

行動ターゲティング広告のサービス拡充について ～属性情報や地域情報との掛け合わせでターゲットをさらに細分化～

2007年6月26日

ヤフー株式会社

行動ターゲティング広告のサービス拡充について

～属性情報や地域情報との掛け合わせでターゲットをさらに細分化～

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は、行動ターゲティング広告のサービスを拡充し、7月から「行動履歴×属性情報（年齢・性別）」「行動履歴×地域情報」によるターゲティング広告「デモグラフィック行動ターゲティング」「エリア行動ターゲティング」の配信を開始します。

Yahoo! JAPANでは、これまでも、属性情報（年齢・性別）に基づく属性別広告配信（デモグラフィックターゲティング広告）や地域情報（郵便番号・アクセス元IPアドレス）に基づく地域別広告配信（エリアターゲティング広告）、利用者の行動履歴に基づく興味・関心別広告配信（行動ターゲティング広告）を展開してきました。今回の新商品は、今までのデモグラフィックターゲティング、エリアターゲティングに行動ターゲティングを掛け合わせたもので、例えば「美容コスメに関心のある20代女性」や「新築マンション購入意欲のある大阪在住者」のように広告配信のターゲットをこれまで以上に細かく設定できます。

Yahoo! JAPANの行動ターゲティング広告は、2006年に商品展開を開始して以来、のべ400社、2000件以上の実績を積み重ねてきました。広告主からは、広告効果が高だけでなく、キャンペーン実施後に提供するレポートがその後のマーケティングに生かせる有用なデータであるとして高く評価されており、継続出稿につながっています。今後も、より細かいターゲティングが可能な商品の開発など、行動ターゲティング広告のサービスをさらに拡充していくことで、広告主のニーズにこたえていきます。

Yahoo! JAPANのオープン化戦略の一環として、2007年4月からADネットワークを通じ、パートナーメディアへの行動ターゲティング広告の配信も行っていますが、今後はこれをさらに拡大

するとともに、パートナーメディアとの共同商品開発にも取り組みます。また、掲載面を選ばないという行動ターゲティング広告の特徴を生かし、ブログ、SNSなどのCGMを広告媒体として有効活用するなど、Yahoo! JAPANのソーシャルメディア化をビジネス面で支えていきます。適用広告スペースについても、現在はパソコン向けのバナー広告のみですが、今後はテキスト広告やインターネットCM（動画広告）などのスペースへの適用も検討するとともに、モバイル広告への展開も検討していきます。

<商品概要>

◇デモグラフィック行動ターゲティング（年齢・性別×行動）

設定条件： 行動（約750～800程度の興味・関心別のカテゴリから選択）
×年齢（13歳～65歳以上で幅を設定）・性別（男女）

広告掲載日：2007年7月～

使用例：美容コスメに関心のある20代女性

◇エリア行動ターゲティング（地域情報×行動）

設定条件： 行動（約750～800程度の興味・関心別のカテゴリから選択）
×エリア（47都道府県または特定78エリアから指定）

広告掲載日：2007年7月～

使用例：新築マンション購入意欲のある大阪在住者

【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、Yahoo!検索においてどんなキーワードで検索したかなどをもとに、利用者（ブラウザ）を興味・関心別に分類し、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/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：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約4746万人のユニークカスタマー数（※1）と、1日14億1000万ページビュー（※2）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。

（※1）2007年4月のNielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からの視聴率87.7%、職場からの視聴率92.2%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5393万人（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。

(※2) ページビューは、従来ウェブサーバーからの配信回数を計測した値を採用していましたが、2007年3月からブラウザでの表示回数をCSCにより計測した値を採用しています。