

2010年7月30日

ヤフー株式会社

**検索連動型広告の配信システム変更に関して、発表後にお寄せいただいた
代表的な質問とその回答について**

7月27日(火)にお伝えした検索連動型広告「スポンサードサーチ」強化のための広告配信システム変更について、多数のお問い合わせをいただきました。こちらの説明が不足していることもあって誤解も多く見受けられます。中でも代表的なご質問とその回答について以下に記載します。皆さまにより正しくご理解いただければ幸いです。

Q.スポンサードサーチは Google の AdWords に統合されるのですか？

A.いいえ、統合されません。

検索連動型広告配信システムの変更後も、Yahoo! JAPAN は現在と同様に自社の広告サービスであるスポンサードサーチを提供し続け、グーグルの提供する AdWords とは独立したサービスとしてグーグルと競合いたします。今回の変更は、現在スポンサードサーチにおいてサービスの背後で利用している米国 Yahoo! Inc. 製の検索連動型広告配信システムを米国 Google Inc. が提供するシステムへ切り替える、ということに過ぎません。したがってお客様とのご契約も従来どおり Yahoo! JAPAN との間で締結いたしますし、掲載基準などの変更もありません。またお客様に関する情報も Yahoo! JAPAN がお預かりし、グーグルに開示したり提供することはありません。

配信システムは広告サービスの一部の要素にすぎず、広告主や広告会社/代理店、インターネットユーザー（検索ユーザー）および掲載パートナーなど多くの関係者との関係や、広告掲載に関するガイドライン、広告審査体制、広告主へのサポート等が、広告サービスにとっては重要な要素だといえます。Yahoo! JAPAN は、これまで同様に、これらの重要な要素を大切にしつつ我々独自のサービスとして磨きこみ、品質の向上やお客様への更なるサービス向上を続けていく所存です。

また、したがって、Yahoo! JAPAN の提供するスポンサードサーチとグーグルの提供する AdWords 間で広告主などのお客様の情報（顧客情報、キーワード、入札価格、クリック単価、クリック率など）や営業情報を共有することは一切ございません。当然、提携パートナーのネットワークも Yahoo! JAPAN 独自で維持・構築する形となります。したがって、AdWords を Yahoo! JAPAN が販売したり、Yahoo! JAPAN の検索結果画面に掲載するということはありません。

Yahoo! JAPAN および提携パートナーネットワークへの広告掲載をご希望の場合には、引き続き Yahoo! JAPAN のスポンサードサーチをご利用いただきますようお願いいたします。

Q.これからは AdWords への出稿だけで済むのでしょうか？

A.いいえ、Yahoo! JAPAN が提供するスポンサードサーチとグーグルが提供する AdWords は全く異なる運営体による別個の広告サービスです。グーグルの AdWords にお申し込みいただいても Yahoo! JAPAN の検索結果には掲載されません。逆もまた同様です。Yahoo! JAPAN および提携パートナーネットワークへの広告掲載をご希望の場合には、引き続きスポンサードサーチをご利用ください。

Q.同一の広告配信プラットフォームになるのですか？

A.広告配信システムの技術的な基盤は同一ですが、必ずしも同じ機能を提供するわけではありません。Yahoo! JAPAN の広告主に適した機能を選択・追加し、独自の広告サービスとして提供します。また広告配信先（提携パートナーネットワーク）はそれぞれ別個のものとなります。

Q.Yahoo!リスティング広告はなくなるのでしょうか？

A.Yahoo!リスティング広告は、今後もサービスの提供を継続します。Yahoo! JAPAN が提供するスポンサードサーチとグーグルが提供する AdWords は、情報共有などのないお互いに完全に独立した広告サービスとして存続し続けます。Yahoo! JAPAN および提携パートナーネットワークへの広告掲載をご希望の場合は引き続き Yahoo! JAPAN のスポンサードサーチをご利用ください。また、インタレストマッチも Yahoo! JAPAN 独自の広告サービスとしていっそう注力する予定です。

Q.Yahoo! JAPAN が Google の検索連動型広告配信システムを採用すると、日本におけるグーグルのシェアが 90%を超えることになり、問題ではありませんか？

A.いいえ、日本の検索サービス、および検索連動型広告サービスにおけるグーグルのシェアが 90%を超え問題があると考えるのは間違いです。

そもそも、検索連動型広告は広告主が利用可能な数多いオンラインおよびオフラインの広告手段の一つにすぎず、検索連動型広告に限定して両社のシェアを論じることは誤っています。

そして、検索連動型広告において、Yahoo! JAPAN のスポンサードサーチとグーグルの AdWords は情報共有などのない完全に独立した相互に競争する広告サービスとして提供

されます。

例えば、同じメーカーのエンジンを搭載した自動車でも、車体、トランスミッション、内装、会社のブランドが違えば、別の車として認識されることと同様です。どういうデザインや機能にするか、営業体制やサポート体制はどうするのかは、そのブランド独自に決定されます。

つまりスポンサーサーチは、Yahoo! JAPAN 独自の広告配信先(提携パートナーネットワーク)を持ち、独自のサポート体制、審査基準、営業体制を保有する、グーグルの AdWords とは全く別のサービスです。また広告主の情報(顧客情報、キーワード、入札価格、クリック単価、クリック率など)および広告配信先(提携パートナーネットワーク)の情報も一切共有いたしません。

したがってグーグルからの広告配信システムの提供開始によりグーグルの検索連動型広告が高いシェアを持つことになるということは誤った認識であり、また、Yahoo! JAPAN のスポンサーサーチが、Google や他の競合他社と競合していく状況にはなんら変わりはありません。

Q.ディスプレイ広告も含めた Yahoo! JAPAN の広告配信システム全体が Google に切り替わるのですか？

A.いいえ、今回切り替わるのは検索広告の配信システムの部分だけです。ディスプレイ広告および興味関心連動型広告「インタレストマッチ」については引き続き Yahoo! JAPAN 独自の配信システムを利用し、これまで同様に提供を継続します。

Q.興味関心連動型広告「インタレストマッチ」はどうなりますか？

A.興味関心連動型広告「インタレストマッチ」は今回の変更対象に含まれません。Yahoo! JAPAN 独自の広告サービスとして提供を継続し、いっそう注力する予定です。