

ORACLE
Advertising

コンテキストの理解に基づく 「ブランド適合性 (ブランド・スータビリティ)」の 実現

ブランド・セーフティの新たな領域へ



目次

I. 過去数十年間におけるコンテクスチュアル広告	3
II. レガシーなブランド・セーフティを見直すべき理由	4
III. コンテクスチュアル・インテリジェンスを活用し、リスクと機会のギャップを埋める	5
IV. ブランドに適合したアプローチによるコントロール	6
V. コンテクスチュアル・インテリジェンス導入の進捗状況を把握する	7

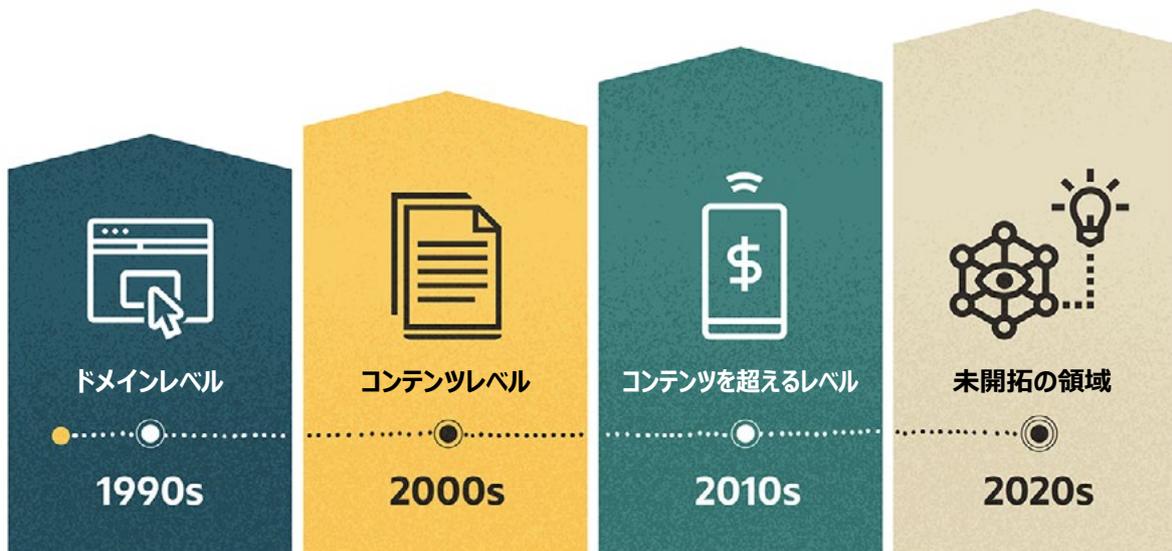
はじめに

「ブランド・セーフティ」や「ブランド適合性(ブランド・スタビリティ)」は、マーケターが広告キャンペーンを実践する上で常に上位に位置づけられる課題ですが、すべてのマーケターが同じアプローチを採用しているわけではなく、またそれらが適切に行われているとは限りません。

このガイドでは、ブランド適合性とは何かについて学ぶとともに、コンテキストを活用して貴社の現在のブランド・セーフティ戦術を進化させなければならない理由について説明します。

過去数十年間におけるコンテクスチュアル広告

2020年以降、世界の市場ではオンラインとオフラインの戦術が交錯し、今なお混沌とした状況が続いています。こうした中、ブランドやパブリッシャー、プラットフォームは、デジタルワールドの未来を切り拓くべく戦術の見直しを進めています。そして幸いにも、着実に進化を遂げるテクノロジーは、安全性を確保しながら関連性を維持することを可能にしています。コンテキストに基づく戦略は、広告業界で特に新しいコンセプトではありません。従来のブランド・セーフティ戦術にはインターネットと同じくらいの歴史があり、現在は新たな環境により適したアプローチが求められるようになっているのです。



たとえば、1990年代から使われるようになったドメインレベルのブロックリストは、現在でも広く利用されています。

しかし、2020年代に入ってから新たな環境の中でさまざまな課題が生まれ、このことがコンテクスチュアル・インテリジェンスによる未知の領域の開拓や、ブランド適合性(ブランド・スタビリティ)の実現に向けた取り組みを加速させています。この中で先進的なマーケターは、目まぐるしいスピードで動き続ける情報サイクルへの対処から、さまざまなプラットフォーム、チャネルでの関連性の維持まで、レガシーなブランド・セーフティ戦術のさらに先の領域へ進んでいかなければなりません。

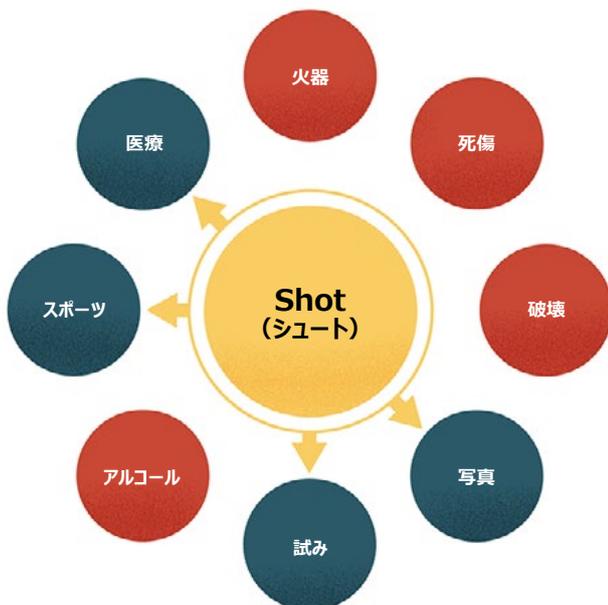
レガシーなブランド・セーフティを見直すべき理由

レガシーなブランド・セーフティは、次の2つのアプローチに依存する傾向があります。

- **キーワード・ブロック:** URLの文字列またはコンテンツの中で、特定の、または事前に定義されたキーワードが出現した場合にコンテンツをブロックする。
- **URLブロックリスト:** 特定のウェブサイトフラグが設定され、ブロックリストに追加されると、広告主の入札対象から除外されてコンテンツの配信が回避される。

的外れなキーワード・ブロックリスト

オラクルがある代理店のクライアントのブロックリストを調査したところ、60%のコンテンツが安全ではないとみなされており、オラクルの標準セグメントとの比較では、コンテンツが33%も過剰にブロックされていました。利用可能なインベントリ(配信在庫)でこうした差が発生すると、メディアの価格が上がり、良質な環境で出稿する機会を逃してしまいかねません。



なぜ、キーワードとURLによるブロックは過剰な制限が多く、時代遅れなのか？

その理由は至ってシンプルです。これらの戦術は、基本的な語句の解釈を頼りにコンテンツやインベントリ(配信在庫)が安全かどうかを判断し、分類しています。しかし、コンテキストが増えるに従って1つの単語が複数の意味を持つようになり、安全なコンテンツでも過剰にブロックされる、あるいは有害なコンテンツとして不適切な分類が行われてしまうことがあります。これでは貴重なインベントリ(配信在庫)を失い、配信のスケールを縮小させてしまいかねません。

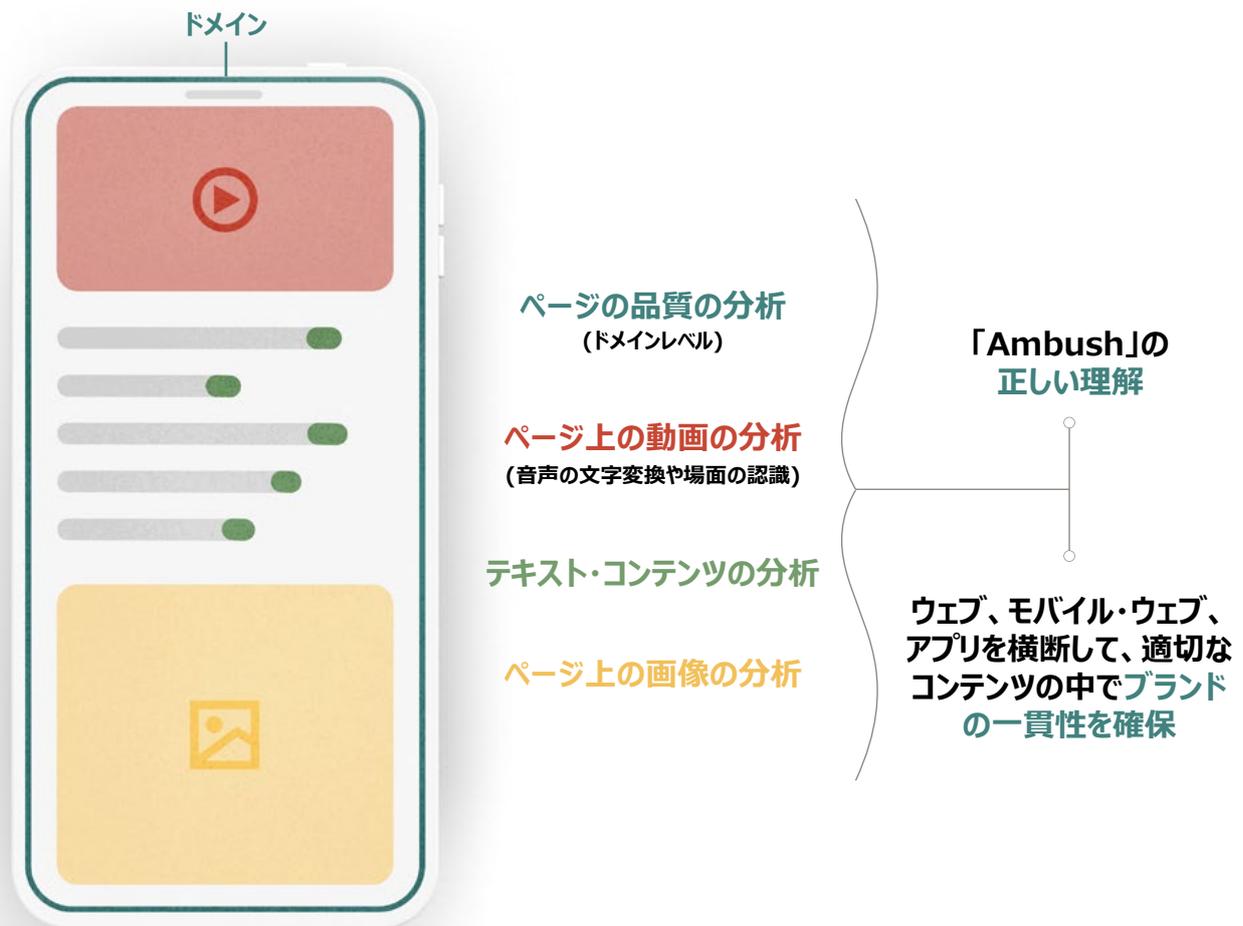
たとえば、「shot(シュート)」という語句が出現するからという理由でコンテンツをブロックすることは、コンテキストを考慮しているとは言えません。話の幅が広がれば、1つの単語でも異なる定義や解釈ができます。

コンテクスチュアル・インテリジェンスを活用し、 リスクと機会のギャップを埋める

先進的なコンテクスチュアル・インテリジェンスを活用することで、ページ内のコンテキストを明らかにし、単なるキーワード・スキャンのレベルを超えてキーワード・ブロックやURLブロックリストの制限を排除することができます。つまり、ニュース記事やブログ記事、動画の内容を正確に把握し、広告を配信すべきページや自社の基準に満たないブロックすべきページを、明確な根拠に基づいて設定できるようになります。こうしたレベルのコンテキストのコントロールによって、ウェブ上の何十億ものコンテンツを把握し、ニュアンスを考慮した広告配信が可能になります。

そして最終的に、コンテクスチュアル・インテリジェンスによってリスクと機会のギャップを埋め、メリットがもたらされるバランスを特定し、最適なブランドボイスやペルソナを定義できるようになります。

正確性を高めるコンテクスチュアル・インテリジェンス



ブランドに適合したアプローチによるコントロール

プログラマティック広告の成功は柔軟性とコントロールがカギとなりますが、標準的なブランド・セーフティによってこの2つを両立させることは不可能です。一方、ブランド・セーフティを進化させたブランド適合性（ブランド・スタビリティ）では、リスク回避のレベルを超えてブランド独自のプロフィールを生み出します。

ブランド適合性（ブランド・スタビリティ）によるアプローチは、

今日のデジタル・エコシステムでの成功に必要なコントロールと信頼性を提供するとともに、脅威の回避と適切なコンテンツとの連携を組み合わせることで、キャンペーンで使用するコンテンツに対し、より柔軟かつ的確な意思決定が可能になります。ブランドの保護においては、インベントリ（配信在庫）を制限したり、オーディエンスとのつながりを犠牲にしたりするべきではなく、コンテキストを適切に理解することによって、オーディエンスへのリーチを加速させなければいけません。

リスクのあるコンテンツ



製品リコール



厳しい評価



訴訟



ブランドに対するネガティブな発表



一貫性のあるブランド



幸せを感じる瞬間



新製品のリリース



ブランドに対するポジティブな発表



季節に応じた情報提供 / 広報担当者

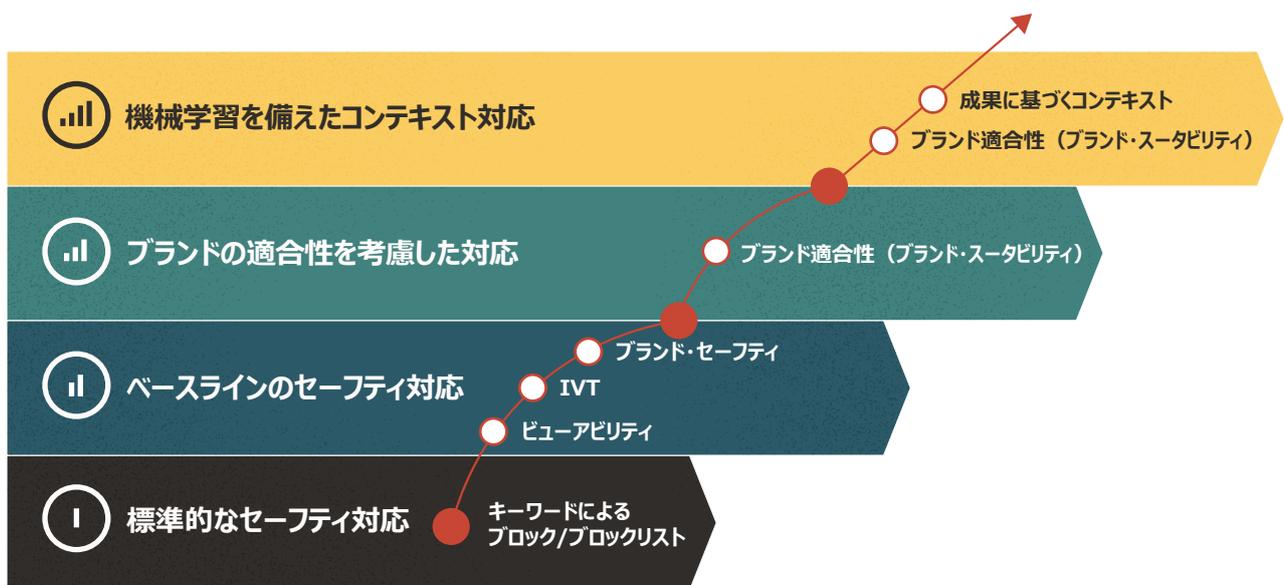
コンテクスチュアル・インテリジェンス導入の進捗状況を把握する

コンテキストの重要性や、それがデジタル・キャンペーンにもたらす意味について理解を深めたら、以下のフレームワークを利用して導入の進捗状況を評価してみましょう。前述したとおり、先進的なマーケターであれば、誰もがレベル3または4まで到達することを目指すべきであり、特に今後予定されているCookieやID関連への対応が重要になります。

4つのレベルの成熟度

1. **レガシー**：ドメインレベルやキーワードレベルのブロックリストおよびターゲティング
2. **ベースライン**：入札前のブランド・セーフティの確保、ビューアビリティ、不正対策
3. **ブランド適合性 (ブランド・スタビリティ)**：カスタム・ブランド・セーフティ
4. **つながり**：カスタム・ターゲティングやPredictsのセグメントを使ったターゲティング

コンテクスチュアル・インテリジェンスの成熟度モデル



自社のブランドや代理店が上記のパスのどの地点にいるかを確認してみましょう。もしレガシーなセーフティ対応の段階にとどまっているのであれば、スタートを切る機会さえも逃してしまっています。このパスに従って、ブランド適合性 (ブランド・スタビリティ) を通じてさらに高度なコンテクスチュアル・ターゲティングの導入を進めてください。

そのためにも、まず自社のリスク・プロファイルを定義することから始め、ブランド・セーフティへと検討の範囲を広げます。単なるコンテンツのブロックから、関連性の高い新規オーディエンスへの大規模なリーチを実現するターゲティング環境への移行を図りましょう。自社のブランドにとって、そうした環境とはどのようなものでしょうか？

ここを出発点に、自社に最適なタイプの環境の構築・評価を継続的に繰り返します。そうすることで、ブランド適合性 (ブランド・スタビリティ) の実現に向けた戦略が形成され、成功への道のりを歩み出せるようになるはずです。

ブランド適合性 (ブランド・スータビリティ) を 実現するためのサポートについては、 オラクルにご相談ください。

複雑なオンライン環境で直面する課題を乗り越えていくためには、オーディエンスに効果的にリーチし、彼らに響くメッセージを届けるための新しい方法を発見する必要があります。

Oracle Advertising (旧 Oracle Data Cloud) では、貴社のブランドのニーズに基づき、ブランドに適した独自のセグメントを無制限にカスタマイズすることが可能です。企業レベルから個々のキャンペーンでの実践に至るまで、オラクルが貴社のブランド適合性 (ブランド・スータビリティ) の実現を大きく後押しするソリューションの導入・展開を強力にサポートします。

ORACLE
Advertising

詳しくは、以下をご確認ください。

Oracle.com