

Yahoo! 広告

スマートフォン版Yahoo! JAPAN ブランドパネル枠 レスポンス広告追加について

ディスプレイ広告（運用型）

2024年2月

LINEヤフー



2種類のデザインでご案内しておりましたが、デザインが確定しましたので、ご案内いたします。
ラベル「UPDATE」 ページをご参照ください。

※**UPDATE**
P5、8

CONTENTS

01

概要

02

リリース機能詳細

03

運用イメージ

04

よくある質問

01



概要

リリース概要

1) 日程

2024年1月11日（木）リリース予定

※日程は変更になる場合があります。

2) 概要

スマートフォン版Yahoo! JAPAN ブランドパネル枠に**レスポンス広告（画像）**の配信を開始します。

対象キャンペーン目的

- コンバージョン
- サイト誘導
- アプリ訴求
- PayPayギフト (※1)

広告タイプ

- アスペクト比 **1.91 : 1**

（最小ピクセルサイズは1200×628）

※参考：レスポンス（画像）-運用型

<https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228?language=ja>

【対象キャンペーン目的】に「PayPayギフト」も対象のため、追加しました。

※1 PayPayギフトについての詳細は
「[Yahoo!セールスプロモーション](#)」を参照してください。

3) 背景/メリット

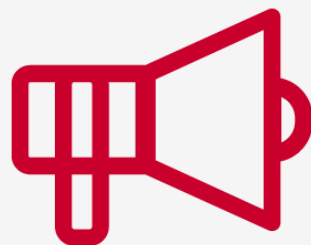
タイムラインに配信しているレスポンス広告が、
クリック率・コンバージョン率が高い傾向があるスマートフォン版ブランドパネル枠に配信できます。

フォーマットが増えることで、より多彩な表現での訴求が可能となり、
リーチ拡大やパフォーマンス向上の効果が期待できます。

4) 注意点

設定内容により、現在タイムライン上に配信されているレスポンス広告（画像）が
本リリースに伴いスマートフォン版Yahoo! JAPAN ブランドパネル枠に配信される可能性があります。
スマートフォン版Yahoo! JAPAN ブランドパネル枠との出しわけをしたい場合は、
P10～13の設定方法をご確認ください。

02

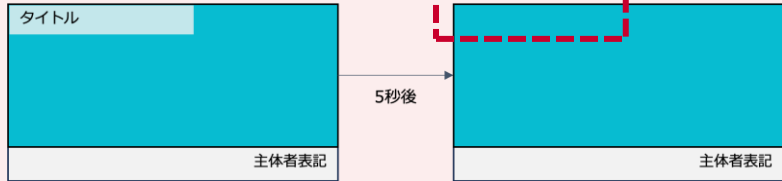


リリース機能詳細

リリース機能概要

スマートフォン版Yahoo! JAPAN ブランドパネル枠に**レスポンス広告（画像）**の配信を開始します。
以下、デザイン例になります。

※入稿したレスポンス広告を、下記2種類のデザインに適用させて配信します。デザイン選択はできません。最終的にはデザインを一本化予定しております。デザインは変更の可能性もございます。確定しましたら、改めてご案内いたします。

パターン	デザイン	掲載イメージ	デザイン 注意事項
A			■ タイトル：画像上部に表示 5秒後にフェードして消えます。※本デザインのための仕様です。 【フェードイメージ】  ■ 主体者表記：画像下部に表示 ■ 背景：入稿された画像の色味を uses.

デザインは、ご案内の【Aパターン】（上記）に確定しました。

2024年2月5日（月）より、上記デザインでの配信になります。

スマートフォン版Yahoo! JAPAN ブランドパネル枠に配信される、レスポンス広告（画像）仕様は下記です。

	ブランドパネル枠
デバイス	ウェブ・アプリ
キャンペーン目的	コンバージョン/アプリ訴求/サイト誘導
広告タイプ	レスポンス広告 アスペクト比：1.91：1（最小ピクセルサイズは1200×628） ※下記サイズは対象外です。 ピクセルサイズ：300×300、またはアスペクト比1：1（最小ピクセルサイズは600×600） ※詳細はヘルプをご参照ください。 レスポンス（画像）-運用型 https://ads-help.yahoo-net.jp/s/article/H000044228?language=ja
推奨入札価格 クリック課金の場合 (コンバージョン・アプリ訴求・サイト誘導)	400円～500円/1クリック ※推奨入札価格以上で設定しても、広告の掲載は保証されません。 実際に広告が掲載されるかどうかは、入札価格だけでなく広告の品質なども影響します。推奨入札価格を参考に、適宜ご調整ください。
掲載制限	既存の各枠の制限と同様の制限が適用されますのでご注意ください。 制限対象となる商品・サービスの詳細は こちらのページの表 をご参照ください。
プレイスメントURL	m.yahoo.co.jp/bp

プレイスメントターゲティング設定

ご注意

スマートフォン版Yahoo! JAPAN **ブランドパネル枠**と**タイムラインの広告枠**の出しわけをしたい場合は、プレイスメントターゲティングの設定が必要です。

スマートフォン版
Yahoo! JAPAN
トップページ

ブランドパネル
枠

タイムラインの
広告枠

トップページ内のすべての広告枠へ配信ご希望の場合

下記URLを配信指定
m.yahoo.co.jp

ブランドパネル枠へのみ 配信ご希望の場合

下記URLを配信指定
m.yahoo.co.jp/bp

タイムライン枠へのみ 配信ご希望の場合

m.yahoo.co.jpを配信指定し、その上で
m.yahoo.co.jp/bp を除外指定

設定例：該当枠のみ配信ご希望の場合

スマートフォン版Yahoo! JAPAN **ブランドパネル枠のみに配信する場合**は、下記をご参照ください。



ブランドパネル枠へのみ 配信ご希望の場合

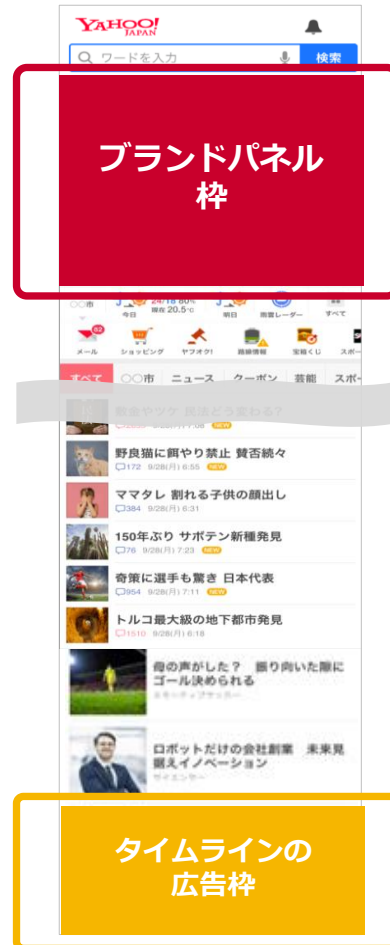
下記URLを配信指定
m.yahoo.co.jp/bp



別途「m.yahoo.co.jp」などヤフー面を配信指定されている場合には、ブランドパネル枠も含まれる可能性がありますのでご注意ください。

設定例：該当枠と他の広告枠を分けて運用ご希望の場合

スマートフォン版Yahoo! JAPAN **ブランドパネル枠**または、**タイムライン広告枠**に**配信する場合**は、下記をご参照ください。



ブランドパネル枠へのみ 配信ご希望の場合

下記URLを配信指定
m.yahoo.co.jp/bp

タイムライン枠へのみ 配信ご希望の場合

m.yahoo.co.jpを配信指定し、その上で
m.yahoo.co.jp/bp を除外指定

設定例：該当枠を配信除外ご希望の場合

スマートフォン版Yahoo! JAPAN **ブランドパネル枠**を**除外したい場合**は、下記をご参照ください。



ブランドパネル枠を除外ご希望の場合

下記URLを除外指定
m.yahoo.co.jp/bp



別途「m.yahoo.co.jp」などヤフー面を配信指定されている場合には、ブランドパネル枠も含まれる可能性がありますので、そちらでも上記URLを除外設定してください。

03



運用イメージ

不要な広告グループ分割をせず、統合して学習および最適化を行うことが重要です。

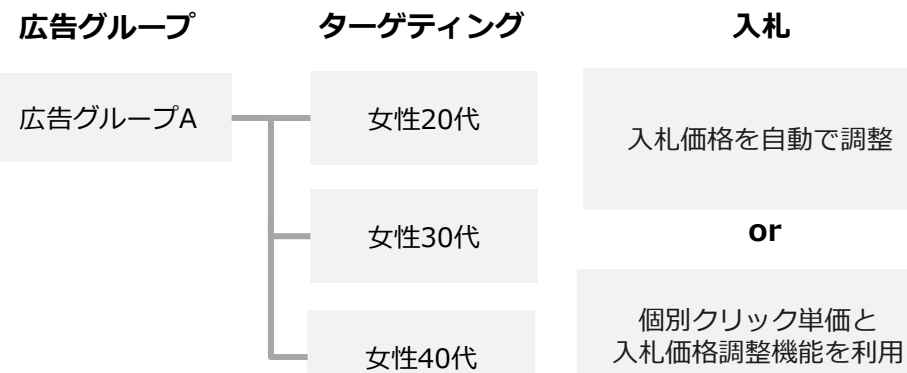
非推奨パターン

広告グループ	ターゲティング	入札価格
広告グループA	女性20代	100円
広告グループB	女性30代	150円
広告グループC	女性40代	200円



クリエイティブを変えるなどの理由がない場合
自動入札や入札価格調整機能で強化や抑制ができる
ターゲティングは広告グループ**統合を推奨**

推奨パターン



広告グループを統合した状態で**入札価格を自動で調整**
もしくは、**個別クリック単価と入札価格調整機能を活用**
できており理想の状態

アカウント構造について

必要に応じて**広告グループ**を切り出して自動入札をご利用ください。

POINT

今回追加される配信先のコンバージョン実績の差が他掲載面と比べて大きく、
同一**広告グループ**での設定が難しいと判断できた場合は**広告グループ**の切り出しをご検討ください。

変更前

広告グループ	ターゲティング	コンバージョン率 コンバージョン数	クリック 単価
広告グループA	プレイスメントリスト m.yahoo.co.jp/bp	5% / 50件	50円
	プレイスメントリスト その他の掲載面	1.0% / 50件	50円

強化したいターゲティングの入札が強化されていない場合

変更後

広告グループ	ターゲティング	目標値 (tCPA)
広告グループA レスポ バナー	プレイスメントリスト m.yahoo.co.jp/bp	高
広告グループB	プレイスメントリスト その他の掲載面	普

広告グループを切り出して運用
※コンバージョン単価の目標値 (tCPA) の場合は目標値 (tCPA) を強化

スマートフォン版Yahoo! JAPAN ブランドパネル枠に広告が掲出されない場合

スマートフォン版Yahoo! JAPAN ブランドパネル枠に広告が掲載されにくい場合は、下記のポイントを参考にしてください。



POINT 1

入札価格が低いことで、配信されづらくなっている可能性があります。

スマートフォン版Yahoo! JAPANブランドパネル枠の入札価格の強化を検討しましょう。



POINT 2

レスポンジブ広告(※1),バナー(※2)を両方とも入稿し、配信機会の最大化をめざしましょう。

※1 レスポンシブ (1.91:1)

※2 バナー(16 : 9)

04



よくある質問

**Q : バナー配信時に開示されている推奨価格がありますが、
スマートフォン版ブランドパネル枠の配信の影響で、入札価格が上がる可能性はありますか？**

**A : オークション参加される広告の状況によっても変動するため、推奨価格です。
パフォーマンスを見ながら調整してください。**

- ✓ 本資料は、2024年2月時点の内容です。
- ✓ 本資料で利用している画像はイメージです。
- ✓ 資料に記載されている仕様などは、今後変更される場合がありますのであらかじめご了承ください。

LINEヤフー

ウェブサイト

<https://www.lycbiz.com/jp/service/yahoo-ads/>

