

Yahoo!広告 ディスプレイ広告

目次

1. Yahoo!広告 ディスプレイ広告とは
2. 予約型について
3. 運用型について
4. ご利用イメージ

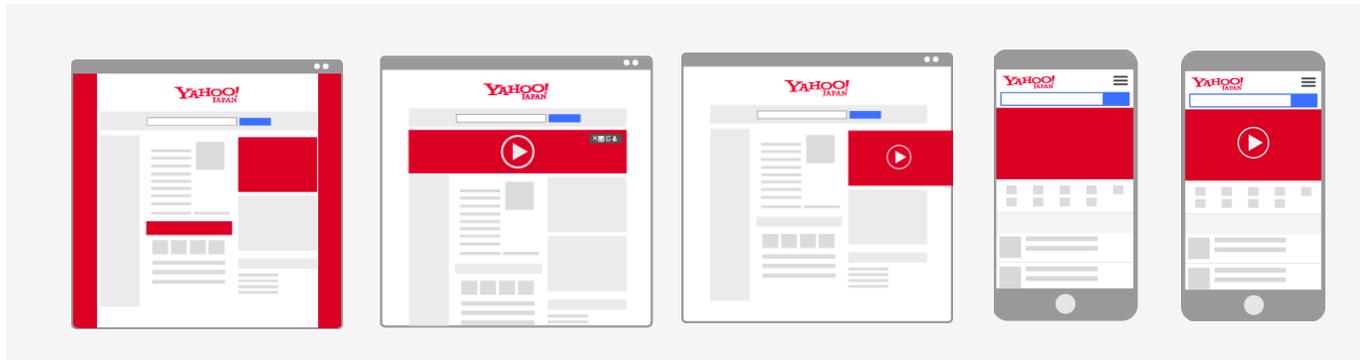
1. Yahoo!広告 ディスプレイ広告とは

- Yahoo!広告 ディスプレイ広告とは
- 配信広告イメージ
- ターゲティング
- 広告管理ツール
- パフォーマンスレポート
- 横断レポート

Yahoo!広告 ディスプレイ広告とは

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です。圧倒的な露出量とリッチな広告表現で「認知向上」に寄与する「予約型」と、お客様のご予算内で「コンバージョン」や「サイト誘導」など各出稿目的の最大化を目指す「運用型」があり、課題や目的に応じた幅広い出稿が可能です。

広告イメージ



キャンペーン購入タイプ

予約型

- ↳ 予約形式での確実な広告配信が可能
- ↳ 訴求力の高い特別フォーマットが利用可能
- ↳ ブランド効果測定も可能

運用型

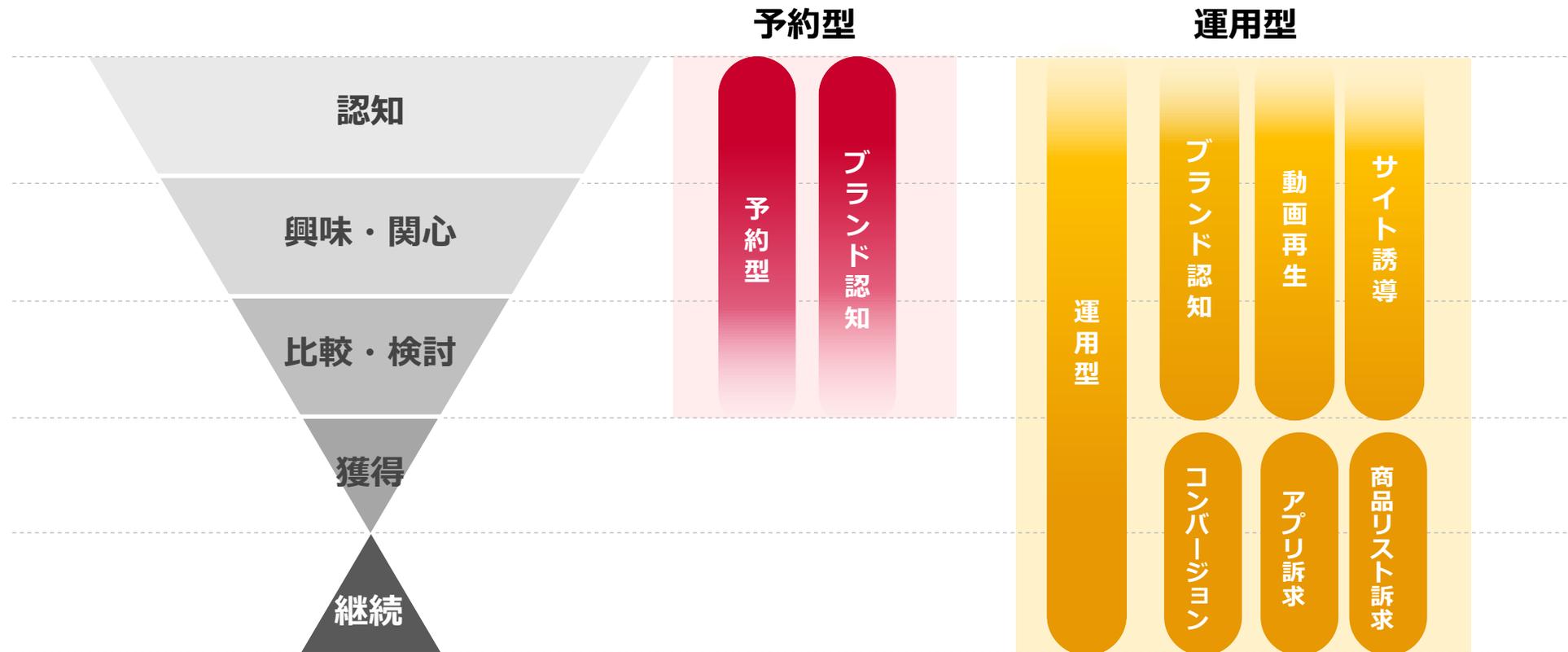
- ↳ 少額でも気軽に利用可能
- ↳ 予算内での出稿目的の最大化
- ↳ 柔軟な運用が可能

※予約型は、お取り扱いパートナーを通して出稿できます。

予約型お取り扱いパートナー一覧はこちらをご確認ください：<https://marketing.yahoo.co.jp/service/yahooads/displayads-guarantee/>

Yahoo!広告 ディスプレイ広告とは

「予約型」と「運用型」のプラットフォーム統一にともない、よりフルファネルでの提案やレポートが可能になりました。出稿の目的が「認知向上」の場合は、ブランディング効果が高い特別フォーマットが利用可能で、かつ予約形式の確実な配信が約束された予約型を、「獲得」が目的の場合は多彩なターゲティングを活用し、ユーザーへ様々なタイミングで接触可能な運用型をご利用ください。



配信広告イメージ（PC）

「予約型」はYahoo! JAPANトップページを中心に、視認性の高いポジションへインパクトの大きい広告を配信し「認知」向上につなげます。「運用型」はYahoo! JAPANを始め、多数の掲載パートナーに様々なタイプのフォーマットを配信し、ユーザーの興味関心や購買意向につなげます。

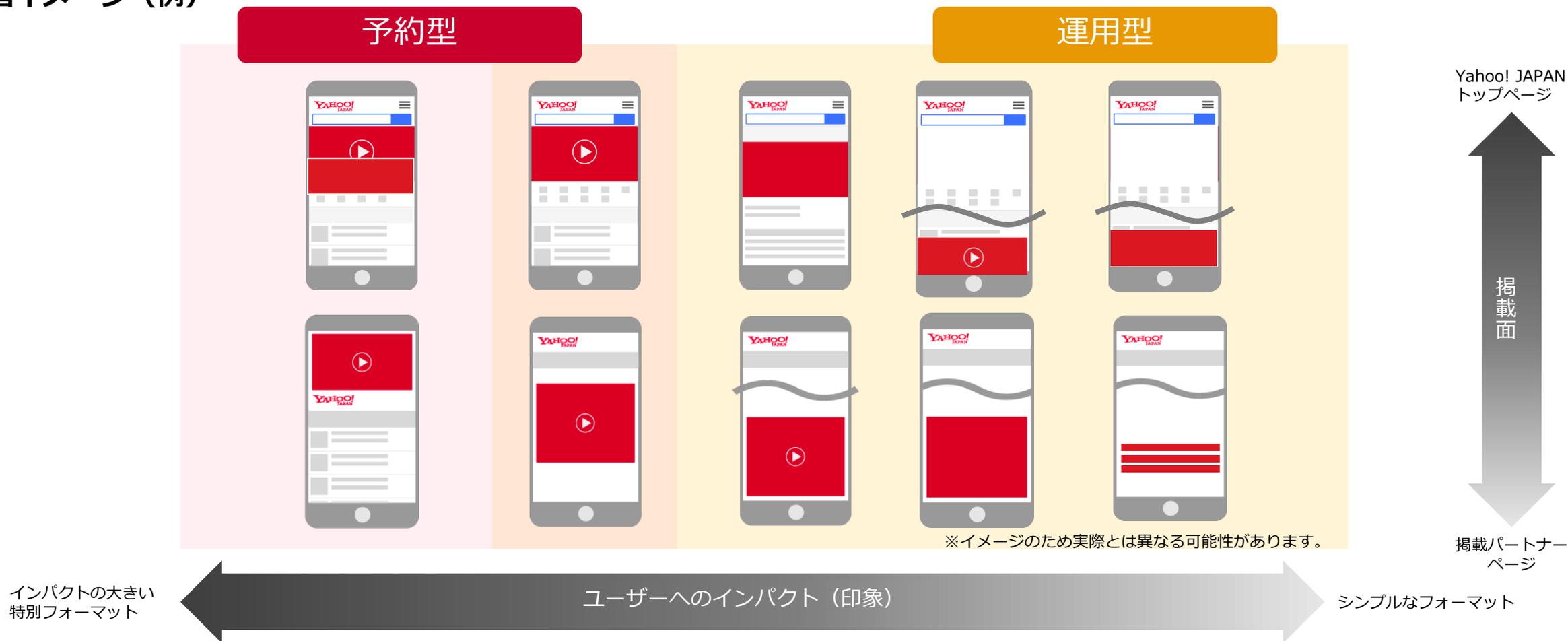
配信イメージ（例）



配信広告イメージ（スマートフォン）

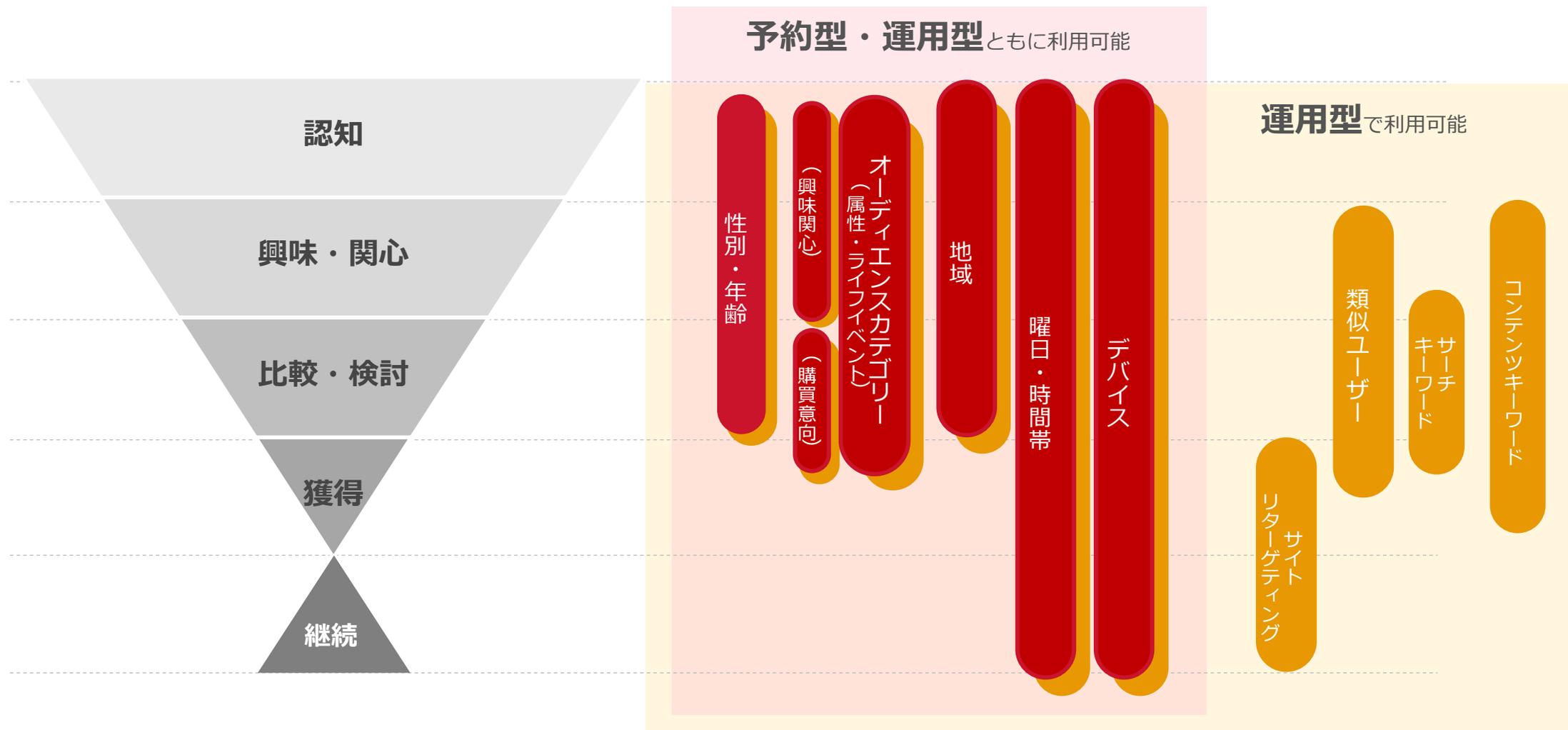
PC同様、「予約型」では視認性の高いポジションへインパクトの大きい広告を配信し「認知」向上につなげます。特にスマートフォンでは画面における広告の専有面積が高いので、圧倒的なインパクトを与えることができます。

配信イメージ（例）



ターゲティング

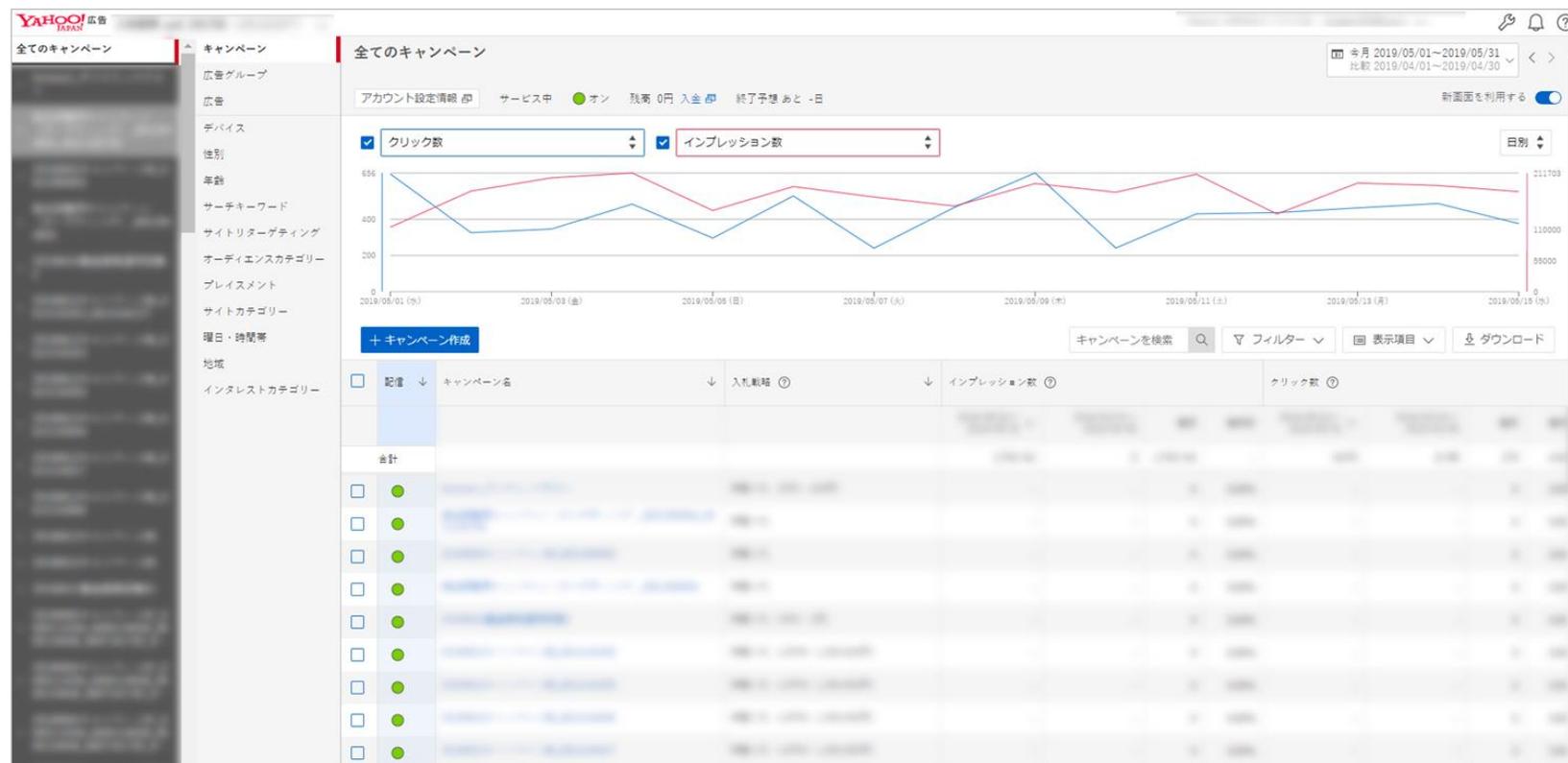
ディスプレイ広告では精度が高い様々なターゲティング機能をご用意していますので、最適なユーザーに最適なタイミングで広告を届けることが可能になります。



広告管理ツール

広告の配信設定から実績レポートの確認まで、一連の操作が広告管理ツールでいつでも簡単に行えます。
それによりお客様ご自身で、柔軟な運用管理ができます。

広告管理ツールイメージ



パフォーマンスレポート

ディスプレイ広告ではリーチに関するレポートから、インプレッション数やクリック数、コストなど、効果測定の基本的な指標まで様々なレポートをリアルタイムに確認できます。広告管理ツールからいつでも簡単に効果分析が行えます。

レポート作成画面イメージ

The screenshot displays the 'テンプレートを作成する' (Create Template) interface. On the left, a sidebar lists various metrics under '基本項目' (Basic Items) and '分割項目' (Split Items). A red box highlights this sidebar. The main area shows a line chart for '全てのキャンペーン' (All Campaigns) with 'インプレッション数' (Impressions) and 'クリック率' (Click Rate) selected. Below the chart is a table with columns for campaign name, impressions, clicks, and click rate, comparing two periods: 2019/05/01~2019/05/31 and 2019/04/01~2019/04/30.

様々な指標を組み合わせて
自在にレポートの作成が可能

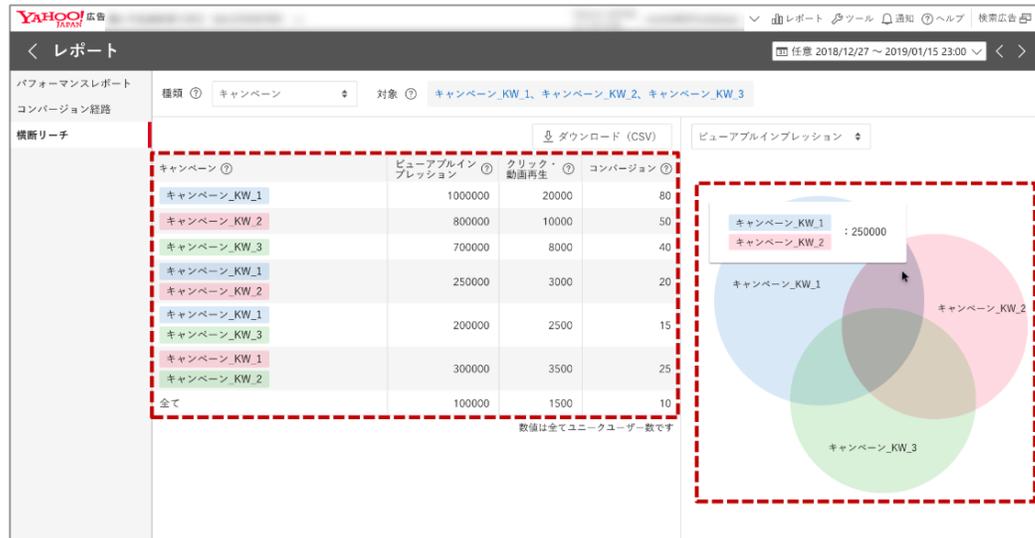
指標	2019/05/01~2019/05/31	2019/04/01~2019/04/30	増減	増減率
インプレッション数	2,703,142	-	-	-
クリック数	6,470	6,196	274	4.42%
クリック率	0.24%	0.00%	0.24%	2400%

横断レポート

予約型・運用型の複数キャンペーンを横断したリーチを可視化する「横断リーチレポート」やコンバージョンのアトリビューション効果を可視化する「コンバージョン経路レポート」も確認可能です。

キャンペーン毎の重複率やコンバージョンに至るまでの経路を明らかにし、広告の効果をしっかり把握できます。

横断リーチレポートイメージ



コンバージョン経路レポートイメージ



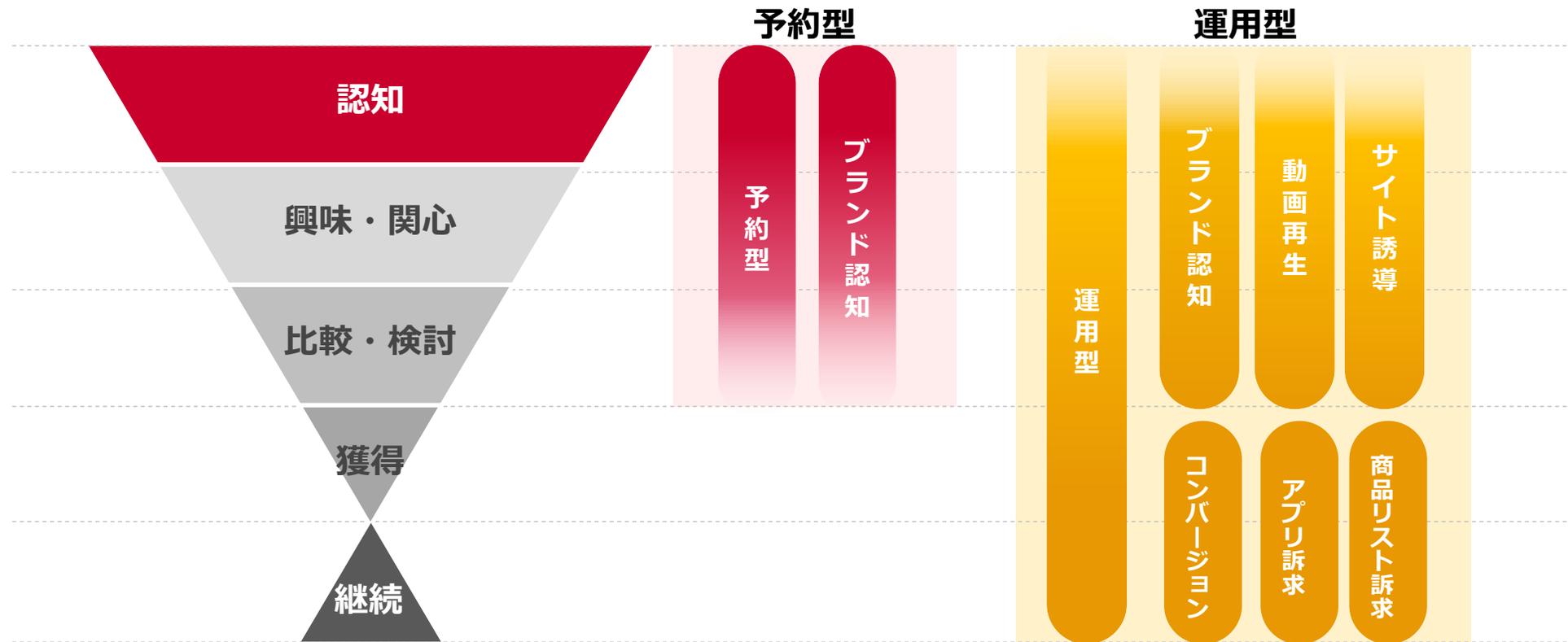
2. 予約型について

- 予約型のポジショニング
- 予約型の特長
 - ↳1:予約型専用の特別フォーマット
 - ↳2:予約型の購入タイプ
- <補足> ビューアブルインプレッション保証について
- 予約型の広告商品（その他）
- ブランド効果測定

予約型のポジショニング

ディスプレイ広告（予約型）は「認知」を目的にした、「予約形式」で購入する商品です。

「ブランド認知の向上」を目的とした商品ラインナップ・購入形式・調査手法をご提供するとともに、「運用型」とのプラットフォームの統一により、よりフルファネルでの提案やレポートが行いやすくなりました。



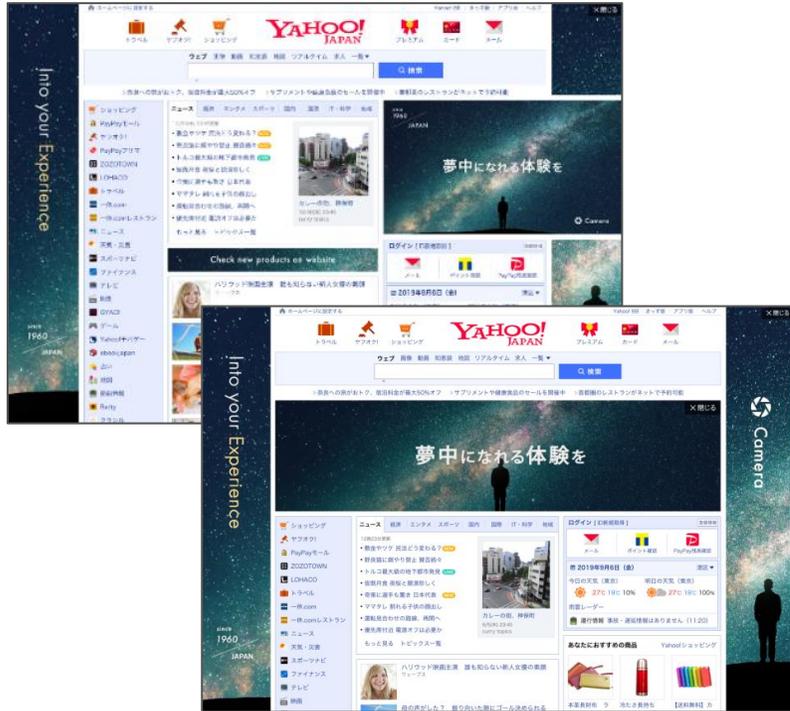
※予約型は、お取り扱いパートナーを通して出稿できます。

予約型お取り扱いパートナー一覧はこちらをご確認ください：<https://marketing.yahoo.co.jp/service/yahooads/displayads-guarantee/>

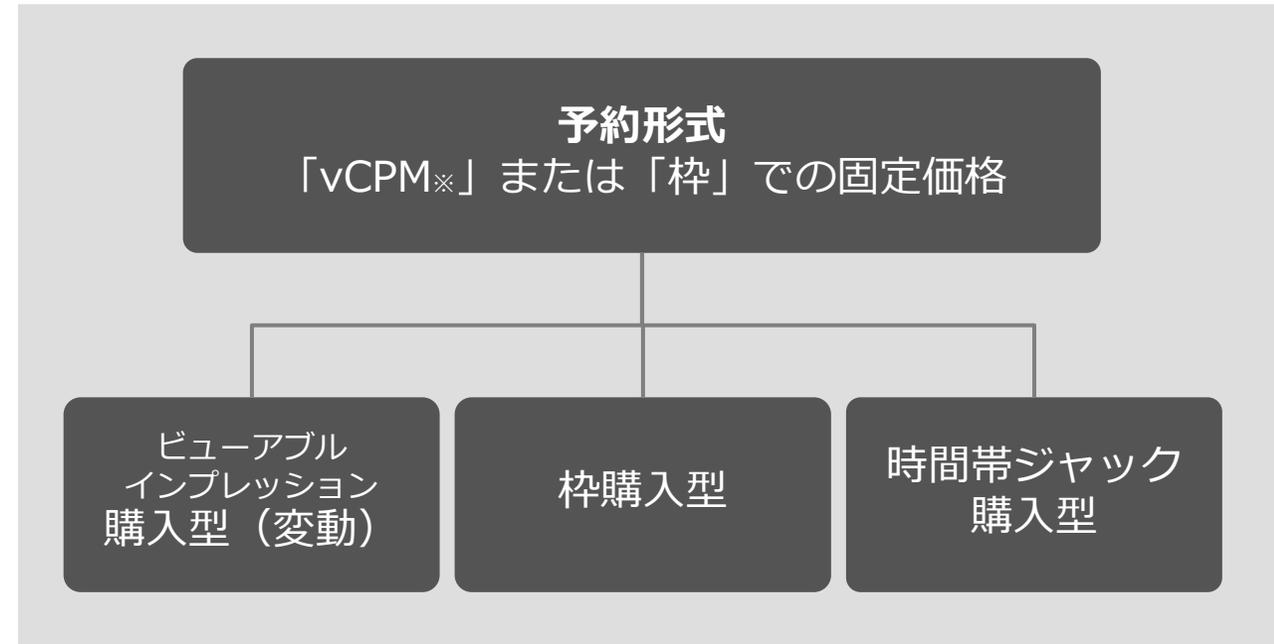
予約型の特長

認知・ブランディングの目的にあわせて、Yahoo! JAPANトップページを中心に**視認性の高いポジションに、予約型専用の特別フォーマットや配信方法で出稿が可能です**。また**予約形式の購入で確実な広告配信をお約束**します。

1:予約型専用の特別フォーマット



2:予約型の購入タイプ



※vCPMとは：ビューアブルインプレッション1000回あたりの広告コストを指します。

1: 予約型専用の特別フォーマット

運用型では利用できない『予約型専用フォーマット』や『リッチフォーマット』を活用して、ユーザーの印象に残るブランディング効果の高い広告配信を行うことが可能です。

予約型専用の特別フォーマット（例）

トップインパクト



トップインパクト パノラマ



ブランドパネル カラーセル※



※運用型でもカラーセルは利用可能ですが、ブランドパネル枠にカラーセルが掲載できるのは予約型のみです。

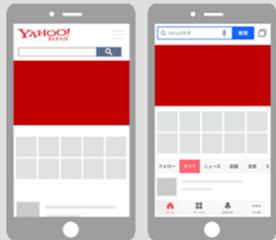
2: 予約型の購入タイプ

予約形式※での設定になり運用型よりも優先的に配信されるため“確実な広告配信がお約束でき”、広くリーチや認知を獲得するのに適しています。 ※ 予約形式：キャンペーン作成時に配信の予約が成立し金額が確定します。

価格は「vCPM」 または「枠」での固定で、購入タイプは下記3種類があります。



例)



ブランドパネル (SP)

- 期間
1月1日～1月7日
- 購入ビューアブル
インプレッション数
10,000,000Vimps

例)

ラグビーワールドカップ特集



例)



**ブランドパネル SP
(時間帯ジャック)**

- 期間
1月1日19時 (1時間)
- SOV
100%

<補足> ビューアブルインプレッション保証について

ビューアブルインプレッション購入型とは、指定したビューアブルインプレッションの掲載を保証する形で予約することができます。ビューアブルインプレッションの定義は下記のとおりです。

ユーザーに明確に視認されたインプレッションを保証することで、より高い広告効果を提供できます。



インバナー型

インターネットユーザーの視認領域に、
広告の50%以上の範囲が1秒以上連続して表示された
インプレッションを指します。

インストリーム型

インターネットユーザーの視認領域に、
広告の50%以上の範囲が2秒以上連続して表示された
インプレッションを指します。

※IAB (Interactive Advertising Bureau) が定めたガイドラインの定義と同様です。

予約型の広告商品（その他）

予約型ではバナー広告に加え、協賛型特集・タイアップなどの「広告企画商品」や、トップページカスタマイズなどの「クリエイティブ企画商品」をご提供しています。企画商品を活用いただくことで、より認知・ブランディング効果を高めるプロモーションが可能です。

広告企画商品

例：2019 スポーツナビ ラグビーワールドカップ特集
2020 Yahoo! 天気熱中症特集



クリエイティブ企画商品

例：トップページカスタマイズ



ブランド効果測定

予約型では、広告出稿の目的である「認知・ブランドリフト効果」の指標を測定する手段として、ブランドリフト調査・サーチリフト調査をご用意していますので、広告の効果をしっかり把握することが可能です。

	広告指標	計測目的	調査	
認知 (知らない→知る)	広告認知	広告接触者は、ブランド（商品）の広告を認知しているか	ブランドリフト調査	
	ブランド認知	広告に接触することで、対象者のブランド（商品）の認知が向上したか		
興味関心 態度変容 (知る→興味を持つ)	メッセージ理解	対象者に対し、広告メッセージの理解を促せたか		サーチリフト調査
	サーチリフト	広告により、対象ワードの検索を上昇させることができたか		
検討 (興味を持つ→調べる)	比較検討	広告接触によりターゲットに対して比較検討を促せたか	ブランドリフト調査	
	好意度	広告による、好意度の向上、企業ブランド・商品に対するポジショニングの定点観測		
獲得 (調べる→購入する)	購入意向	広告に接触することで、対象商品（サービス）への購入意向を上昇させることができたか		

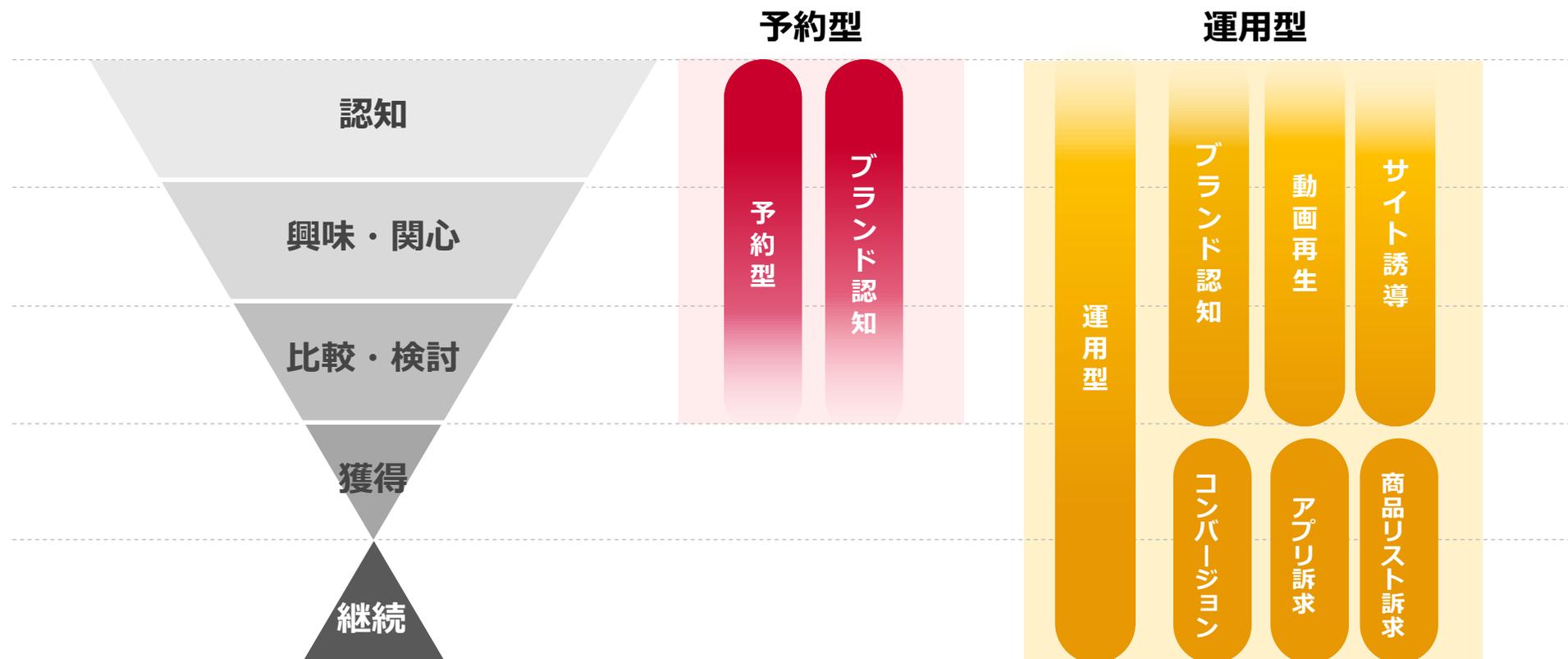
3. 運用型について

- 運用型のポジショニング
- 運用型の特長
 - ↳ 柔軟な予算・配信調整
 - ↳ 広告効果を最大化するプラットフォーム
- 広告フォーマット
- 広告掲載先
- ターゲティング

運用型のポジショニング

ディスプレイ広告（運用型）はフルファネルに対応していますが、特に「獲得」フェーズに向けた精度の高いターゲティング機能を用意した広告になります。**様々な掲載面や掲載フォーマットをご利用いただき、少額からお客様に合わせて、柔軟な運用が可能であるとともに、最新のアルゴリズムで出稿目的の最大化を図ります。**

まずは、お気軽にご利用いただける「運用型」からご利用ください。



運用型の特長

Yahoo! JAPANおよび、提携サイトのコンテンツページを閲覧しているユーザーに対して、興味関心のある広告を表示します。

ディスプレイ広告（運用型）では、**少額でもお気軽にご利用いただけ、任意の予算内で出稿目的の最大化**を図ります。

ユーザーの態度変容を図るアプローチをするために多彩な広告フォーマットや様々な掲載面を用意しています。

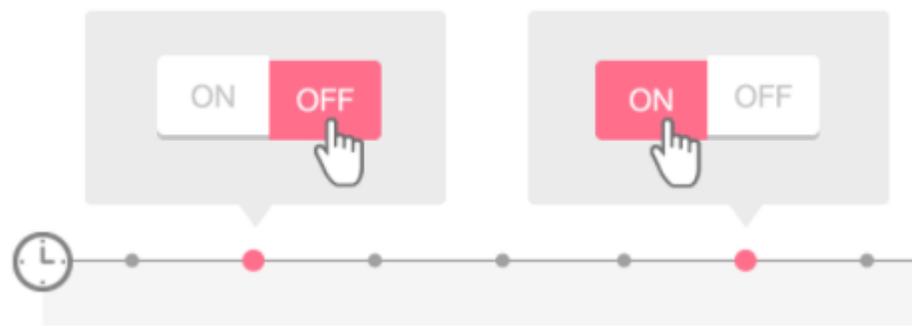


柔軟な予算・配信調整

広告予算は任意で決めることができるため、大きな投資額を用意しなくても、目的に応じて、1日数千円の規模から開始できます。また、途中で予算の変更も可能です。



利用期間の制限はありません。
イベント期間中のみ掲載、繁忙期は掲載を休止など
お好きなタイミングで開始・停止・再開を調整できます。



広告効果を最大化するプラットフォーム

運用型では、お客様の広告出稿の目的を最大化するように配信を行います。

任意の予算内で目的が最大になるように配信されるため、より効率的な広告運用を望めます。

選択可能な「広告出稿の目的」種別



サイト誘導



動画再生



アプリ訴求



コンバージョン



商品リスト
訴求



ブランド
認知

広告料金

指定の目的に沿ったアクションが発生した時にのみ料金が発生

目的	課金ポイント
サイト誘導	クリック
動画再生	10秒再生 ※「10秒未満」の動画は視聴完了
アプリ訴求	クリック
コンバージョン	クリック
商品リスト訴求	クリック
ブランド認知	ビューアブルインプレッション

広告フォーマット

ユーザーへ適切なメッセージを届けられるよう、様々な広告フォーマットをご用意しています。静止画や動画、商品リストを活用して動的に内容を変更できるフォーマットなど、お好きなフォーマットでアプローチすることが可能です。

レスポンス広告



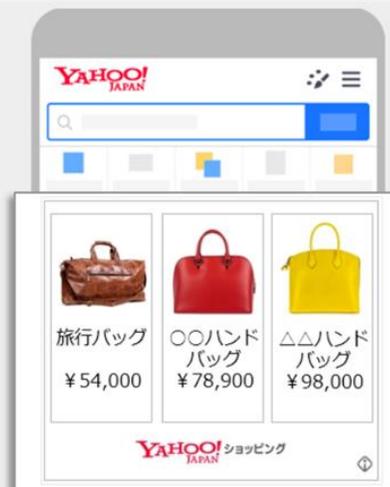
テキストや画像、動画、ボタンで構成する広告です。広告を表示するデバイスや広告掲載面に合わせて、さまざまな形式の広告を掲載できます。

バナー広告



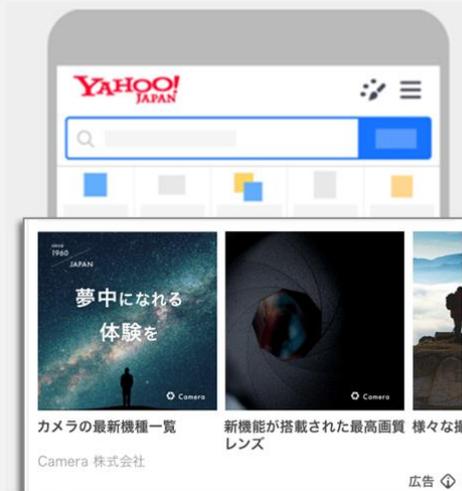
画像または動画のみを表示する広告です。広告内に文章は入りません。

動的ディスプレイ広告 ※1



商品リストの情報を、掲載面に合わせて動的に表示する広告です。

カルーセル広告



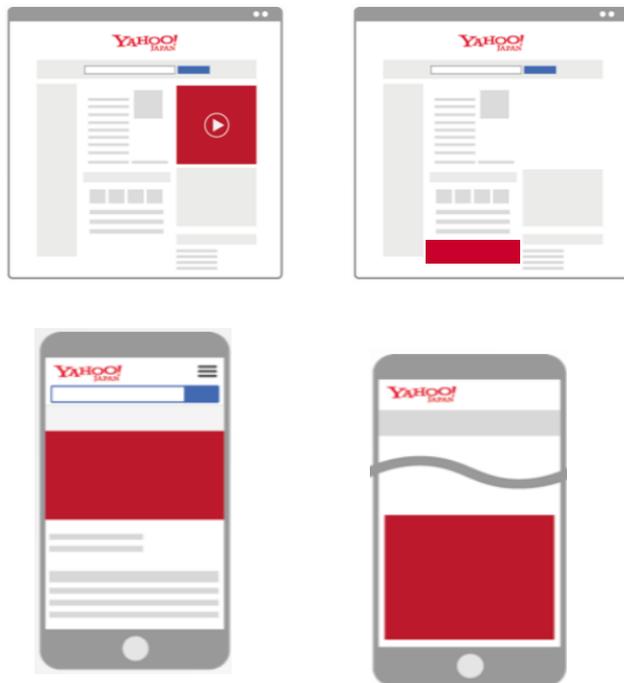
複数枚の画像（カルーセルカード）を組み合わせて表示する広告です。カルーセルカードごとに異なる画像やリンク先URLなどの設定が可能です。

※1：動的ディスプレイ広告は、一部のお客様のみに提供している広告タイプです。

広告掲載先

Yahoo! JAPANの各サービスをはじめ、様々な掲載パートナーへも配信可能です。

■ Yahoo! JAPAN各サービス※1



■ 掲載パートナー ※1

2020年7月現在 ※アルファベット順



※1：他にも多数の提携パートナーサイト、掲載面がありますので、上記サイト以外にも広告掲載される場合があります。

ターゲティング

運用型では、適切なユーザーに適切なタイミングで表示できるよう、さまざまなターゲティングが可能です。ターゲティングの設定は任意で、設定したあとの変更も柔軟に行えます。

性別・年齢	オーディエンスカテゴリー	サーチキーワード	サイトリターゲティング	コンテンツキーワード
インターネットユーザーの性別や年齢を設定して広告を配信します。	特定のカテゴリーに興味・関心を持ったインターネットユーザーや、特定の属性を持つユーザー、ライフイベントを迎えるユーザー層に対して広告を配信します。	過去にYahoo! JAPANのメイン検索などでキーワード検索したユーザーの検索履歴をもとに広告を配信します。	過去に広告主様のサイトを訪問したことがあるユーザーに広告を配信します。	お客様の指定したキーワードと関連性の高い配信面にターゲティングが可能です。

デバイス	地域	曜日・時間帯	プレイスメント
広告の配信先デバイスを設定します。また、OSやプラットフォーム（ウェブ/アプリ）などの項目もあわせて設定可能です。	広告を配信する地域を都道府県、および市区郡単位で設定します。	広告を配信する曜日や時間帯を設定します。	広告を配信するサイト（広告掲載面）を設定します。

4. ご利用イメージ

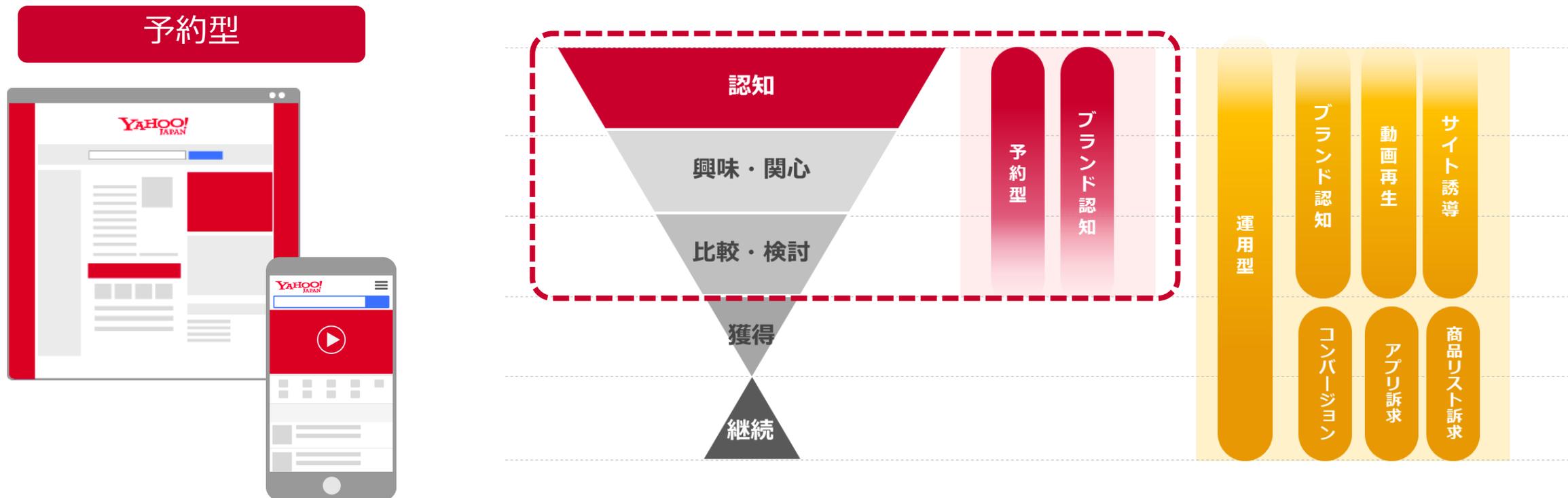
- ブランディング訴求の場合
- ダイレクトレスポンスの場合

ブランディング訴求の場合

認知向上が目的の場合、予約形式で確実な広告配信が約束され、かつブランディング効果の高い特別フォーマットが利用可能な**予約型をご利用ください。**

ブランド効果測定もご提供していますので、配信効果をしっかり把握していただけます。

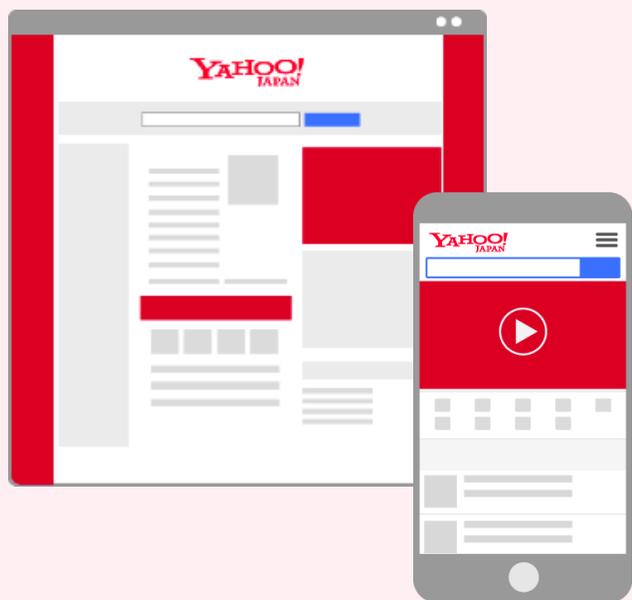
※少額での配信を希望される場合には、運用型もご利用も可能ですが、その場合特別フォーマットの利用や掲載の保証・調査などはありませんのでご了承ください。



ダイレクトレスポンスの場合

運用型の特長である様々なターゲティングを駆使しても、獲得効率が上がりづらくなった場合は、**予約型**を利用し「**見込み顧客の拡大**」をおすすめいたします。予約形式での確実な広告配信で「ブランド認知の向上」を図り、新規顧客の獲得につなげます。

予約型



運用型



本資料について

- ✓ 本資料は、2021年7月時点の内容です。
- ✓ 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。

YAHOO! 広告 JAPAN

Yahoo!広告 ウェブサイト

<https://marketing.yahoo.co.jp/service/yahoads/>