プレスリリース 2023.03.20

Yahoo!広告、スマートフォン版Yahoo! JAPAN トップページの「Yahoo!ニュース トピックス」直下に掲載できる新たなディスプレイ広告メニューを販売開始

～ 多くの人が自然と目にする枠でのリーチにより、ユーザーの潜在ニーズへ訴える効果的なマーケティングを実現 ～

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は、「Yahoo!広告 ディスプレイ広告（予約型）」（※1）の商品として、スマートフォン版「Yahoo! JAPAN」トップページの「Yahoo!ニュース トピックス」直下に広告を掲載できる新たなディスプレイ広告メニュー「Yahoo! JAPAN トップページ　トピックスPR　SP」（以下、本メニュー ※2）を、本日より販売開始します。

このたび販売を開始する本メニューは、スマートフォン版「Yahoo! JAPAN」トップページの「Yahoo!ニュース トピックス」の直下（※3）に、自然な流れでユーザーに見られる広告フォーマットを用いて掲載できる、「ディスプレイ広告（予約型）」の新たな広告メニューです。

「Yahoo!ニュース」に1日あたり平均約7,500本配信される記事（※4）から、トピックス編集部が厳選した約100本の記事を掲出する「Yahoo!ニュース トピックス」は、「Yahoo! JAPAN」トップページで最もユーザーから見られているコンテンツです。また、「Yahoo! JAPAN」トップページは世の中の話題を知るきっかけを求めて訪問するユーザーも多いため、自分の興味関心に依存しない新しい情報も受け取りやすい構成になっています。

広告主は、本メニューを活用し「Yahoo!ニュース トピックス」の直下に広告を表示することで、潜在的なニーズを持っているユーザーに対して、広告主の商品やサービスなどを新しい情報として強く印象づけられます。

本メニューは1日単位での広告掲載となり、掲載日当日にスマートフォン版「Yahoo! JAPAN」のトップページを訪れたユーザーに対して広告が表示されます。広告主は、掲載日当日に訪問したユーザーに対して初回訪問時に広告を100%表示する「オールリーチ」と、複数回訪れたユーザーに対して最大4回まで広告を表示する「オールリーチ　Plus」の2種類のプランから選べます。また、ターゲティングなしの場合は1日1社限定です。

なお、広告サービスの透明性を担保し、ユーザーが広告とわかりやすく認識できるよう、本メニューの広告はニュース記事と区別がつく形で掲載されます。

「情報技術のチカラで、日本をもっと便利に。」をミッションに掲げるYahoo! JAPANは、今後も広告主や代理店などからのニーズが高い広告サービスの提供を通じ、効果的なマーケティングの実現と、ユーザーへ利便性の高い情報提供に努めていきます。

■「Yahoo! JAPAN　トップページ　トピックスPR　SP」について

1）オールリーチ

掲載日当日に、スマートフォン版「Yahoo! JAPAN」トップページの「Yahoo!ニュース トピックス」を訪れたユーザーに対して、その日の初回訪問時に広告が100%表示されるメニューです。効率が良く、最大規模のリーチ獲得が可能です。

2）オールリーチ　Plus

掲載日当日に、スマートフォン版「Yahoo! JAPAN」トップページの「Yahoo!ニュース トピックス」を複数回訪れたユーザーに対して、最大4回まで広告が表示されるメニューです。広告を複数回表示できるため、認知の最大化が図れます。

本メニューによる広告掲載イメージ（赤枠部分に掲載）

※1：「Yahoo!広告 ディスプレイ広告（予約型）」は、「Yahoo! JAPAN」トップページや「Yahoo!ニュース」などの各サービスのページ上に、画像や動画付きで表示できる広告です。
https://marketing.yahoo.co.jp/service/yahooads/displayads-guarantee/
※2：本メニューの広告掲載先であるスマートフォン版「Yahoo! JAPAN」トップページとは、「Yahoo! JAPAN」アプリ（iOS版、Android版）とスマートフォンブラウザー版を指します。「SP」はスマートフォンの略称です。
※3：「すべて」タブの「Yahoo!ニュース トピックス」直下に広告が掲載されます。他のタブは対象外です。
※4：2023年3月20日時点