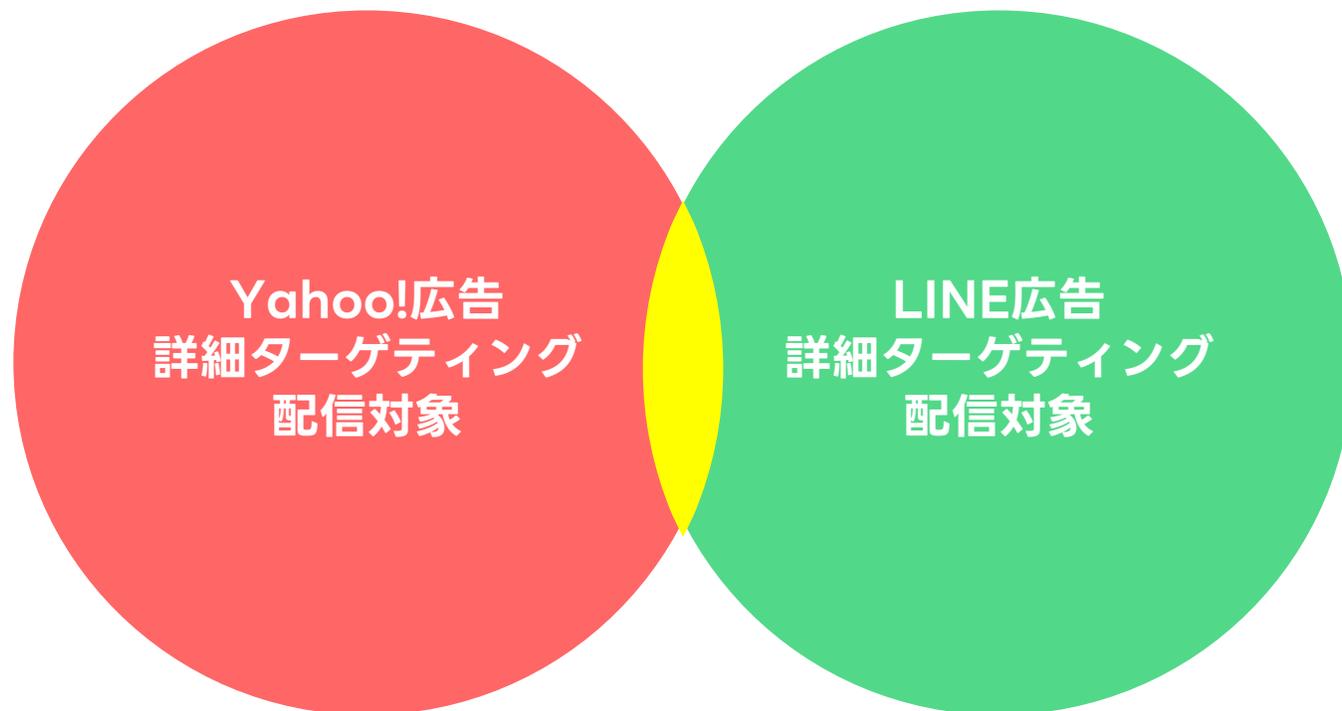
# Yahoo! JAPAN共通オーディエンス機能活用の成果

## 共通オーディエンスを活用した広告キャンペーン



# オーディエンスセグメントの重複について

リーチ重複率は平均で  
最大オーディエンスの約**3.5%** ※



※ LINE広告の詳細ターゲティングとYahoo! JAPAN共通オーディエンスそれぞれ各類似セグメントにおける対象ユニークユーザーの重複率の平均値、LINEヤフー調べ

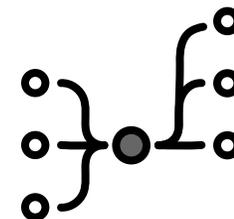
# Yahoo!広告 × LINE広告のデータ活用方法

方法 ①



Yahoo! JAPAN  
共通オーディエンス機能

方法 ②



ビジネスマネージャー  
を利用したデータ連携

# ビジネスマネージャーを利用したデータ連携

セグメント作成

オーディエンス  
リスト共有

データ基盤管理

配信先



# 利用可能なセグメントデータ

## 属性情報

性別

年齢

地域

デバイス・キャリア情報

アクセスドメイン種別

興味関心

└旅行好き、など

ライフイベント

└家族構成  
└個人年収、など

購買意向

└アクセサリ  
└時計、など

## 行動情報

検索行動データ

└検索履歴  
└検索クリック履歴

ヤフー外サイト閲覧

└検索広告の履歴データ

ディスプレイ広告

└クリック履歴  
└CVデータ

リスティング広告

└検索広告の履歴データ

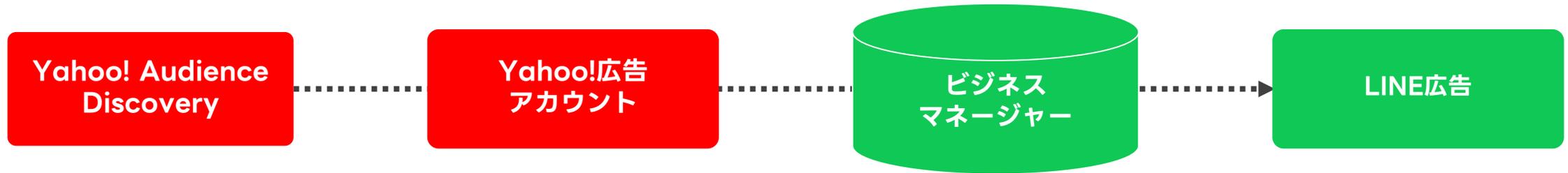
ショッピングデータ

└商品詳細履歴  
└購買履歴

Carview

└車種PV履歴

# RENOSYで活用しているデータ



オーディエンスを作成

**競合流出オーディエンス**

”RENOSY 不動産“などで検索後  
他社サイトへ離脱したユーザー



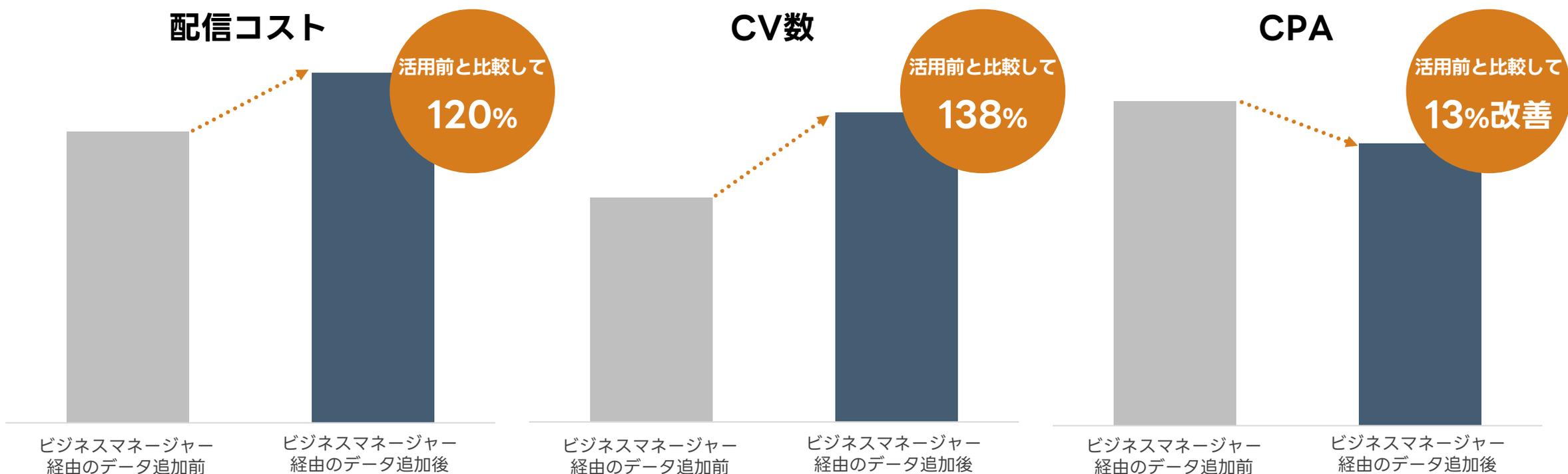
オーディエンスを指定して広告配信

**リターゲティング配信**

**類似拡張配信**

# ビジネスマネージャーを利用したデータ連携の成果

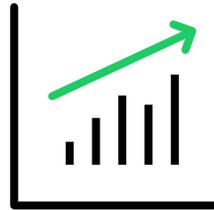
ビジネスマネージャー経由のデータを活用した広告キャンペーン



※2024年5-6月実績、RENOSY調べ  
※追加前：広告グループA・Bの合計と、追加後：広告グループA・B・Cの合計比較

# Yahoo!広告×LINE広告のデータ活用におけるまとめ

全体成果



データ活用における  
全体の成果について

メリット



データ活用における  
メリットについて

# Yahoo!広告×LINE広告 データ活用の全体成果

CPA・ROASを改善しながら新規顧客の獲得に成功

CV数

1.4倍

CPA

10%改善

ROAS

15%改善

# Yahoo!広告×LINE広告のメリット

Yahoo!広告とLINE広告の両媒体を活用

データ活用

Yahoo! JAPAN共通オーディエンス・ビジネスマネージャー

これまでリーチできて  
いなかった層への  
アプローチが可能に

Yahoo!広告ならではの  
オーディエンスを  
LINE広告でも利用できる

**リードの質はキープしたまま、獲得数を増加できる**

# RENOSYに学ぶ、 “Yahoo!広告×LINE広告”で新規顧客を見つけ出す方法

① Yahoo!広告・LINE広告で成果を出す広告運用のポイント

② さらに獲得数を伸ばした、Yahoo!広告×LINE広告の活用法

③ 今後の展望

# 今後の展望



コンバージョンデータに  
売り上げ期待値を設定し、  
グラデーションをかけて最適化



自動ターゲティングを活用した  
さらなる獲得数増加の施策



新規プロダクトや  
クリエイティブ周りの  
ブリッジをLINEヤフーと取り組む