

フォロワー数約3,950万を誇るC Channel制作による女性の共感を得る クリエイティブを活用した新動画広告商品「CANDY Promotion AD」の提供を開始

ヤフー株式会社

C Channel株式会社

～ 動画の企画・制作から広告配信、効果測定まで一気通貫で実施することで、
動画広告出稿の効率化が実現可能に ～

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）と、C Channel株式会社（以下、C Channel）は、本日より、女性の共感を得るクリエイティブを活用した、新動画広告商品「CANDY Promotion AD（キャンディー プロモーション アド）」（以下、本広告商品）の提供を開始しました。本広告商品は、動画広告の企画・制作から配信、効果測定まで一気通貫で実施可能なため、広告主は効率的に動画広告の出稿ができます。

CANDY Promotion AD

動画コンテンツ	広告配信	効果測定
レビュー型 共感訴求型 ストーリー型	 Yahoo!プレミアム広告/ Yahoo!ディスプレイアド ネットワーク（YDN） インフィード動画	 Yahoo! JAPAN ブランド効果測定

本広告商品は、主に女性をターゲットにした商品やサービスを提供する企業を対象としています。動画コンテンツの企画・制作は、国内最大級の女性向け動画メディア「C CHANNEL」やInstagram内ママ向けアカウントで国内フォロワー数No.1（※1）のママ向け動画メディア「mama+（ママタス）」を運営するC Channelが担当します。ファッションやコスメ、ビューティなど女性に興味関心の高いテーマや、未就学児のお子様を持つママに向けた家事・育児情報を中心に動画コンテンツを配信しており、フォロワー数約3,950万を誇り、多くのユーザーから高い支持を受けています。

広告主は、C Channelが制作した動画コンテンツを、国内最大級の訪問者数を誇る注目度の高い「Yahoo! JAPANトップページ」（スマートフォン版/PC版）に掲載される動画広告枠に配信でき、多くのユーザーに動画を通して、商品やサービスの訴求ができます。本広告商品で制作

した動画コンテンツは、自社のホームページやSNS、店頭などで二次利用でき、ユーザーに認知だけでなく、購入する際のきっかけに活用できます。

動画コンテンツは、認知拡大や販売促進などの目的にあわせて、レビュー型、共感訴求型、ストーリー型の3つのフォーマットから選べます。

(1) レビュー型

商品レビューや商品の活用方法を紹介することで、ユーザーにより深い商品理解を促します。

(2) 共感訴求型

悩みや日常に起こる身近なテーマを軸に共感を促し、ユーザーに商品への興味関心を高めます。

(3) ストーリー型

ドラマの1シーンのようなストーリー仕立てにすることで、ユーザーの興味をひきつつ、間接的に商品のアピールが可能です。

広告配信後の効果測定は、「Yahoo! JAPAN ブランド効果測定」を用います。本効果測定は、広告接触により、プロモーション対象のブランド（商品やサービス）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種類の調査を実施できます。また、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、性年代別の態度変容、検索行動が可視化できるため、広告主はユーザー層別の傾向を把握できます。

インターネット広告市場は年々拡大しており、2020年度には約2.1兆円まで成長し、2023年度には約2.8兆円を突破すると予測されています。広告種類別で見ると、とくに動画広告が大きく伸長しています（※2）。このように市場が拡大する中、Yahoo! JAPANは、広告商品の中でも、特に動画広告商品に注力しています。これまで株式会社Cyber Nowやワンメディア株式会社との協業により、商品の機能を訴求するために、ユーザーの共感を得て、興味関心を引きつけるクリエイティブを活用した動画広告商品を提供しています（※3,4）。

Yahoo! JAPANとC Channelは、動画の企画・制作、配信、効果測定まで1パッケージ化した「CANDY Promotion AD」の提供を通じて、広告主の効果的かつ効率的なマーケティング活動を支援してまいります。

※1：Instagramのプロフィールに「ママ」「子育て」が含まれる国内企業アカウントのフォロワー数より（2019年12月1日時点 ユーザーローカル調べ）

※2：出典 2019年12月 株式会社矢野経済研究所「インターネット広告市場に関する調査（2019年）」

※3：新動画広告商品「Yahoo! JAPAN AD PLUS」の提供を開始

※4：データ分析を基に、ユーザーによってクリエイティブの出し分けができる 新動画広告商品「Yahoo! JAPAN じぶんCM」の提供を開始