

広告掲載イメージ



各媒体の特徴

媒体							 SmartNews
セグメント	13～65歳以上	13～55歳以上	13～70代以上	18～65歳以上	14～50代以上	18～65歳	19歳以下～ 50歳以上
配信面	・リール ・ストーリーズ ・フィード など	・おすすめフィード ・フォローフィード ・検索面 など	・Yahoo関連のサービス ・クックパッド ・All About ・毎日新聞 など	・ライブドア ・教えてgoo ・食べログ ・価格.com ・pixiv など	・LINE ホーム ・LINE NEWS ・LINE クーポンなど	・YouTube ショート ・ホーム画面 ・ショートフィード など	・フィード面 ・記事面
サーチ ターゲティ ング	なし	あり	なし	あり	なし	なし	なし

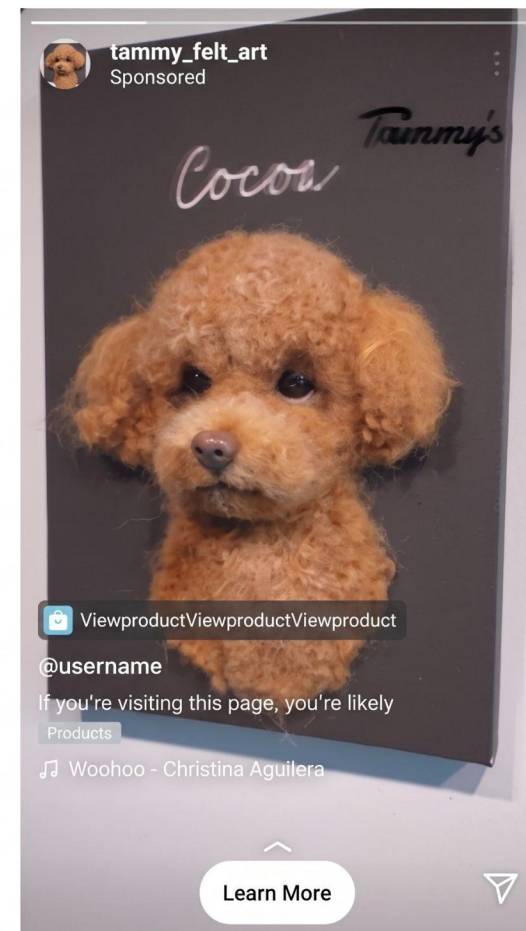
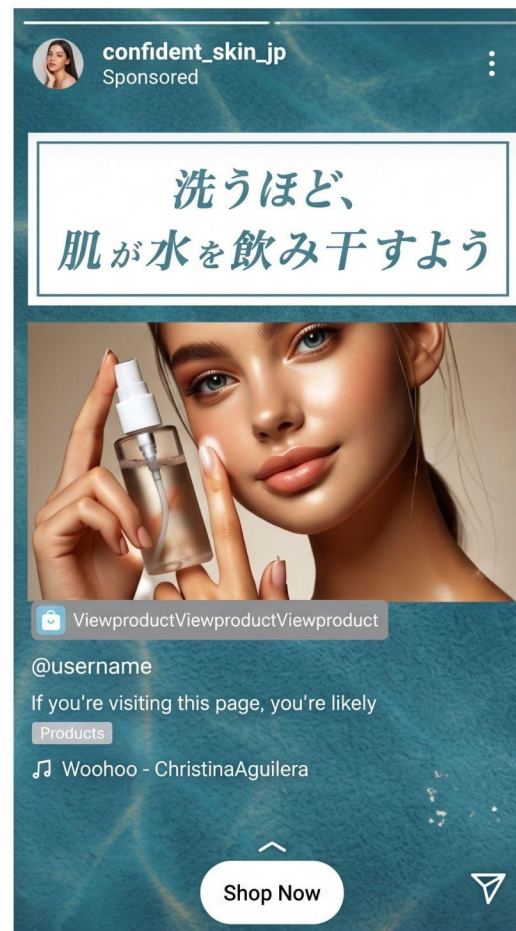
Instagram



Instagram広告は、写真や動画による視覚的な訴求力に優れ、ユーザーの興味関心に基づいた精度の高いターゲティングができる点が特徴です。

リール(Reels)などのフルスクリーン縦型動画を活用することで、没入感の高い広告体験を提供でき、発見タブを通じて新たな情報との出会いを求める潜在層にも自然な形でアプローチすることができます。

配信面



参考: Instagram広告で未来の顧客と出会う
<https://www.facebook.com/business/ads/instagram-ad>

TikTok



TikTok広告は、全画面・音声付きの縦型動画フォーマットにより、一般の投稿と並んでユーザーのフィードに自然に溶け込む点が最大の特徴です。独自のアルゴリズムにより、フォロワー数に関係なく良質なコンテンツが一気に拡散される可能性を秘めており、エンターテインメントとして消費されながら多くのユーザーにアプローチすることができます。

配信面



参考:TikTok広告

<https://ads.tiktok.com/business/ja>

YDA

(Yahoo!ディスプレイアドネットワーク)



ニコニコ動画や朝日新聞などの
連携サイトだけでなく、
YahooメールやYahooニュース、
Yahoo関連サービスなど幅広い媒体での配信が可能。
また、細かく年齢をセグメントできるという利点と
過去に指定したキーワードで
検索したユーザーを特定し、
ピンポイントで広告を配信することが可能。

配信面

朝日新聞
DIGITAL

BuzzFeed



デイリー

DIAMOND
online



FNN PRIME
online



GameWith

goo

kurashiru

livedoor NEWS

毎日新聞

MAN
TAN
WEB

msn



Sponichi Annex

食ベログ

東洋経済
ONLINE

TRILL

読売新聞 オンライン

参考: YDNとは！？今更聞けない基本知識(リスティング広告との違い、配信先、ターゲティングの仕方、入稿規定など)を解説

<https://www.nichemedia.jp/jirei/nandemokoukoku/5389>

GDN

(Googleディスプレイネットワーク)



GDNは自社サービスがなく、YouTubeやBIGLOBEなどが主な掲載先で、Googleアドセンスがあるサイトでも配信されるため、サイトの大小にかかわらず幅広く掲載される。関連性の高いサイトに表示されるので、商品やサービス自体は知らなかったが、ニーズはあるという潜在的な客層にアプローチすることができ、新規顧客の獲得に向けたターゲティングが可能。

配信面



参考: GDNとは? 配信先や可能なターゲティング、YDAとの違いを解説
<https://quartet-communications.com/info/listing/column/77109>

LINE



日本国内で最大のユーザー数で毎日使用しているユーザーが多いため、配信した広告を認識される可能性が高く、「LINEのみを使うユーザーの多さ」と「LINEユーザーの偏りのなさ」から圧倒的なリーチ力によって新規獲得率が高いという傾向を持っている。また、ターゲティング方法が豊富でピンポイントでターゲットにしたいユーザーに広告を配信が可能。

配信面



トークリスト



LINEウォレット



タイムライン



LINEブログ



LINEポイント



LINEニュース



LINEマンガ



LINEショッピング



LINEチャラシ



LINEマイカード



LINEクーポン

参考:LINE広告のクリエイティブサイズと入稿規程 制作のコツも解説
<https://www.lycbiz.com/jp/column/line-ads/creative/20200318-02/>

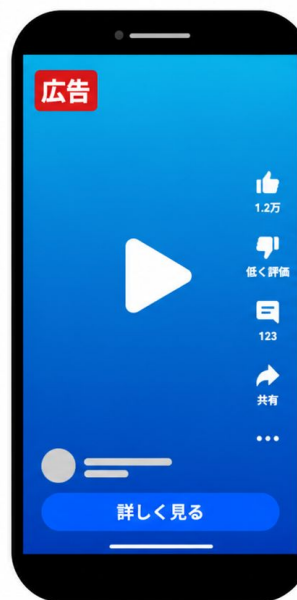
YouTube



YouTube広告は拡散力と費用対効果に優れており、動画がバズると急上昇ランクという機能でチャンネル登録外のユーザーにも動画を届けることができます。

SNSで簡単に拡散できるため、プロモーション費用をほとんどかけずに多くの人にアプローチすることができます。

配信面



YouTubeショート広告の配信イメージ

- ・ ショート動画の合間に広告表示
- ・ 上下スワイプですぐスキップ可能
- ・ CTAからWebサイトへ誘導



縦スクロール

※縦型で広告配信した際のイメージとなります。

参考: YouTube ヘルプ

<https://support.google.com/youtube/answer/2375464?hl=ja>

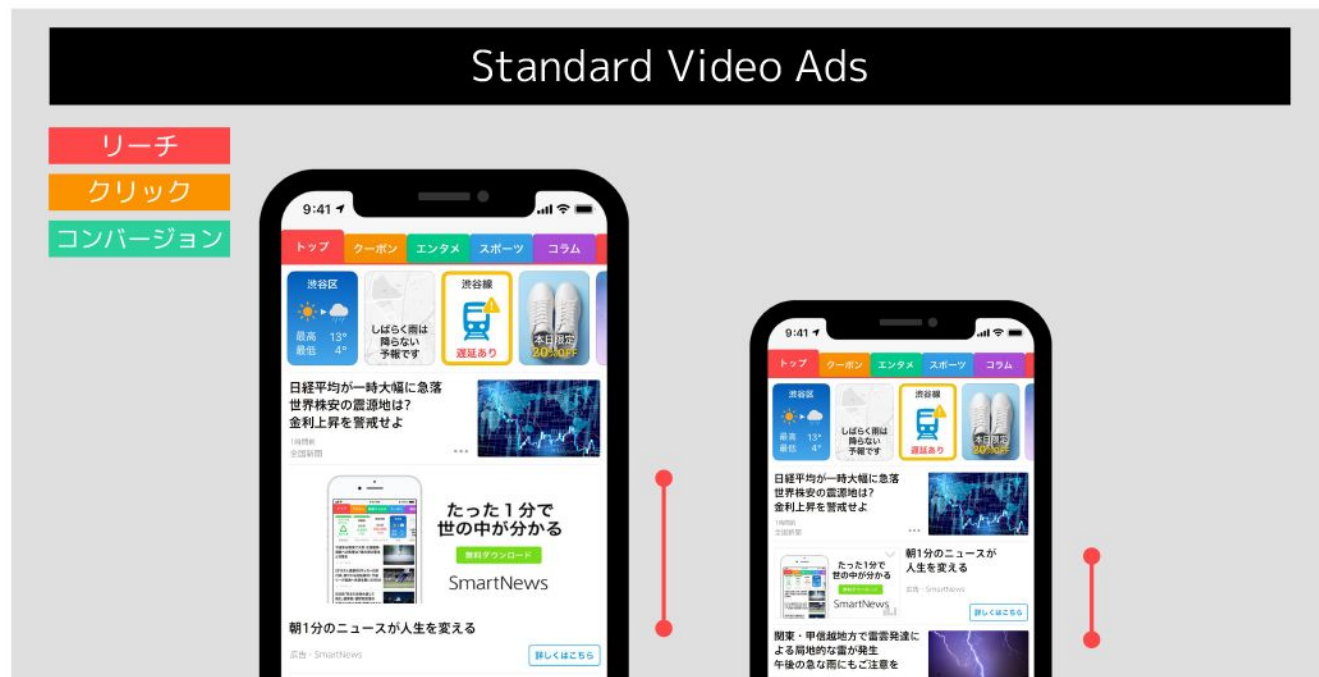
SmartNews



SmartNews

SmartNews広告は、ニュースアプリ内で
多様なユーザーにリーチできる点が特徴です。
高い視認性と関心に基づいたターゲティングにより、
効果的に広告を配信できます。
オフラインでも閲覧可能なため、
安定した広告露出が期待でき、
プロモーション効果を最大化します。

配信面



参考: SmartNews Ads ヘルプセンター
<https://help-ads.smartnews.com/item-117/>

すべての人にインターネット

GMO