

Yahoo!広告 検索広告、他社の広告掲載結果との比較確認ができる「オークションインサイト」機能を提供開始

～ 重複表示率やインプレッションシェアが表示可能になり、
広告施策の適切な見直しをサポート ～

「オークションインサイト」機能 プロモーションページ

<https://yahoo.jp/AsUkwo>

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は、「Yahoo!広告 検索広告」において、同じ広告オークションに参加している他社の広告と自社の広告の掲載結果を比較できる「オークションインサイト」機能を提供開始します。

本機能により、検索結果画面や配信実績だけでは把握できない広告オークションの結果を数値で確認できるようになるため、より適切な施策の実施が可能になります。



「Yahoo!広告 検索広告」は、「Yahoo! JAPAN」や広告提携パートナーサイトでユーザーの検索したキーワードに連動して掲載される広告です。商品やサービスを探している購買意欲の高いユーザーに絞って広告を表示させるため、効率の良い広告配信ができます。

また、広告を掲載する曜日・時間帯・地域など、表示範囲を柔軟に変更できるため、ターゲットを絞った効果的なサイトへの集客ができます。広告予算は任意に設定できるため、大きな投資額を用意しなくても予算に応じて開始できます。

「Yahoo!広告 検索広告」では、広告が掲載されるたびに「広告オークション」が行われ、掲載順位が決定されます（※1）。より上位に表示させるためには、他社と自社広告の現状を正確に把握するのが近道です。

そこでこのたびYahoo! JAPANは、広告主の効率的な広告運用をサポートするため、他社の広

告と自社の広告の掲載結果を比較できる「オークションインサイト」機能を提供開始します。

「オークションインサイト」機能は、広告管理ツールの統計情報画面からキャンペーンや広告グループ、キーワードの単位で確認できます。表示できる情報は、表示URLのドメインや、自社との重複表示率、インプレッションシェア、自社の優位表示率、他社の上位表示率、ページ上部表示率、ページ最上部表示率の7項目です。

広告オークションの結果を数値で確認できるため、入札単価や広告文の見直しなど、より適切な施策の実施が可能です。なお、「Yahoo!広告」を利用している広告主などは無料で本機能を利用できます。

Yahoo! JAPANは、今後も広告主や代理店などからのニーズが高い機能の提供を通じ、効果的なマーケティングの実現と、ユーザーへの利便性の高い情報の提供に努めていきます。

■「オークションインサイト」機能で確認できる項目

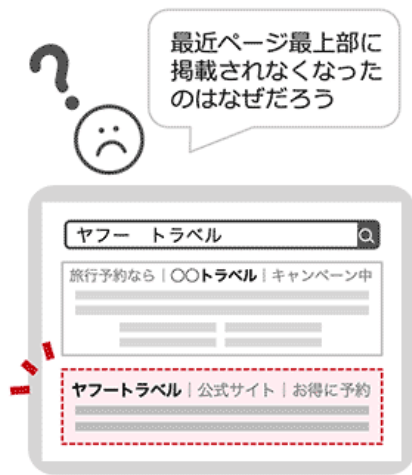
項目	詳細
表示URLのドメイン	オークションに参加している広告の表示URLのドメインです
自社との重複表示率	同じ広告オークションに参加した他社の広告と自社の広告が同時に検索結果ページに表示された割合です
インプレッションシェア	広告表示機会の総数に対して、実際に広告が表示された回数（インプレッション数）の割合です オークションインサイトでは表示URLのドメインごとに他社のインプレッションシェアも確認できます
自社の優位表示率	自社の広告が他社の広告よりも検索結果ページの上位に表示、または自社の広告のみ表示された割合です
他社の上位表示率	同じ広告オークションに参加した他社の広告の方が自社の広告よりも検索結果ページの上位に表示されていた割合です
ページ上部表示率	自社の広告（他社の表示URLのドメインの場合は他社の広告）が検索結果ページの上部に表示された割合です
ページ最上部表示率	自社の広告（他社の表示URLのドメインの場合は他社の広告）が検索結果ページの最上部に表示された割合です

■利用事例の紹介

1) ページ最上部に自社広告が掲載されない場合

ページ最上部に自社広告が掲載されない場合、キャンペーンと広告グループの単位でオークションインサイトを確認することで適切な施策を検討できます。

「自社の優位表示率」「他社の上位表示率」「ページ最上部表示率」などを確認して現状を把握し、自社広告のページ最上部掲載シェアを増やすために、入札単価や広告文の見直しの検討が必要です。



確認単位：キャンペーン、広告グループ

確認項目：

1. 自社の優位表示率

自社が他社広告より上位に表示されている割合は？

2. 他社の上位表示率

上位表示率が上がった他社広告はないか？

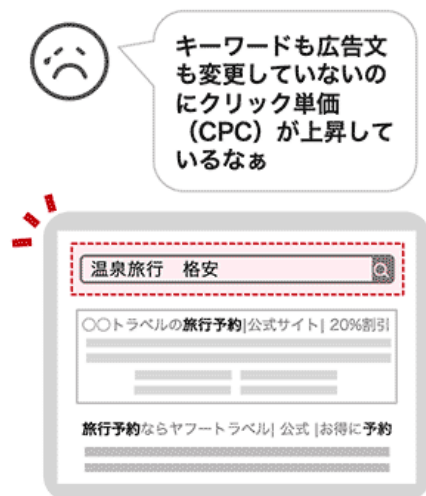
3. ページ最上部表示率

自社広告が検索結果ページの1位に表示されている割合は？

2) クリック単価が上昇した場合

特定キーワードのクリック単価（CPC）が上昇した場合、キーワード単位で「オークションインサイト」を確認することで要因特定がしやすくなります。

「表示URLドメイン」「自社との重複表示率」「他社の上位表示率」などを確認して現状を把握します。もし、特定のキーワードの競争が高まったためにクリック単価が上昇して上位表示されていなかった場合は、入札調整や広告文の見直し、キーワードの再検討が必要です。



確認単位：キーワード

確認項目：

1. 表示URLドメイン

新たに参入してきた他社広告はないか？

2. 自社との重複表示率

他社広告と同時に表示されていた割合が増えていないか？

3. 他社の上位表示率

上位表示率が上がった他社広告はないか？

※1：広告オークションについては以下のページを参照ください。

掲載順位の決定方法（「Yahoo!広告」ヘルプページ）

<https://yahoo.jp/Rsu4dF>