



報道関係者各位

2026年2月4日
スマートニュース株式会社

スマートニュース、ブランド広告向け新ソリューション群を提供開始 「Deep Attention & Deep Moments」をコンセプトにブランド体験を深化

信頼性の高い「専念視聴メディア」を背景に、
視認性の高い広告フォーマットと閲覧文脈を活かした広告配信で生活者の態度変容を支援

世界中の良質な情報を必要な人に送り届けることをミッションとするスマートニュース株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 CEO：浜本階生）は、広告事業（SmartNews Ads）において、ブランド広告の新たなコンセプト「Deep Attention & Deep Moments」を掲げ、その第一弾として二つの新ソリューションを本日2月4日より提供開始します。

「Deep Attention & Deep Moments」は、SmartNewsが掲げる『世界中の良質な情報を必要な人に送り届ける』というミッションを、広告体験において高いレベルで実装する、当社ブランド広告の新コンセプトです。SmartNewsアプリにおいては、報道機関などから提供されるニュースを中心とした信頼性の高い情報に触れる中で、ユーザーは他のデジタルメディアで課題とされる「ながら見」をせず、記事に意識を向け、能動的に情報を取得しています。当社は、ニュース記事と同様に、広告もまた生活者にとっての『良質な情報』であるべきだと考え、この『深い没頭（Deep Attention）』と『最適な瞬間（Deep Moments）』を掛け合わせることで、ブランドへの深い理解や好意といった態度変容を支援します。



ブランド広告向け新コンセプト **Deep Attention & Deep Moments**

「専念視聴メディア」の特性を背景に
複数の新ソリューションを提供開始

広告を取り巻く環境変化と新ソリューションの開発背景

「ながら見」が進む広告接触と情報環境の信頼性への課題

近年、生活者はスマートフォンを中心に複数のデバイスを使い分けて情報に接し、広告は日常的に「ながら見」され、十分に注視されにくい環境が広がっています。ビデオリサーチ社の調査（※1）



）でも、「広告はよく見る」と回答した割合は、2014年の59.5%から2023年には42.2%へと低下しています。また、不適切なコンテンツへの広告掲載や情報の信頼性をめぐる課題が指摘される中、経済産業省が公表した報告資料（※2）では、広告主がブランド毀損リスクに直面している状況を背景に、広告が掲載される情報環境の信頼性確保の重要性が示されています。

専念視聴と信頼性が生む、SmartNewsの広告効果

こうした課題が広がる中、当社の調査では、SmartNews利用時に他の媒体を高頻度で併用しないユーザーの割合が79%となっており、主要なデジタルメディアと比較して高い水準を示しています（※4）。こうした利用特性から、SmartNewsは「専念視聴メディア」として、報道機関のニュースを中心とした信頼性の高い情報環境の中で、広告主が安心して広告を届けられる場を提供しています。広告認知率は36.5%と、動画メディアの33.3%と同等以上の水準を示す一方で、興味関心・好意・利用意向といったブランドリフト（態度変容の向上）の指標では、動画メディア比で最大1.8倍の効果が確認されています（※5）。

ブランド体験を高める広告プロダクトの展開

こうした環境変化とSmartNewsの媒体特性を踏まえ、当社は、広告が実際に見られ、信頼できる情報環境の中で届けられることを重視し、ブランド広告向けプロダクトの開発を進めてきました。これまで、SmartNewsのトップ画面に縦型の全面動画広告や静止画広告を表示する「Top News Video Ads」および「Top News Display Ads」を提供してきました（※3）。また、記事一覧のフィード面では、大型フォーマットを用いた「ラージュニット」を展開し、ブランド認知・想起を目的とした広告メニューの拡充に取り組んできました。今回提供を開始するブランド広告向け新ソリューションは、「Deep Attention & Deep Moments」というコンセプトのもと、こうした広告価値を、具体的な形で提供するものです。

Top News Video Ads

予約型

縦型全面動画広告



Top News Display Ads

予約型

縦型全面静止画広告



ラージュニット

運用型

記事一覧・記事内広告



「Deep Attention & Deep Moments」を具体化する新ソリューション

- 当社運用型広告で最大の画面占有率となる新フォーマット「インパクトスクエア」
当社はこれまで、記事一覧と調和した表示により、一定の高い視認性を確保しながら、ユーザーの記事閲覧体験に受け入れられやすい「ラージュニット」を提供してきました。「インパクトスクエア」は、こうした取り組みをさらに進化させた広告フォーマットで、当社運



用型広告で最大の画面占有率となる正方形の広告です。ニュースを読むという能動的な利用シーンにおいて、ブランドメッセージが受け止められやすく、認知形成や理解促進に寄与します。運用型広告として柔軟な配信設計が可能でありながら、ブランド広告に適した存在感を備えています。



SmartNews Ads 新広告フォーマット

インパクトスクエア

- 当社運用型広告で**最大の画面占有率**
- 運用型広告と**同じターゲティング**が可能

ブランドメッセージを高い視認性で届け

認知形成から理解促進までの態度変容を支援

- 記事の閲覧文脈に即して広告を配信する「チャンネルターゲティング」
「チャンネルターゲティング」は、SmartNews上のチャンネル面を指定して広告を配信できる仕組みです。カテゴリごとに整理されたチャンネル構造を活用することで、ユーザーが閲覧している記事のテーマや関心に沿った広告配信を可能にします。トップ面をはじめ、ビジネス、ライフスタイルなど250以上のチャンネルから配信先を選択し、ブランドと親和性の高い情報空間に広告を届けることができます。

SmartNews Ads 新ターゲティング

チャンネル ターゲティング

- 250以上**の多彩なチャンネルを選択可能
- 特定のトピックに**“今”**関心が高まっているユーザーに広告を配信
- 運用型で**予算や期間も柔軟**に調整

3



新ソリューションの活用イメージ

例えば、消費財メーカーが新商品を発売する際、「インパクトスクエア」と「チャンネルターゲティング」を組み合わせることで、生活者がニュースを読んでいる適切なモーメントに、ブランドメッセージを高い視認性で届けることが可能です。また、テレビや他のデジタル広告施策と併用することで、認知・理解段階での接触を、その後の購入や利用につなげるマーケティング基盤の形成に寄与します。

「インパクトスクエア」を先行テスト導入いただいた広告主様のコメント

アサヒビール株式会社 コミュニケーションデザイン部 栗岩洋平様

「『インパクトスクエア』は視認性が高く、ブランドメッセージをしっかりと伝えられることが、とても魅力的だと思っています。運用型ということもあり、予算、期間も柔軟に対応できるので、色々なブランドで活用していきたいと思います。またブランドリフトに関しては他媒体と比較しても高いリフトが出ており、驚きました。」

ブランド広告プロダクトの今後の展開

スマートニュースは今後も、「専念視聴メディア」としての特性を基盤に、ブランド広告における接觸の質を高める取り組みを進めています。「インパクトスクエア」に続く広告フォーマットの進化に加え、動画表現の拡張などを通じて、ブランドや商品の理解をより深める体験の提供を目指します。また、記事の内容やテーマとの関連性を踏まえ、ユーザーの関心が高まるモーメントに広告を届ける配信設計やターゲティングの高度化にも継続して取り組みます。信頼性の高い情報環境のもと、広告主のマーケティング活動を支えるソリューションを段階的に拡充し、広告価値のさらなる向上に貢献していきます。

※1 ビデオリサーチ社 生活者データベースACR/ex 生活者の広告への態度の変化

※2 経済産業省「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価」(2025年12月)

※3 「[Top News Video Ads](#)」提供開始(2024年3月)、「[Top News Display Ads](#)」提供開始(2024年11月)

※4 当社 メディア利用時の専念視聴調査 協力:マクロミル社(2025年4月)

※5 当社 クロスマディア調査 協力:マクロミル社(2025年5月から10月の広告案件で実施)

本件に関する広告主・広告会社様からのお問合せ先

メールアドレス: ads-promotion@smartnews.com

SmartNews Adsについて

SmartNews Adsとは、ニュースアプリ「スマートニュース(SmartNews)」に配信できる広告です。スマートニュースは、アプリ上に、インフィード、動画、ディスプレイ等様々な方法で広告配信を行っています。また、1人ひとりの関心にあわせたニュースとともに、有益な情報の1つとして広告を配信できます。<https://ads.smartnews.com/home/>

スマートニュース株式会社について

スマートニュース株式会社は2012年6月15日の設立以来、「世界中の良質な情報を必要な人に送り届ける」をミッションに掲げ、日本と米国でニュースアプリ「SmartNews(スマートニュース)」を開発、国内のニュースアプリとしては最大級のユーザー数を誇ります。2023年末からは初めてのサブスクリプションサービス「SmartNews+」を開始、子会社のスローニュースとともに、優れたジャーナリズムによって生まれた良質な報道や多様なコンテンツを一人でも多くの利用者に届けることに力を注いでいます。世界中の膨大な情報を日夜解析し続けるアルゴリズムと国内外の3,000媒体以上のメディアパートナーとの強力な提携関係のもと、スマートデバイスに最適化さ



SmartNews

れた快適なインターフェースを通じて、良質な情報を一人でも多くの利用者に効果的に届けることで、これからも社会に貢献していく考えです。<https://about.smartnews.com/ja/>

本件に関する報道関係者からのお問合せ先

スマートニュース 広報担当(田中)

pr_jp@smartnews.com