

Yahoo! JAPAN、行動ターゲティング広告のネットワーク配信を開始

～ Yahoo! JAPANの広告テクノロジーでADネットワーク全体の媒体価値向上 ～

2007年2月13日

ヤフー株式会社

Yahoo! JAPAN、行動ターゲティング広告のネットワーク配信を開始

～ Yahoo! JAPANの広告テクノロジーでADネットワーク全体の媒体価値向上 ～

Yahoo! JAPANは、行動ターゲティング広告のネットワーク配信を開始します。2月13日より広告会社を通じて広告主への販売を開始し、4月より広告配信を行います。

行動ターゲティング広告は、利用者の行動履歴を収集するための多種多様なサービスや検索サービスが必要ですが、ネットワーク配信により、ADネットワーク参加媒体はYahoo! JAPAN内での行動分析に基づく行動ターゲティング広告を掲載することが可能になります。これにより、ADネットワーク全体の媒体価値向上につながるといえます。また、広告主はYahoo! JAPANのサイト内のみならず、ADネットワーク全体で自社のターゲットとなる顧客層により広くアプローチする事が可能となります。

配信開始時には、デジタル総合ニュースサービスの「Impress Watch」「ITmedia」、エンターテインメントサイトの「ORICON STYLE」、レシピサイトの「クックパッド」などの大手専門サイトをはじめとする幅広い媒体が参加しています。今後、参加媒体のさらなる拡大を目指します。

Yahoo! JAPANは、今後も行動ターゲティングをはじめとした独自の広告テクノロジーを活用してADネットワークを強化し、広告主の幅広いニーズにこたえていきます。

【ADネットワークについて】

Yahoo! JAPANのサイト内の広告スペースと他社の広告スペースを合わせた広告商品の総称です。各媒体単体では到達できない広いリーチをもった広告商品を企画することが可能となるため、各広告主のターゲット層に対する最大リーチ獲得が図れます。参加媒体は、Yahoo! JAPANのADネットワークに参加することで収益の拡大が期待できます。また、Yahoo! JAPAN

の各種広告テクノロジーをYahoo! JAPAN以外の媒体でも活用することで、ADネットワーク全体の付加価値アップが実現できます。

【行動ターゲティング広告について】

Yahoo! Inc.の広告テクノロジーをYahoo! JAPANが日本市場向けにカスタマイズした広告ソリューションです。利用者（厳密にはその利用者が使用するブラウザ）がYahoo! JAPANのどのようなサービスを閲覧したかや、Yahoo!検索においてどんなキーワードで検索したかをもとに、利用者（ブラウザ）を興味・関心別の約800のグループに分類し、広告したい商品やサービスに興味・関心をもつグループのみに対して、閲覧中のページ内のコンテンツとは無関係に広告を配信します。ターゲティングしない広告との比較において広告認知率、認知後アクションなどの指標で高い効果が確認されており、付加価値の高い広告商品として広告主からも高く評価されています。また、コンテンツと無関係に広告を表示するため、媒体にとっては広告スペースを有効に活用できます。

※行動履歴は、興味・関心の近い利用者（ブラウザ）をグループ化するためだけに使用しており、特定の利用者の興味・関心を分析しているわけではありません。取得されたすべての情報は、Yahoo! JAPANのプライバシーポリシーに従って運用されています。

【Yahoo! JAPAN】 <http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（市場名：東証1部、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：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約4,527万人のユニークカスタマー数※と、1日12億4000万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、コミュニティー、コマース、モバイルなど多く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、アジアなど世界25の国と地域で展開しています。

※2006年12月のNielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からの視聴率87.3%、職場からの視聴率90.7%というデータをもとに、家庭、または職場からのインターネットユーザーを約5,175万人（NetRatings Japan「インターネット基礎調査」より）としてYahoo! JAPANのユニークカスタマー数を算出。