

**GY!  
AO!**

# Media Guide

ヤフー株式会社  
株式会社GYAO

2022年4-6月

# Index

- 01 GYAO!
- 02 AD Lineup
- 03 ディスプレイ広告（予約型）<InstreamAD>
- 04 RTB接続 他社DSP 動画広告 <InstreamAD>
- 05 運用型レスポンシブル動画広告
- 06 TOP Panel
- 07 Tie-up
- 08 Appendix



# 01 GYAO!

# GYAO!

**国内最大級  
無料動画配信  
サービス。**

オリジナルコンテンツをはじめ  
常時20万本の多彩なジャンルの  
コンテンツを掲載しています。

# 無料でプロコンテンツを配信するVODサービス



※VODサービス : Video On Demand = 動画定額配信サービス、UGC : User Generated Contents = ユーザー生成コンテンツ

# 無料で公式動画を楽しめるサービス



月間訪問者数

**1270万 UB**

SD : 880万 UB | PC (パソコン) : 390万 UB

※2022年2月訪問UB数より算出 (Yahoo! JAPAN自社調査)

月間再生回数

**3億 ST**

※2022年2月ストリーム数より算出 (Yahoo! JAPAN自社調査)

※UB : ユニークブラウザ、SD : スマートデバイス、ST : ストリーム数



## 映画、ドラマ、アニメ、音楽、バラエティ・スポーツと 多様なニーズに応えるコンテンツを編成・配信

### テレビ見逃し

※一部広告配信面ではありません



### 韓国ドラマ



### バラエティ

※一部広告配信面ではありません



### アニメ

※一部広告配信面ではありません



### 海外ドラマ



ライン・オブ・デューティ 汚職特捜班 5



### 映画



### 音楽



### スポーツ

※一部広告配信面ではありません



### キッズ

※一部広告配信面ではありません



# GYAO!でしか観ることのできない独占配信コンテンツを展開

著名タレント出演によるオリジナル番組を制作・配信



アーティストがキャンプ場で  
トーク&ライブをする音楽番組



人気アイドルの  
テレビ番組を独占配信中!

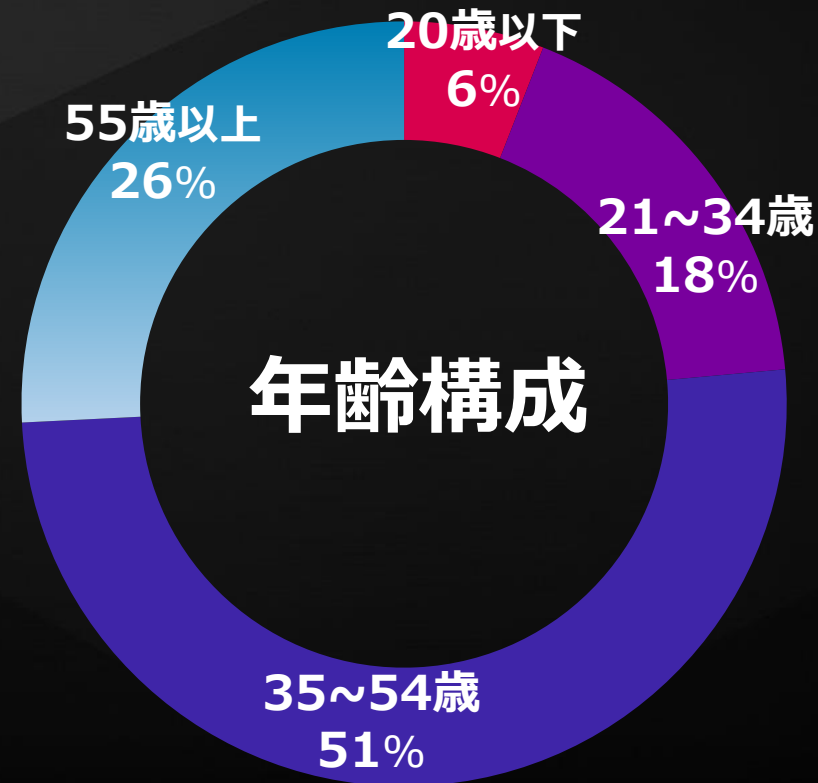
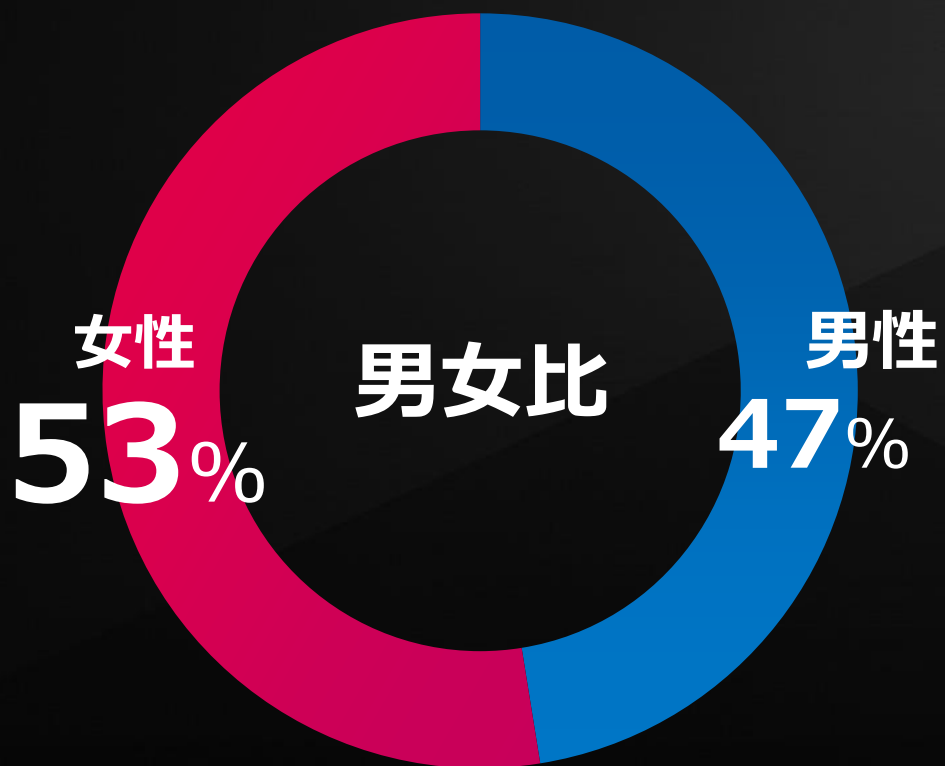


PRODUCE 101 JAPAN SEASON2出身  
OCTPATHの初冠レギュラー番組





# 女性の比率が5割超



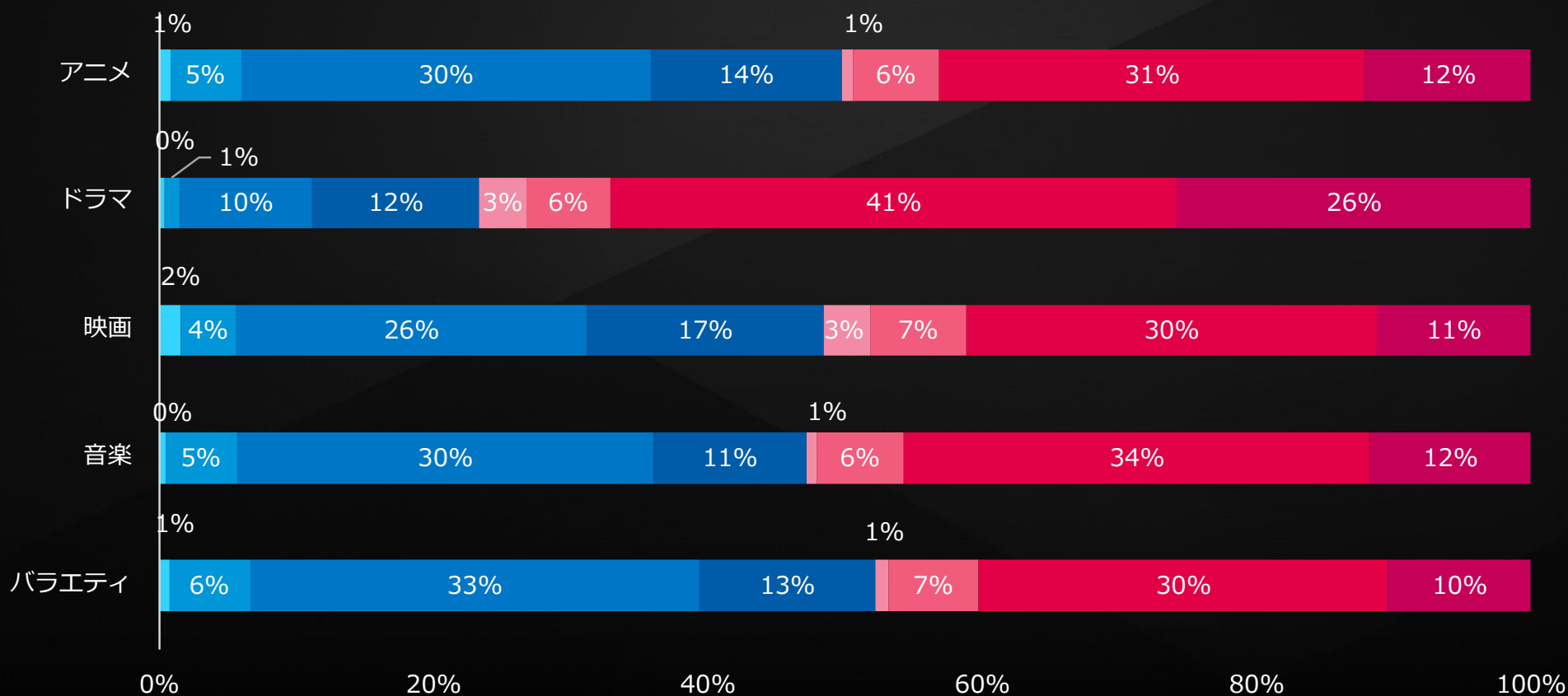
※SDデバイスユーザー

出典元：Yahoo! JAPAN社内ログ 2022年2月実績



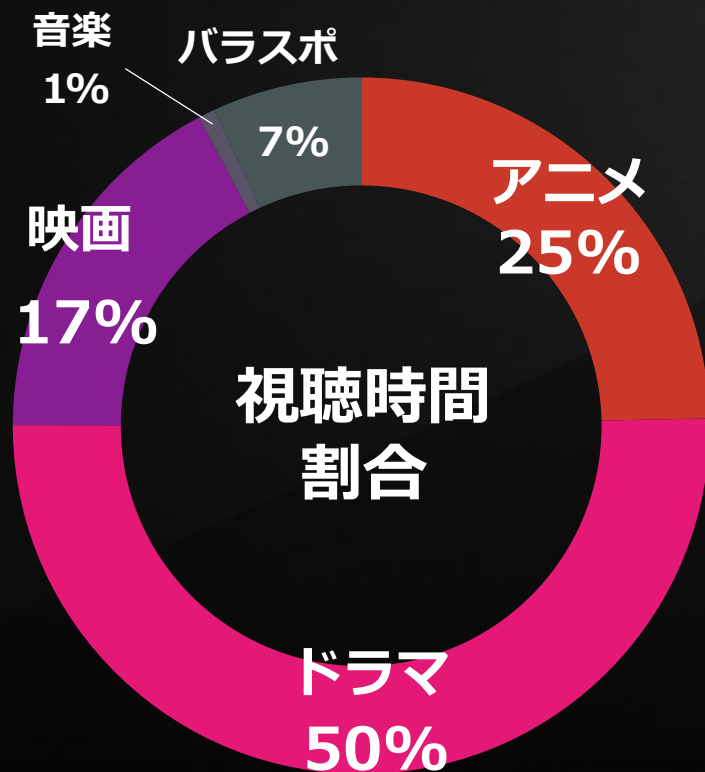
# ドラマは女性の割合が8割と高水準

■ 男性20歳以下 ■ 男性21~34歳 ■ 男性35~54歳 ■ 男性55歳以上 ■ 女性20歳以下 ■ 女性21~34歳 ■ 女性35~54歳 ■ 女性55歳以上

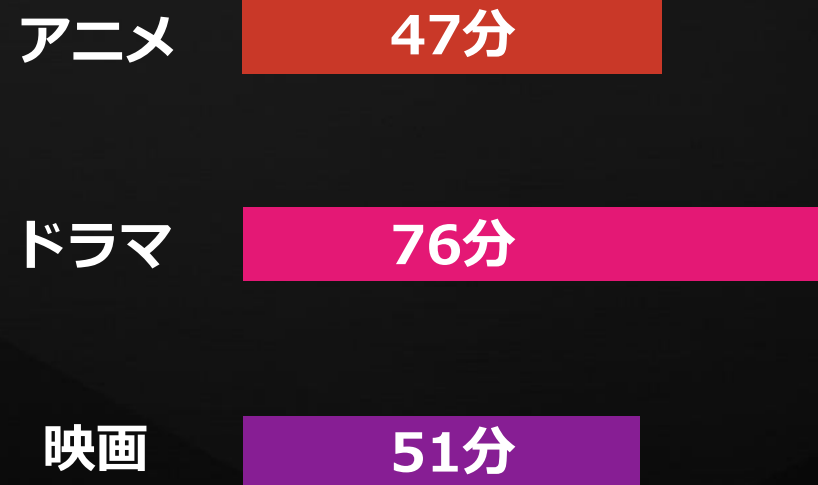


出典元 : Yahoo! JAPAN社内ログ 2022年2月実績

# 視聴ジャンルは 「アニメ」「ドラマ」「映画」で全体の9割



視聴ユーザーあたりの1日の視聴時間

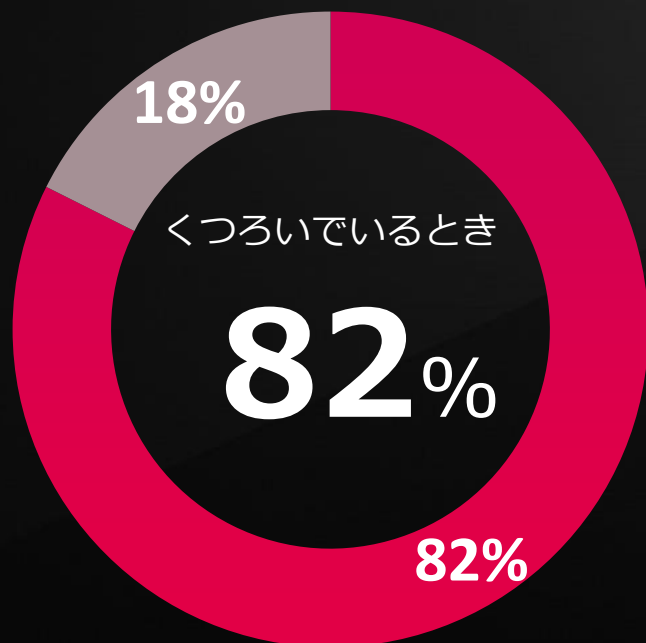


出典元：Yahoo! JAPAN社内ログ 2022年2月実績

## コンテンツへ深く没入できるので、ブランディングに最適

### 視聴環境

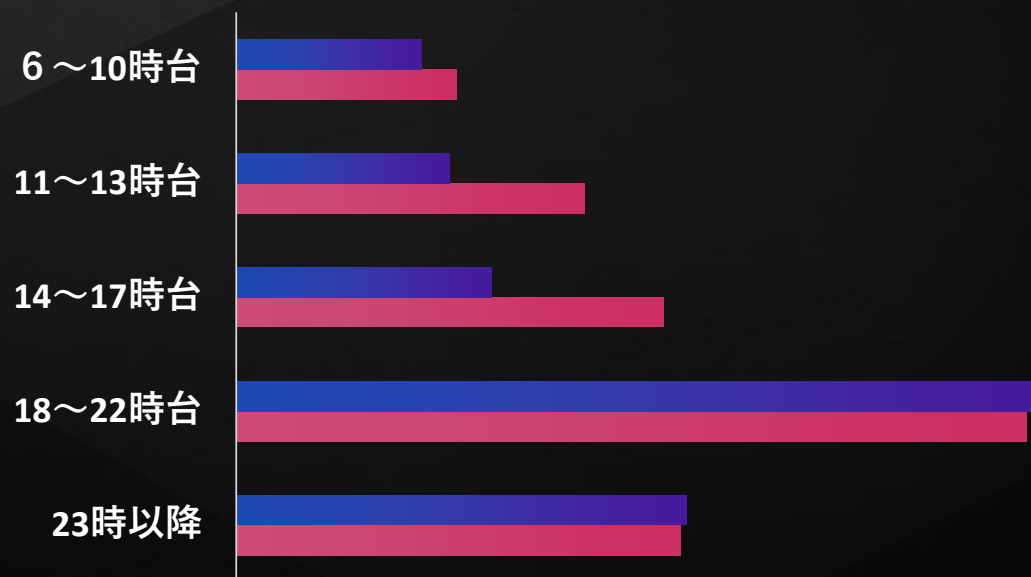
■ 自室・居間でくつろいでいるとき ■ その他(通勤通学等)



Q.以下のインターネット動画配信サービスを、あなたはどんな時に視聴することが多いですか。(GAYO!利用に限定)

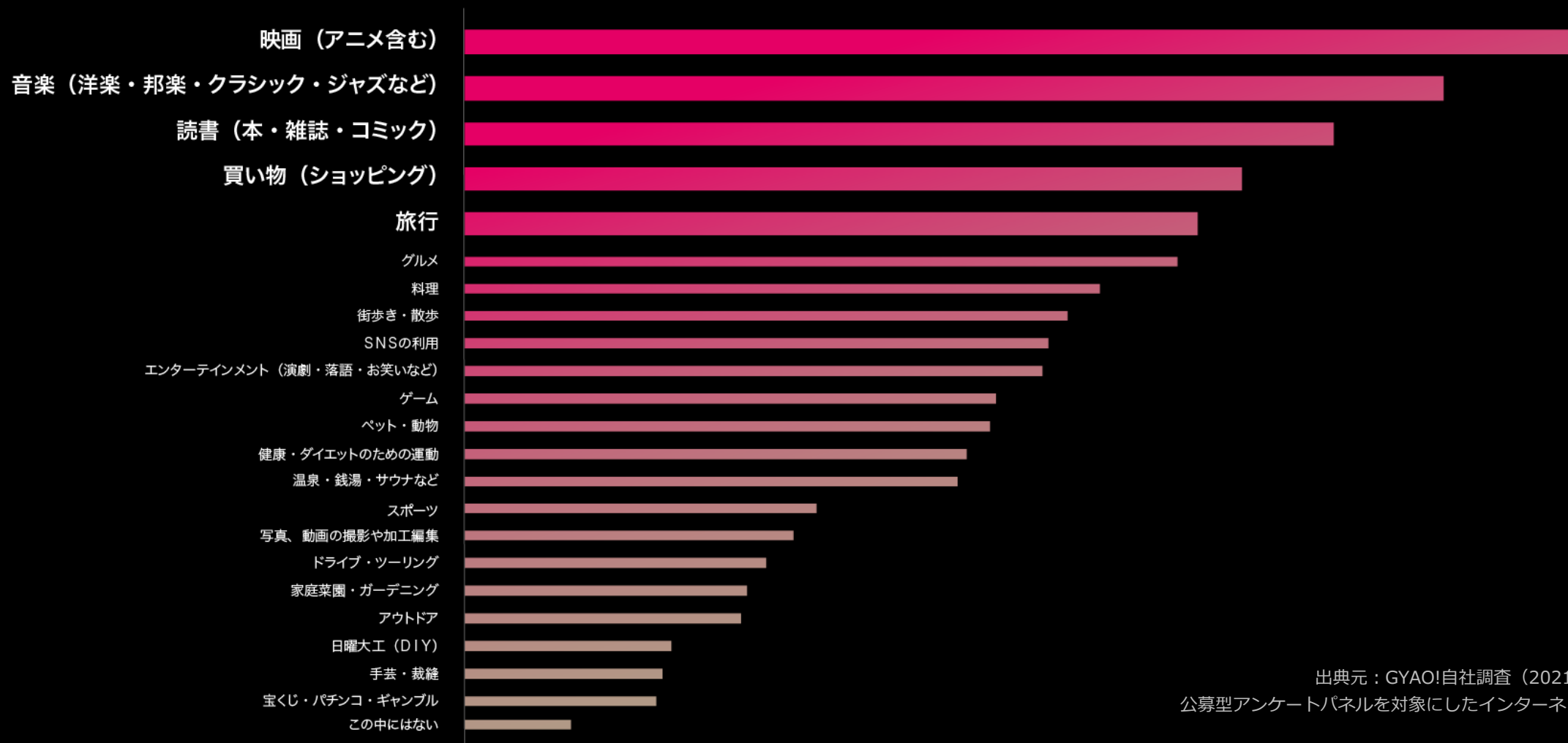
### 視聴時間帯

■ 平日 ■ 休日



Q.インターネット動画配信サービスを、あなたが視聴することが多い時間帯を、平日、休日に分けて教えてください。

# 映画やショッピングなど積極的に余暇を楽しむ

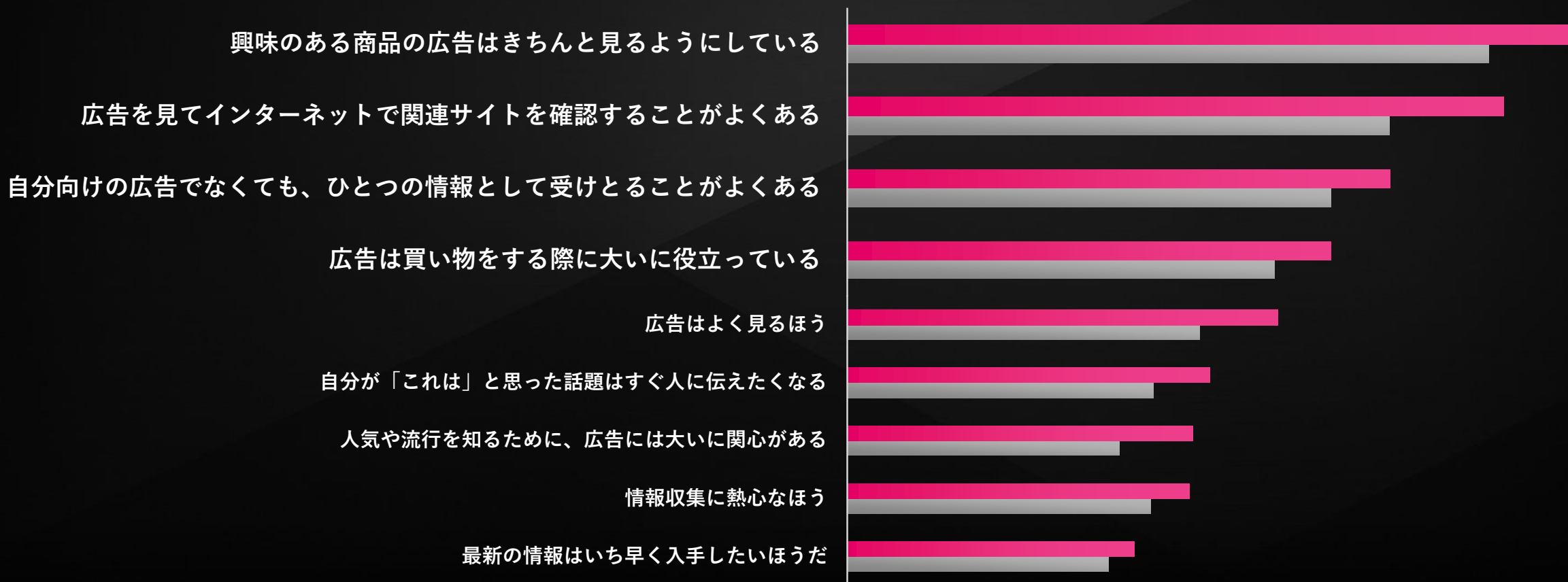


出典元：GYAO!自社調査 (2021年5月)  
公募型アンケートパネルを対象にしたインターネット調査



# 情報感度が高く、積極的に広告を参考に使っている

■ GYAO!利用者 ■ 全体



※ビデオリサーチ調査より  
・MCR/ex 東京50Km圏  
・2021年4-6月 月一回以上利用動画メディア

# ライブイベント「LIVE FOR THE NEXT」

## 最速独占無料配信！

JFL presents  
**LIVE FOR THE NEXT**



全国のFM5局（札幌 FM NORTH WAVE、東京 J-WAVE、名古屋 ZIP-FM、大阪 FM802、福岡 CROSS FM）で結成されているJFL（JAPAN FM LEAGUE）が、新しい音楽を生み出す“NEXT GENERATION ARTIST”を選定し、次世代を担うミュージシャンとリスナーを応援するプロジェクト「JFL presents FOR THE NEXT」。

そのライブイベント「LIVE FOR THE NEXT」に今年は音楽事務所・BMSG代表のSKY-HIをはじめ、BE:FIRST、Novel Core、Aile The Shotaが出演！それぞれのソロステージに加え、ここでしか見ることのできないコラボレーションも実施されると話題になっています。

各アーティストのソロライブ映像、アーティスト同士がコラボレーションした貴重なライブ映像や見どころをまとめたダイジェストやコメント映像を「GYAO!」で最速独占無料配信いたします。

## 02 AD Lineup

予約型商品		運用型商品		
<p><b>インストリーム (動画+音声)</b></p> <p><b>ディスプレイ広告 (予約型) インストリーム</b></p>  <p>ユーザーの視聴体験中に配信</p>	<p><b>アウトストリーム (静止画 or 動画)</b></p> <p><b>GYAO!トップ トップパネル SP</b></p>  <p>アプリ起動時に配信</p> <p><b>GYAO!トップ オープニングパネル SP</b></p>  <p>サービスの玄関口に配信 (一日一枠の配信)</p>		<p><b>インストリーム (動画+音声)</b></p> <p><b>ディスプレイ広告 (運用型)</b></p> <p><b>レスポンス動画 広告</b></p> 	<p><b>RTB接続</b></p> <p><b>他社DSP インストリーム 広告</b></p> <p>※RTB (Real-Time Bidding) オンライン広告の仕組みのひとつ</p> <p>※DSP (Demand-Side Platform) 広告主の広告効果最適化を目指す プラットフォーム</p>

<p><b>企画商品</b></p>	<p><b>GYAO!タイアップ</b></p> <p>GYAO!内の特定コンテンツに対して広告を掲載</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツ指定配信 (タイアップページなし)</li> <li>・ 映像持込企画 (タイアップページあり)</li> </ul>
--------------------	---	---



## GYAO!

テレビ見逃し動画コンテンツ  
(インストリーム枠)

TV見逃し以外の動画コンテンツ  
(インストリーム枠)

GYAO!以外の動画コンテンツ  
(インストリーム枠)

各放送局 (TverCM枠)  
第三者配信  
<各放送局がセールス>

Yahoo! JAPAN ディスプレイ広告 (予約型) インストリーム  
<Yahoo! JAPANがセールス>

動画コンテンツ以外の広告掲載面

Yahoo! JAPAN ディスプレイ広告 (運用型) レスポンシブ動画広告  
<Yahoo! JAPANがセールス>

RTB接続 他社DSP  
インストリーム動画広告  
<各DSP事業者がセールス>

YAHOO!  
JAPAN

# 03 ディスプレイ広告（予約型） <InstreamAD>

## 予約型商品

## 運用型商品

PICK UP!!

インストリーム (動画+音声)

アウトストリーム (静止画 or 動画)

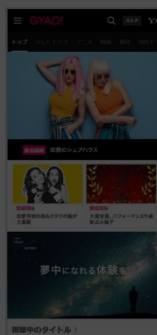
インストリーム (動画+音声)

ディスプレイ広告 (予約型)  
インストリーム



ユーザーの視聴体験中に配信

GYAO!トップ  
トップパネル SP



アプリ起動時に配信

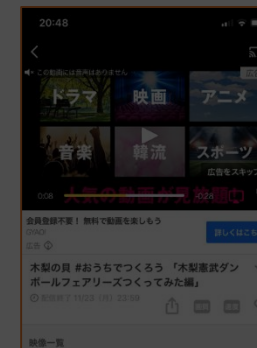
GYAO!トップ  
オープニングパネル  
SP



サービスの玄関口に配信  
(一日一枠の配信)

ディスプレイ広告  
(運用型)

レスポンス動画  
広告



RTB接続

他社DSP  
インストリーム  
広告

※RTB (Real-Time Bidding)  
オンライン広告の仕組みのひとつ

※DSP (Demand-Side Platform)  
広告主の広告効果最適化を目指すプラットフォーム

## 企画商品

## GYAO!タイアップ

GYAO!内の特定コンテンツに対して広告を掲載

- ・ コンテンツ指定配信 (タイアップページなし)
- ・ 映像持込企画 (タイアップページあり)

## ブランドセーフティ



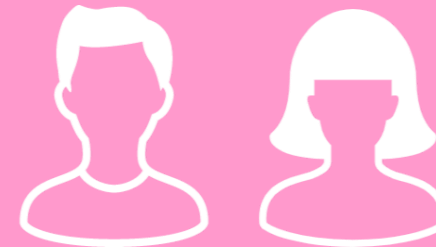
信頼できる掲載面で  
ブランド価値を守る

## 視聴完遂率の高さ



高い視聴完遂率による広告効果

## ターゲティング



Yahoo! JAPANの  
ユーザーデータによる  
高精度な配信



## GYAO!は著作権処理された公式動画コンテンツを配信しており、 広告掲載によるブランド毀損（きそん）のリスクが少ない

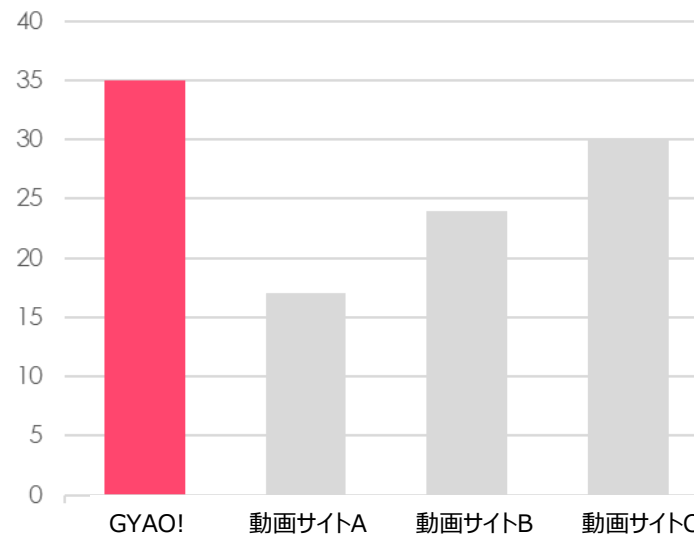
### 取り扱いコンテンツ

著作権処理された  
プロ制作コンテンツが中心  
(GYAO!・TVerが代表的な媒体)



### 動画媒体ブランド調査

GYAO!は安心できるという  
評価が高い



出典：広告許容度に関する自社調査 2019年度

## プレミアム動画ならではの高い視聴完遂率により ブランディング効果に寄与する

### 視聴完遂率・視聴完遂単価

Yahoo! JAPANのインストリーム広告は  
視聴完遂率が比較的高く、  
視聴完遂単価を安価に抑えられる

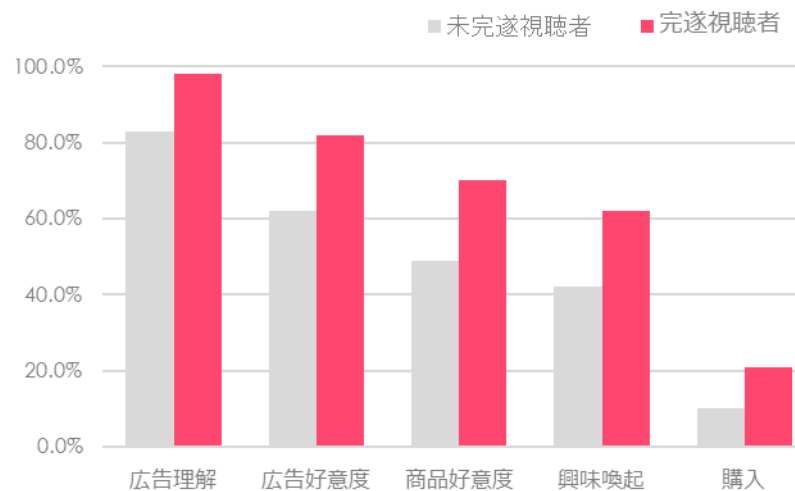
商品名	掲載面	視聴完遂率	ベース単価 (imp単価)	視聴完遂単価
インストリームMD (15秒)	ニュース・スポーツナビ GYAO!	79.2%	¥1.2	<b>¥1.51</b>
インストリームMD (15秒)	GYAO! ミッドロール	92.8%	¥1.4	<b>¥1.50</b>

- ・テスト案件の実績をもとにしています
- ・ブロードの実績です
- ・配信実績を保証するものではありません
- ・MD (マルチデバイス: PC・SP・Tab)
- ・視聴完遂率は2021年5月自社調査

### 未完遂・完遂視聴者別広告効果

視聴完遂した場合  
広告効果は高くなる

#### 完遂・未完遂広告効果比較



出典: Yahoo! JAPAN マクロミル共同広告効果調査 2018-2019年度

## Yahoo! JAPANの豊富なユーザーデータを広告配信に活用



デバイス指定配信



パソコンまたはスマートデバイスを選択



日本最大級のメディア規模を誇る

月間約**790**億ページビュー

検索ワード**90**億種類以上

アクティブユーザー数 **8,400**万人

※出典：ヤフー株式会社自社調査  
2021年1月～6月の月平均（タブレット、従来型携帯電話除く）



デモグラフィックターゲティング



年齢/性別の指定



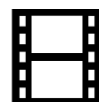
エリアターゲティング

都道府県単位で指定



オーディエンスカテゴリ

美容・スポーツ・不動産など



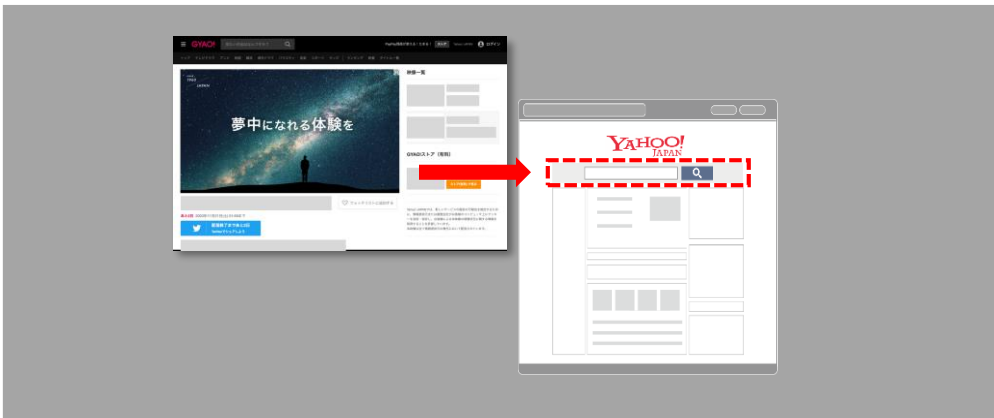
番組カテゴリ指定 ※スペシャル商品となります

# インストリーム広告接触後、関連ワードの検索数や購買行動が増加

インストリーム広告の接触ユーザーは、非接触ユーザーと比較して検索や購買などユーザーアクションが増加する事が期待できます。

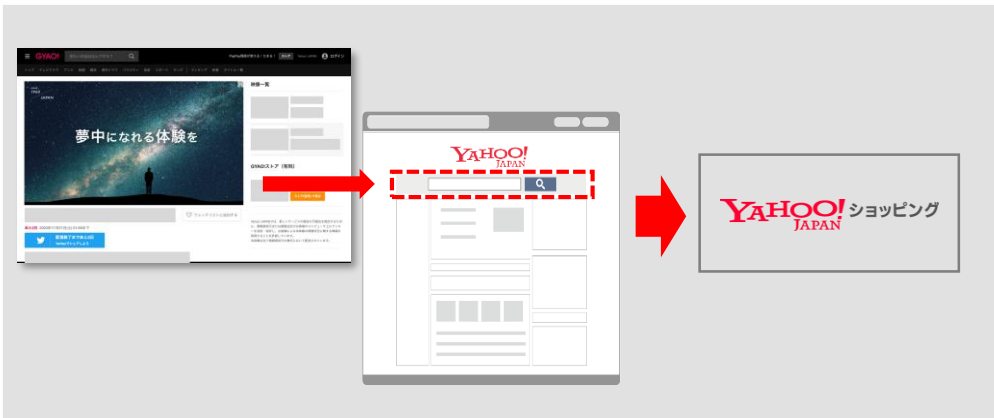


インストリーム広告接触後  
関連ワードを検索した  
ユーザー群



インストリーム広告  
非接触ユーザー群と比較して  
**105%~113%**

インストリーム広告接触後  
関連ワードを検索し  
購買行動をしたユーザー群



インストリーム広告  
非接触ユーザー群と比較して  
**111%~197%**

2020年4月~12月のインストリーム案件のリフト値。  
上記案件のインストリーム接触者と非接触者における前後7日間のBcookieを紐づけて計測。  
出典：Yahoo! JAPAN自社調査

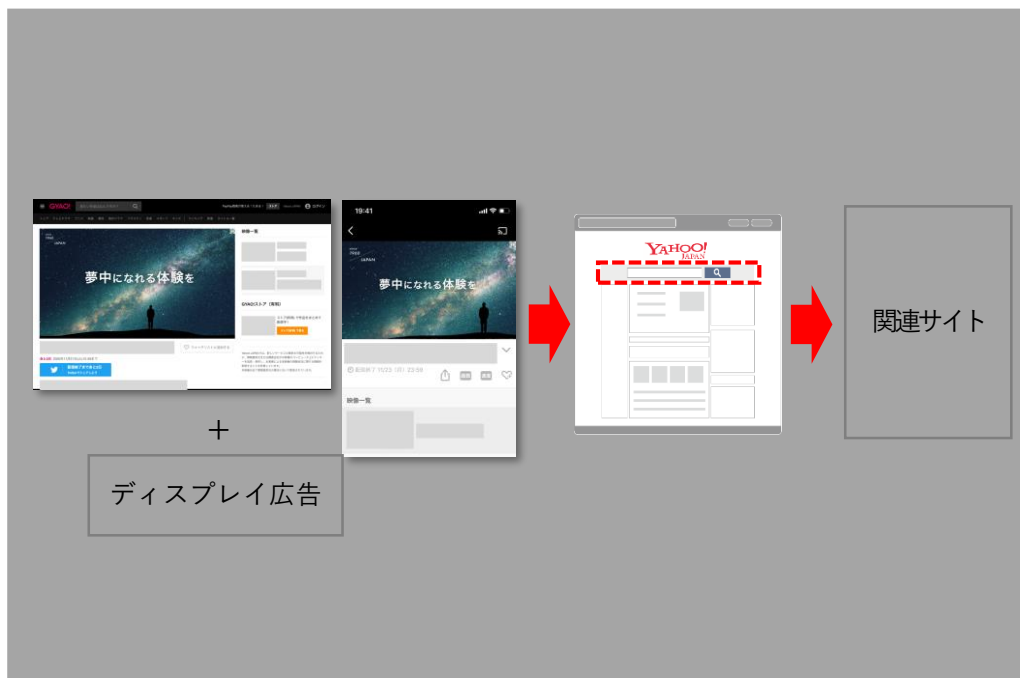


# インストリーム広告接触後 Yahoo!広告 ディスプレイ広告のバナーに接触すると流出効果が2.4倍に

インストリーム広告に接触後、関連するディスプレイ広告のバナーに接触したユーザーは、インストリーム広告接触のみのユーザーより高い流出効果が期待できます。



インストリーム広告と  
ディスプレイ広告の  
バナー接触後  
関連ワードを検索し  
流出したユーザー群

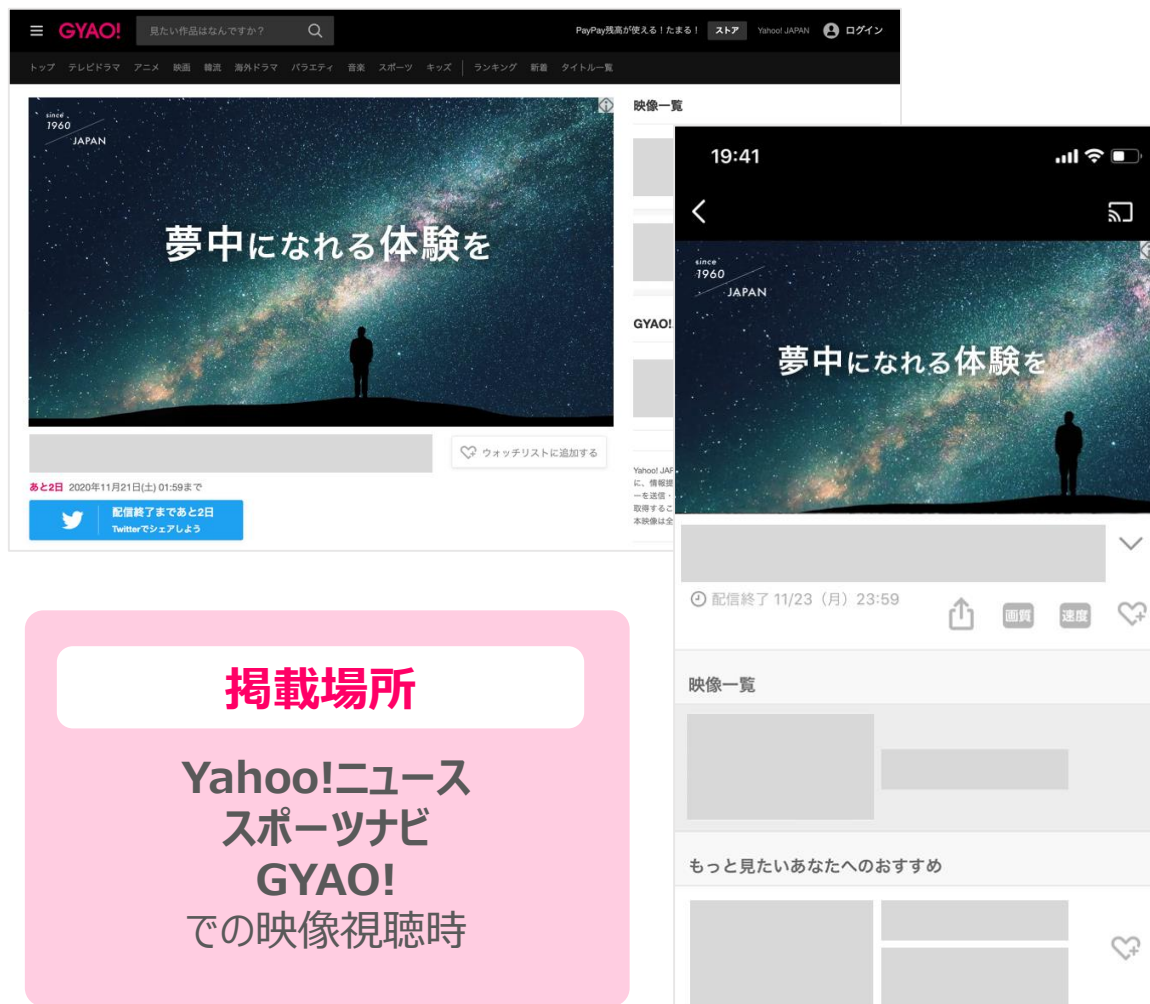


インストリーム広告のみの  
接触ユーザー群と比較して

# 240%

※ディスプレイ広告：Yahoo!広告 ディスプレイ広告

2020年4月～12月のインストリーム案件（化粧品業種）でのリフト値。  
インストリームのみ接触者とディスプレイ広告重複接触者におけるBcookieを紐づけて分析。  
出典：Yahoo! JAPAN自社調査



## 掲載場所

Yahoo!ニュース  
スポーツナビ  
GYAO!  
での映像視聴時

## 配信面も安心！ 強制視聴で高視聴完遂率！

ヤフーの広告商品はアウトストリーム型が多いですが、「ディスプレイ広告（予約型）インストリーム」は、CM素材がそのまま流せて、マルチデバイスで配信できるのが魅力。リーチ最大化に選ばれる商品です！

### Product Spec

配信面	尺	最低購入価格	vCPM
対象面すべて	6秒	50万円	720円
	15秒	60万円	1,200円
GYAO!面指定	6秒	50万円	840円
	15秒	60万円	1,400円
	30秒	70万円	1,540円
	長尺	80万円	1,848円

※vCPM：ビューアブルインプレッション1,000回あたりの広告コスト

**①ベース単価が安い！ ②掛け率も低い！**  
**だからターゲティングも絞りやすく、長尺動画でも配信しやすい！**

項目		GYAO!	A社	B社	備考
基本単価	15秒	1.4円	4.0円	2.5円	A社／B社はオールリーチ ヤフーはGYAO!面指定で比較
	30秒	1.54円	6.0円	5.0円	A社／B社はオールリーチ ヤフーはGYAO!面指定で比較
ターゲティング 掛け率	デモグラ	1.44倍	1.5倍	1.6～2.8倍	性別・年齢の掛け合わせで比較 B社は22歳以下ターゲの掛け率2.8倍
	行動属性	1.8倍	非開示	非開示	-

# 04 RTB接続 他社DSP 動画広告 <InstreamAD>

※RTB (Real-Time Bidding) オンライン広告の仕組みのひとつ  
※DSP (Demand-Side Platform) 広告主の広告効果最適化を目指すプラットフォーム

予約型商品			運用型商品
<p>インストリーム (動画+音声)</p>	<p>アウトストリーム (静止画 or 動画)</p>		<p>インストリーム (動画+音声)</p>
<p>ディスプレイ広告 (予約型) インストリーム</p>  <p>ユーザーの視聴体験中に配信</p>	<p>GYAO!トップ トップパネル SP</p>  <p>アプリ起動時に配信</p>	<p>GYAO!トップ オープニングパネル SP</p>  <p>サービスの玄関口に配信 (一日一枠の配信)</p>	<p>ディスプレイ (運用型) レスポンス動画 広告</p>  <p><b>PICK UP!!</b></p> <p>RTB接続 他社DSP インストリーム 広告</p> <p>※RTB (Real-Time Bidding) オンライン広告の仕組みのひとつ</p> <p>※DSP (Demand-Side Platform) 広告主の広告効果最適化を目指すプラットフォーム</p>

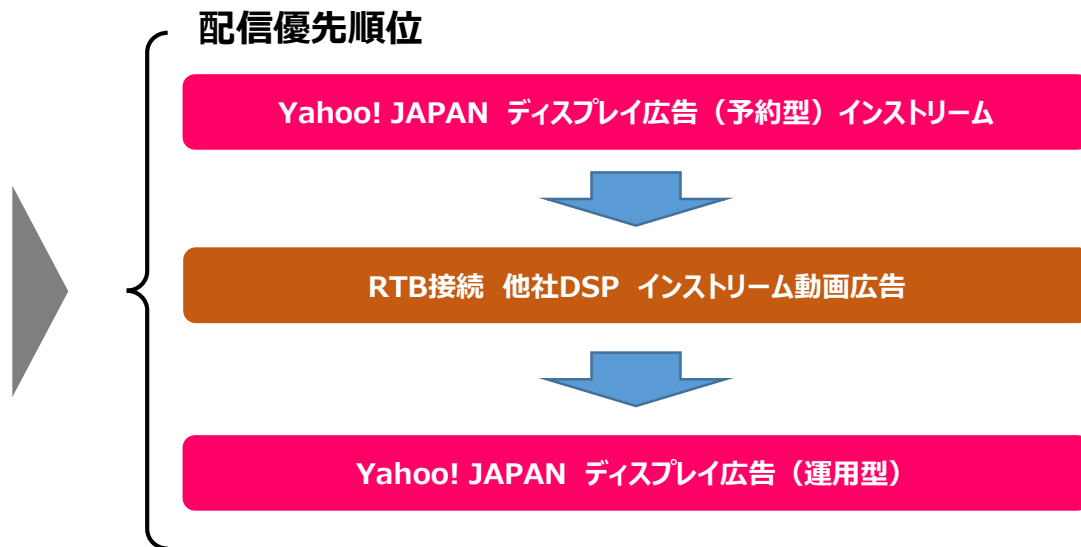
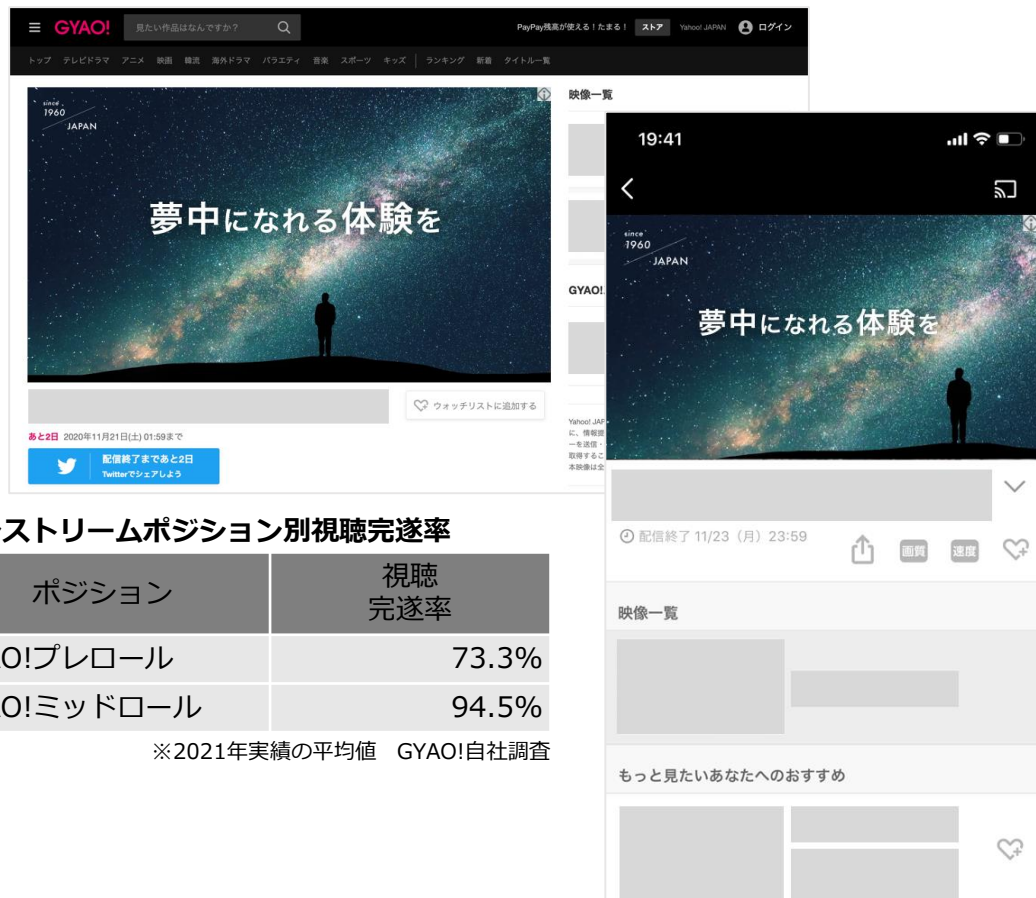
<p>企画商品</p>	<p>GYAO!タイアップ</p> <p>GYAO!内の特定コンテンツに対して広告を掲載</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ指定配信 (タイアップページなし)</li> <li>映像持込企画 (タイアップページあり)</li> </ul>
-------------	--	---



広告代理店様各社運営のインストリームPMPや  
外部DSP様とのRTB接続でGYAO!面インストリームへの掲載が可能



RTB接続はTVCM素材の流用が多い、15秒尺、30秒尺に加え、60秒までの長尺素材も掲載可能。さらに、クリック、ノンクリックابلを選択でき、より柔軟な運用に対応できます。



## 配信在庫のデバイス別割合



※2022年2月現在 GYAO!自社調査

# 05 運用型レスポンシブル動画広告

	予約型商品		運用型商品	
<p>インストリーム (動画+音声)</p>	<p>アウトストリーム (静止画 or 動画)</p>		<p>インストリーム (動画+音声)</p>	
<p>ディスプレイ広告 (予約型) インストリーム</p>  <p>ユーザーの視聴体験中に配信</p>	<p>GYAO!トップ トップパネル SP</p>  <p>アプリ起動時に配信</p>	<p>GYAO!トップ オープニングパネル SP</p>  <p>サービスの玄関口に配信 (一日一枠の配信)</p>	<p>ディスプレイ広告 (運用型)</p> <p>レスポンス動画 広告</p> 	<p>RTB接続</p> <p>他社DSP インストリーム 広告</p> <p>※RTB (Real-Time Bidding) オンライン広告の仕組みのひとつ</p> <p>※DSP (Demand-Side Platform) 広告主の広告効果最適化を目指すプ ラットフォーム</p>

PICK UP!!

## 企画商品

GYAO!タイアップ

GYAO!内の特定コンテンツに  
対して広告を掲載

- ・ コンテンツ指定配信 (タイアップページなし)
- ・ 映像持込企画 (タイアップページあり)

## 運用型のレスポンス動画広告が、インストリーム面にも配信

### ■ 選択可能なキャンペーン目的

- ・ コンバージョン（CPC課金） / アプリ訴求（CPC課金） / サイト誘導（CPC課金） / 動画再生（CPV課金）

#### GYAO!アプリ面

掲載する広告フォーマットは「レスポンス動画フォーマット（16:9、1:1）」です。  
※既存の入稿済素材も利用可能です。

16:9



1:1



### ■ 広告掲載 仕様

- ① 音声なし動画も掲載可能です
  - ② タイトル・主体者表記・LP遷移ボタンが表示されます（プレーヤー外）
  - ③ 広告スキップが可能です
- ※動画広告再生後、本編映像再生中も、タイトル・主体者表記・LP遷移ボタンが表示されます

### ■ GYAO!インストリーム面の除外・指定を行いたい場合

- ・ プレイスメントターゲティングで設定可能です
- ※対象URL : [gyao.yahoo.co.jp](http://gyao.yahoo.co.jp)

# 06 Top panel



		予約型商品		運用型商品	
インストリーム (動画+音声)		アウトストリーム (静止画 or 動画)		インストリーム (動画+音声)	
<p><b>ディスプレイ広告 (予約型) インストリーム</b></p>  <p>ユーザーの視聴体験中に配信</p>		<p><b>GYAO!トップ トップパネル SP</b></p>  <p>アプリ起動時に配信</p>		<p><b>GYAO!トップ オープニングパネル SP</b></p>  <p>サービスの玄関口に配信 (一日一枠の配信)</p>	
		<p><b>ディスプレイ広告 (運用型)</b></p> <p>レスポンス動画 広告</p> 		<p><b>RTB接続 他社DSP インストリーム 広告</b></p> <p>※RTB (Real-Time Bidding) オンライン広告の仕組みのひとつ</p> <p>※DSP (Demand-Side Platform) 広告主の広告効果最適化を目指すプラットフォーム</p>	

PICK UP!!

企画商品	<p><b>GYAO!タイアップ</b></p> <p>GYAO!内の特定コンテンツに対して広告を掲載</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ指定配信 (タイアップページなし)</li> <li>映像持込企画 (タイアップページあり)</li> </ul>
------	---

# GYAO!トップページ商品の価値

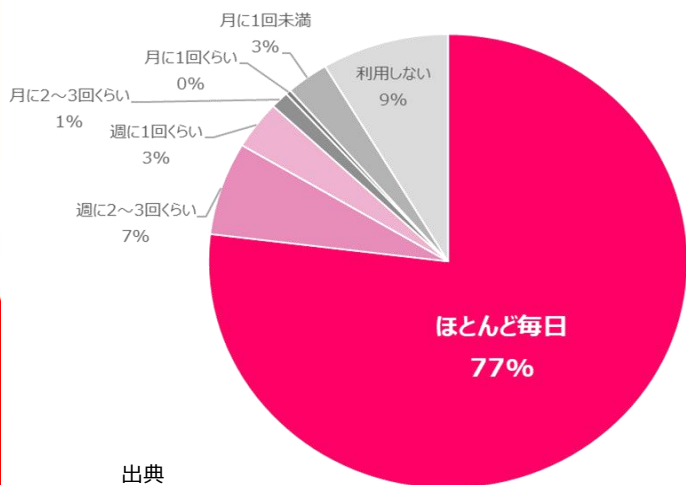
## GYAO!アプリ トップページに掲載されるアウトストリーム広告 エンタメ関心層に動画で訴求が可能

**平均動画視聴完了率：29%**

下記のようなユーザーにリーチできます！

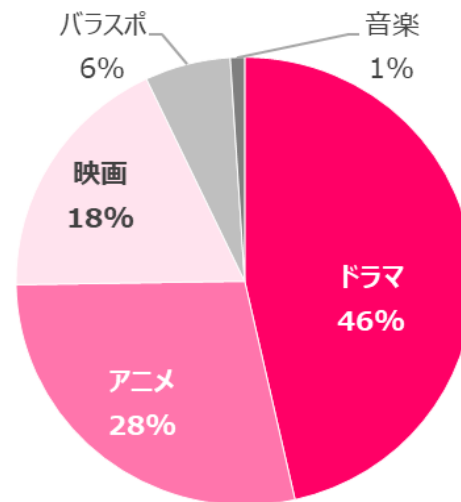


**テレビをよく見る人**  
地上波放送をほぼ毎日見るユーザー約8割



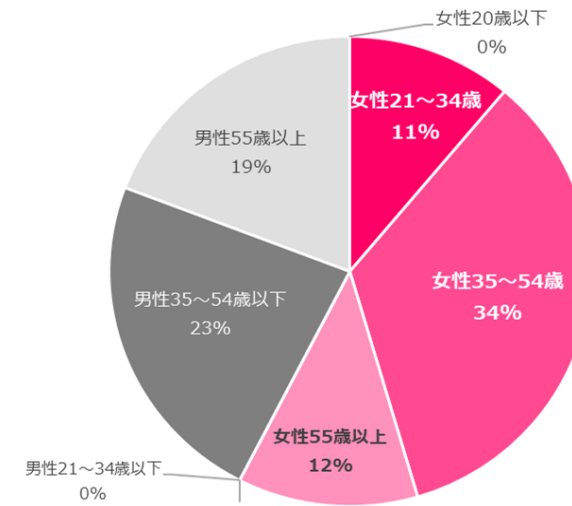
出典  
メディア利用頻度  
2021年2月  
GYAO!WEBアンケート結果

**アニメ/ドラマ/映画が好きな人**  
GYAO!でよく観られているのはアニメとドラマ



出典  
Yahoo! JAPANログより  
2021年3月

**ドラマ視聴者は女性多め**



出典  
Yahoo! JAPANログより  
2021年3月

松竹株式会社様



Netflix合同会社様



# 07 Tie-up

	予約型商品		運用型商品	
インストリーム (動画+音声)	アウトストリーム (静止画 or 動画)		インストリーム (動画+音声)	
ディスプレイ広告 (予約型) インストリーム	GYAO!トップ トップパネル SP	GYAO!トップ オープニングパネル SP	ディスプレイ広告 (運用型)  レスポンス動画 広告	RTB接続  他社DSP インストリーム 広告
 ユーザーの視聴体験中に配信	 アプリ起動時に配信	 サービスの玄関口に配信 (一日一枠の配信)		※RTB (Real-Time Bidding) オンライン広告の仕組みのひとつ  ※DSP (Demand-Side Platform) 広告主の広告効果最適化を目指すプラットフォーム

PICK UP!!

企画商品

GYAO!タイアップ

GYAO!内の特定コンテンツに対して広告を掲載

- ・ コンテンツ指定配信 (タイアップページなし)
- ・ 映像持込企画 (タイアップページあり)

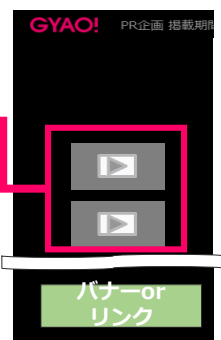
## ▼ 特集ページトップ (PC/SP)



## ▼ 特集内映像視聴ページ (PC/SP)



広告主様  
持込映像



コンテンツ内のインストリーム独占配信（30秒尺まで）

## 特集ページやコンテンツ指定配信で 深くて濃い認知・理解促進をねらう！

Yahoo! JAPANのタイアップ商品の中でも始めやすい価格のGYAO!タイアップ。広告主様のプロモーション映像の持ち込みや特定コンテンツへの独占広告配信など、エンタメと親和性のあるプロモーションに最適です！

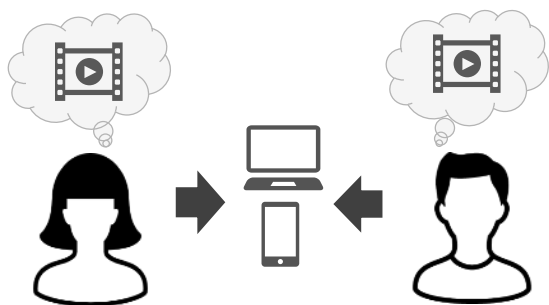
### Product Lineup

タイプ	ご出稿額
【A】コンテンツ指定配信(タイアップページなし)	都度御見積 ※実施可否確認必須
【B】映像持込企画(タイアップページあり)	300万円～ ※内250万円分は広告配信費



プロモーションにマッチしたコンテンツを介することで、**ユーザー体験を壊すことなく**  
接触できるため好意的に捉えられ、**高い態度変容効果が期待できます**

## 潜在層にリーチ



コンテンツによるターゲティングとなるため、通常のデモグラや行動ターゲティングだけでは取り切れない層へのリーチが期待できます。

## メッセージが受け入れられやすい



邪魔しない広告だったのでとても好感を持ち、商品自体にも興味を持ちました。

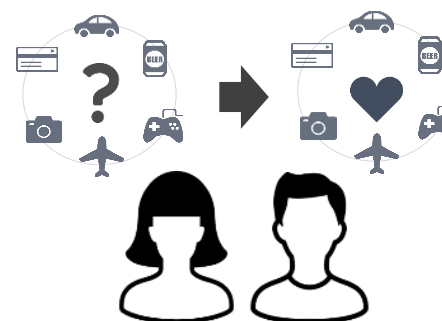
雰囲気ひきこまれて、ついついCMもしっかり見てしまいました。店にあっただけで気づくと思います。



※広告認知者アンケートコメントより抜粋

ブランド/商品にマッチしたコンテンツ面に掲載することで、ユーザー体験を壊すことなく接触でき、広告が好意的に捉えられます。

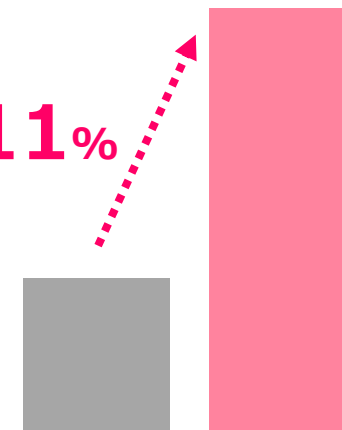
## 態度変容が起きやすい



好意的な接触となることで、興味促進・購入意向上昇に大きく影響を及ぼします。

## ブランドへの好感度

111%



純広告      タイアップ

※2019年1月 マクロミル調査案件より

## Net Ease様

GYAO!で配信する『名探偵コナン』のコンテンツに独占でインストリーム広告を掲載  
『名探偵コナン』とコラボレーションするアプリゲーム「IdentityV第五人格」でプロモーションを実施

### ▼SD



### ▼PC



親和性のあるコンテンツで広告を掲載することにより  
ターゲットユーザーに確実にプロモーションを届けることが可能です

## ワーナー・ブラザーズ映画 様

GYAO!タイアップページをハブにしてヤフーの各エンタメサービスで特別企画を展開し、最新作の魅力を伝える。

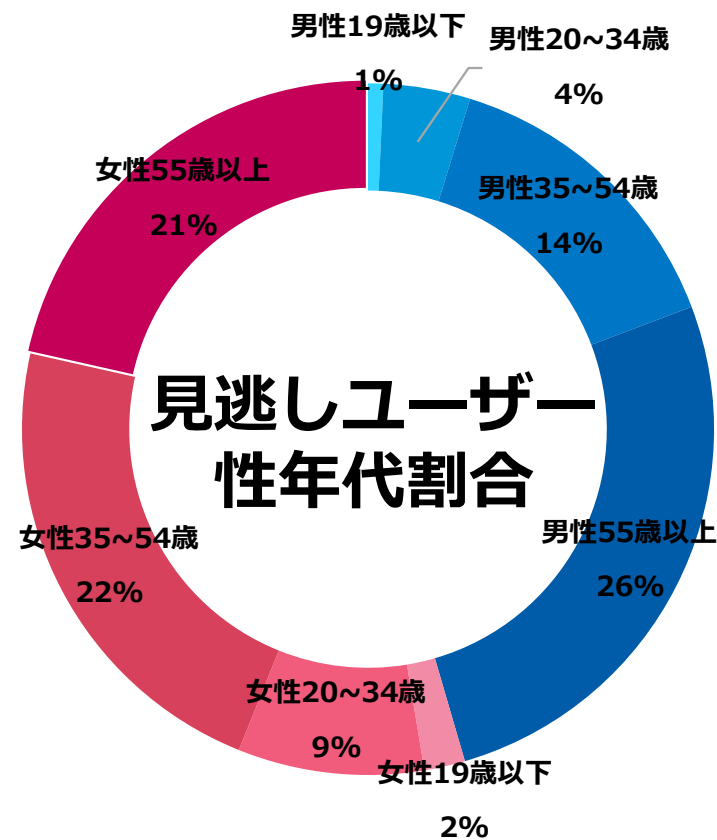
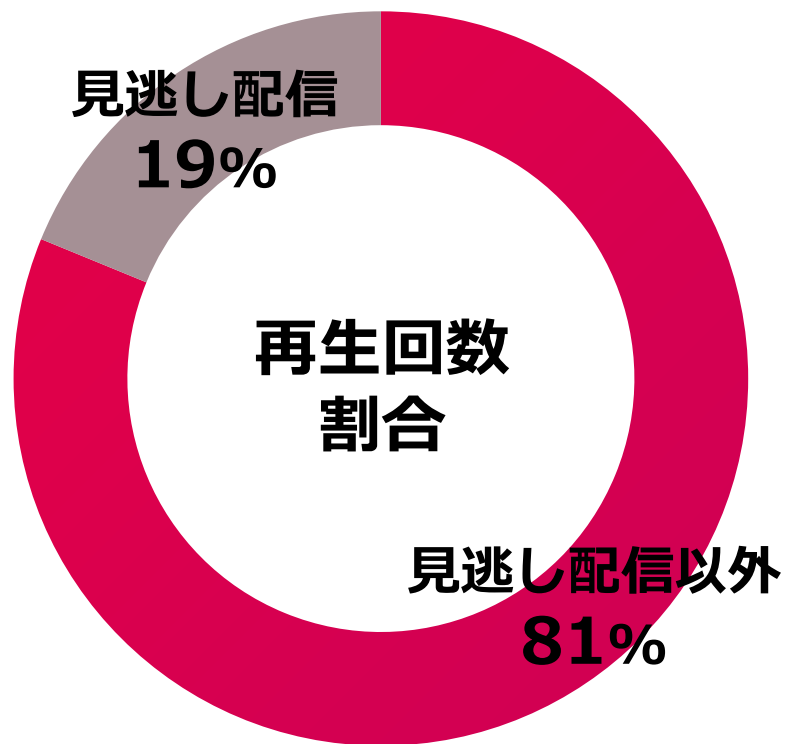


### 「るろうに剣心 最終章 The Final/The Beginning」 公開時プロモーションとしてGYAO!内にタイアップページを公開

GYAO!での最新作の特別映像やアニメシリーズの無料配信の他、ebook japanでコミックス無料開放、Yahoo!映画で出演者インタビュー掲載などヤフー内のエンターテインメントサービスで特別企画を実施。各企画からハブであるGYAO!タイアップページへ集客し、幅広いエンターテインメントファンに最新作の訴求を実現

# 08 Appendix

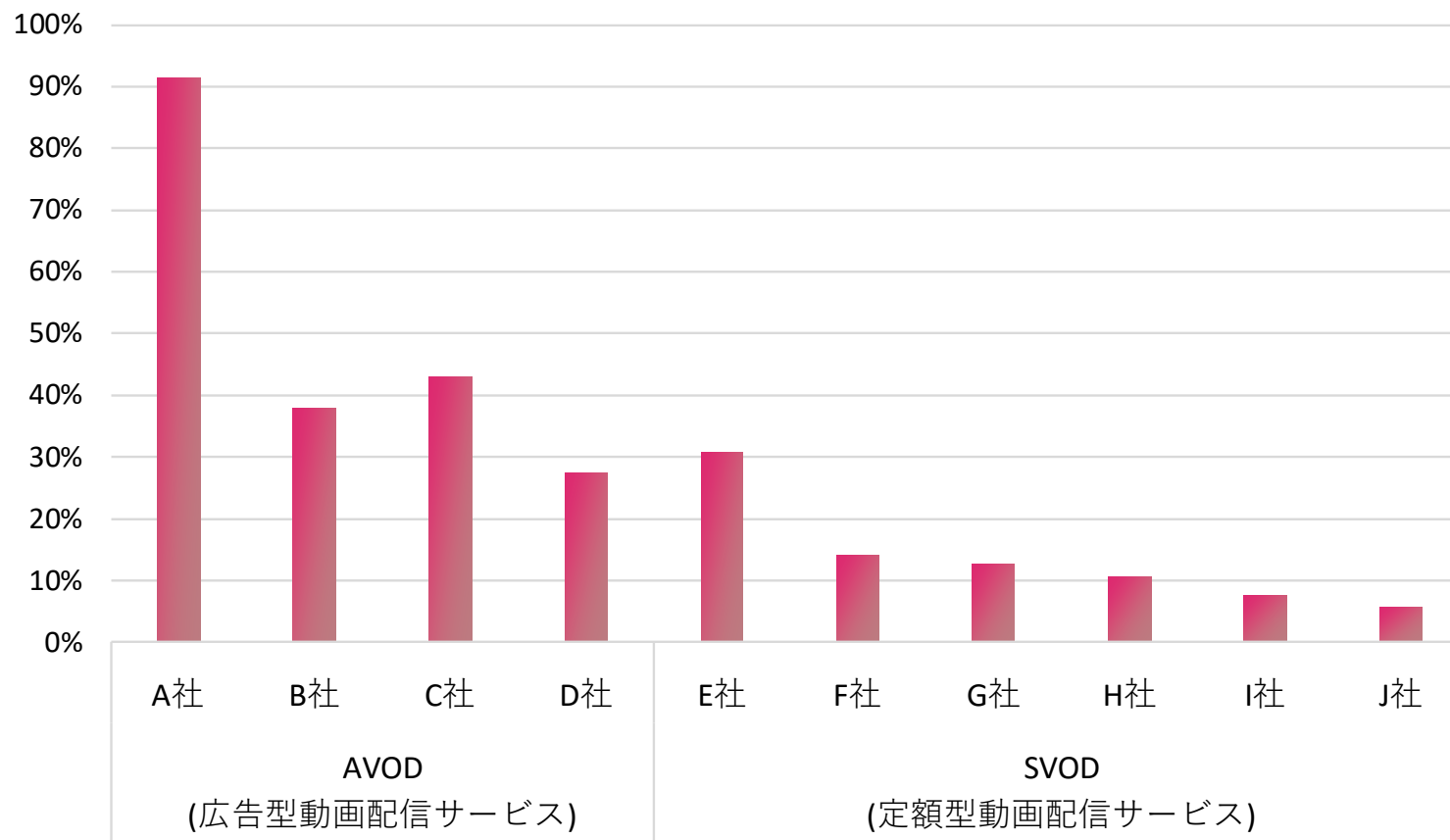
## GYAO!の再生回数のうち、見逃し配信以外が占める割合は8割



出典元：Yahoo! JAPAN社内ログ 2022年2月実績

## 他社VODサービスとの重複利用

# GYAO!利用者のうち、他社サービスを重複利用するユーザーはほとんどのサービスで半数以下



出典元：GYAO!自社調査（2021年2月）公募型アンケートパネルを対象にしたインターネット調査  
 利用の定義はGYAO!、他サービスいずれも月1回以上利用すると回答したユーザー  
 VODサービス：動画配信サービス



## お問い合わせ先

**広告商品については、ヤフー株式会社営業担当より以下のセールスシートをリリースしています。詳しくは営業担当者までお問い合わせください。**

【GYAO!関連広告リリース済みセールス資料】

- ①Yahoo!広告 ディスプレイ広告（予約型） インストリームセールスシート 2022年4月～9月版
- ②Yahoo!広告 ディスプレイ広告（予約型） GYAO!セールスシート 2022年4月～9月版

**RTBインストリーム動画広告、GYAO!サービスについてのお問い合わせは下記でも受け付けています。**

ヤフー株式会社 メディア統括本部 映像サービス本部 ビジネス開発室  
media-bizdev@mail.yahoo.co.jp

**GYAO!**