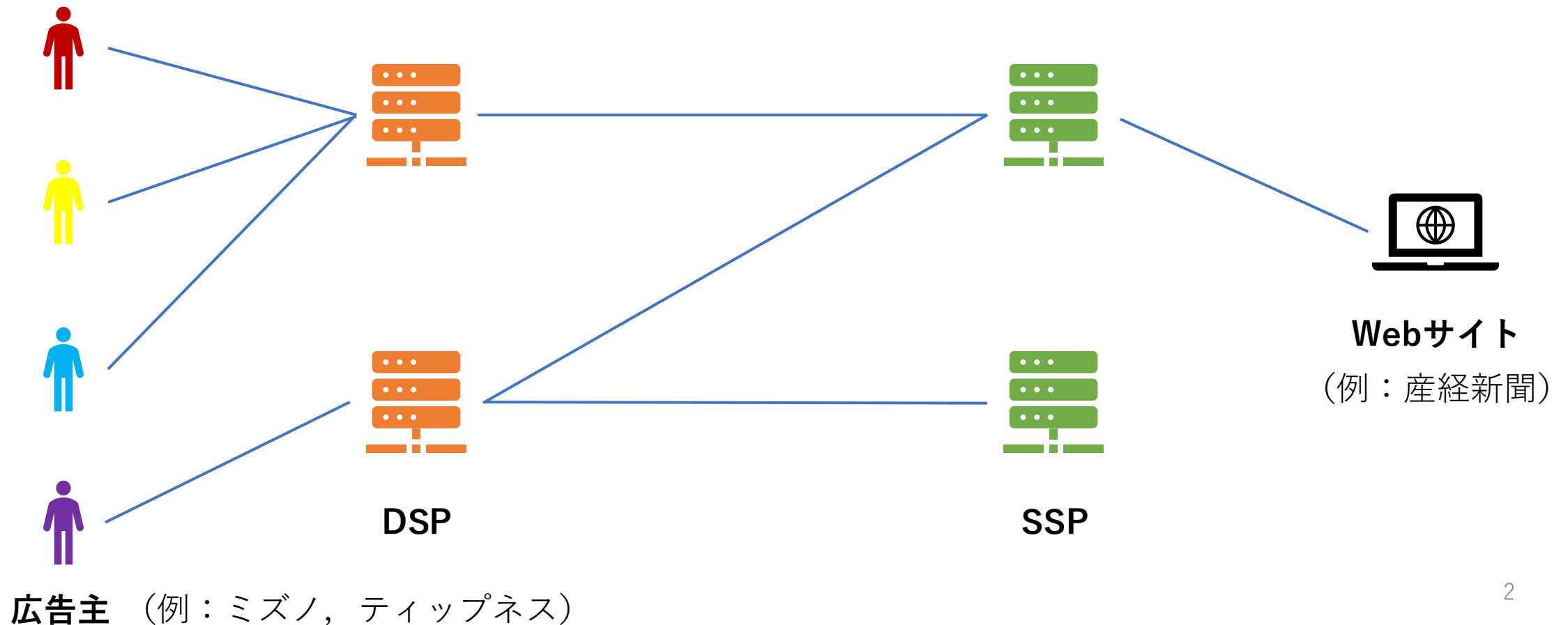


Header Bidding を用いた ターゲット広告価格とペルソナの関係分析

茂呂龍太

Header Bidding(HB)

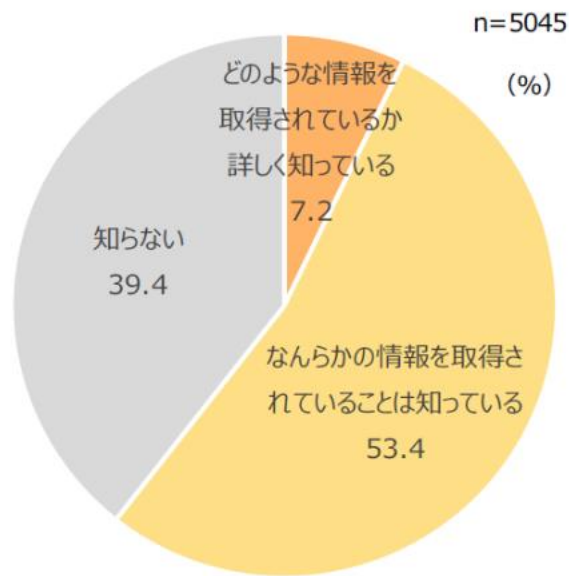
- 新しい**Web広告オークション方式**の1つ



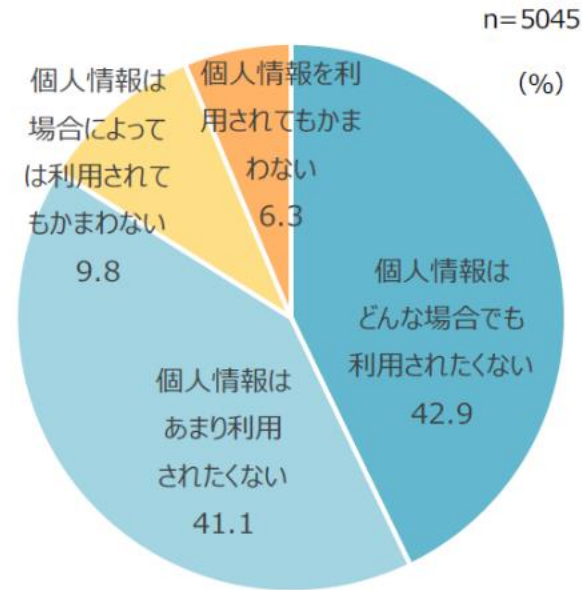
研究背景

ユーザの約7割がWeb広告への個人情報の利用に不安を感じている。

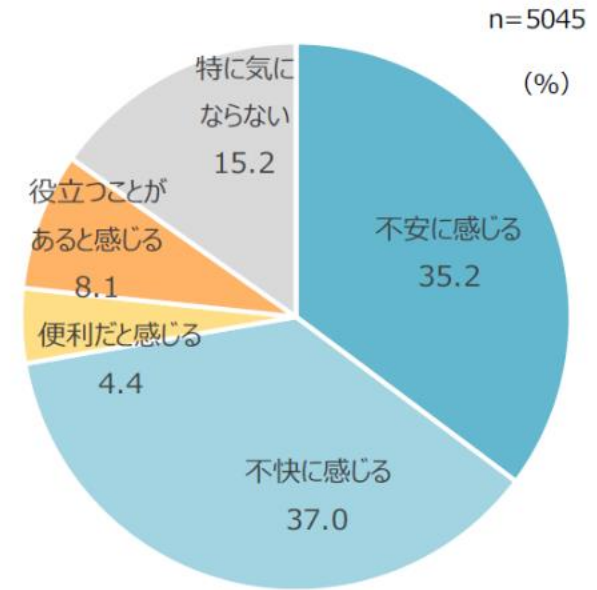
〈個人情報取得事実の把握〉



〈個人情報利活用への許容度〉



〈個人情報利活用についての気持ち〉



先行研究

- 閲覧履歴
- 広告をクリック
- 経過時間
- パブリッシャーサイトの特徴



- 広告価格(CPM)が**増加**
- 入札数が**増加**

- 文献[1] 田口勇翔, 菊池浩明, “Header Bidding 情報を用いた ペルソナに応じたターゲティング広告の調査”
- 文献[2] 柴山りな, “Header Bidding を用いたオンラインターゲティング広告の観測に関する研究”

研究目的

- ユーザの日常的なWebサイト上での行動に対して配信される広告は増えるのか？
- **RQ1:ペルソナによって入札値が変わるのか**
- **RQ2:ペルソナによってターゲット広告が増えるのか**
- **RQ3:商品をカートに入れると，ターゲット広告が増えるのか**

研究方法, HB

```
> pbjs.getAllWinningBids()
< (2) [{...}, {...}] i
  ▼ 0:
    ad: "<div id=¥aclrkDKGY¥" style=¥width:300px;¥><div id=¥idfchEFij
    adId: "469184412243776"
    adUnitCode: "js-ad-top-pc-1"
    adUrl: undefined
    adapterCode: "microad"
    ▶ adserverTargeting: {hb_bidder: 'microad', hb_adid: '469184412243776',
    auctionId: "3ef5c147-c1d9-4088-b0c1-0a41bed66295"
    bidder: "microad"
    bidderCode: "microad"
    cpm: 48.8949865
    creativeId: "268774_2"
    currency: "JPY"
    ▶ getCpmInNewCurrency: f (e)
    ▶ getIdentifiers: f ()
    ▶ getSize: f ()
    ▶ getStatusCodes: f ()
    height: 250
    mediaType: "banner"
    ▼ meta:
      ▶ advertiserDomains: ['udtrucks.com']
      mediaType: "banner"
      networkId: 43
      networkName: "UniverseAds"
      ▶ [[Prototype]]: Object
    ▶ metrics: {startTiming: f, measureTime: f, measureHookTime: f, checkp
```

CPM：広告が1000回表示されるごとに
かかる広告費

Advertiser Domains：表示された広告の
ドメイン

viewペルソナ

興味に対応するキーワードをGoogleで検索し, 上位5サイトにアクセスする.

旅行



G 海外 旅行



スポーツ



スポーツ ジム



ゲーム



ゲーム ランキング



健康



健康 サプリ



bannerペルソナ, cartペルソナ

- bannerペルソナ
 - バナー広告をクリック



- cartペルソナ
 - 商品をカートに入れる

687 円 税込 ~~2,750 円~~ **75%OFF**

2025年03月04日23時59分まで割引価格でお買い求めいただけます。

ソフト内購入あり

もらえるポイント(最大): 🍀 35

ダウンロード版

キャンセル不可

カートに入れる

ターゲット広告の定義

- ターゲット率 m_p :
ペルソナ p に対して広告のジャンルが一致している割合

$$m_p = \frac{\text{ペルソナの興味と一致する広告}}{\text{入札した広告主のユニーク数}}$$

ターゲット率の例

「スポーツ」ペルソナ

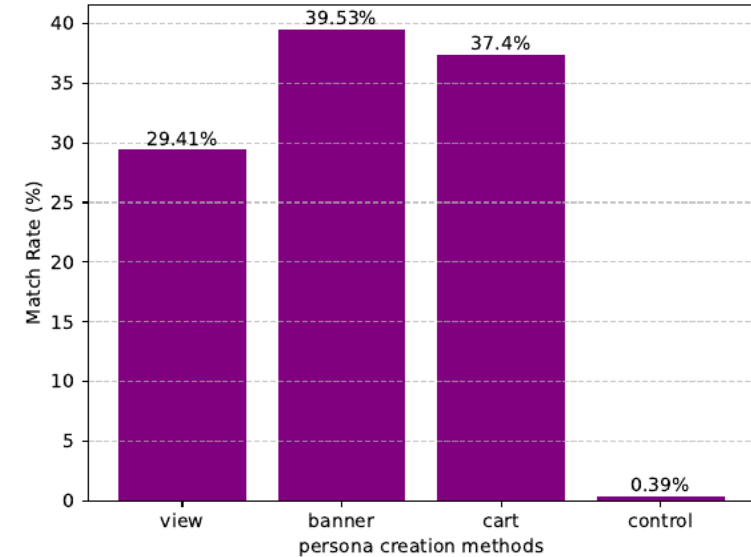
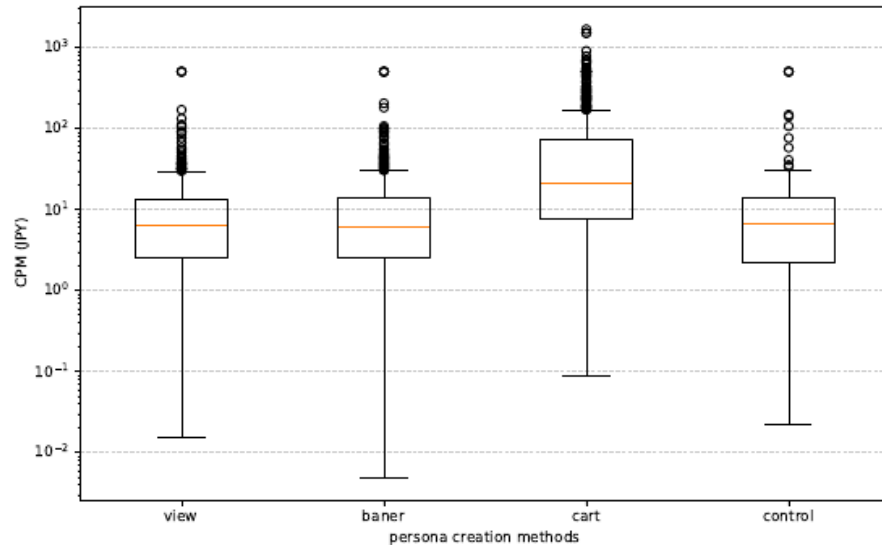
	B	C	D	E	F
1	advertiserDomain	Title	Description	Keywords	F
2	jpn.mizuno.com	ミズノ公式オンライン MIZUNO	総合 スポーツ ブランド、ミズノ株式会社の公式ウェブサイトです。		1
3		Error	Error	Error	
4	tip.tipness.co.jp	フィットネスクラブ・ スポーツ クラブ【ティップネス】	フィットネスクラブ「ティップネス」には、あなたの「なりたいカラダ」への近道があります。	フィットネスクラブ, スポーツ クラブ,TIPNESS,ティップネス,ジム,ファンクショナル	1
5	tip.tipness.co.jp	フィットネスクラブ・ スポーツ クラブ【ティップネス】	フィットネスクラブ「ティップネス」には、あなたの「なりたいカラダ」への近道があります。	フィットネスクラブ, スポーツ クラブ,TIPNESS,ティップネス,ジム,ファンクショナル	1
6	sas.com	SAS: アナリティクス、AI、データ・マネジメント SAS	SASはアナリティクスのリーディング・カンパニーです。		0
7					

$$m_p = \frac{3}{4}$$

ターゲット広告観測手順

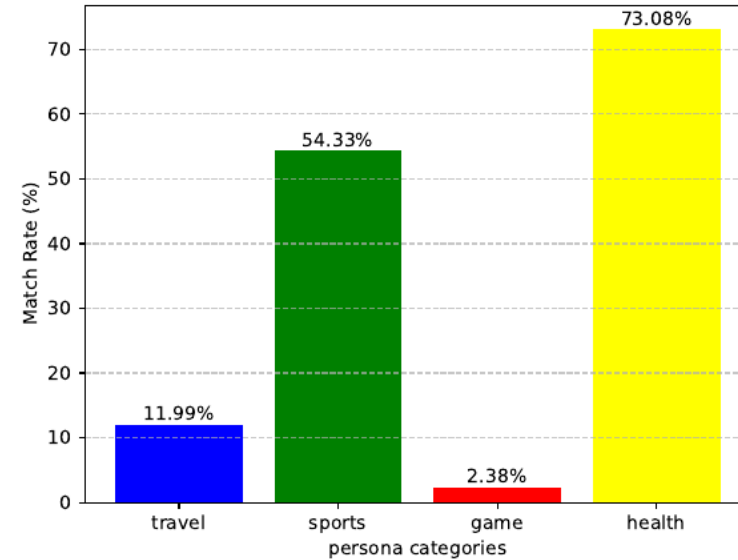
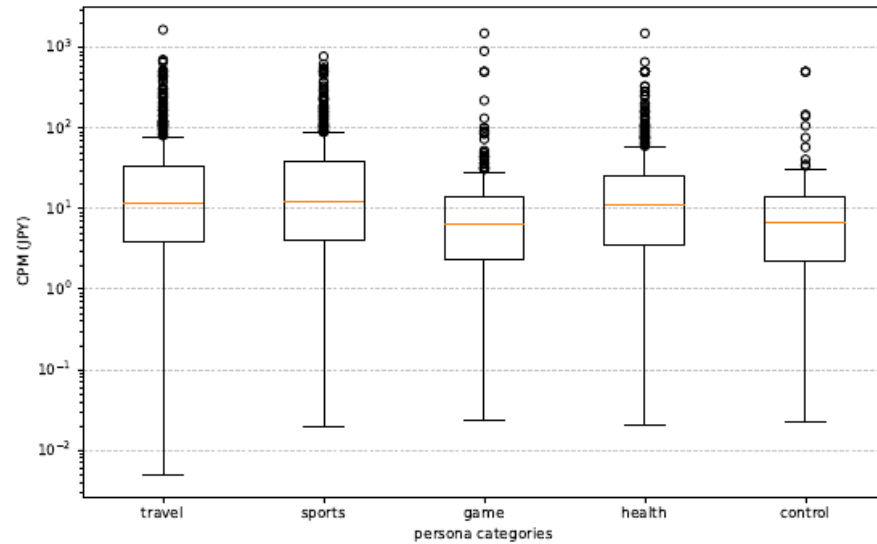
- 13個のGoogleアカウントにペルソナを割り当てる.
- CPM, Advertiser Domainsを取得する.
- ゲストアカウントでAdvertiser DomainsからTitle, Keywords, Descriptionを取得する.
- 2024年12月12日, 14時半～19時半, 明治大学中野キャンパス, Windows11

結果1：ペルソナとCPM, ターゲット率



bannerペルソナはターゲット率**高**→CPM**低**
蓄積した閲覧履歴の数が影響している可能性がある.

結果2：ジャンルとCPM, ターゲット率



ターゲット率が大きく異なる原因→ペルソナを作る際のキーワードの影響
例) ゲーム→nintendo.com , famitsu.com からの広告なし

まとめ

- 本実験は広告のターゲット率，ペルソナの作り方による広告価格の変化について調査した.
- RQ1:ペルソナによって入札値が変わる
 - **cartペルソナは他のペルソナの約3.5～5倍のCPM**
- RQ2:ペルソナによってターゲット広告が増える
 - **bannerペルソナはviewペルソナの1.3倍のターゲット率**
- RQ3:商品をカートに入れると，ターゲット広告が増える
 - **cartペルソナのターゲット率viewペルソナの1.3倍**