

SSP「アドフリくん」アドネットワーク運用について

【1】アドネットワークの申請

色々なアドネットワーク（以下 ADNW）を簡単に利用できるのがアドフリくんのメリットですが、**ADNW の申請のしすぎは禁物**です。

※注意：申請したけど結局配信をしなかった ADNW は広告案件が一定期間後に自動で配信停止する場合があります、後日使い始めた時に「空枠」しかでない場合があります。

どんなにインプレッション（以下 imp）が多いメディアでも、最終的に同時利用するのは**3～4社**に絞ったほうがよいでしょう。

※注意：同時配信している ADNW が多ければ多いほど imp を分散することになり、1社の ADNW のポテンシャルを十分に活かしきれない場合がございます。

まず初めに、利用したい ADNW を複数社申請します。

最適な ADNW の配信数の目安としては、下記を参考ください。（あくまでも目安）

最適な ADNW の申請数 目安)

広告枠のクリック数在庫が、

1,000CL～3,000CL/week → 2社～3社以下の利用が適切

3,000CL～5,000CL/week → 4社～5社以下の利用が適切

※マメ知識：1ADNW に対して約 1,000CL 送って、ようやく ADNW が広告枠を評価できると言われています。評価によってクリック単価（以下 CPC）が上下し始めるのもこの頃からです。

ADNW の選び方の参考例)

- ・評判が良い ADNW、使用経験があり信頼できる ADNW。
- ・キャンペーンを実施している ADNW を率先的に利用してみる。
- ・試したことのない ADNW を実験的に配信してみる。
- ・アイコン型 ADNW を 320×50 枠で配信した事がないので利用してみる。
- ・アドフリくん経由で他社 SSP を配信してみる
- ・動画 ADNW を利用してみる。
- ・分からない場合は、現在統計的に収益性の高い ADNW をアドフリくん担当に聞いてみる。などなど。

◎ポイント

- ・ADNWの申請しすぎはやめましょう。
- ・同時利用するADNWの数はクリック数に応じて決定しましょう。
- ・どんなにimpが多いメディアでも最終的には3~4社程度の運用が良いでしょう。
- ・信頼できるADNWを必ず1社は配信しましょう。

【2】アドネットワークの配信（初回）

はじめてADNWの配信を開始する際はADNWの「自動調整ロジック」はOFFにして、すべて「手動配信」でADNWの配信を開始しましょう。

※注意：自動調整ロジックは過去のeCPMを元に自動調整を行なうので初回は利用できません。まずは各ADNWのeCPMデータをためる必要があります。

初回の配信例）ADNW4社を利用する場合

>配信初日

- ・A社：25%（自動調整OFF）
- ・B社：25%（自動調整OFF）
- ・C社：25%（自動調整OFF）
- ・D社：25%（自動調整OFF）

手動で等分に比率設定をしたまま2~3日配信をしましょう。

>配信2日目

各ADNWのeCPM結果が出始めました。

同じ配信比率、同じ掲載位置に関わらず、CTRやCPC、収益額に差が出てくるでしょう。このままもう1日置いてみます。

>配信3日目

ここで自動調整をONにします。

今までたまったデータを元にアドフリくんの自動配信調整機能が働きます。

※「手動」での配信比率設定時の注意点

ADNWの配信スイッチを「ON」にすると自動的に「10」という数字が割り当てられます。この数字事態は比率（%）ではございません。

例）ADNWを4つ「ON」にすると、それぞれのADNWに「10」という数字が割り当てられ、合計が「40」となりますが、実際は各ADNWに「25%」ずつ割り当てられ、合計で「100%」となります。

また、この数字は手動で変更する事ができますので、合計「100」になるように設定頂くと%の計算がしやすくなります。

尚、「0」を入力すると ADNW の配信が止まりますが使用しない ADNW はなるべく「OFF」にして頂くようお願い致します。

ここで自動調整ロジックの種類をご紹介します。

1. 平均型

- ・ **リスクヘッジ型**の自動調整ロジックです。
- ・ 各 ADNW の過去 3 日間の平均 eCPM [レポート (アドフリくん) 計測] が高い順に比率を割り振ります。
- ・ 各 ADNW に持たせる比率を気持ち多めに設定する事で、ADNW 1 社が「サーバー落ち」や「単価の急下降」をしても影響を受けないようリスクヘッジをします。

2. 上位強調型

- ・ 上位の ADNW に強調して配信比率を割り振る、**攻め型**の自動調整ロジックです。
- ・ 10 万 imp/日 (レポートアドフリくん計測) 以上ある広告枠はこちらをオススメ致します。
- ・ 1 時間毎に「毎時間計測している eCPM」が高い順に自動調整を行い、比率を割り振ります。
- ・ 10 万 imp/日未満の場合は、午前中に 1 回、午後夕方頃に 1 回、合計 2 回自動調整を行います。

※注意: imp が少ない広告枠でのご利用はお控えください。また、ADNW をたくさん ON にしている場合でのご利用もお控えください。上位の ADNW に極端に比率を割り振るため、下位 ADNW の imp が発生しづらくなりポテンシャルを生かしきれなくなるため、結果的に上位 1 社に偏ってしまう場合がございます。10 万 imp/日以上ある広告枠で、ADNW 3～4 社での利用が最適です。

◎ポイント

- ・ 初回配信時は各 ADNW のポテンシャルを見るため手動で比率を等分に設定し 2～3 日ほど配信しましょう。
 - ・ 自動調整ロジックは広告枠の規模にあった最適なロジックを利用しましょう。
 - ・ もちろん自分で配信比率を調整したいメディア様は手動のみのご利用も可能です。
- (経験上「自動ロジック+手動でたまに微調整」が一番バランスが取れると感じてます。)

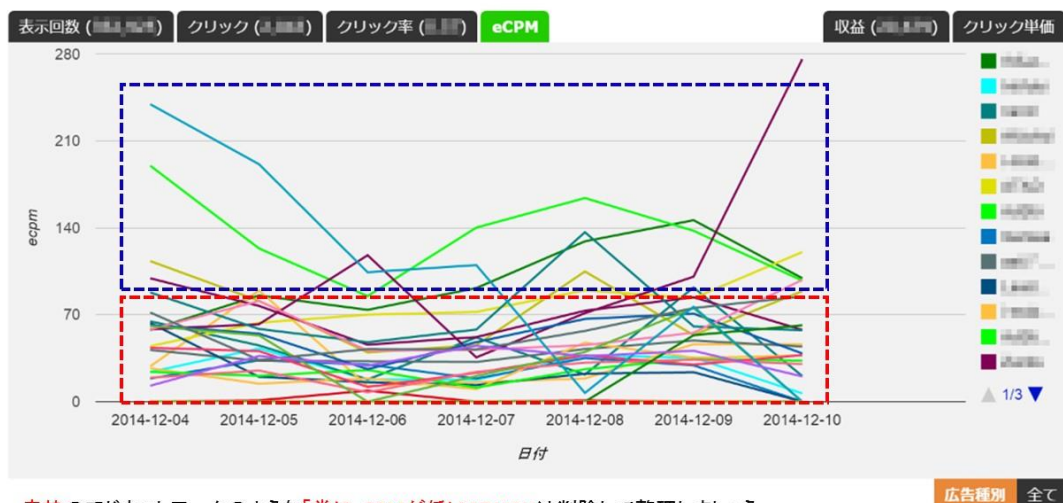
【3】アドネットワークの運用

複数の ADNW を配信していると、同じ広告掲載位置に関わらず、CTR、CPC、収益額に差が出てきます。

自動調整ロジックはその差を元に ADNW の配信比率の自動振り分けを行います。極端に悪い ADNW を自動で OFF にする事は致しません。これは自動ロジックが常に eCPM を計測し続けるため、少量でも imp を発生させる必要があるからです。

そこで、自動調整ロジックを利用している場合でも 1 週間に 1 度でも構いませんので、極端に eCPM が悪い ADNW を OFF にするなどの整理を行なうのが良いでしょう。

図「極端に eCPM をがかけ離れて低い ADNW を OFF にする」



赤枠のアドネットワークのような「常にeCPMが低いADNW」は削除して整理しましょう。
たとえ、自動配信ロジックで「低めの配信比率(=例えば1~2%)」が設定されていたとしても、
その1~2%が束になると10%~20%にでもなってしまう、非常にもったいないです。
ある程度効果測定をして青枠のように「常にeCPMが安定して高いADNW」を利用しましょう。

この時、ADNW の収益性の判断は必ず「レポート (アドフリくん) の eCPM」で行なう事。CPC での判断は禁物です。CPC が高くてもクリックされないと収益になりません。CPC が低くても CTR が高ければ結果的に収益額が高くなる場合もあります。そのため、それらが全て反映される「レポート (アドフリくん) の eCPM」で判断するのが最善です。

※注意：imp が極端に少ない時に「たまたま発生したクリック」によって eCPM がグラフ上で跳ね上がってしまう場合があります。これを「見せかけの eCPM」と名付けますが、この「見せかけの eCPM」は本来の ADNW の収益性ではないので、imp が少ない ADNW の eCPM が跳ね上がっていた場合は注意して見極めてください。

◎ポイント

- ・極端に収益性が低い ADNW は OFF にしていきましょう。
- ・ADNW の収益性の判断は必ず「レポート (アドフリくん) の eCPM」で判断しましょう。
- ・「見せかけの eCPM」に注意しましょう。

【4】アドネットワークの運用（応用編）

日々ADNW 運用を行なっているなかで、新しい ADNW を試したい場合に「収益性をなるべく落とさず、新しい ADNW の効果測定をする方法」をお伝えします。

◎「ADNW を2つのグループに分けて運用する」

効果的に ADNW 運用をする例として、以下のように「2つのグループ」に分けて運用することをおすすめしております。それぞれの役割とバランスの良い設定例は以下の通りです。

1. メイン利用アドネットワーク

収益性が高く、お金をガンガン稼いでいくための ADNW だけで構成したグループです。前述している通り、どんなにインプレッションが多い媒体でも ADNW3~4 社程度が最適です。

(インプレッションが少ない媒体であれば 1~2 社でも OK)

- ・ADNW 数：3~4 社（インプレッション規模が小さければ 1~2 社）
- ・比率：3~4 社の合計が「70%~80%」程
- ・配信比率設定：自動配信設定を ON にして自動調整ロジックに任せる

2. 効果測定用アドネットワーク

未使用だが、今後試してみたい ADNW で構成したグループ。

例えば、初めて利用する ADNW や、他アプリで収益性が良いと評判を聞く ADNW など、メイン利用する前に効果測定が必要な ADNW をこのグループに分類しましょう。

- ・ADNW 数：1~2 社（インプレッション規模が小さければ 1 社）
- ・比率：2 社の合計が「20%~30%」程
- ・配信比率設定：自動配信設定を OFF にして、2 社の ADNW を「手動」で均等の比率に設定。同条件で 2~3 日ほど eCPM の推移を確認するため。

図「ADNW 毎に [自動] と [手動] を使い分ける設定方法」

←アドネットワーク設定に戻る

配信比率 自動調整設定(日本)

設定: ☒ ON

自動調整タイプ: ☐ 平均型 (?) ☒ 上位強調型 (?)

☐ InMobi ☒ nend ☒ i-mobile ☐ AdStir ☒ Zucks ☐ AppliPromotion ☒ ast(パナー)

※注意※

上位強調型を選択した場合、当日分の実績が取得できないアドネットワークは **自動調整対象外** となり、正しく比率が割り振られない可能性があります。

※チェックボックスに「☒」がついているADNWは自動調整ロジックが「ON」になります。それ以外のADNWは手動で入力した数字が優先されます。

アドネットワーク: 【自動調整対象外アドネットワーク】

InMobi
Geniee
LeadBolt
Rubicon Project
Millennial Media
AppVador

これらは自動調整の対象から外し、手動で比率を設定いただくことをお勧めいたします。

更新する

キャンセル

効果測定を行なう中で、『2, 効果測定用アドネットワーク』の中で eCPM の高い ADNW が出てきたら自動調整ロジックを ON に変えてあげて『1, メイン利用アドネットワーク』に組み込む。逆に、『1, メイン利用アドネットワーク』の中で eCPM が極端に悪い ADNW が出てきたら、その ADNW の配信をストップする、もしくは一旦自動調整ロジックを OFF にして『2, 効果測定用アドネットワーク』に組み込んで様子を見る。

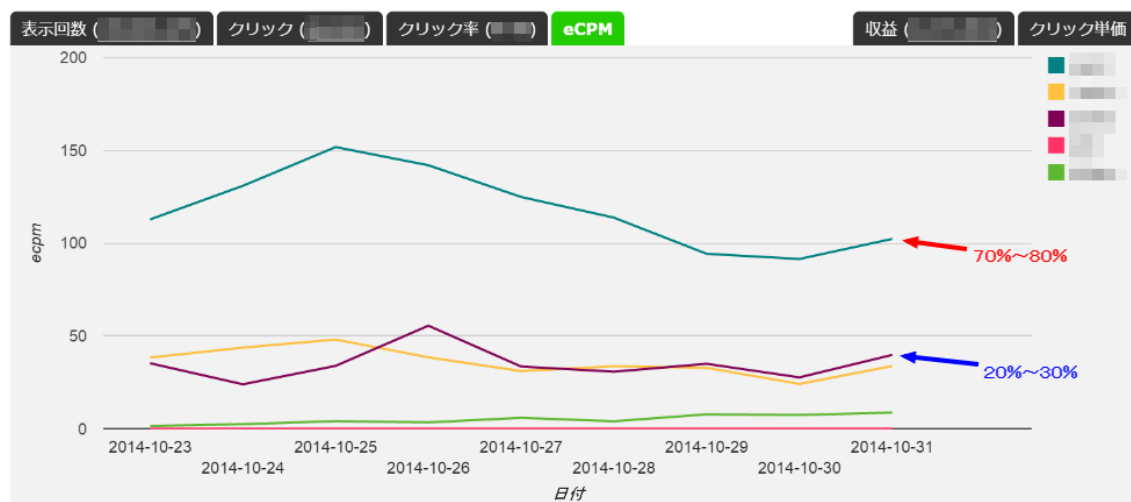
上記のように ADNW の効果測定を行いながら、1 週間に 1 回だけでも ADNW の整理を行なうと良いでしょう。

『1, メイン利用アドネットワーク』はメインで利用する収益性の高い稼ぎ頭の ADNW です。『1, メイン利用アドネットワーク』の比率が高ければ高いほど収益性が高くなります。『2, 効果測定用アドネットワーク』は効果測定用の ADNW です。『2, 効果測定用アドネットワーク』の比率が高ければ高いほど、収益性が落ちる可能性が高くなります。安定して攻めたいときは『1』を多めに設定するのが良いですし、マンネリな ADNW の現状を打破したいときは『2』を多めに設定する、という具合に、時期によって『1』と『2』の配信比率バランスを考えることが重要となってきます。

◎ポイント

- ・メイン利用の ADNW はどんなに大きなインプレッションの媒体でも 3～4 社に絞る。
- ・1 週間に 1 回だけでも ADNW の整理を行なう。

◎番外編：特定の1社のADNWが圧倒的に収益性が高い場合の運用について



上記の図の様に、1社のADNWが圧倒的に収益性（eCPM）が高い場合の運用法については、下記の通りに行なうと良いでしょう。

1. メイン利用アドネットワーク

- ・ 圧倒的に収益性が高いADNW 1社のみ
- ・ 比率：70%～80%
- ・ 配信比率設定：自動配信設定をOFFにして「手動」配信

2. 効果測定用アドネットワーク

- ・ その次に収益性が高いADNWを2～3社
- ・ 比率：合計が20%～30%以内
- ・ 配信比率設定：自動配信設定をOFFにして2社のADNWを「手動」で均等の比率に設定。（もしくは自動配信設定をONにして20%の中で最適化を行なうのもアリです。）

上記のような設定をする事で圧倒的に収益性（eCPM）が高いADNWを十分に配信する事ができ、且つ残りの20%～30%で他ADNWの効果測定をしつつ、リスクヘッジが可能となります。

※大注意：ADNW 1社に大幅な比率を設定する事は大変リスクが大きいため、頻繁に管理画面をチェックして急なeCPMの下落がないかチェックする事が大切です。

eCPMが下落する要因としては、ADNWのサーバーダウンによる案件配信停止や、相性の良かった広告案件の予算が尽きて急に配信が止まる、などです。

【5】アドネットワークの運用（放置編）

【1】～【4】までの運用を細かく行なうことによって、ADNW 最適化の精度が増し、収益性も向上していくかと思います。SSP の使用例では、1 社の ADNW を利用していた時より 2～3 倍以上収益が増えたという例もありますので、ADNW の収益性の推移を逐一把握し、最適化運用を行なうことはとても重要です。ただし、メディアをたくさん運営されている開発会社様については、全ての広告枠で上記のような運用を行なうのはとても大変です。

◎開発者が気をつけるべきポイント

例えば「ADNW 運用に毎日時間を割いたことによって月の売上が 2 倍になった！（でも実際は売上が 1,000 円から 2,000 円にアップしただけ…）」という規模の改善では、毎日 ADNW 運用に時間を掛けてしまうと費用対効果が悪すぎます。

その時間を新しいアプリの開発や既存アプリのダウンロード数を伸ばす施策につぎ込んだほうが建設的ですので、「最も売上が高いアプリ、もしくは注力したいアプリのみ時間を掛けて ADNW 運用する」というように割りきった考え方も重要です。

◎旬が過ぎて放置しているアプリの ADNW 運用について

広告マネタイズモデルは、旬を過ぎたアプリでも毎月売上が上がるロングテールなビジネスモデルです。

ツール系や情報ニュース系のアプリメディアとは違い、カジュアルゲームのように寿命の短いアプリや、あまりダウンロード数が伸びなくなった古いアプリについては、アドフリックの自動配信比率調整機能に任せてから放置しましょう。

その時の注意点として、ADNW をたくさん配信した状態で放置せず、【4】アドネットワークの運用（応用編）で説明した『1, メイン利用アドネットワーク』（2～3 社）に絞ってから、自動配信調整機能を ON にした状態で放置をする事。

こうすることで、単純にアプリを放置してしまうよりも、収益性を高く保つ事が可能です。

◎ポイント

- ・広告枠が多くて運用が大変な場合は、最も売上が高いアプリ、もしくは注力したいアプリのみ時間を掛けて ADNW 運用する。他は自動調整ロジックに任せる。
- ・旬の過ぎた古いアプリはそのまま放置せず、確実な ADNW 2～3 社を絞ってから自動調整ロジックを ON にした状態で放置をする。

アドフリくんは皆様の収益が上がるようサポートに尽力致します。
何か不明点がありましたら気軽にアドフリくんサポートへお問い合わせください。

アドフリくんサポート
adfurikun_support@tjk-inc.jp

CONFIDENTIAL