

Yahoo! 広告

# 広告配信により発生したコストの 請求対象について

ディスプレイ広告（運用型）

2024月1月

LINEヤフー

01

概要

02

リリース詳細

03

リリース当日とリリース月の仕様

04

よくあるご質問

# 01

---



概要

# リリース概要

## 1) 日程

### 2024年2月19日（月）リリース予定

※当日の正午頃までにリリース予定ですが、時間は変更となる可能性があります。あくまで目安としてご承知おきください。

※リリース日は変更になる可能性があります。

## 2) 概要

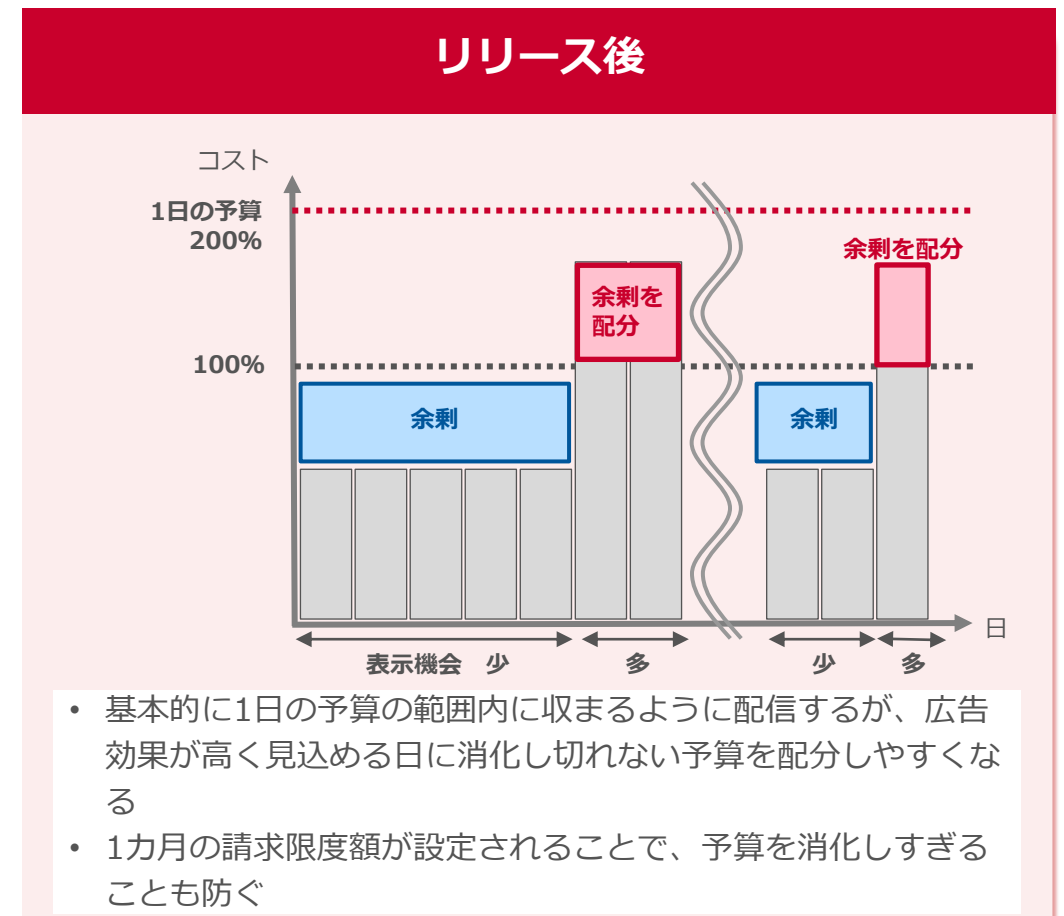
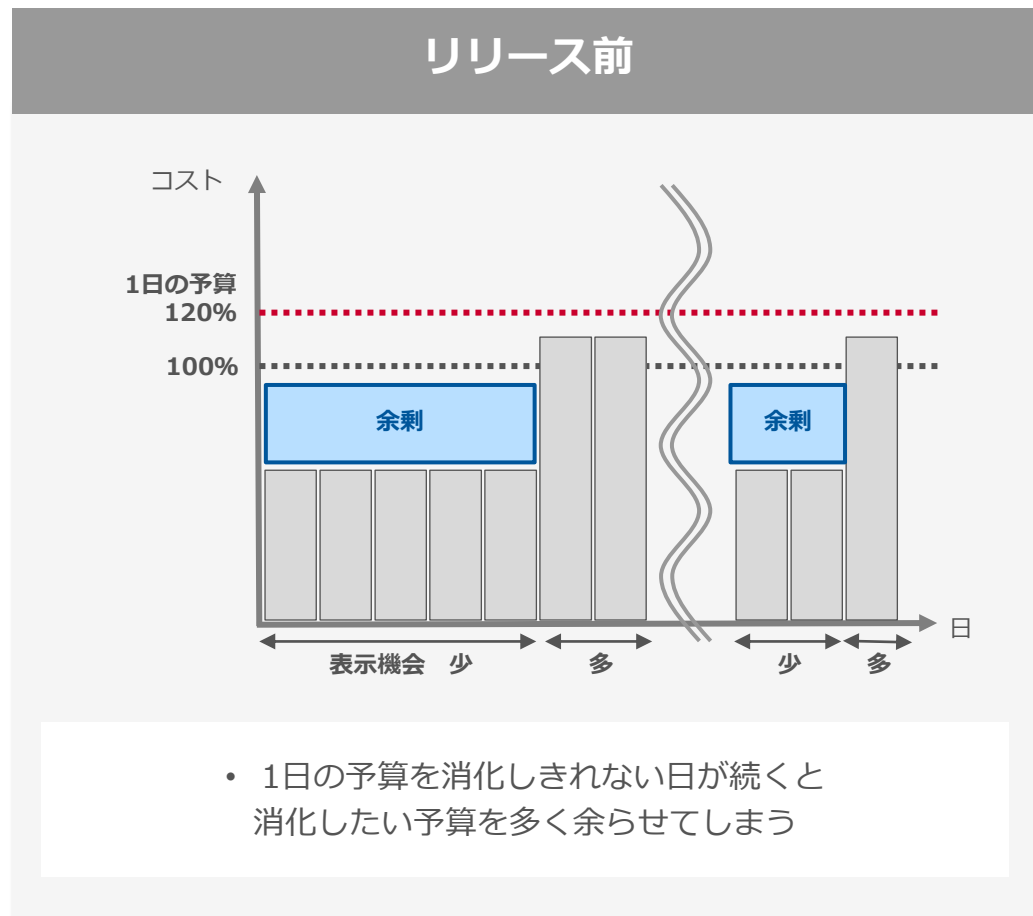
以下の仕様変更、追加を行います。

- 1日に発生したコストの請求対象の上限を、1日の予算の120%から200%に変更します。
- 新たに1日の予算を基準に、1カ月の請求限度額が設定されるようになります。

	リリース前	リリース後
1日に発生したコストの請求対象	1日の予算の120%まで	1日の予算の <b>200%</b> まで ※詳細はp7以降
1カ月の請求限度額	—	<b>1日の予算×当月の日数</b> <b>New!</b> ※詳細はp10以降

## 本リリースによるメリット

これまで広告の表示機会が少なく1日の予算を消化しきれない日が続くようなキャンペーンでは、消化したい予算を多く余らせてしまう場合があります。リリース後は、消化できなかった日の予算を広告の表示機会が多くより一層高い広告効果が見込める別の日で消化しやすくなります。



# 02

---

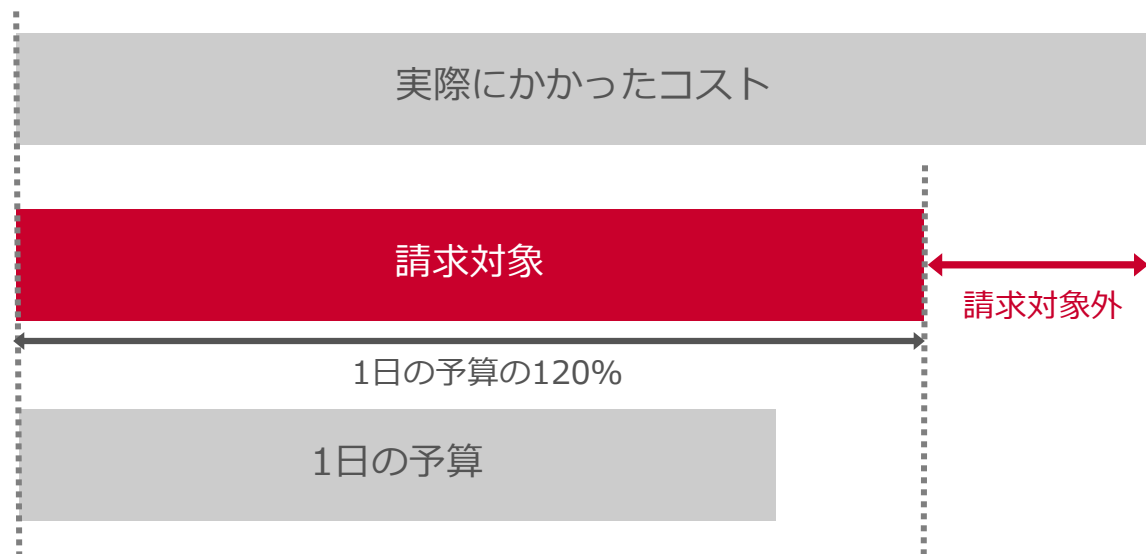


リリース詳細

## リリース前の仕様（1日に発生したコストの請求対象）

ディスプレイ広告（運用型）では、広告配信によるコストが広告主様の設定した1日の予算の金額の範囲内におさまるように1日の広告表示をコントロールしています。

広告の表示機会が多くより一層高い広告効果が見込める日には広告の表示頻度を上げて運用する場合がありますが、請求対象の上限を超える分が広告主様に請求されることはありません。

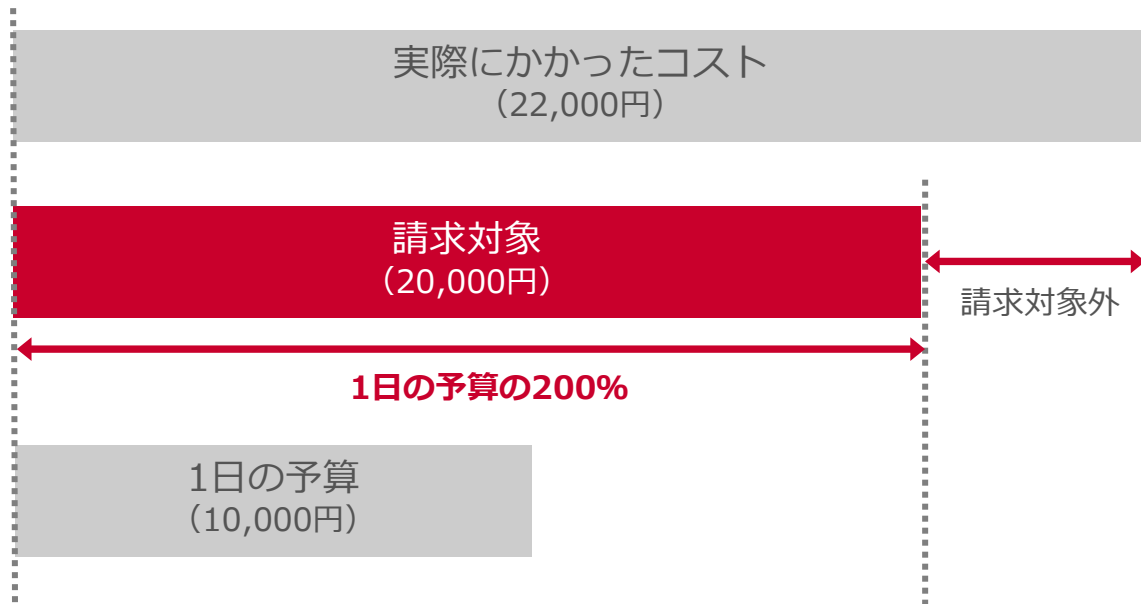


### ■ 言葉の定義について

- コスト  
広告掲載によりキャンペーンで発生した全てのクリック・表示に対する合計の費用ですが、コストが全て広告主様へ請求されるわけではありません。
- 請求対象  
広告主様に請求させていただく対象です。

## リリース後の仕様（1日に発生したコストの請求対象）

リリース後は、1日に発生したコストの請求対象は、**1日の予算の200%まで**となります。  
請求対象となったコストのうち実際に広告主様に請求されるのは、後述する1カ月の請求限度額を基に算出された金額です。





## 1日の予算を変更した当日の請求対象

1日の予算を変更した場合、当日の請求対象の算出方法は以下の通りです。

**1日の予算を変更した当日の請求対象 = 当日に変更した1日の予算の中で最も大きい金額の200%まで**

### ■ 例

	1日の予算の変更例	変更当日の請求対象
1日に1回変更した場合	1万円から2万円に変更	4万円 (2万円×200%) まで
1日に2回以上変更した場合	1万円から2万円に変更した後、 さらに5000円に変更	4万円 (2万円×200%) まで

## 1カ月の請求限度額

1カ月の請求限度額（実際に広告主様にご請求する限度額）は、1日の予算を基準に広告の掲載日数に応じて設定されます。特定の日に1日の予算を超過したコストが発生した場合でも、1カ月の請求限度額以上の金額が請求されることはありません。

	1カ月の請求限度額の計算方法
月初から月末まで配信する場合	1日の予算×当月の日数
月の途中でキャンペーンを作成した場合	1日の予算×当月の残り日数 ※当月の残り日数は、キャンペーンの掲載期間の「開始日時」で設定した日からカウントします
月の途中で掲載終了日を迎える場合	1日の予算×掲載終了日までの日数

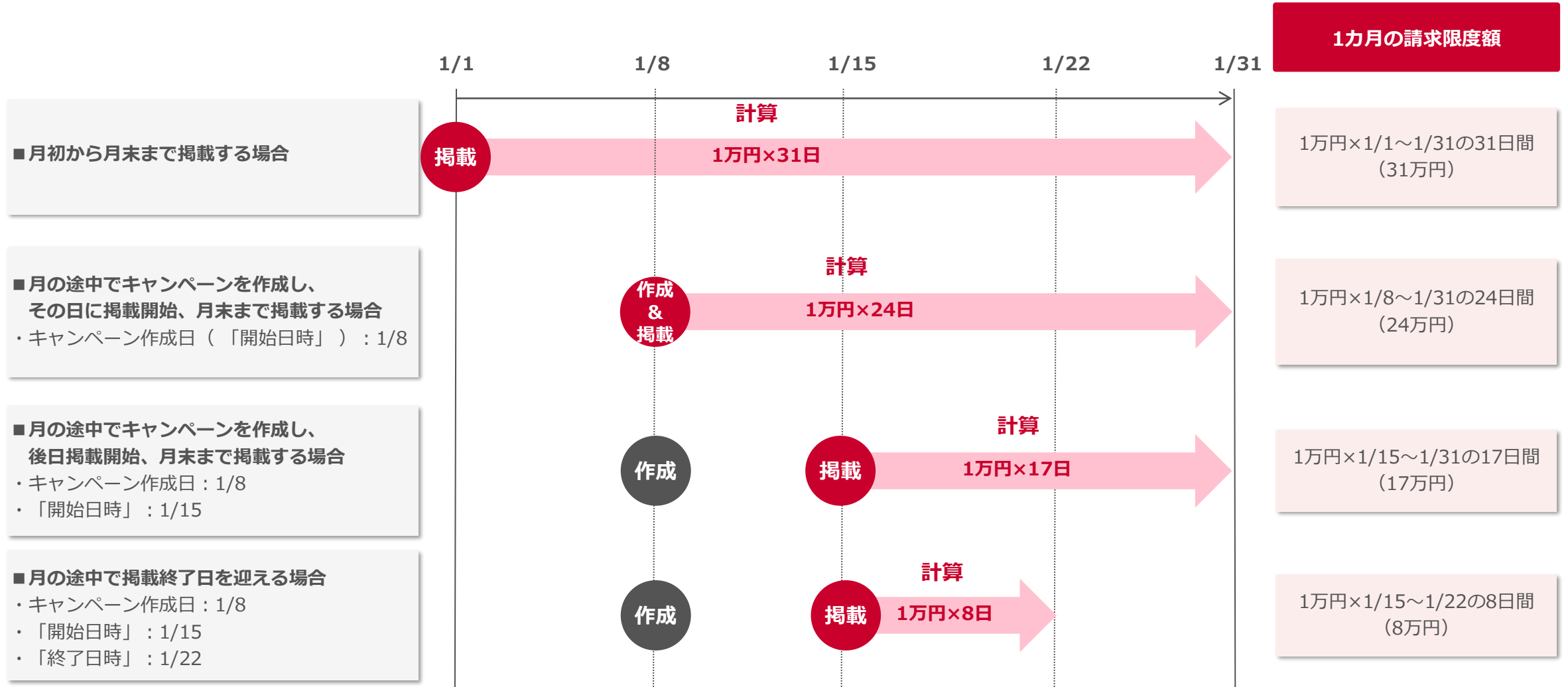


キャンペーンの掲載期間で「開始日時」と「終了日時」を当月内で設定している場合、1カ月の請求限度額は以下で算出されます。

**1カ月の請求限度額 = 1日の予算 × 当月の掲載日数（掲載開始日～掲載終了日の日数）**

# 1カ月の請求限度額\_例

■例 ※「1日の予算」=1万円を設定



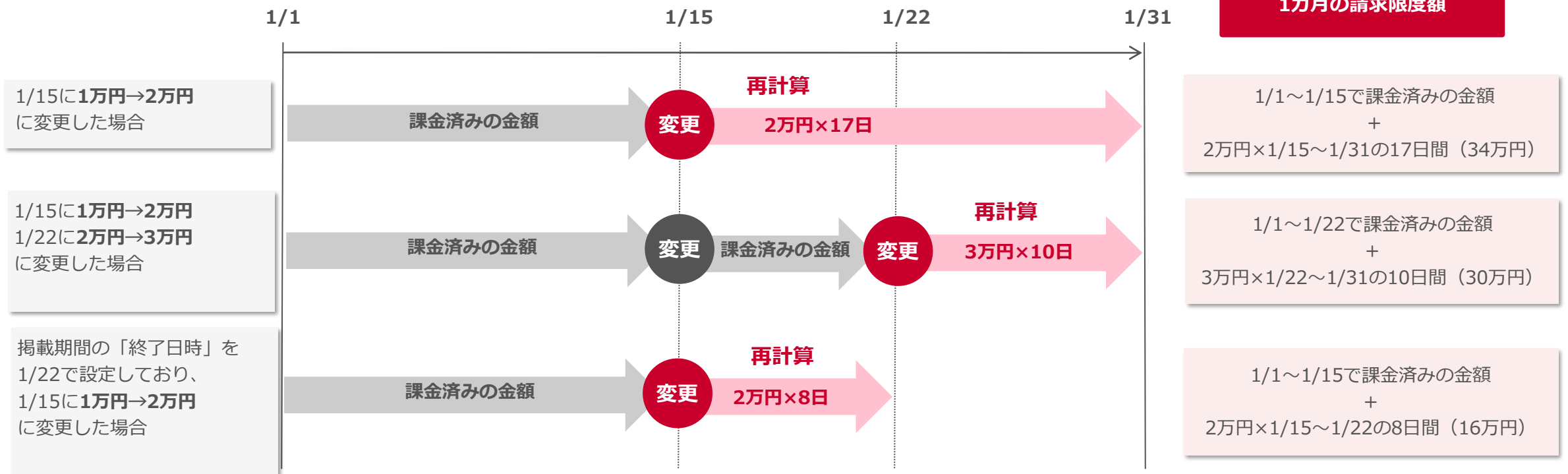
# 月の途中で1日の予算を変更した場合の1カ月の請求限度額

月の途中で1日の予算を変更した場合、1カ月の請求限度額は変更後の予算を基に以下の計算式で再計算されます。

**1カ月の請求限度額 = 当月で課金済みの金額 + 変更後の1日の予算 × 当月の残り日数**

※当月の残り日数は変更日当日を含みます。

■例 ※「1日の予算」を以下で設定



## 1カ月の請求限度額に関する注意点

- コストが1カ月の請求限度額に達すると広告掲載は停止します。広告掲載を再開するためには、「1日の予算」を更新してください。「1日の予算」を更新することで1カ月あたりの請求限度額が再計算され、広告掲載が再開します。
- 掲載期間中に一時的に配信設定を「オフ」にした期間、審査によって広告掲載できなかった期間、曜日・時間帯ターゲティングにより広告掲載しない曜日などがあっても、1カ月の請求限度額はそれら期間も含んだ日数で算出されます。
- 「1日の予算」を変更していない場合でも、キャンペーンの掲載期間で「開始日時」や「終了日時」を月内の別の日に更新した場合、1カ月の請求限度額は再計算されます。



## 影響を受ける可能性のあるキャンペーン

ほとんどのキャンペーンでは大きく配信挙動が変わることはありませんが、以下のようなキャンペーンはリリース後に配信挙動が大きく変わる可能性があります。必要に応じて運用の見直しをご検討ください。

挙動が変わる可能性のあるキャンペーン	影響内容	対応
「1日の予算」を超過したコストが発生する日が頻発しているキャンペーン	<ul style="list-style-type: none"><li>「1日の予算」を大きく超過したコストが発生した場合に別の日の広告表示が減る可能性があります</li><li>月の途中で1カ月の請求限度額に達して掲載が停止する可能性があります</li></ul>	<p>「1日の予算」が少ない、または予算に対して設定された入札価格が高すぎるのが原因として考えられます。以下の最適化提案が表示されている場合は「1日の予算」の増額などをご検討ください。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>1日の予算上限に達したキャンペーン</li><li>1日の予算が5,000円未満のキャンペーン</li></ul> <p>月の途中で1カ月の請求限度額に達しそうな場合「1日の予算」を更新することで広告掲載が停止することを避けられます。</p>
「1日の予算」を消化し切れない日が頻発しているキャンペーン	<ul style="list-style-type: none"><li>広告表示が多く見込める日に「1日の予算」を大きく超過したコストが発生する可能性があります</li></ul>	<p>ターゲティングの設定が狭いことなどが考えられます。以下の最適化提案が表示されている場合は広告の配信対象を広げることをご検討ください。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>ターゲットを絞り込みすぎているキャンペーン</li></ul>

※最適化提案機能の詳細は[ヘルプページ](#)をご覧ください。

# 03

---



リリース当日と  
リリース月の仕様

## リリース当日の請求対象について

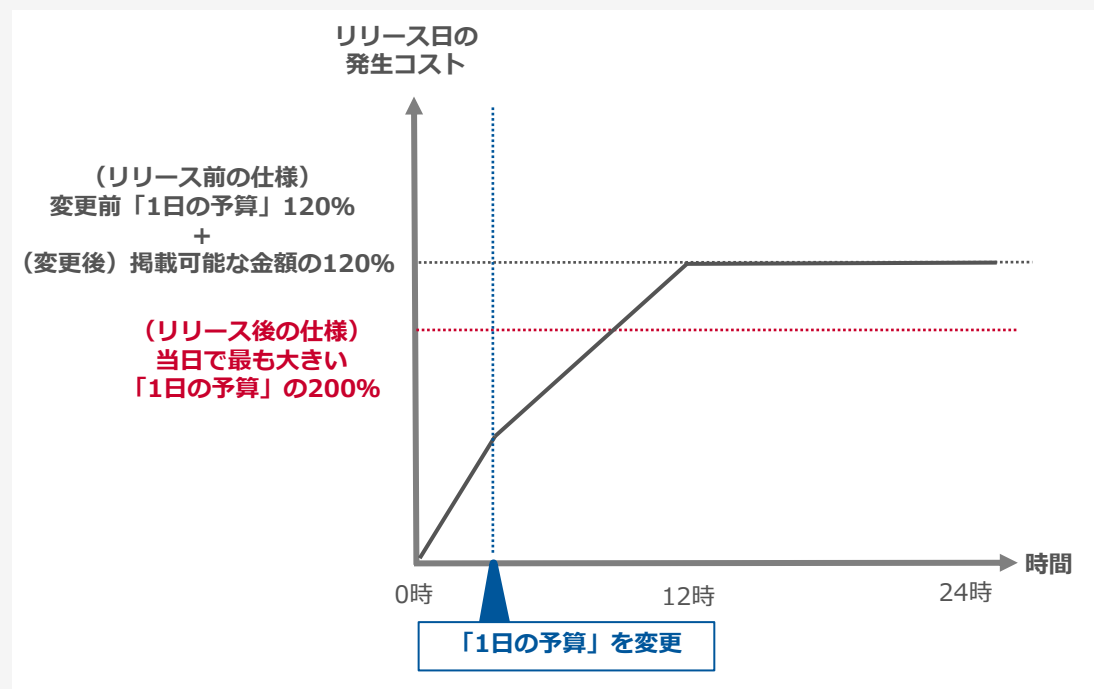
リリース当日のリリース前の時間帯に「1日の予算」を変更すると、リリース前の仕様で1日の請求対象の上限が算出され、その場合、ごく一部のキャンペーンでは「1日の予算」の200%を超える金額が請求対象となることがあります。

なお、当日の正午頃までにリリース予定ですが、リリース時間は変更となる可能性があります。

あくまで目安としてご承知おきください。

### ■ リリース当日に「1日の予算」の200%を超える金額が請求対象となる場合の例

- リリース当日、リリース前の時間帯に「1日の予算」を変更する
- 「1日の予算」変更前に「1日の予算」以上のコストが発生する
- 「1日の予算」変更後からリリース完了までの間に「1日の予算」以上のコストが発生する





# リリース月（2024年2月）の1カ月の請求限度額について

リリース月（2024年2月予定）の1カ月の請求限度額は以下の通りに計算されます。

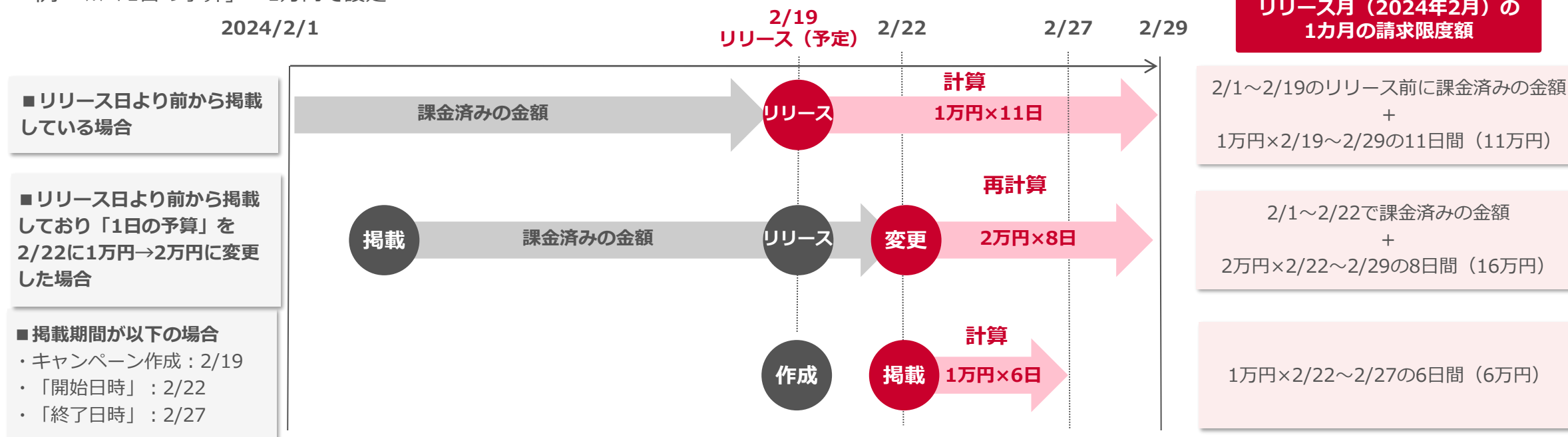
## ■ リリース日より前から掲載されているキャンペーン

**1カ月の請求限度額 = リリース以前に当月で課金済みの金額 + 1日の予算 × リリース日以降の当月の残り日数**

## ■ 掲載期間の「開始日時」がリリース日以降のキャンペーン

**1カ月の請求限度額 = 1日の予算 × 掲載開始日以降の当月の残り日数**

■ 例 ※「1日の予算」 = 1万円を設定



# 04

---



よくあるご質問

### Q1 : 今回のリリースにより、何を注意すべきですか？

A1 : 1日の予算を超過することが多いキャンペーンの場合、月の途中で月あたりの請求限度額に到達し、広告の掲載が一時停止となる可能性があります。このような場合は、「1日の予算」の値を更新することで月あたりの請求限度額が更新され、広告の掲載が再開します。  
また、日予算が非常に少ないキャンペーンや日予算超過が激しくなりうるキャンペーンについては、リリース後配信挙動が大きく変わる可能性がありますので、ご承知おきください。

### Q2 : リリース直後に1カ月の請求限度額に達して配信が止まる可能性はありますか？

A2 : いいえ、ありません。リリース日に残りの配信日数を考慮して1カ月の請求限度額が算出されるためです。

### Q3 : ある日にコストが高騰した場合、翌日の配信に影響がありますか？

A3 : はい、影響する可能性はあります。1カ月の請求限度額を考慮して日々の予算配分を行うようになるためです。

### Q4 : 既存の統計項目の計測ロジックに影響はありますか？

A4 : 計測ロジックへの変更はありません。

### Q5 : 広告管理ツールの統計情報の数値とレポートの数値は一致しますか？

A5 : 広告管理ツールのレポートにおけるコストと実際の請求額との差についてはこれまで通りの仕様です。広告管理ツールのパフォーマンスデータやパフォーマンスレポートには発生したすべてのコストが表示されるため、実際の請求額とは異なる場合があります。

ヘルプページ:<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044350?language=ja>

### Q6 : 1日の請求対象の上限が200%になった場合、コストが急に増える心配はありますか？

A6 : 例えばコストが「1日の予算」に達しない日が頻発しているキャンペーンであれば、広告表示機会が多く広告効果が高く見込める日に、これまでよりもコストが多くなる可能性はありますが、その超過分は、1カ月の請求限度額に合わせて翌日以降の配信で調整されます。

また、「1日の予算」の200%を超えた分のコストは請求対象に含まれず、1カ月の請求限度額以上には請求されることはありませんので、ご安心ください。

### Q7：「1日の予算」を変更した当日の広告掲載はどのようになりますか？

A7：「1日の予算」を変更した場合、変更後の予算額を基に残り時間で掲載可能な金額を算出し、広告の掲載量をコントロールします。

例えば、正午頃に「1日の予算」を変更した場合、その日は午前中に利用された金額に加えて、変更後の1日の予算の50%を午後に利用しようとしています。上記の結果、1日の合計コストが変更前、および変更後の1日の予算のどちらよりも多い金額になる可能性があります。

ただしその場合でも、請求対象が当日に変更した「1日の予算」の中で最も大きい金額の200%までです。

### Q8：1日の途中で日予算の200%を超えて配信があり配信が止まった場合、残り時間に配信をしたい場合はどうしたらよいですか？

A8：日予算を元の予算より上げていただくことで変更後の予算を元に残り時間で掲載可能な金額が配信可能です。

ただし、日予算を変更する際には、変更後の予算で残りの掲載期間における請求限度額も再計算されますので、その点をご注意ください。また同時に予算設定を見直すことをおすすめします。予算が低すぎる場合や予算に対して入札価格が高すぎると、200%を超える可能性があります。そのため、適切な設定にすることで、上記の問題を避けることが可能となります。

**Q9 : 掲載終了日を指定しないで一時的に配信をON/OFFした場合の1カ月の請求限度額は「1日の予算」×月末までの配信日数となりますか？**

A9 : はい、「1日の予算」×月末までの日数となります。掲載終了日を指定しないで一時的に配信をON/OFFしても、計算には考慮されません。

例えば、

1/1～1/16の12:00: 配信ON

1/16の12:00～1/20の12:00: 一時的に配信OFF

1/20の12:00～1/31: 配信ON

のような「1日の予算」1万円のキャンペーンも、1カ月の請求限度額は31万円になります。

**Q10 : 曜日・時間帯ターゲティングで土曜日と日曜日を配信対象としていない場合、1カ月の請求限度額の計算はどうなりますか？**

A10 : 土曜日と日曜日も、1カ月の請求限度額の計算式の日数に含んで計算されます。

曜日・時間帯ターゲティングは、1カ月の請求限度額の計算に考慮されません。

例えば、1/1～1/31まで「1日の予算」1万円で広告配信する場合で、曜日・時間帯ターゲティングで土曜日と日曜日に配信しない設定にしていたとしても、当月の日数は31日で計算され、1カ月の請求限度額は31万円になります。

**Q11 : キャンペーン・広告グループの配信設定はONでしたが、入稿した広告が全て審査NGで配信が停止していました。この場合、キャンペーン・広告グループの配信設定がONだった期間は1カ月の請求限度額の計算時の日数にカウントされますか？**

**A11 : カウントされます。審査NGによって配信不可だったかどうかは1カ月の請求限度額の計算に考慮されません。**

## 本資料について

- ✓ 本資料は、2024年1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/>