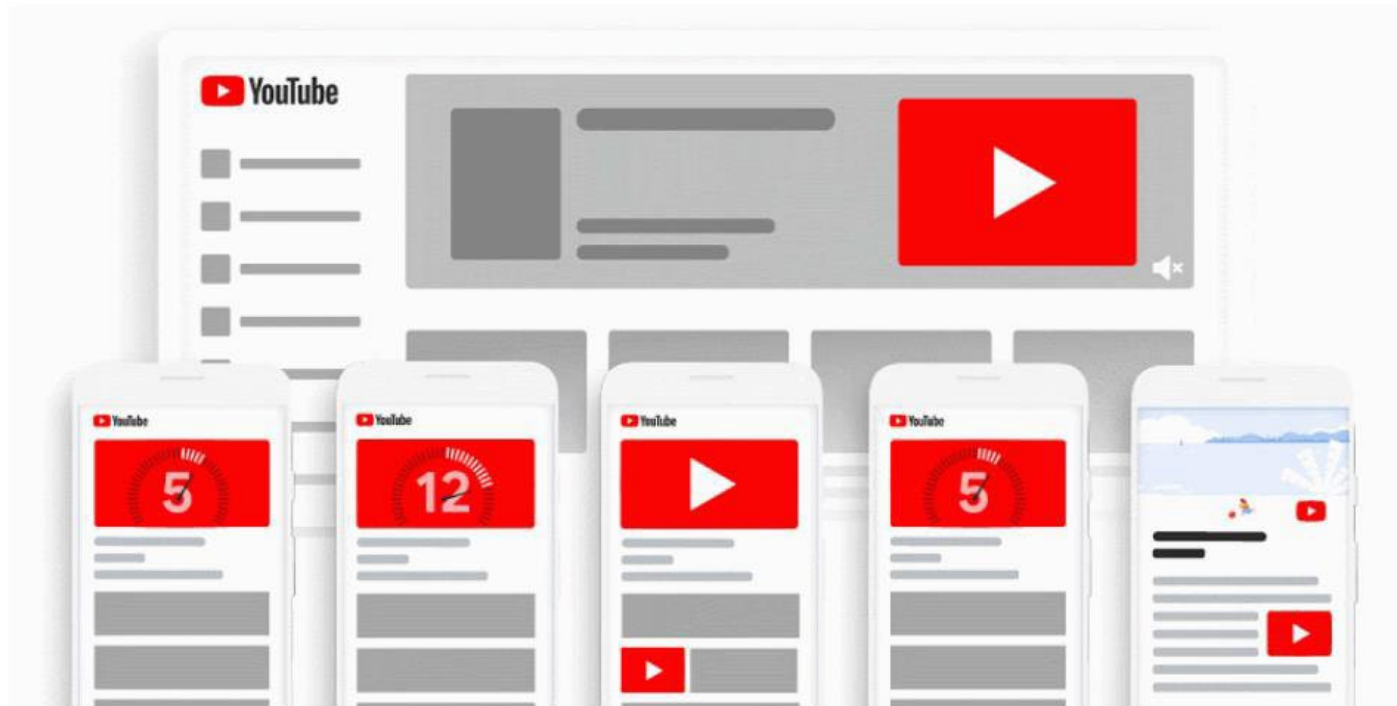


運用型YouTube広告 フォーマット

Google広告では、さまざまなフォーマットで魅力的な動画キャンペーンを作成し、運用型広告として配信することが可能。利用可能な動画広告フォーマットは5種類。



- ①スキップ可能なインストリーム広告
- ②スキップ不可のインストリーム広告
- ③ディスカバリー広告
- ④バンパー広告
- ⑤アウトストリーム広告

①スキップ可能なインストリーム広告

短尺長尺限らず動画広告をユーザーに動画視聴選択させることによって、
選択したユーザーとのエンゲージを高めることができ、スキップ可能な定番フォーマット。

広告の仕組み

動画の前後、または途中で再生される動画広告。

5秒が経過すると、広告をスキップするオプションが
ユーザーに表示される。

表示場所

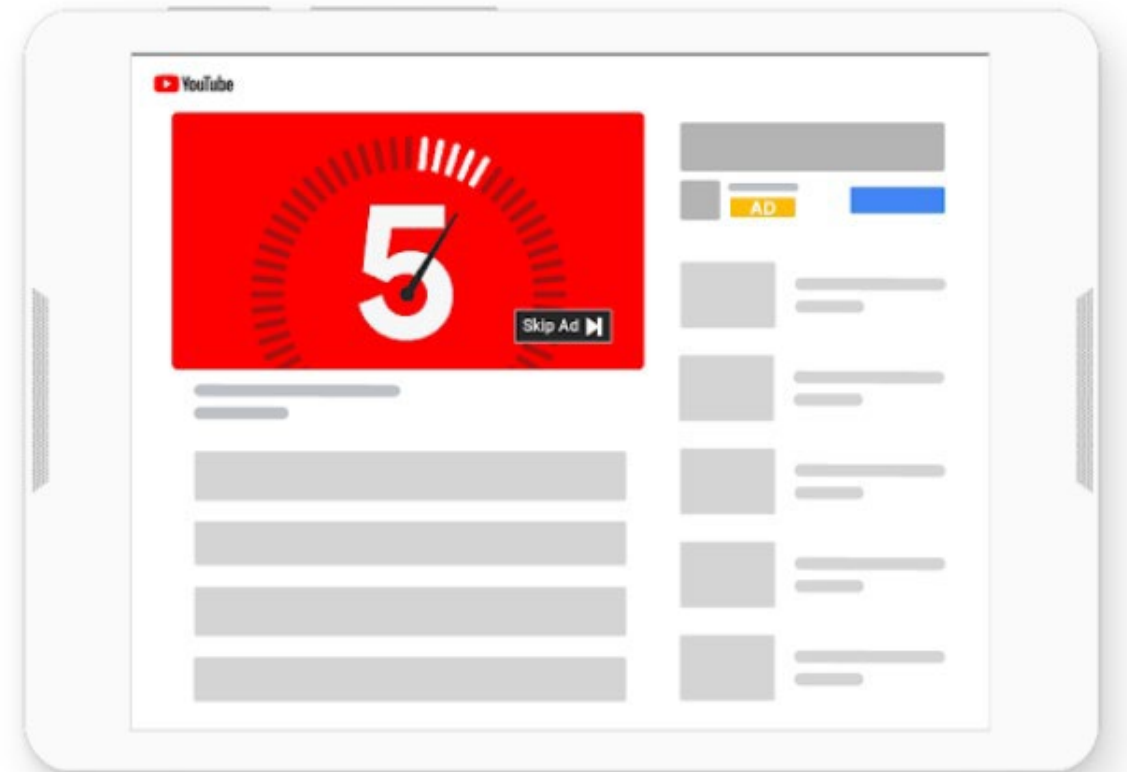
YouTube 動画再生ページまたは
Google動画パートナー上のウェブサイトやアプリに表示される。

課金形態

・CPV（視聴課金）

ユーザーが動画を30秒間（30秒未満の広告の場合は最後まで）
視聴したか、30秒経つ前に動画を操作した場合に料金が発生する。

・CPM（インプレッション課金）



②スキップ不可のインストリーム広告

スキップ不可のインストリーム。15秒の動画広告をTVCMと同様に最初から最後まで見せることができる。商品サービス特性を伝え、認知醸成や購入利用意向上げるのに最適。

広告の仕組み

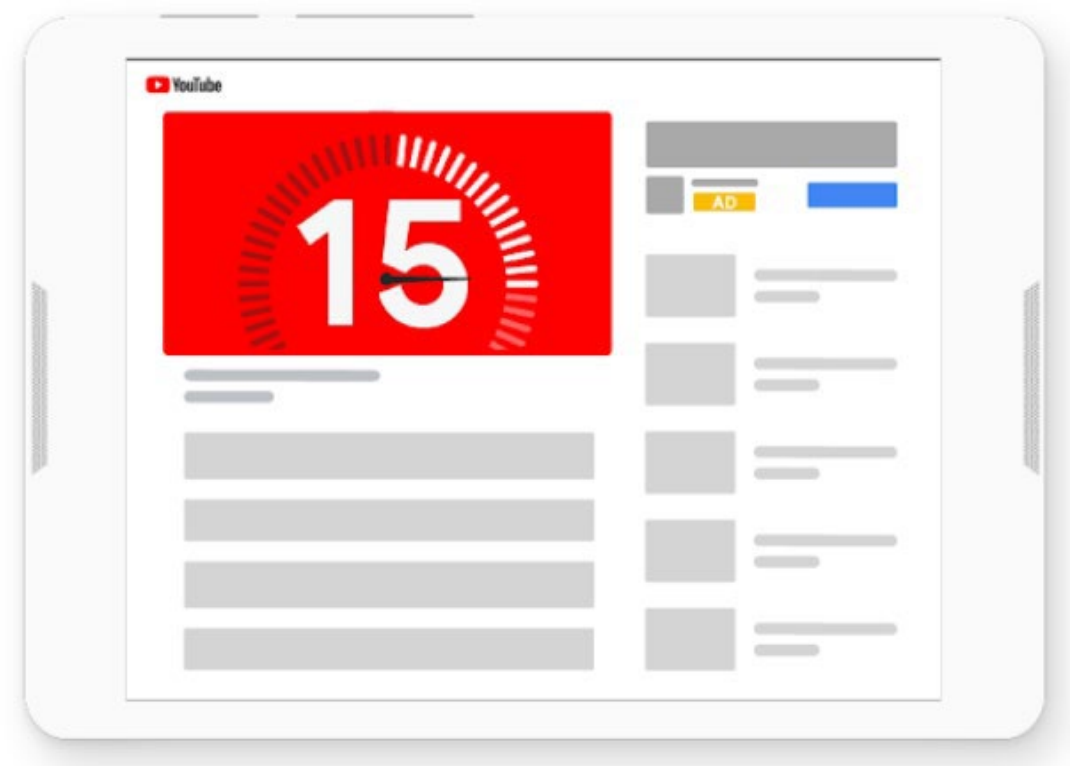
動画の再生前、再生中、または再生後に再生される
15秒以下（7秒～15秒）でスキップ不可の動画広告。

表示場所

YouTube 動画再生ページまたは
Google動画パートナー上のウェブサイトやアプリに表示される。

課金形態

・CPM（インプレッション課金）



インストリーム広告（スキップ可）例

5秒を経過するとスキップボタンが表示されます。

The screenshot displays a YouTube video player with an in-stream advertisement. The ad is framed by a red border and contains the following elements:

- Text:** "事故で帰宅困難な場合..." (In case of an accident, it's difficult to get home...)
- Image:** An illustration of a family (father, mother, daughter, and son) standing next to a blue car.
- Buttons:** "お見知りへ" (Learn more), "広告をスキップ ▶" (Skip ad), and "ネット契約で割引" (Discount for online contracts).
- Footer:** "あなた専用自動車保険" (Special car insurance for you) and "2本中1本目の広告" (1st of 2 ads).

The video player interface includes the YouTube logo, a search bar, and navigation icons. The video title is "シオン" (Sienna) with 5.8万回視聴 (58,000 views) and 10 か月前 (10 months ago). The next video is "サテライトオフィス検討中の方へ" (For those considering a satellite office) with a list of locations: 新宿, 日本橋, 虎ノ門, 渋谷.

③ディスカバリー広告

ユーザーが見ようとしているビデオコンテンツに対して関連性の高い広告を掲出することで、よりエンゲージを深めることが可能。

広告の仕組み

動画のサムネイル画像とテキストで構成される。

ユーザーがクリックすることで再生され、広告のサイズや表示形式は表示先によって異なる。

YouTube の動画再生ページまたはチャンネルページで再生される。

表示場所

- ・ YouTube 検索結果
- ・ YouTube の関連動画の横
- ・ モバイル版 YouTube のトップページ

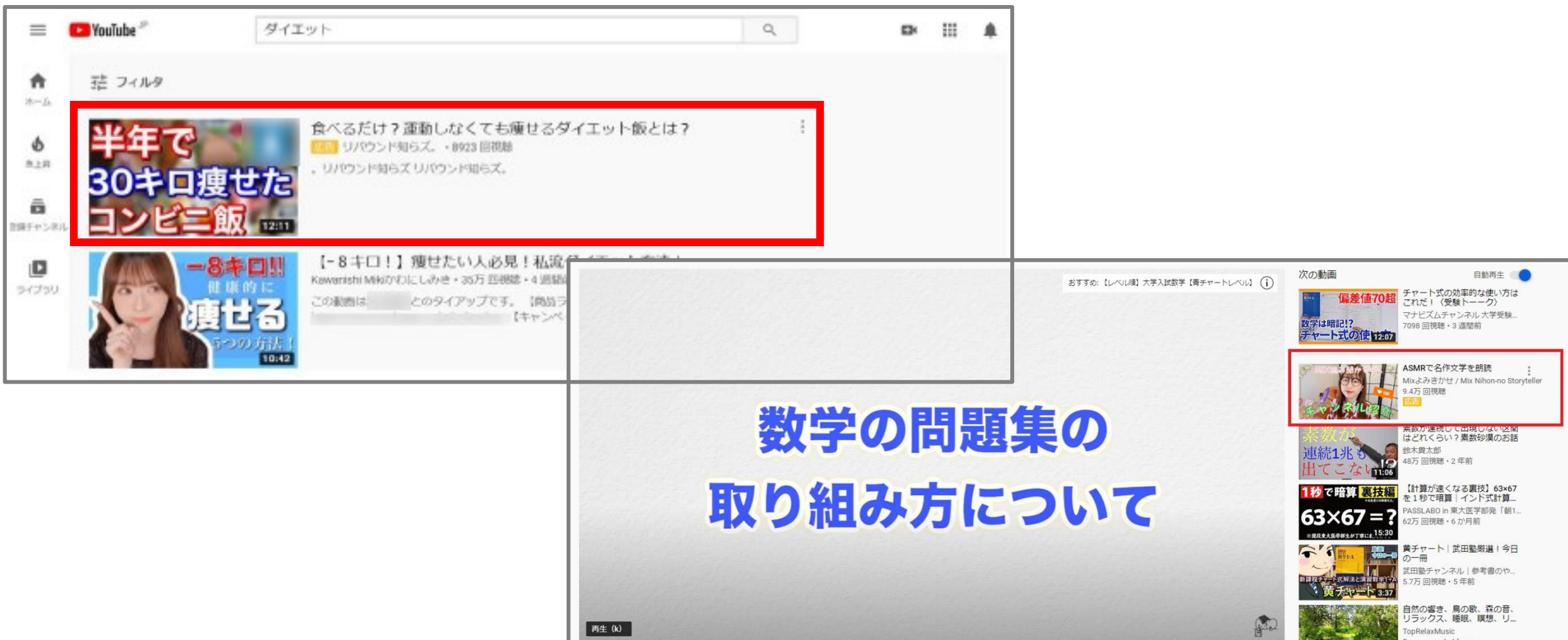
課金形態

- ・ クリック課金



ディスカバリー広告例

検索内及び右側の動画候補枠に表示されます。



④バンパー広告

6秒の動画広告を最後まで見せることができます。商品サービス特性を伝え、認知醸成や購入利用意向をあげるのに最適。

広告の仕組み

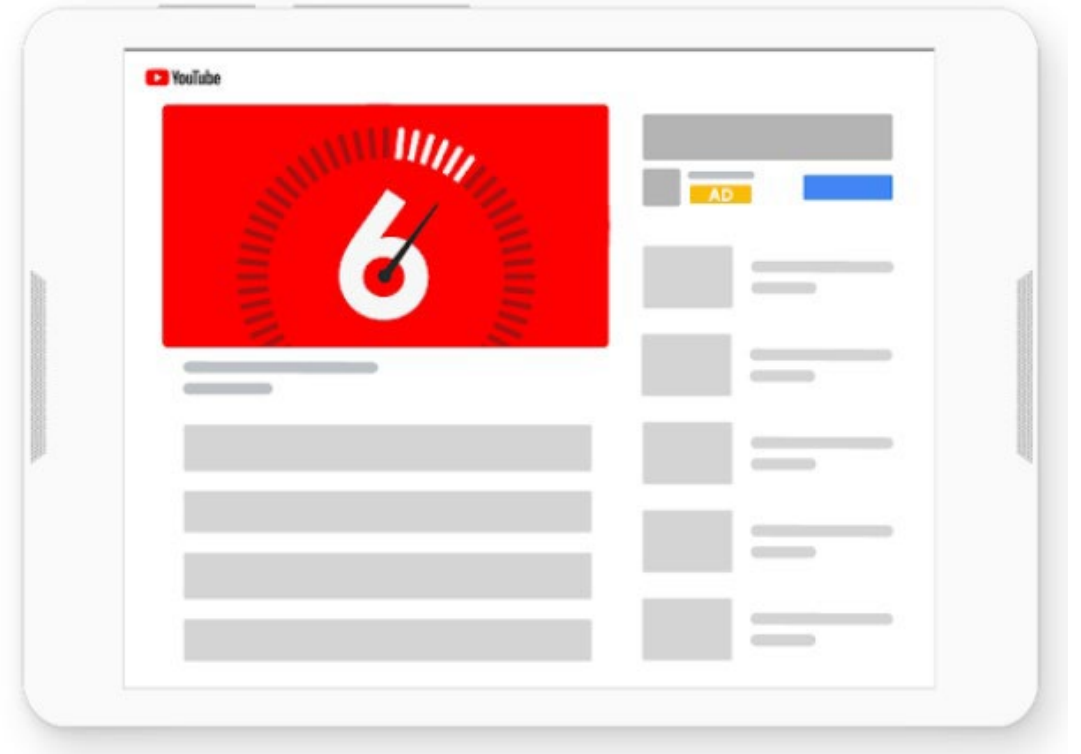
動画の再生前、再生中、または再生後に6秒以内で再生されるスキップ不可の広告。

表示場所

YouTube 動画再生ページまたは
Google動画パートナー上のウェブサイトやアプリに表示される。

課金形態

- ・ CPM（インプレッション課金）



バンパー広告例

「童画は広告の後に表示されます。」というメッセージが表示され、バンパー広告が6秒間流れた後に動画が再生されます。

The screenshot shows a YouTube video player with a bumper advertisement. The video player is paused at 0:17. A large red arrow points to a play button icon in the center of the video frame. A red box at the bottom of the video frame contains the text "動画は広告の後に再生されます。" (The video will be played after the advertisement). The YouTube interface includes a search bar, navigation icons, and a list of recommended videos on the right side.

YouTube JP 検索

次の動画 自動再生

[字] 2020年04月21日

amr13631
3063 人が視聴中
ライブ配信中

【作り置き】バクバク食べちゃう10円パン!!コスバ最高。1個...
あつあつパン教室
55万回視聴・3週間前
9:11

子がきょう一日を分かりやす...
amr13631
2218 人が視聴中
ライブ配信中

Damantist Taste / THE

⑤アウトストリーム広告

YouTube以外の広告のリーチを拡大し、一日を通してより多くの瞬間にユーザーとつながることが可能。（=GDNの枠のみに配信）

広告の仕組み

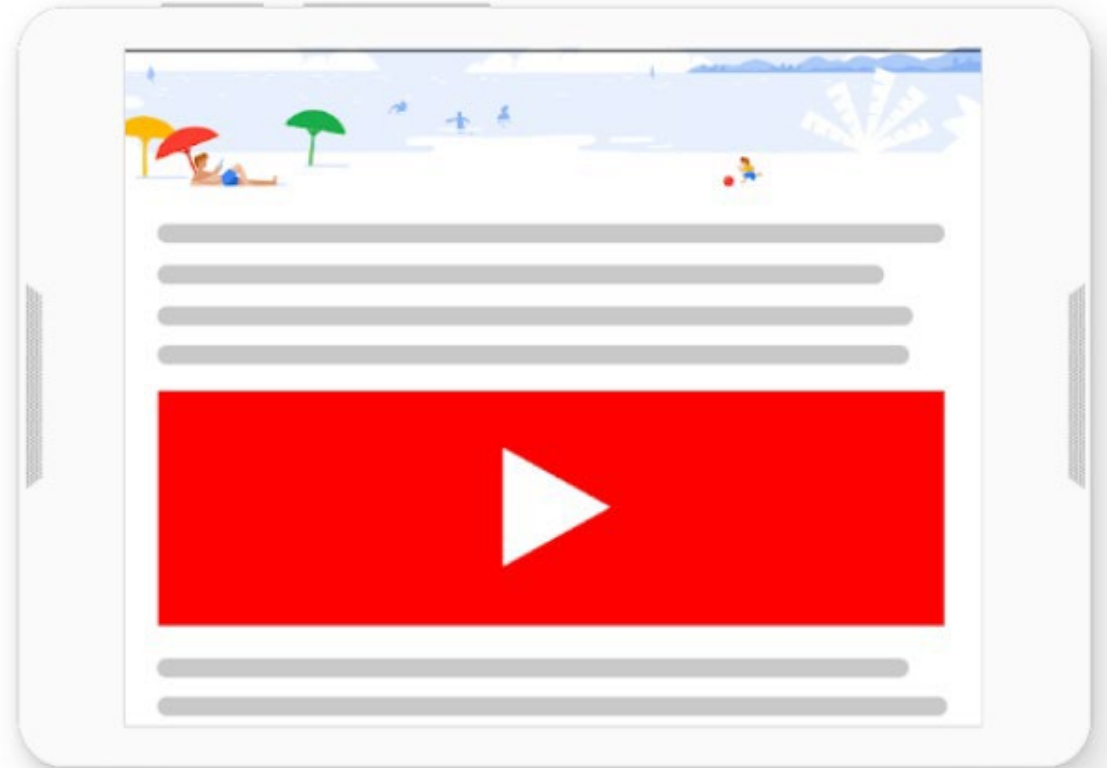
音声なしで再生が開始され、ユーザーがタップするとミュートが解除される。

表示場所

モバイル専用の広告で、Google 動画パートナー上のウェブサイトやアプリにのみ表示されます。
さまざまなモバイルプレースメントに配信が可能。
モバイルウェブプレースメントの場合、バナーに表示される。
モバイルアプリの場合、バナー、インタースティシヤル、インフィード、ネイティブ形式で表示され、縦向きモードと全画面モードの両方に対応。

課金形態

- ・vCPM課金（動画が50以上見える状態で2秒以上視聴された場合にのみ料金が発生）



【注意事項①】 YouTubeチャンネルが必要

YouTube広告を実施するにはYouTube場への動画をアップロードが必須。
動画のアップロードはチャンネル作成の上、誰でも実施可能。



チャンネル名の作成

ブランドの名前でも他の名前でも構いません。ご自身や制作するコンテンツにふさわしいチャンネル名を設定してください。チャンネル名はいつでも変更できます。

チャンネル名
チャンネル名を入力 0/100

新しい Google アカウントを独自の設定 (YouTube での検索履歴と再生履歴など) で作成していることを理解しています。 [詳細](#)

[キャンセル](#) [作成](#)

基本設定項目

タイトル	動画のタイトル。この項目は必須です。
説明	動画の下に表示される情報。
サムネイル	視聴者が動画をクリックする前に表示される画像。
再生リスト	既存の再生リストのいずれかに動画を追加するか、新しい再生リストを作成します。
視聴者	児童オンライン プライバシー保護法 (Children's Online Privacy Protection Act、COPPA) を遵守するには、自分の動画が子ども向けに制作されたものかどうかを申告する義務があります。
年齢制限 (詳細設定)	すべての視聴者にふさわしいとはいえない動画に年齢制限を設定します。

詳細設定項目

有料プロモーション	動画に有料プロモーションが含まれていることを視聴者や YouTube に知らせます。
タグ	動画の内容がわかりやすいキーワードを追加して、検索の精度を高めます。 タグは、スペルを間違えられやすいものが動画のコンテンツである場合に役に立つことがあります。その場合を除けば、動画の検索時にタグが果たす役割はごく小さなものです。
言語	元の動画の言語を選択します。
字幕	字幕ファイルをアップロードします。
録画日	動画が撮影された日付を入力します。
動画の撮影場所	動画が撮影された場所を追加します。
録画日	動画が撮影された日付を入力します。
ライセンスと配信	通常の著作権ライセンスか クリエイティブ・コモンズ のライセンスを選びます。 動画を他のウェブサイトに埋め込むようにするかを選択します。新しい動画に関する通知をチャンネル登録者に送信するかどうかを選択します。
カテゴリ	動画のカテゴリ (教育やコメディなど) を選択します。
コメントと評価	視聴者が動画にコメントを投稿できるかどうかを選択します。動画の高評価数や低評価数を視聴者に表示するかどうかを選択します。

【注意事項②】 入稿関連

YouTubeに動画をアップロードし、かつ限定公開または公開にする必要があります。
また、動画の長さの上限・下限にご注意ください。

アセット	必須 / オプション	ファイル形式	備考 / 詳細
動画の URL	必須	YouTube に動画をアップロードし、公開または限定公開に設定する必要があります (動画のアップロード方法については、下記のガイドラインとヘルプ記事をご覧ください)。	
リンク先 URL	必須	動画広告のリンク先 URL を設定する必要があります。 1 つの広告申込情報で設定できる最終リンク先 URL は 1 つのみです。 上限: 1024 文字 (半角)	1 つの広告申込情報で使用するすべてのクリエイティブで、同じ最終リンク先 URL を設定する (同じトップレベル ドメインに切り替わる) 必要があります。
コンパニオン バナー	オプション	<ul style="list-style-type: none"> • 300 × 60 • JPG、GIF、PNG (画像のみ使用可、第三者のタグは不可) • 150 KB (スキップ不可の動画広告の場合は最大 50 KB) • 最大 30 秒間のアニメーション 	動画と同じクリックスルー URL を継承します。 第三者のトラッキングは使用できません。

動画の要件	YouTube に動画をアップロードする必要があります (動画の URL を入稿してください。短縮 URL は許可されていません)。
	動画の埋め込みを許可する必要があります。
	公開または限定公開にする必要があります。
	ライブストリーミングは許可されていません。
<u>動画の長さの下限</u>	12 秒 (スキップ可能な広告)
<u>動画の長さの上限</u>	最大 6 分 (スキップ可能な広告) *60 秒 (YouTube Kids に掲載されるスキップ可能な広告)
	15 秒 (スキップ不可の広告)
	6 秒 (バンパー広告)
	20 秒 (スキップ不可の広告、欧州、中東、アフリカ、メキシコ、インド、マレーシア、シンガポールのみ)

【注意事項③】 アクションを促す設定（CTA・コンパニオンバナー）

視聴ユーザーのアクションを促すための設定が可能。



CTAボタン

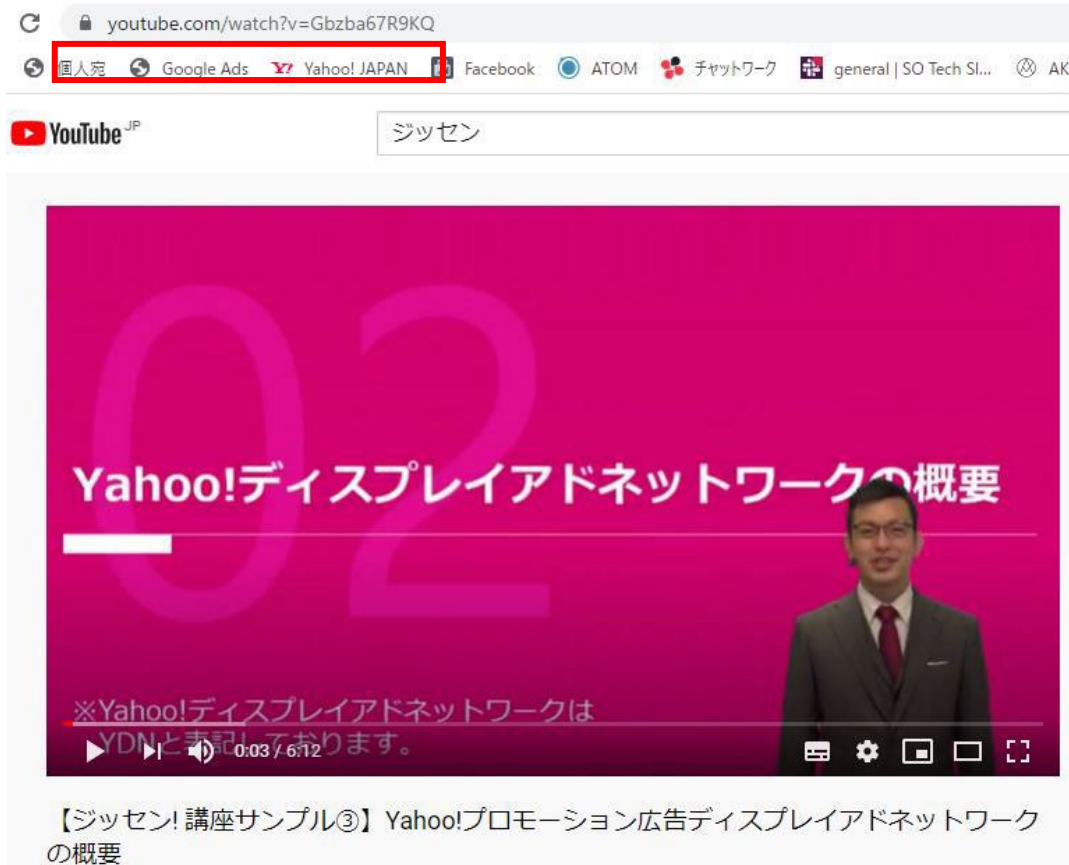
視聴者のアクションを促すボタン。「見積もり依頼」、「今すぐ予約」、「登録」など、お客様の目的に合わせて編集することが可能。ロゴはチャンネルに登録されているロゴが反映される。

コンパニオンバナー

TrueView インストリーム広告またはバンパー広告で設定可能なバナー。入稿なしでも自動生成される。PCのみ設定可能。外部 URL または YouTube チャンネルへとユーザーを誘導可能。コンパニオンバナーをクリックすると、ユーザーが広告を30秒視聴していなくても、視聴回数としてカウントされます。

よくある質問：Q広告主側にてYouTubeチャンネルを持っていない場合には、どうすればいいですか??

A. 動画アップロード用のGoogleアカウントを作成頂き、そのアカウントからYouTubeに動画をアップロード後、YouTubeの動画URLをご共有いただければ問題ございません。



YouTube でサポートされているファイル形式

- .MOV
- .MPEG4
- .MP4
- .AVI
- .WMV
- .MPEGPS
- .FLV
- 3GPP
- WebM
- DNxHR
- ProRes
- CineForm

よくある質問：Q.動画視聴したユーザーへのリマーケティング出来るの？

A. YouTube チャンネルと Google 広告をリンクする事で、動画を視聴したユーザーに対して、リマーケティングを行う事が出来ます。

チャンネルの動画を視聴
特定の動画を視聴
チャンネルの動画を広告として視聴
特定の動画を広告として視聴
チャンネル登録
チャンネルページにアクセス
チャンネルの動画を高く評価
チャンネルの動画を再生リストに追加
チャンネルの動画を共有

YouTube独自のリマーケティングが可能となっており、
左の表の様に広告として視聴した以外にも
チャンネル登録やチャンネルの動画を視聴したユーザーなどのデータを貯める事も可能で
御座います。

よくある質問：Q.動画広告の課金タイミングと課金形態を教えてください。

A. 各掲載方式別の課金形態と課金タイミングの表となります。

Youtube広告 フォーマット	課金形態	課金タイミング
インストリーム広告 (スキップ可)	CPV (視聴課金)	ユーザーが動画を 30 秒間視聴か、30 秒経つ前に動画进行操作した場合に料金が発生する。
	CPM (インプレッション課金)	広告の表示回数で課金。1,000回表示あたりのコストで課金されます。
インストリーム広告 (スキップ不可)	CPM (インプレッション課金)	広告の表示回数で課金。1,000回表示あたりのコストで課金されます。
ディスカバリー広告	クリック課金	クリックした時点で、課金となります。
バンパー広告	CPM (インプレッション課金)	広告の表示回数で課金。1,000回表示あたりのコストで課金されます。
アウトストリーム広告	vCPM課金	動画が50以上見える状態で2秒以上視聴された場合にのみ料金が発生