

すべての「探す」に応えたい 圧倒的ユーザー数を背景に広告収入で運営成立

ネット上の「唯一の場所」に

ヤフー株式会社が提供するウェブサイト「Yahoo! JAPAN」(以下ヤフー)は、96年4月のサービス開始以来、順調に内容を拡充させてきた。そのメニューは内容によって主に以下の4つに分類される。

- ① 検索サービス
- ② 情報提供サービス(ニュース、株価、グルメ情報、スポーツ速報等)
- ③ コミュニティサービス(メール、掲示板等)
- ④ Eコマース(ショッピング、オークション)

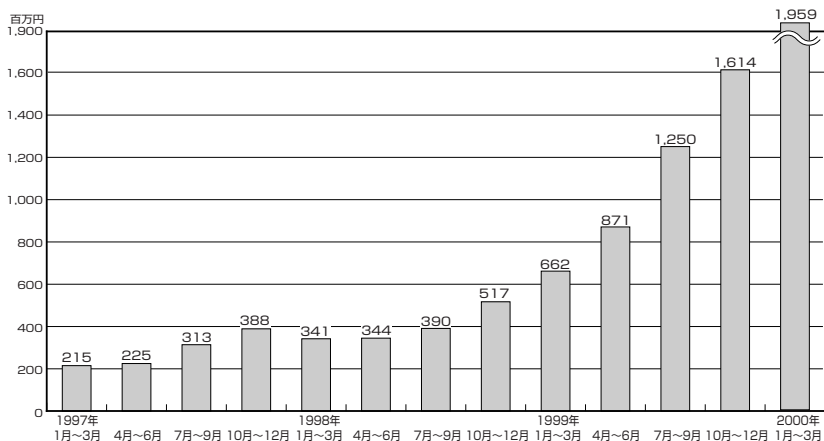
2000年3月の上記4分類ごとのページビューは、順番に28.8%、20.2%、32.9%、18.1%(ヤフー調べ)。それより3か月前の1999年9月時点では、Eコマースのページビューはわずか0.5%だったことを考えると、4ジャンルがバランスを取りつつあることがわかるだろう。

「検索のヤフー」だけでなく、あらゆるシーンでの「探す」というニーズに応えることで、インターネットユーザーにとっての「唯一の場所」になることを目指している。

ヤフーに出稿するメリット

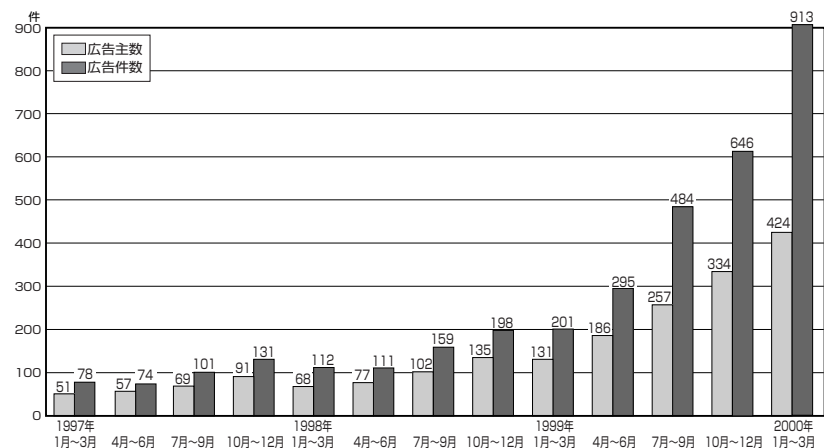
ヤフーでは、圧倒的なユーザー数と多岐にわたるサービスによって捉えたさまざまな異なるユーザー層を利用して、より効率的なプロモーションを広告主に提案している。たとえば女性ユーザー比率が比較的高い「Yahoo!グルメ」には女性消費者への訴求をメインとする化粧品の広告を、カーナビゲーションシステムのプロモーションなら自動車情報を提供している「Yahoo!自動車」へ広告を露出するなど、ターゲティングされた広告スペースを提供している。世界中にアピールしたい商品であれば、世界十数か国のヤフーに広告を掲載することもできる。

資料2-5-13 ヤフー売上高推移



出所 ヤフー(2000年3月)の資料を元に作成

資料2-5-14 ヤフー月間広告主・広告件数推移



出所 ヤフー(2000年3月)の資料を元に作成

また、米ヤフーと密に連携しており、技術面から広告商品開発、サービスの運営方法に至るまで、常に日本の3年先を行くといわれている米ヤフーのアドバイスを採り入れている。

ヤフーのビジネスモデルは広告収入であり、メディアやサービスとしてだけでなく、広告媒体としても一層成長していく必要がある。今後も使いやすいコンテンツや役に立つサービスを幅広く提供することでユーザーを増やし、広告主が求める自社サービス・製品の利用者やマーケ

ティングチャンス、さらには効果的なプロモーション手法を開発・提供していきたい。(山岡紫 ヤフー株式会社)

企業データ

1. URL : <http://www.yahoo.co.jp>
2. 設立 : 1996年1月31日
3. 資本金 : 15億5600万円 (2000年3月現在)
4. 従業員数 : 224名



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp