

新動画広告商品「Yahoo! JAPAN AD PLUS」の提供を開始

～ ニュース形式の動画フォーマットで高い視聴完了率を実現。 動画制作から、配信、効果測定まで一気通貫の新パッケージ商品 ～

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は本日、ニュース形式の動画フォーマットで高い視聴完了率を実現し、動画制作から、配信、効果測定が1パッケージとなった新動画広告商品「Yahoo! JAPAN AD PLUS」の提供を開始しました。

本商品は、100万PVを超える記事を多数配信する「新R25」を運営し、動画コンテンツ制作に定評のある株式会社Cyber Now（以下、Cyber Now）との共同商品で、Cyber Nowが動画制作を担当します。企業が伝えたい商品やサービスの情報を第三者視点で取り上げ、レポーターやインフルエンサーによる体験・取材レポートや、新商品発表などの記者会見の内容をタイムリーに配信する形式など、目的に合わせたさまざまなフォーマットで動画広告を制作します。豊富なコンテンツ制作の実績に基づく編集力で、冒頭から注意をひきつけ、最後まで見られることを追求したコンテンツを提供します。新R25では、1秒単位での動画クリエイティブ分析を行い、無音で視聴されることを想定した視覚的テンポやテロップデザイン、映像のメリハリを徹底的に追及することで、これまでの制作実績で同尺の動画コンテンツと比較し、約3~5倍の視聴完了率（※）を実現しています。

配信先はスマートフォン版、およびパソコン版Yahoo! JAPANトップページで、ファーストビューに掲載される動画広告枠です。国内最大級の訪問者数を誇るYahoo! JAPANトップページの注目度の高い掲載位置で、視聴完了率の高い動画を通した訴求が可能となります。リーチの広さと深さを兼ね備えた、情報伝達力の高いプロモーションができることが、本商品の特長です。

効果測定は、「Yahoo! JAPAN ブランド効果測定」を用います。「Yahoo! JAPAN ブランド効果測定」では、広告接触により、プロモーション対象のブランド（商品）の認知状況や理解、購入意向が向上したかを把握する「ブランドリフト調査」と、広告接触による対象キーワードの検索上昇率を把握する「サーチリフト調査」の2種類の調査を実施可能です。広告と接触したユーザーの態度変容や検索行動の変化を可視化することで、広告効果をより正確に測定します。また、性年代別での態度変容、検索行動を可視化することも可能で、ユーザー層別の傾向を把握できます。

データ通信の高速化やWi-Fiの充実化に伴い、国内動画広告市場は急成長を続けています。その一方で、1日に何百ものコンテンツや広告に触れ、取捨選択される情報社会においては、いかにメッセージをユーザーに届けるかが問われています。本商品は、そのような状況におけるメディア接触体験に合わせ、効果的な情報伝達を追求した動画広告商品です。

Yahoo! JAPANは、動画制作・配信・効果測定までパッケージ化した「Yahoo! JAPAN AD PLUS」の提供を通じて、広告主の効果的なマーケティング活動を支援してまいります。

※：Cyber Now調べ（新R25での動画コンテンツ掲載実績）