

ケーススタディ IDENTITY HUB

神戸新聞が、PubMaticのIdentity Hubで収益性を改善

PubMaticのIdentity Hub導入により、神戸新聞の収益性が最大667%上昇

課題

「神戸新聞」は、1898年に創設された神戸市を本拠とする日本の大手日刊紙です。神戸新聞には、プログラマティック広告によって収益化され、広く閲覧されているデジタル資産を保有しており、この広告収益を保護することは、同社の将来の成功にとって重要でした。

オーディエンスのアドレサビリティは、プログラマティックのメディアバイヤーがパブリッシャーのオーディエンスを認識し、広告枠に入札できるようにするために不可欠であり、パブリッシャーの収益性とバイヤーのキャンペーンのパフォーマンスを最大化します。適切なIDソリューションがなければ、バイヤーからの広告費の削減が予想されます。

今後2年以内にChromeブラウザのサードパーティCookieを段階的に廃止する予定であるというGoogleの発表を受けて、神戸新聞は、代替のIDソリューションを探し出す必要がありました。サードパーティCookieが廃止後のアドレサビリティの課題を改善するため、同社はPubMaticの提案を受けました。

ソリューション: IDENTITY HUB

PubMaticのIdentity Hubにより、パブリッシャーはプログラマティック広告の収益性を改善し、デマンドパートナーは、アドレサビリティを通じてキャンペーンのパフォーマンスを向上させることができます。

Identity Hubは業界をリードする信頼性の高いPrebidにより構築されており、使いやすいUI、分析、クライアントサポートを備えているため、パブリッシャーはデバイスやプラットフォームの制限を受けず、各広告のインプレッションに対して複数のIDを簡易にサポートが可能です。

神戸新聞は、Identity Hubを使用し同社のデジタルメディアの「デイリースポーツ」と「神戸新聞NEXT」に複数の代替IDを効率的に採用し、追加費用なしでプログラマティック広告の収益性を上昇させることができました。また、セルフサービスツールの利用により、神戸新聞は各IDソリューションの有効性をテストおよび学習することができました。Identity Hubは特定のIDに依存せず、現在パートナーを追加しています。

数字で見る実績

Identity Hubの導入により、神戸新聞では広告の収益性とフィルレートに大幅な向上が見られました。
(2020年6月のデータより)

667%

収益性の
平均上昇率¹

1,321%

特定DSP(TTD)
からの収益性の
平均上昇率²

264%

平均フィルレートの
上昇率³

¹ ID有とID無の1リクエストあたりの収益性(gross eCPM)*を比較した際の、ID有の場合のID無に対する平均上昇率

² The Trade Desk (TTD)からの1リクエストあたりの収益性をID有とID無で比較した際の、ID有の場合のID無に対する平均上昇率

³ ID有とID無の全トラフィックにおけるフィルレートを比較した際の、ID有の場合のID無に対するフィルレートの平均上昇率

* gross eCPM: gross eCPMの略で「収益÷総リクエスト数x1000」で算出。収益性を測る指標としてここでは活用

PUBMATIC (パブマティック)について

PubMaticは、広告代理店や広告主により選択されるセルサイド・プラットフォームであることにより、パブリッシャーに優れた収益をもたらします。PubMaticのプラットフォームは、独立系アプリ開発者とパブリッシャーがデジタル広告の収益を最大化できるように支援し、広告主は広告フォーマットやデバイスを問わず、ブランドセーフティでプレミアムな環境において、ターゲットオーディエンスにリーチしエンゲージを高め、ROIを向上させます。

2006年以来、PubMaticは効率的でグローバルなインフラストラクチャを構築し、プログラマティックのイノベーションの最先端を走り続けています。PubMaticは米カリフォルニア州レッドウッドシティに本社を置き、全世界に14カ所のオフィスと9カ所のデータセンターを構えています。

お問い合わせ先: jp@pubmatic.com