

日本最大級の属性指定型メール広告商品 「Yahoo!デリバー」の配信を開始

2001年9月3日

ヤフー株式会社

日本最大級の属性指定型メール広告商品 「Yahoo!デリバー」の配信を開始

(「Yahoo!デリバー」のアドレス：edit.my.yahoo.co.jp/config/deliver)

日本最大のアクセスを誇るウェブサイトYahoo! JAPAN（本社：東京都港区、代表取締役社長：井上 雅博）は本日より、ユーザーがYahoo! JAPAN ID 取得時に登録した属性情報に基づき広告メールを配信する日本最大級の属性指定型メール広告商品「Yahoo!デリバー」の提供を開始しました。これにより広告主は、ターゲットを絞った無駄のない消費者とのコミュニケーションが可能で、ユーザーもより感心のある情報を得ることができます。

「Yahoo!デリバー」は、現在登録されているYahoo! JAPAN ID 約1000万IDのうち、メール広告のパーミッション（事前許諾）が得られている約400万IDに向けて、ID登録情報の属性を指定して広告メールが配信できる広告商品です。価格は1通あたり8円から18円です。「Yahoo!デリバー」はテキストメールと表現力の高いHTMLメールが利用できる一方、18歳以下への配信は行えず、また広告メールの容量を30Kバイト以内、画像アニメーションを6秒以内に停止するなどの制限を加えることで、ユーザーに不快感を与えない配慮を行うとともに、Yahoo! JAPANが定めるプライバシーポリシーに準拠した広告商品です。また「Yahoo!デリバー」を受け取りたくないユーザーはウェブサイト上のID登録情報確認ページから設定の変更を行うことができます。

Yahoo! JAPAN IDは、ユーザー自身の好きな言葉などをID名として性別、年齢、職種、興味/関心、郵便番号を記入し無料で取得することができます。ユーザーはこのIDを取得することで、Yahoo! JAPANが提供する各種サービスをカスタマイズしてユーザー自身のポータル・サイトを作成することができる「My Yahoo!」や、オンライン競売サービス「Yahoo!オークション」への参加、掲示板サービス「Yahoo!掲示板」への書き込みなどを行うことができます。

現在「Yahoo!デリバー」はYahoo! JAPAN ID登録情報の性別、年齢、職種、興味/関心別に属性を指定して広告メールを送ることが可能で、今後ID登録時の郵便番号情報を基に地域別の属性指定を加える予定です。またYahoo! JAPANでは、インプレッション（告知）効果に加えクリックができる広告商品として「Yahoo!デリバー」と各種バナー広告との組み合わせや、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌などの他のメディアとの組み合わせなどにより、広告主にとってより効果的なコミュニケーション手法の提案を広告代理店と共同して行っていきます。

【Yahoo! JAPAN】 www.yahoo.co.jp

ヤフー株式会社（市場名：店頭（JASDAQ）、銘柄コード：4689、本社：東京都港区、設立年月日：1996年1月31日、代表取締役社長：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは1か月あたり約2,029万人のユニーク・ユーザー数※と、一日2億3200万ページビューのアクセスを誇るインターネットの総合情報サイトで、検索、コンテンツ、コミュニティ、コマース、モバイルなど43のサービスを提供しています。Yahoo!のグローバル ウェブ ネットワークは、アメリカ合衆国、ラテンアメリカ、カナダ、ヨーロッパ、アジアで世界24の国と地域で展開しています。

※日本リサーチセンターのインターネット視聴率調査レポート（JAR Report vol. 33：調査期間 2001/7/16～2001/8/12）による視聴率87.1％（NAR：4週間に1度以上の訪問者の比率）をもとに、日本のインターネットユーザーを約2,330万人として算出