

Yahoo!ディスプレイアドネットワーク (YDN)

ヤフー株式会社
マーケティングソリューションカンパニー
志立正嗣
2013年1月29日

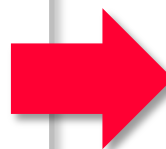
2013年 さらなる飛躍を目指し、

「インタレストマッチ」は 「Yahoo!ディスプレイアドネットワーク (YDN)」へ進化

YAHOO! JAPAN リスティング広告

検索連動型広告
スポンサードサーチ

興味関心連動型広告
インタレストマッチ



YAHOO! JAPAN プロモーション広告

検索連動型広告
スポンサードサーチ

Yahoo!ディスプレイ
アドネットワーク
(YDN)

YAHOO!
JAPAN

2012年の振り返り(インタレストマッチ)

変革に向けた準備の年

8月：新マッチングプラットフォームへ移行

12月：画像配信への対応



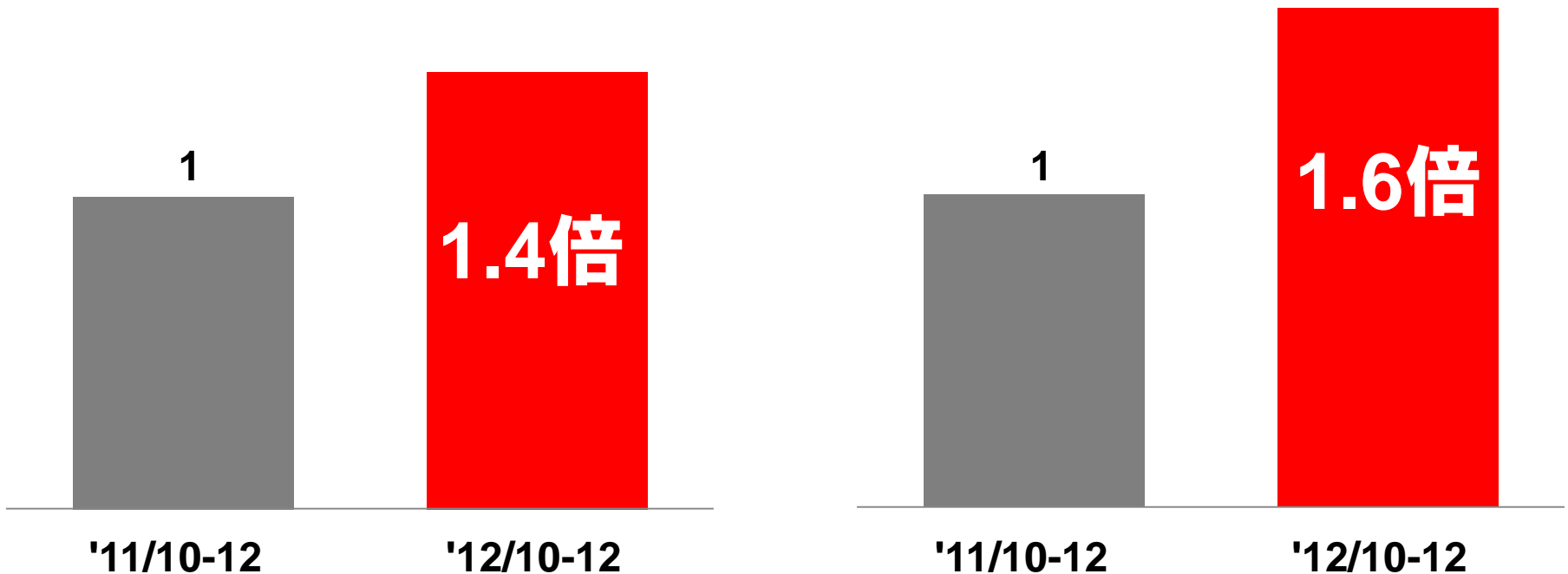
YAHOO!
JAPAN

大規模開発の成果

広告効果に大幅な成長

インプレッションあたり売上高

売上高



※売上高はグロス計上。ネット計上の場合、売上高は1.8倍に増加。

Yahoo!ディスプレイアドネットワーク (YDN)

インタレスト
マッチ

ターゲティング

CRITEO

...
MORE

モバイル

...
MORE

BRIGHT
TAG

YDN2つの成長戦略

①「データ」

②「リーチ」

YDN成長戦略

①「データ」

3領域でデータを幅広く取得・活用

- i) Yahoo! JAPANが保有するデータ
- ii) 掲載パートナーが保有するデータ
- iii) 広告主が保有するデータ

利用者に、より適切で関連性の高い広告を届ける

自社データ以外も積極的に活用

データの種類と活用度

データの種類	今まで	これから
Yahoo! JAPANが保有するデータ	活用 ○	活用強化 ◎
掲載パートナーが保有するデータ	限定的に活用 △	積極的に活用 ○
広告主が保有するデータ	ほぼ利用せず ×	積極的に活用 ○

Yahoo! JAPANだけが持つ データ活用で競合他社を圧倒

データの種類と競合比較

データの種類	競合他社	Yahoo! JAPAN
Yahoo! JAPANが 保有するデータ	不可能 ×	活用強化 ◎
掲載パートナーが 保有するデータ	補完的に利用 △	積極的に活用 ○
広告主が保有 するデータ	利用 ○	積極的に活用 ○

データ領域における具体的施策

i) Yahoo! JAPANが保有するデータの活用強化

a) サーチターゲティング広告の提供(2013年夏)

ii) 掲載パートナーが保有するデータの活用

a) マッチングにおけるパートナーデータの活用強化(継続)

iii) 広告主が保有するデータの活用

a) リターゲティング:クリテオ(株)との連携強化(継続)

b) 小規模広告主向けリターゲティング広告提供開始(2013年春)

c) タグマネジメントツールの無償提供(継続)

YDN成長戦略

②「リーチ」

マルチデバイス化による
メディアネットワークとしての
リーチ力拡大

メディア⇔広告主双方に伸びしろ

サイトのデバイス最適化状況

デバイス	掲載パートナー	広告主
PC	○	○
スマートフォン	昨年よりトラフィック急増するも未だ途上 △	最適化サイトは増えるも未だ途上 △
タブレット	ECを中心とした一部のみ ×	ECを中心とした一部のみ ×

リーチ領域における具体的施策

i) メディアネットワークとしてのリーチ力拡大

- a) Yahoo! JAPAN自社運営メディアの強化(継続)
- b) スマートフォンにおける優良パートナーの獲得強化(継続)
- c) ターゲティング可能なトラフィックの拡大(2013年春)

ii) 広告主のマルチデバイス化サポート

- a) スマートフォンサイト最適化の支援(2013年春)

実現に向けた2つの変化

今まで

保守的



これから

最新技術

自前主義



自前+協業

協業強化

criteo

リターゲティング広告技術 世界トップレベル

(フランス法人)

YAHOO!
JAPAN

トラフィック日本No.1

**利用者の行動履歴に最適化された
「パーソナライズドリターゲティング広告」を提供**

YAHOO!
JAPAN

協業強化

BRIGHTTAG
One for All™

タグマネージメント領域の世界的
リーディングカンパニー

YAHOO!
JAPAN®

トラフィック日本No.1

**リスティング広告を利用した販促活動の
効果測定に必要なタグの一元管理を実現**

爆速でデジタル マーケティングの課題を解決



