



ウォーターフォールのベストプラクティスと推奨事項:

14の有用なアドバイス



MoPubは、[Voodoo](#)、[BitMango](#)、[Gamejam](#)、[Playrix](#)といった業界を牽引するアプリパブリッシャーのパートナーとここ何年かにわたって緊密に連携し、各社がたどる成長と成功への道筋を最高峰の広告ソリューションで後押ししてきました。そこで学んだことが1つあります。[モバイル広告の収益化と広告メディエーション](#)の仕組みは複雑であり、設定したオーディエンスごとに価値をもたらすためには、テスト、広告ネットワーク管理、価格設定、国別のターゲティングのバランスを適切にとる必要があるということです。テストと最適化を繰り返す目的は、クライアントのパフォーマンスを高め、[ARPPDAU](#)（1日のアクティブ利用者の平均収益）を上げることにあります。業界では徐々にアプリ内ビディングが舵を取る世界に移行しているものの、[ウォーターフォール](#)の管理も収益化の担当部門にとってはまだ現実として残っています。MoPubのミッションは、パブリッシャーの広告ビジネスの規模拡大を手助けし、広告担当部門がゲームのARPPDAUや[LTV](#)（顧客生涯価値）を向上できるようサポートすることです。このミッションを踏まえて、パブリッシャーがウォーターフォールの設定を改善し、微調整がうまくいくためにMoPubが持つ最高のアドバイスをまとめました。





推奨: アドバンストビディングを導入する

可能な時期に[アドバンストビディング](#)でネットワークが稼働できるように導入しておくことをおすすめします。導入によって、多くの地域ごとのキャンペーンにおいてウォーターフォールのレイテンシー削減、フィルレート改善、1日のアクティブ利用者（[DAU](#)）のインプレッション数増加が見込まれるため、最終的に1日のアクティブ利用者の平均収益（[ARPPDAU](#)）の向上につながるでしょう。MoPubの大手パブリッシャーは、各社ともアドバンストビディングを導入しています。A/Bテストの測定結果では、[ARPPDAU](#)が5%~45%向上し、ウォーターフォールの管理にかかる時間の削減ができました。



推奨: MoPub Marketplaceを利用する

MoPub Marketplaceは強力なデマンドソースです。Twitterからブランドとパフォーマンスのキャンペーンと、130社を超える[DSP](#)が結集しています。Marketplaceによってネットワーク間に新たな競争が生まれるため、ウォーターフォールのどの階層で競っても平均eCPMとARPPDAUが増加することが証明されています。（ウォーターフォールで[Marketplace](#)の使用と不使用を比較するA/Bテストをいくつかのパブリッシャーで実施しましたが、Marketplaceの使用時のほうが収益とARPPDAUは一貫して上でした）すべてのデマンドソース間で公平な競争を実現し、それが収益の最大化につながるようにするためのアドバイスは次のとおりです。

- MoPub Marketplaceのラインアイテムを1つ各プライオリティの一番下に置くことでMoPub Marketplaceへのアクセスを公平にします。（ウォーターフォール全体でプライオリティとMoPub Marketplaceのラインアイテムは1つずつにするのが望ましいです）
- あるいは、単純にMarketplaceを[アドバンストビディング](#)で有効にするだけでも効果があります。（この場合、必ずしも他のネットワークをアドバンストビディングで稼働する必要はありません）



非推奨: アドネットワークコールが多すぎる、または少なすぎる

適切なネットワークのコール数とはどのくらいでしょうか？ MoPubが複数のパブリッシャーとA/Bテストを実施したところ、次のコール数がレイテンシーを最小限に抑えつつ収益を最大化するバランスとなることがわかりました。[eCPM](#)の平均が高いTier 1の国の場合、インタースティシアルフォーマットのウォーターフォールで40~70回、リワード動画では30~60回、バナーでは15~30回となっています。eCPMの平均が低い国に対しては、ウォーターフォールを短縮するようにしましょう。MoPub Analyticsを使用すると、各コールについて広告在庫のウォーターフォールレイテンシーとネットワークデマンドのレイテンシーを測定できます。



ゲームプレイとプレイヤーのアドフリークエンシーへのニーズを考慮し、適切な価格設定と最小限のレイテンシーになるようウォーターフォールの長さを適宜調整します。短いウォーターフォールでは、レイテンシーを下げ、ユーザーあたりのインプレッション数を上げる効果が見込まれますが、ネットワークの競争とeCPMが低下し、結果的にARPDauの低下につながる可能性があります。（重要な地域のキャンペーンでは新たなコールを追加し、A/Bテストを行ってARPDauの影響を測定してください）



推奨: 国別のTierと特定の地域ターゲティングを作成する

すべての国においてeCPMやARPDauの平均は同じではありませんし、すべての国においてデマンドが強いネットワークもありません。したがって余計なレイテンシーが発生しないよう、国別に絞ったウォーターフォールの調整をすることをおすすめします。パブリッシャーが国別のTierを作る場合、取り得る方法は2つあります。

1つは、国の平均eCPMに基づいて高Tier、中Tier、低Tierに分け、Tierごとに2~4のウォーターフォールを作成することです。高Tierのウォーターフォールにはコールが集まり、高価格から始まります。その下のTierのウォーターフォールにはコールが比較的少なく、eCPM平均も低くなります。

2つ目の方法は、単一の完全なウォーターフォールを1つ作成して、国別ターゲティングをラインアイテムの階層で調整するやり方です。ウォーターフォールはわかりやすく1つにし、アドユニット内のラインアイテム数を制限するとよいでしょう。高いeCPMが期待できる上位のコールでは、とりわけ価値の高い地域（米国、英国、日本、韓国など）だけにターゲットを絞ります。その後、ウォーターフォールで下に進むにしたがって地域ターゲティングを拡張し、中~低程度のコール数で世界全域を対象としたターゲティングを実施します。ネットワークの中にはTier 1、Tier 2の地域でのみ良いデマンドを持っている場合があり、それを考慮するとTier 3、Tier 4の地域ターゲティングから除外することもできます。これは、MoPub Analytics上で各ネットワークのラインアイテムへのコールごとに簡単に確認できます。例を挙げると、中国は特殊な国であり、ターゲティングに含まれる特定のネットワークに限って使用することになります。



推奨: 使用できるネットワークは最大限使用する

アプリ内収益を目的として数多くのアドネットワークが存在します。中には強力な付加価値を提供してくれるアドネットワークもありますが、実装コストを考えるとその割にはあまり価値がないネットワークも存在します。それを踏まえて、少なくとも8~10の強力なアドネットワークを実装して、競争力と、デマンドとアドキャンペーンの多様性を最大化しておくことをおすすめします。それによりARPDauの増加が期待できます。

国およびフォーマットごとにパフォーマンスが一番高いネットワークについて詳しく知りたい場合や、御社の在庫についてどのネットワークに機会損失の可能性があるかを確認したい場合は、担当のMoPubパートナーマネージャーか[MoPubサポートセンター](#)にお問い合わせください。



推奨: Auto CPMを利用する

MoPubのラインアイテムのeCPMに、各ネットワークが支払っている実際のeCPMが反映されていることが重要です。ほとんどのネットワークには固定のCPMフロアプライス（ハードフロア）を設定する機能がありますが、それらは数セントまたは1ドル単位で変化します。一部の大規模ネットワークでは、eCPMが20%~30%増加するような動的な平均額を持っている場合があります。[MoPubのAuto CPM機能](#)はネットワークAPIレポート接続を介して収集された過去7日間のデータに基づいて、ラインアイテムのeCPMを24時間ごとに更新します。更新されたeCPMによって、サポートされているネットワークのラインアイテムを、CPMの高いコールから低いコールの順に正しく整理します。さらにAuto CPMを利用することで、さらに正確な[インプレッションレベルの収益データ](#) (ILRD) の取得とレポートングが使えるようになります。



推奨: プライオリティの使用はシンプルに

MoPubのメディエーションでは、特別なコール（プライベートマーケットプレイス、ディール、クロスプロモーション）に対してプライオリティを設定することができます。また中には、プライオリティを使用して国別Tierのウォーターフォールを組んでいるパブリッシャーもいます。これら2つの理由とは別に、ウォーターフォール全体で単一のプライオリティにしておき、そのプライオリティの一番下にMoPub Marketplaceのラインアイテムを1つ使用することをおすすめしています。プライオリティを1つに絞ると、ラインアイテムがプライオリティでブロックされることなく自由に位置が上下するため、Auto CPM機能を一番発揮できる点でもおすすめです。



推奨: バックフィルコールの使用を検討する

プレースメントの[フィルレート](#)を最大限に高めるため、ネットワークに広告のバックフィルコールを使うことを検討してみましょう。バックフィルコールはネットワーク側でフロアプライスなしで設定し、MoPub側ではAuto CPM機能を有効にします。国別のアドユニットのフィルレートがすでに90%を超えている場合、バックフィルは必ずしも必要ではありません。バックフィルがeCPMの平均を下げる可能性があるパブリッシャーも中にはいるため、バックフィルコールの効率についてはA/Bテストの実施をおすすめしています。またバックフィルは、たとえばインタースティシャルよりリワード動画といった、ユーザーが広告を求める場合に重要性が増します。



推奨: ウォーターフォールに十分なばらつきを持たせる

ウォーターフォールでネットワークのフロアプライスを作成する際は、段階的なばらつきを持たせるのが望ましいでしょう。具体的に言うと、\$20、\$20、\$20、\$15、\$15と設定するよりも、\$20、\$19、\$18、\$16、\$15としたほうが良いということです。段階的な設定のコールによって、さまざまなネットワークから多様な価格設定やキャンペーンを捕捉できる可能性が高まることになります。



推奨: パフォーマンスに基づいてネットワークごとのコール数を分割する

例えば、広く利用されているアドネットワークで、アドユニットフォーマットごと、国ごとにコールが3回に制限されている場合、上限までコールを使い切りましょう。その他のネットワークについては、ネットワークのパフォーマンスとウォーターフォールでの収益の比率に応じてコール数を各ネットワークに割り当てていくことをおすすめします。パフォーマンスが低いネットワークには1~3回、強力なネットワークには6~12回のコールを割り当ててください。



推奨: コール数が制限されているネットワークは国レベルで最適化し、Auto CPMを活用する

あるアドネットワークは広く利用されていますが、アドユニットフォーマットごと、国ごとにコールを3回に制限しています。またそこでは、変動幅がより大きいeCPMフロアを使用しています。（他のネットワークのハードフロアと比較した場合）そのeCPMは10%ほど落ちる可能性もありますが、アルゴリズムがより多くのトラフィックを得るために高い入札をつけた場合、eCPMの上昇に上限はありません。そこで、MoPubメディエーションでこのネットワークについて、2つの最適化をお勧めします。

- 1つ目は、MoPubのAuto CPM機能を有効にすることです。Auto CPMによってラインアイテムのCPMが正しく更新されるようになるため、ウォーターフォールで適切な位置に留まることが可能になります。
- 2つ目として、ネットワーク側で国ごとに異なるCPM価格設定のターゲットを3つのコールに対して設定することです。同じeCPMの平均価格を設定した国別Tierを作成することで、国ごとの収益とフィルレートを最大化することができます。MoPub上で、地域グループごとに3つのラインアイテムコールを設定しましょう。例: 米国のみをターゲットにしたラインアイテムを3つ、日本向けの別のラインアイテムを3つ、ヨーロッパまたはTier 1向けのラインアイテムを3つ、Tier 2、Tier 3向けのラインアイテムを3つ、など。各国を別々のラインアイテム地域グループに振り分けることで、Auto CPMが国レベルで更新され、グローバルの平均で設定するよりもより正確な価格の調整が可能です。



推奨: ネットワークのコールをフィルレートで整理する

複数のネットワークが同一のフロアプライス（または近いeCPM）の場合、レイテンシーを削減するために、フィルレートの高いものから低いものへプライオリティをつけることをおすすめします。例えば、フロアプライスが\$20.00のネットワークA、B、Cがあり、ネットワークAのインプレッションが10,000回、ネットワークBのインプレッションが50,000回、ネットワークCのインプレッションが70,000回だとすると、MoPubのネットワークのCPMを設定するにあたっては、C: \$20.02、B: \$20.01、A: \$20.00としたほうが望ましいでしょう。理想を言えば、認定ネットワークについてはすべてAuto CPM機能をONにすることで、このフロアプライス最適化の為の作業は必要なくなります。



非推奨: 2回続けて同じネットワークをコールする

競争の最適化の観点から、ウォーターフォールで2回続けて同じネットワークをコールすることは避けたほうが良いでしょう。両方のコールに対する試行数が近かった場合、ネットワークは低いほうのコールをより多くフィルしようとし、eCPMが上位のコールのパフォーマンスが下がる可能性があります。これらのコールの間に別のネットワークコールを挟み、こういった問題が起こる可能性を減らしましょう。



推奨: ARPDAUアップの結果を確認するためにABテストを行う

今までに述べた推奨事項は、すべてMoPubのA/Bテストソリューションでテストを行い、確認することが可能です。この機能を利用すれば、ユーザーと在庫を半分に分けて2つのコホートに分け、アドユニットもAとBに分けることができます。結果は、MoPub Analytics上でアドユニットごとに計測を行い、以下のような指標に基づいて確認することができます。ARPDAU、ユーザーごとのインプレッション数、eCPM、レイテンシなど詳しくは、MoPubのパートナーマネージャーにご相談ください。（注: マネージドパブリッシャーツールのみが対象です）

お問い合わせ

ご質問がありましたら担当のMoPubパートナーマネージャーまたは[MoPubサポートセンター](#)までお問い合わせください。



著者について:

ヴァンサン・フェヴリエ、MoPub EMEA パブリッシャーアカウントディレクター

フェヴリエはMoPubのEMEA地域でパブリッシャーアカウントディレクターを務めています。南ヨーロッパとイスラエルの最重要ゲームパブリッシャーを担当し、過去2年にわたり、収益化に関わるチームと緊密に連携して収益化やARPDauのアドバイスを策定してきました。

@VincentFevrier4

mopub™

©2020 MoPub (Twitter, Inc.の子会社)

Twitter、MoPub、Twitter birdのロゴは、Twitter, Inc.またはその関連会社の商標です。その他サードパーティのすべてのロゴと商標は、各所有者の所有物です。本データは情報提供のみを目的とした「現状のまま」提供されており、正確性の確保に努めていますが、誤りが生じる可能性があります。