

スマートフォンのYahoo! JAPANトップページが生まれ変わる 本日より新しいデザインを先行公開！

～ タイムライン型のデザインに変更し、表示する情報量・種類
を大幅に増加

新たな広告でスマートフォンでの収益拡大を目指す ～

<http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は、5月下旬（※）にスマートフォン版Yahoo! JAPANトップページ、およびスマートフォン用「Yahoo! JAPAN」アプリをリニューアルします。リニューアルに先駆け本日より、トップページ上部の切替用バナーから手動で変更することで、スマートフォン版トップページ（ブラウザ）を先行体験いただけます。

インターネットの玄関口（ポータル）と言われるYahoo! JAPANトップページは、スマートフォンにおいてもその需要が高く、PC以上に多くのユーザーにご利用いただいています。

これまでのスマートフォン版トップページでは、PC版トップページで提供している情報を、より見やすく、使いやすくすることに特化してきましたが、今後は、スマートフォンの「情報の表示量が限られている」、「日々の隙間時間の中で利用される」という特性により適した新しい形のポータルに生まれ変わるべく、リニューアルを行います。

新しいスマートフォン版トップページはタイムライン型のデザインです。物理的に限られた画面を最大活用するだけでなく、スクロールを促進し、表示領域を縦に有効活用することでユーザーが取得できる情報量を圧倒的に増やしました。

また、表示する情報も変更します。これまでは「Yahoo!ニュース トピックス」の記事がメインのコンテンツでしたが、リニューアル後は「動画」「お買い物」「おもしろ」「スポーツ」「芸能」などYahoo! JAPANが持つさまざまなカテゴリの情報を表示します。これらの情報はタブとして整理されており、横スライドで切り替えることができます。縦と横の広がりを生かして、提供する情報量・種類を増やしたことで、じっくりとニュースを読みたい時、隙間時間に暇つぶしをしたい時など、スマートフォンを使うシーンに合わせてご利用いただけるようになりました。

また、広告においても新たな取り組みとして、2種類（プレミアムビジョン、インフィード型広告）の広告提供を開始します。プレミアムビジョンはテレビCMと同じ素材が使用でき、ビデオ形式の広告をファーストビューに掲載することで、高い認知獲得が見込めます。また、インフィード型広告はタイムライン型のコンテンツ上に掲載され、「Yahoo!ディスプレイアドネットワーク（YDN）」のターゲティングおよびマッチング機能を活用することで、最適なターゲツ

ト層へのアプローチが可能となります。

プレミアムビジョンではブランディングに最適な「記憶に残る広告」、インフィード型広告では「ユーザーの行動を起こす広告」をスマートフォンユーザーに提供し、広告価値を高めることで、スマートフォンにおけるマネタイズ柱の一つとして成長させていくことを目指します。

Yahoo! JAPANでは今後も、ITを使って人や社会の「課題」を解決していく「課題解決エンジン」として、さまざまな取り組みを進めてまいります。

※スマートフォン版Yahoo! JAPANトップページは5月20日にリニューアル予定です。スマートフォン用「Yahoo! JAPAN」アプリも同時期のリニューアルを予定しています。