

Yahoo!広告

Yahoo!ニュース・スポーツナビの インストリーム枠への配信提供について

ディスプレイ広告（運用型）

2023年12月

LINEヤフー

CONTENTS

01

概要

02

リリース詳細

03

よくあるご質問

01



概要

1) 日程

2024年1月22日（月）リリース予定

※予定は変更になる可能性があります。

2) 概要

Yahoo!ニュース・スポーツナビのインストリーム枠に、運用型のレスポンス動画広告が配信できるようになります。

■ 配信可能なキャンペーン目的

- ・ コンバージョン
- ・ アプリ訴求
- ・ サイト誘導
- ・ 動画再生

※配信量は、リリース後状況を見ながら徐々に増やしていく予定です。

※再入稿の必要はありません。配信除外設定などがなければ、自動で配信されるようになります。

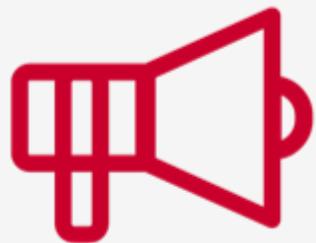
※本資料掲載のイメージ・デザインは変更になる可能性があります。

3) リリース目的・メリット

運用型動画広告の掲載機会の増加を目的に実施します。

これまで運用型では動画広告の掲載ができなかった掲載枠に広告配信されるようになることで、リーチできるユーザー層が拡大し、新規の顧客獲得が期待できます。

02



リリース詳細

広告配信の詳細は以下です。

	Yahoo!ニュース	スポーツナビ
デバイス	PC・スマートフォン（ウェブ）・タブレット（ウェブ）	
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・動画再生	
広告タイプ	レスポンス動画 アスペクト比（16:9 1:1） ※仕様は ヘルプページ をご覧ください。	
掲載制限	アルコール飲料、恋愛・結婚情報（出会い系サイト、結婚紹介、インターネット異性紹介業）	
広告スキップ	動画広告の再生時間によらず、5秒経過で可能	
掲載箇所イメージ	 <p>「フェス販売の菓子3千個が回収対象」など、ヤフトビでみんなが気になったニュースは？（11月16日） #ニュースまとめ</p> <p>ヤフトビで取り上げた主要ニュースや注目記事の動画を1分の動画でお届けします。効率よくニュースを知りたいあなたも、閲覧前のあなたにもびったりの「ライブ（タイムパフォーマンス）」が良い動画で1日を振り返り。</p>	 <p>【MLB公式記者が得ジャパンの強さを解説】日本の選手層は過去最高！</p> <p>OB対談・球団コラボなど 野球動画を配信中!</p> <p>第5回WBC開催にあたり「MLB公認の野球アナリスト」のピッチングコンシリア、『メジャーリーグ公式サイト監修』のジョン・ボール・キヨシ、「米国門番FOXスポーツアナリスト」の</p>

広告挙動イメージ (PC)

コンテンツ動画の本編再生前に動画広告が**自動再生**されます。デフォルト音声は**OFF**の状態です。広告掲載枠表示が50%未満になると再生は一時停止し、再度50%以上表示されたときに自動で広告再生が再開します。



- 1 初回再生後、3秒間操作されなければ非表示になります。
- 2 広告アイコンは常に表示され、クリックするとフィードバックページに遷移します。
- 3 広告の動画部分のクリックでランディングページに遷移します。
- 4 動画広告再生開始から5秒経過までは、カウントダウンを表示します。5秒経過後「スキップ」ボタンが表示され、クリックするとコンテンツ動画本編が再生されます。広告が最後まで再生された場合、自動でコンテンツ動画本編が再生されます。
- 5 マウスオーバーすることで、動画プレーヤーの操作部が表示されます。
- 6 全画面表示が可能です。

広告掲載イメージ（スマートフォンweb・タブレットweb）

■アスペクト比 16:9



■アスペクト比 1:1



- 1 タイトル・主体者表記
- 2 広告アイコン
- 3 LP遷移領域
- 4 広告スキップボタン（カウントダウン表示）
- 5 音声なしの動画の場合、表示

※掲載イメージ・デザインは変更になる可能性があります。

広告挙動イメージ（スマートフォンweb・タブレットweb）

動画記事詳細ページでプレイヤー上の再生ボタンをタップすると、動画広告が再生されます。デフォルト音声はONの状態です。再生は一時停止し、再度50%以上表示されたときに自動で広告再生が再開します。



- 1 再生開始から3秒経過後、非表示になります。
- 2 広告アイコンは常に表示され、タップするとフィードバックページに遷移します。
- 3 タップするとランディングページに遷移します。（広告は一時停止）
- 4 動画広告再生開始から5秒経過までは、カウントダウンを表示します。5秒経過後「スキップ」ボタンが表示され、タップするとコンテンツ動画本編が再生されます。広告が最後まで再生された場合、自動でコンテンツ動画本編が再生されます。
- 5 動画をタップすることで、動画プレイヤーの操作部が表示されます。
- 6 全画面表示が可能です。

■全画面表示時のイメージ

【縦】



【横】



コンテンツキーワードターゲティングの設定について

Yahoo!ニュースは、コンテンツキーワードターゲティングの対象です。
コンテンツキーワードターゲティングを利用することで、ブランド毀損につながるようなキーワードを含む掲載面を除外して配信することが可能です。必要に応じてご利用ください。

■例：キーワード「戦争」を含むページに広告を配信したくない場合



※コンテンツキーワードターゲティングの詳細は[ヘルプページ](#)をご覧ください。



インストリーム枠に対して、プレイスメントターゲティングによる配信指定・除外の設定はできません。

- **該当掲載枠は、アプリ訴求目的のキャンペーンにおいてコンバージョン計測を行うSKAdNetworkには対応しておりません**

※iOSアプリのSKAdNetwork計測対応については[ヘルプページ](#)をご覧ください。

- **該当掲載枠は、ディスプレイ広告の効果測定認定パートナーが提供する測定用スクリプトタグでの計測には対応しておりません**

※効果測定 認定パートナーが提供する測定用スクリプトタグについては[ヘルプページ](#)をご覧ください。

※トラッキングビーコンでの計測は可能です。トラッキングビーコンについては[ヘルプページ](#)をご覧ください。

- **広告作成時、インストリーム枠用の広告プレビューはございません**

03



よくあるご質問

Q1 : 今回のリリースで広告主・代理店側で対応が必要なことがあれば教えてください。

A1 : 特にありません。入稿済みのレスポンス動画広告が自動で配信されるようになるため、再入稿も不要です。
レスポンス動画広告を配信されていないお客様は、この機に入稿をご検討ください。

Q2 : ディスプレイ広告（予約型）のインストリーム広告との違いはありますか？

A2 : はい、例えば次のようなものがあります。

- ・ ディスプレイ広告（予約型）は一部のお客様のみに提供されている
- ・ 広告の配信方法（予約型と運用型の違い）
- ・ 課金方法

ディスプレイ広告（予約型）のインストリーム広告の詳細は[ヘルプページ](#)をご覧ください。

Q3 : インストリーム枠だけを除外したい場合はどうすればいいですか？

A3 : インストリーム枠だけを除外する方法はありませんが、コンテンツキーワードターゲティングを利用することで、ブランド毀損につながるようなキーワードを含む掲載面を除外して配信することが可能です。
必要に応じてご利用ください。

Q4 : 配信可能な動画の秒数に制限はありますか？

A4 : はい、最小5秒～最大60秒です。運用型レスポンス動画広告の入稿規定が適用されます。

Q5 : 5秒の動画であってもスキップまでのカウントダウンの表示は出ますか？

A5 : はい、出ます。

- ✓ 本資料は、2023年12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/>