



【実績紹介】

業種別数値パフォーマンス編



PART1

広告メニューのご紹介

PART2

実績紹介（美容・健食・不動産・保険・人材・金融・自動車）

PART3

キャンペーンの推奨設計

PART4

代理店登録方法について



PART1

広告メニューのご紹介



ニュースアプリユーザー数 No.1※1

「日本最大のニュースアプリ」

提携媒体数 (2021年12月時点、日本語)

3000 媒体

専用コンテンツ チャンネル数 (2021年9月時点、日米合算)

1000 チャンネル

Google Play ベスト オブ 2020※2

ベストアプリ2020 大賞



※画面はイメージです。

※1. Nielsen Mobile NetView 2023年8月時点 (カテゴリ「ニュースと情報」アプリレバール: Androidアプリはニールセン公表値、iOSアプリはニールセン提供のカスタマイズ集計)

※2. Google Playは、Google LLC の商標です。

SmartNews AIにより最適化された広告を配信

SmartNews AI

ビッグデータの収集

ユーザー行動データ

毎日 **数億** ログ以上

コンテンツ情報

毎日 **数十万** コンテンツ以上

広告アクション

毎日 **億** 単位 ビューアブル
インプレッション

マシンラーニングにより繰り返し解析

パーソナライズ

特定のコンテンツや広告を
最も欲する人を特定

コンテンツ判定

注目度や重要性の高い
コンテンツをスクリーニング

広告自動運用

広告のパフォーマンスを
配信前に予測し選定



最適化されたコンテンツ



広告メニュー

クリエイティブ	運用型		予約型	
	Standard Video Ads		1 Dayメニュー	Weeklyメニュー
 <p>ビデオ</p>	<p>リーチ クリック コンバージョン</p> 	<p>認知</p> 	<p>認知</p> 	
 <p>ディスプレイ</p>	<p>リーチ クリック コンバージョン</p> 	<p>認知</p> 	<p>認知</p> 	

広告メニュー概要

運用型	予約型	
	1 Dayメニュー	Weeklyメニュー
<p data-bbox="73 410 745 482">Standard Video Ads Standard Ads</p> <p data-bbox="73 511 745 637">リーチ 広告接触リーチを最大化したい スマートニュース日本版のユーザーに対し、低単価かつ短期間で広告接触リーチを最大化する配信をします。新商品のリリース拡散にもおすすめです。</p> <p data-bbox="73 666 745 792">クリック 低単価でクリックを最大化したい 配信と学習を繰り返しながら、設定予算内でクリック数が最大化されるような配信をします。タイアップ記事やオウンドメディアへの誘導を低単価で行うことが可能です。</p> <p data-bbox="73 821 745 947">コンバージョン コンバージョン獲得を最大化したい 配信と学習を繰り返しながら、設定予算内で獲得件数が最大化されるような配信をします。購買 / 予約 / 申込獲得、アプリインストールに最適です。</p>	<p data-bbox="784 410 1298 482">1Day Premium TOP Video Ads 1Day Premium TOP Display Ads</p> <p data-bbox="784 511 1298 711">認知 特定日に強く印象付けたい スマートニュースの利用者が必ず目にするトップチャンネルのファーストビューでディスプレイ広告を1日に集中して配信します。 1日4社限定のためWeeklyメニューよりも強く印象付けを行うことが可能です。</p>	<p data-bbox="1344 410 1858 482">Premium Video Ads Premium Display Ads</p> <p data-bbox="1344 511 1858 668">認知 幅広い生活者に印象付けたい トップチャンネル以外の多様なチャンネルのファーストビューでディスプレイ広告を配信します。注目度の高い位置での認知獲得が期待できます。</p>

ターゲティング

	OS 	性別 	年齢 	時間帯 	キャリア 	オーディエンス 	ジャンル 	興味関心 	地域
詳細	<ul style="list-style-type: none"> ●iOS ●Android 	<ul style="list-style-type: none"> ●男性 ●女性 ●不明 ※一部行動推定より判断しています	<ul style="list-style-type: none"> ●19歳以下 ●20-24歳 ●25-29歳 ●30-34歳 ●35-39歳 ●40-44歳 ●45-49歳 ●50歳以上 ※一部行動推定より判断しています	●1時間単位	<ul style="list-style-type: none"> ●docomo ●au ●Softbank 	<ul style="list-style-type: none"> ●リマーケティング※ ●配信除外 ●類似拡張 ●キーワード ●モバイル広告IDリスト 	<ul style="list-style-type: none"> ●芸能&エンタメ ●ビジネス ●IT&テクノロジー ●スポーツ&アクティブ ●グルメ ●コラム&ライフスタイル ●社会 【ジャンルの詳細】 https://help-ads.smartnews.com/item-337/	<ul style="list-style-type: none"> ●自動車 ●ビューティ&ケア ●キャリア ●恋愛&結婚 ●教育 ●エンタメ ●ファミリー ●マネー&金融 ●グルメ ●ゲーム&アニメ ●健康&ヘルスケア ●政治 ●ペット ●不動産 ●ショッピング ●スポーツ ●ファッション ●テクノロジー ●スマートフォン ●旅行 	●都道府県、市区町村単位
Standard Ads	○	○	○	○	○	○	×	○	○
Premium Display Ads	×	○	△ (34歳以下/35歳以上のみ可、 その他の場合は要お問合せ)	×	×	×	○	×	△ (都道府県単位のみ可)
Premium Video Ads	×	○	△ (34歳以下/35歳以上のみ可、 その他の場合は要お問合せ)	×	×	×	○	×	△ (都道府県単位のみ可)

※ オーディエンスターゲティングにつきましては、Premium Display Ads及びPremium Video Adsでは一部使用できないメニューがございます

※ Premium Display Ads及びPremium Video Adsは単価が変わります

※ Premium Display Ads及びPremium Video Adsは別途事前の在庫確認をお願いいたします

※ Premium Display Ads及びPremium Video Adsで広告接触したユーザーに対するStandard Adsのリマーケティングをご利用される場合は、申込時の申請が必要となります

※ 弊社のターゲティングは、ユーザーの設定、使用デバイス、弊社アプリ上でのユーザーの行動からの推定などに基づく機能です。ターゲティングの精度（正確性）については、弊社が保証するものではなく、ユーザーの設定その他の要素によって異なる場合があります。



PART2

実績紹介

(美容・健食・不動産・保険・人材・金融・自動車)

案件：美容（アンチエイジング関連）

- 計測期間 : 22年11月～23年10月
- 目的 : 商品購入
- 目標CPA : 6,500円
- 入札方法 : 自動
- 優先目標 : コンバージョン数
- ターゲティング : 性別：女性
年齢：40代以上



利用金額	CPC	vCTR	CPA
7,000,000円	45円	0.74%	6,350円

案件：健康食品（サプリメント関連）

- 計測期間 : 22年11月～23年10月
- 目的 : 商品購入
- 目標CPA : 8,000円
- 入札方法 : 自動
- 優先目標 : コンバージョン数
- ターゲティング : リターゲティング並走
年齢：50代以上



利用金額	CPC	vCTR	CPA
20,000,000円	21円	0.85%	6,750円

案件：不動産

- 計測期間 : 22年11月～23年10月
- 目的 : 資料請求
- 目標CPA : 3,500円
- 入札方法 : 自動
- 優先目標 : コンバージョン数
- ターゲティング : リターゲティング並走
年齢：30歳以上
地域：該当エリア



利用金額	CPC	vCTR	CPA
15,000,000円	18円	0.61%	3,000円

案件：保険

- 計測期間 : 22年11月～23年10月
- 目的 : 資料請求
- 目標CPA : 14,000円
- 入札方法 : 自動
- 優先目標 : コンバージョン数
- ターゲティング : 年齢：35歳以上



利用金額	CPC	vCTR	CPA
27,000,000円	53円	0.66%	12,000円

案件：人材（福祉・介護関連）

- 計測期間 : 22年11月～23年10月
- 目的 : 無料会員登録
- 目標CPA : 8,000円
- 入札方法 : 自動
- 優先目標 : コンバージョン数
- ターゲティング : リターゲティング並走
年齢：20歳～49歳
地域指定：人口集中エリア



利用金額	CPC	vCTR	CPA
3,000,000円	58円	0.51%	8,000円

案件：金融（決済サービス関連）

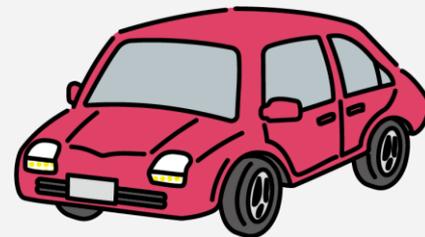
- 計測期間 : 22年11月～23年10月
- 目的 : アプリインストール
- 目標CPA : 1,500円
- 入札方法 : 自動
- 優先目標 : コンバージョン数
- ターゲティング : 年齢：20歳～



利用金額	CPC	vCTR	CPA
23,000,000円	44円	0.40%	2,400円

案件：自動車（買取関連）

- 計測期間 : 22年11月～23年10月
- 目的 : 問い合わせ
- 目標CPA : 15,000円
- 入札方法 : 自動
- 優先目標 : コンバージョン数
- ターゲティング : リターゲティング並走
性別：男性、不明
年齢：30歳以上



利用金額	CPC	vCTR	CPA
25,000,000円	27円	0.54%	6,400円



PART3

キャンペーンの推奨設計



推奨設計

配信開始時はできるかぎり広いセグメントを活用し、自動入札による最適化配信を活用するとともに、獲得傾向を分析。安定/拡大のアクションにて、リターゲティングにより刈り取り効率化と獲得良好オーディエンス専用キャンペーンにてさらなる獲得最大化を図る

初動は年齢・性別と リターゲティング

初動

安定 / 拡大

年齢・性別

獲得好調な
セグメント切り出し

+

リターゲティング

興味関心
KW拡張

設計はシンプルに 極力セグメントは切らない

OS

性別

年齢

時間



エリア

キャリア

ジャンル

興味関心



参考：自動入札のオークションロジック

自動入札の要素

$$\text{CPM}_{(\text{eCPM})} \cong \boxed{\text{vCTR}} \times \text{入札強度} \quad (\text{CVR} \times \text{日予算etc})$$

CPMはオークションでの競争力の指標で、高いほど質の高い配信面に配信されやすい
“vCTRを上げてより質の高いユーザーへの入札に勝つことが重要”

まずは、改善までの検証サイクルの長いCVRよりも、
検証サイクルの早いvCTRの改善を優先して行う

- CPM = 配信面の質の指標。高CPMの状態 = 掲載順位上位・質の高いユーザーに配信できている可能性が高い
- vCTRが高ければ高いほど、高CPMの面を狙ってオークションに参加しやすくなる。高CPM環境の環境でも、CPCを抑制しやすい
- 質の良い配信面に、CPCを抑えて配信するために、まずは高いvCTRを維持することが重要



※イメージ



vCTRの数値目標を決めた上で クリエイティブ軸のPDCAを再現性高く回していきましょう

数値目標（獲得系案件での目安）

0.3~0.5%	<ul style="list-style-type: none">● CPAがあっても継続だが、合わない事がほとんどのため基本停止● 20~30クリックでvCTRの検証が完了する。30クリック出て上記vCTRなら停止
0.6~0.8%	<ul style="list-style-type: none">● CPAあっても継続。vCTR軸の安定配信へ持っていくにはもう少し高いvCTR欲しい● 目標CPAの1.2倍~の配信金額が出て、CVが出ないようなら停止検討
1%~	<ul style="list-style-type: none">● CPAあえば当たりCR。CVR低い際は、同軸のCRで当たりを見つけたい

※運用上の目安の考え方であり、広告プロダクトの配信アルゴリズムとは必ずしも一致しません。

入札にあたっては4つのレバーが存在

効果を最大化するにあたって特に重要なのは①入札方法、②優先目標、③日予算の3つ

キャンペーンに使用する予算

配信可能メディア ⓘ

smartnews        

①

入札方法 ⓘ

自動

自分で設定

クリック(CPC)

インプレッション(CPM)

②

優先目標 ⓘ

コンバージョン数

目標CPA

クリック数

インプレッション数

③

最適化に利用する予算期間 ⓘ

一日あたり予算

一ヶ月あたり予算

④

目標CPA ⓘ

50円以上で入力してください

JPY

目標CPAを最適化に利用する ⓘ

利用する

利用しない

▲ 現在の入札条件では本機能を利用することはできません

入札における4つのレバー（獲得案件は赤字を初動は推奨）

① 入札方法：自動(CPC推奨) or 手動

② 優先目標：コンバージョン数 or 目標CPA

③ 予算期間：一日あたり予算 or 一か月あたり予算

④ 目標CPA：媒体目標CPAを記載

特に重要なのは①入札方法

SmartNews Adsの9割で使われている自動入札を強く推奨

※あくまでロジック上の挙動説明となり、CV/Click数の保証/担保をする訳ではございません

獲得

コンバージョン数

指定された日予算を全て使い切り、CV数を最大化する

目標CPA

指定された目標CPAを守りながらCV数を獲得する

誘導

クリック数

指定された日予算を全て使い切り、Click数を最大化する

認知

インプレッション数

指定された日予算を全て使い切り、リーチ数を最大化する

4種類の自動入札うち、獲得案件には二つの優先目標がおすすめ

「コンバージョン数」「目標CPA優先」は獲得系案件では必須の入札戦略のため、強く推奨

コンバージョン数

予算内でコンバージョン数を最大化する入札設定
獲得件数をKPIに置く 案件の初動におすすめ



予算内での
獲得件数UP

1キャンペーンで30CV/月以上
実績蓄積後に
効果次第で切り替え



目標CPA

目標CPAに合わせてシステムが自動で入札調整
予算内で目標CPAに合わせ獲得数を最大化



目標CPAに合わせて
獲得数最大化

自動入札「コンバージョン数」「目標CPA」は 特性を理解した上での使い分けが必要

項目	コンバージョン数	目標CPA
挙動	原則、日予算は全て使い切る 日予算の上下が入札の強弱に直結	目標CPAが合う範囲で消化金額を自動調整 日予算はあくまでも上限キャップとして機能
メリット	直感的な運用が可能。 一定の配信量が担保されるため、CRのPDCAを予定通り回せる。	目標CPA達成見込みの時は自動で配信伸ばす 目標CPA未達見込みの時は自動で配信抑制
デメリット	CPAが悪いときでも、日予算を使い切る。 手動で日予算を下げるなどの調整が必要	CPA悪い時は極端に配信抑制される場合がある。 CRのPDCAもできなくなり、負の循環に陥る恐れ
活用シーン	<ul style="list-style-type: none"> ● 配信初動。キャンペーン立ち上げ～安定するまで ● アカウントの土台として一定の配信規模を担保 ● 高価格帯CPA商材で、1日あたりのCV数が少ない商材 	<ul style="list-style-type: none"> ● CPA好調時、配信量を伸ばしたいとき、高めの日予算×tCPA配信で配信を伸ばす ● CV最大からの切り替えも有効。 ● 曜日等で成果が代わりやすい商材 ● 低価格帯CPA商材で、1日あたりのCV数が多い商材

オークションロジック・推奨設計について

入札設定は自動入札が必須。獲得目的なら「コンバージョン数」が推奨

最も重要な指標はvCTR。vCTRでオークションの有利不利が決まる

「コンバージョン数」と「目標CPA」配信は、メリデメ踏まえて使い分ける

主な掲載面 (静止画)

CHANNEL VIEW (フィード面)

トップ面

トップのフィード面で記事の見出しが流れる形式で表示される広告。



チャンネル面

トップ以外のチャンネルのフィード面で記事の見出しが流れる形式で表示される広告。



記事面 (本文内)

記事のテキストの途中で広告が表示されます。



SMART VIEW (記事内)

記事面 (記事面フッター欄)

おすすめ記事リストの末尾となるページ最下部に表示される広告。



記事面 (記事下カルーセル)

記事本文の末尾に表示されるカルーセル広告。横にスライドするカード型で表示されます。



記事面 (記事下おすすめ欄)

おすすめする記事リストの間に表示される広告。





PART4

代理店登録方法について



代理店登録方法

■ 代理店様/広告主様ご対応

■ スマートニュース対応

代理店アカウント開設

SmartNews新規取引に伴う回答フォーム
より審査申請



法務チェック



通常3~5営業目安

- 与信審査
- 反社審査

代理店アカウント開設完了



※初回ログイン時に利用規約に同意して頂く必要があります。

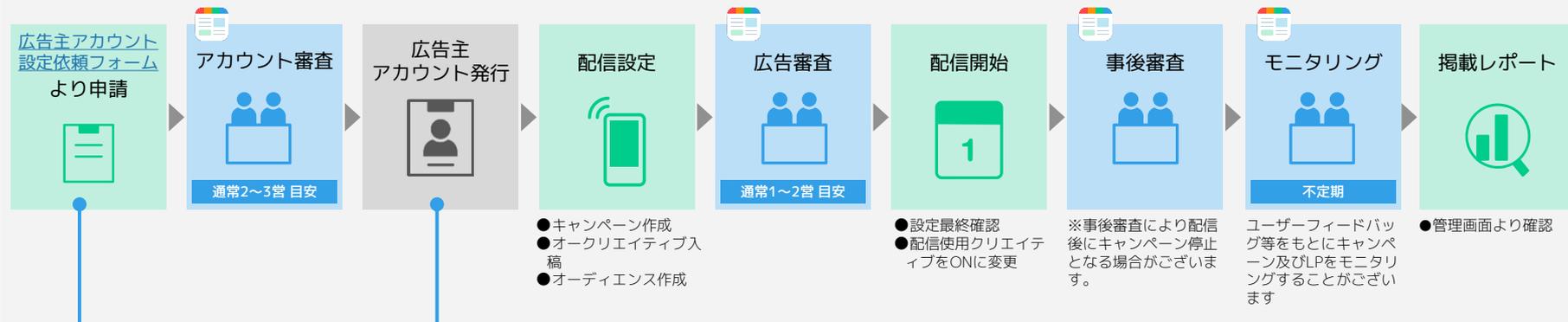
※お申し込みの際担当者のメールアドレスは
「junpei.yamashita@smartnews.com」と記載ください

広告主アカウント開設～配信開始まで

■ 代理店様/広告主様ご対応

■ スマートニュース対応

広告主アカウント開設～配信開始まで+事後審査



【与信結果】のメール到着後、
以下フォームよりお申込みください

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSew7i7tFadyZqnU-v5vR1FaoncBV9SpGHphYK8afKT8ITk0cQ/viewform>

※審査に落ちてしまった場合はお気軽にご相談ください

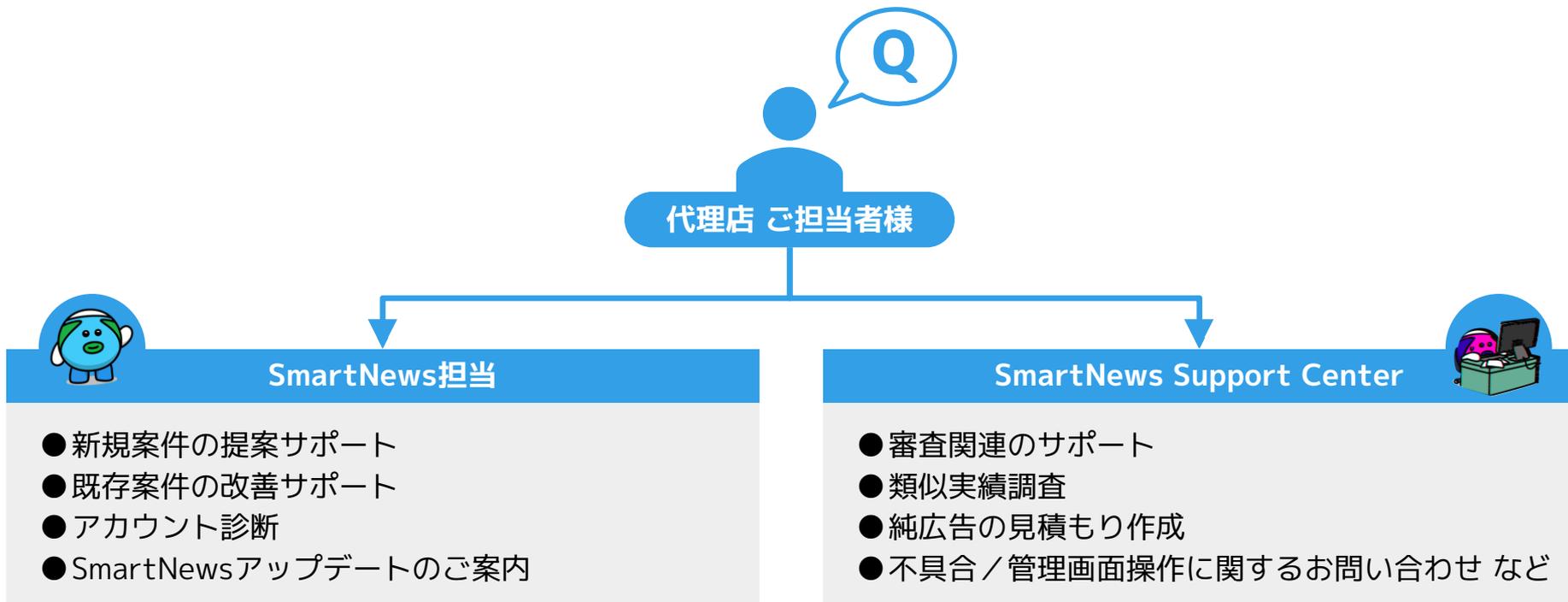
【広告アカウント開設申し込み】タイトルのメールが
審査結果のメールです。アカウント審査に通過した後、
管理画面よりご入稿いただけます

【管理画面ログインURL】<https://partners.smartnews-ads.com/login>

ID・PWは【与信結果】のメールをご参照ください

※クリエイティブ審査で落ちてしまった場合はお気軽にご相談ください

スマートニュースのサポート体制について



THANK YOU !



SmartNews