

Yahoo! JAPANとメトロアドエージェンシー、Yahoo!乗換案内アプリと車両広告を活用した共同広告商品を販売開始

ヤフー株式会社
株式会社メトロアドエージェンシー

～ 路線検索結果画面と車両内双方の広告を通じて、 自社の商品やサービスなどが訴求可能に ～

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）と株式会社メトロアドエージェンシー（以下、メトロアドエージェンシー）は、Yahoo! JAPANが提供する、あらゆる機能を無料で利用できる乗換検索アプリ「Yahoo!乗換案内」（iOS版、Android版）内の広告と、メトロアドエージェンシーが提供する東京メトロ各線の車両広告を組み合わせた「東京メトロ・Yahoo!乗換案内路線指定広告 パッケージ商品」（以下、本商品）の販売を開始しました。



本商品は、「Yahoo!乗換案内」で経路検索した際、候補経路の一番上に表示された経路の“出発路線（例：永田町→渋谷間を検索した際の半蔵門線）”に紐づく広告を、検索結果の上に表示できる商品で、路線ごとの購入もできます。また、同様の広告を実際に車両内にポスター広告やステッカー広告、デジタルサイネージ広告を掲載でき、インターネットと車両内広告を連動させることができます。これにより、インターネットと車両内双方の広告を通じて、自社の商品やサービスなどを乗客に訴求できます。

デジタルサイネージ広告は、広告・マーケティング手段として注目が高まりつつあり、2022年のデジタルサイネージ広告市場規模は432億円（前年比118%）に達すると予測されています（※1）。

Yahoo! JAPANとメトロアドエージェンシーは、今後成長が期待できるデジタルサイネージ広告とコロナ禍でも成長を続けるインターネット広告とを連動させることで、より効果的で効率的なマーケティング活動を支援できると考え、本商品の販売を開始しました。

※1：プレスリリース「CCI、デジタルサイネージ広告市場調査を実施」

Yahoo! JAPANとメトロアドエージェンシーは、本商品を通じて、乗客へ同一の広告の接触回数を増やすことで、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。

<「Yahoo!乗換案内」広告イメージ>



写真：西村尚己/アフロ