

Yahoo! JAPAN、スマートフォン向けのリッチ広告への取り組みを強化

～ブランディング効果の高い「記憶に残る」広告をスマートフォン向けに提供～

<http://marketing.yahoo.co.jp/adgallery/>

ヤフー株式会社（以下Yahoo! JAPAN）は、本日、スマートフォン向けリッチ広告の最新の広告フォーマットを公開しました。

スマートフォンやタブレット型端末といったスマートデバイス市場の拡大によりYahoo! JAPANはスマートデバイス向けのサービス拡大を進めてきました。広告サービスにおいてもYahoo! JAPANの役割に変化が求められており、スマートデバイス上でもブランディングを目的としたリッチ広告を提供することを目指し、サービスの拡充に努めています。一方、スマートデバイス上での広告は、占有面積に制限があるため、スマートデバイスならではの機能を活かす広告商品の開発が課題となっています。

そこでYahoo! JAPANでは、スマートフォンの操作性や加速度センサーなどの機能、ユーザーの接触時間の長さといった特長を活かし、多様な広告表現を組み合わせ、スマートフォンならではの広告体験を提供する、というコンセプトをもとに広告フォーマットの開発に取り組んでいます。

例えば、「エキスパンドスクリーン」という広告フォーマットは、スマートフォン版Yahoo! JAPANのトップページにおいてトリガー広告（バナー）タップ後にバナーを拡大表示したり、動画を流すなどの広告が配信可能です。拡大表示された画面上での多彩な表現により、スマートフォンユーザーとの長時間かつインタラクティブなコミュニケーションを実現し、エンゲージメントを高めることができる広告フォーマットです。

このエキスパンドスクリーンを含む、スマートフォン向けリッチ広告の各種フォーマットについては、以下のアドギャラリー内の「スマートフォン向け広告フォーマット」をご参照ください。

アドギャラリーURL：<http://marketing.yahoo.co.jp/adgallery/>

（ページをスクロールし、事例一覧をご覧ください。）

今後もYahoo! JAPANは、リッチ広告の配信・表現の開発・拡充に注力し、ブランディング効果の高い「記憶に残る」広告を提供してまいります。