Pangle Media Guide

advertiser guide

Pangle

目次

1. Pangleの特徴

1.1 Pangleについて
1.2 アドバンテージハイライト
1.3 トラフィックの特徴
1.4 技術力

2. 配信機能

2.1 ターゲティング機能
2.2 配信モデル
2.3 入札機能
2.4 広告フォーマット
2.5 効果の最適化
2.6 第三者計測

3. ブランドセーフティとブロック機能

3.1 トラフィックの安全性
3.2 不正検知

4. 業界ソリューションと実績

4.1 ゲーム業界ソリューション
4.2 非ゲーム業界ソリューション
4.2 配信ポリシー
4.3 実例分析

アプリの成功のそばに

Pangleは、広告配信企業や収益化を目指すアプリ開発者のために、ユーザーの関心を集めながら、アプリのさらなる可能性を広げていくサービスを提供します。

Pangle

Pangleは、広告パフォーマンスの向上、効果的なモバイルアプリの収益化を可能にします。インテリジェント広告テクノロジーを搭載したPangleは、インタラクティブで高性能な動画広告フォーマットを活用して、新規顧客の獲得、ビジネス成長を促進します。

4億
Global DAU

380 億
Daily requests

50,000+
Apps globally

8000 万
DAU in Japan

データソース：Pangle

Pangleの活用によりTikTok For Businessの トラフィックをさらに拡大できる

TikTok

BuzzVideo

Pangle

PangleはTikTok For Businessが提供しているモバイル広告プラットフォームとして、高品質なゲームやマンガのトラフィック、課金イベントなどアプリ内イベントに最適化させるAEO、フルスクリーンによる没入感のある広告視聴体験などにより、広告主のトラフィック層の拡大だけでなく、正確にターゲットオーディエンスへリーチします。

Vigo Video, Heloは日本でサービス展開をしておりません。

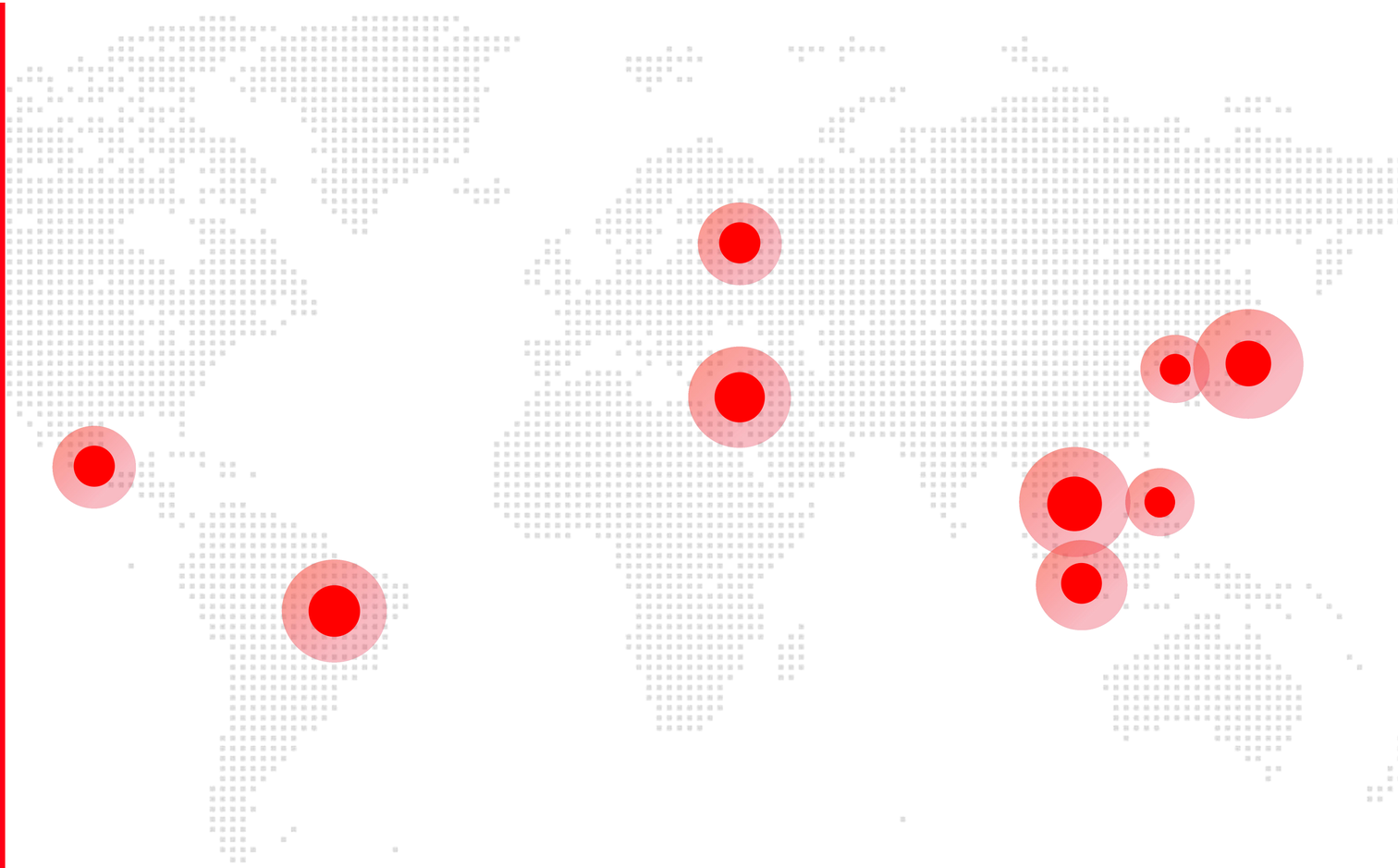
業界では短期間で急成長、広告主に一番選ばれるメジャーな広告プラットフォームに！

APEC
- 日本
- 韓国
- 台湾
- マレーシア
- タイ
- ベトナム
- インドネシア
- フィリピン
- シンガポール
- カンボジア

中東欧
- ロシア
- ウクライナ
- カザフスタン
- ベラルーシ

MENA
- サウジアラビア
- アラブ首長国連邦
- エジプト
- トルコ
- イスラエル

南アメリカ
- メキシコ
- ブラジル



4つの強みで、広告主のユーザー獲得及びアプリ内イベントのコンバージョンをさらに高める

迅速にユーザー獲得

グローバル4億DAU
AppStoreのランキングアップを狙う段階など迅速にユーザー獲得を可能にする豊富なトラフィック在庫

トラフィックの最適化

上位20のグローバルゲームメーカーと良好な協力関係を構築し、厳格なトラフィック受入基準を設置

正確なターゲティング

アプリイベント最適化(AEO)と、 オーディエンスパッケージによりふさわしいトラフィックをマッチさせ、ブロックリストでふさわしくないトラフィックを取り除くことで、効率的な配信と予算コントロールを保証

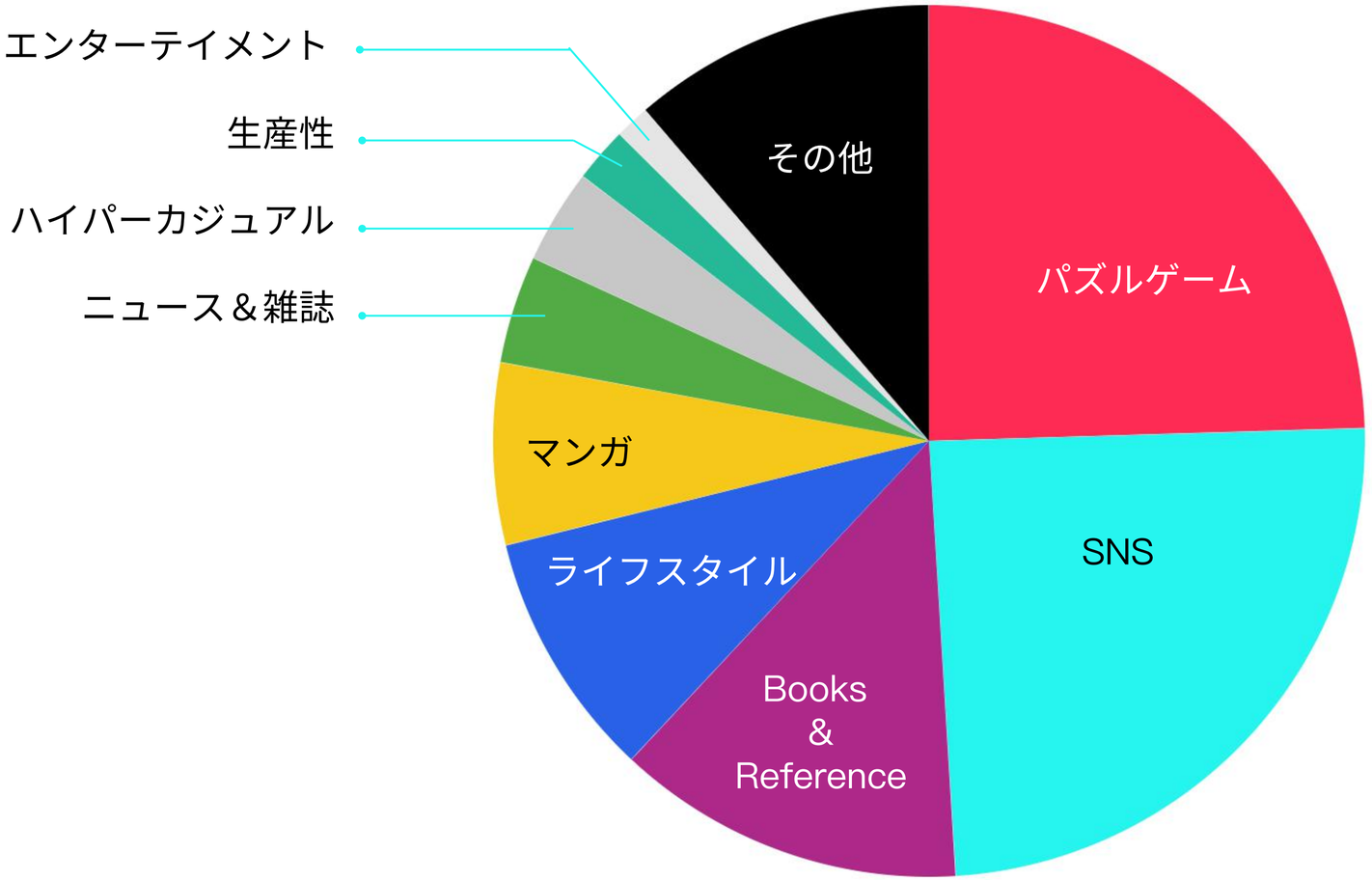
※ AEOは27ページを参考
※ Blocklistは30ページを参考

フォーマット

動画リワード、 プレイアブル広告
没入感のあるフルスクリーン広告フォーマットとプレイアブル広告でコンバージョンをアップ
動画リワード **: CTR2**倍**, CVR5**倍**(**画像広告比**)**
プレイアブル: **CTR2**倍**, CVR1.4**倍
(動画広告比**)**

データソース: Pangle

人気ランキングアプリをカバーし、トラフィックをさらに多様かつ高品質に



トップ100の
世界の無料ゲーム
のカバー率

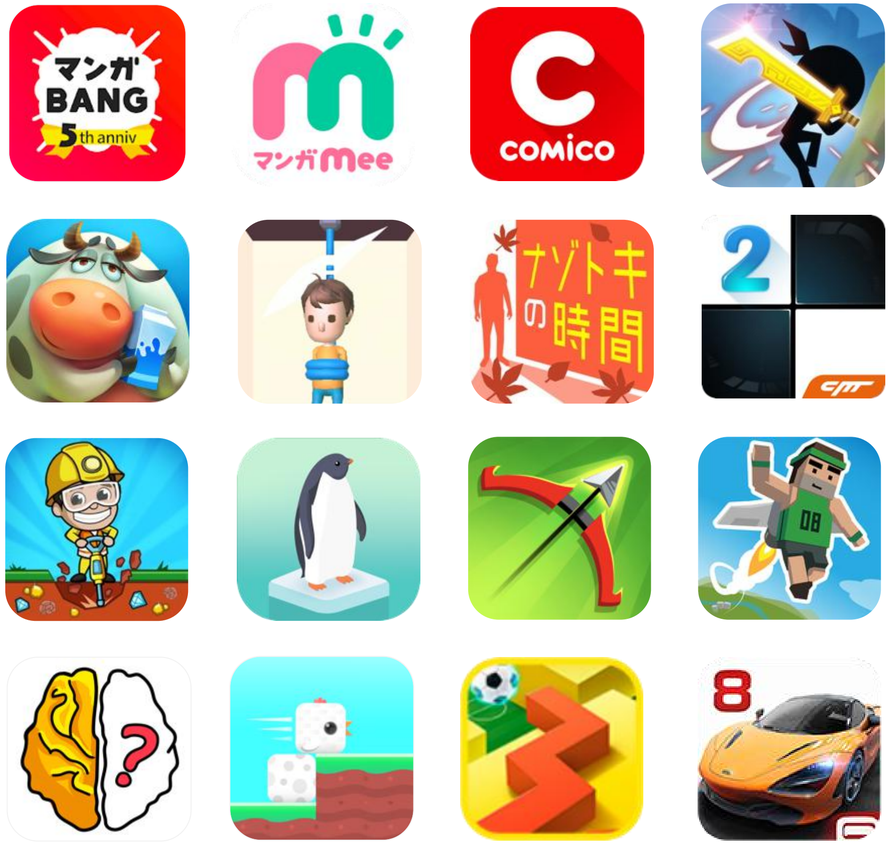
80%

日本のマンガアプ
リのカバー率

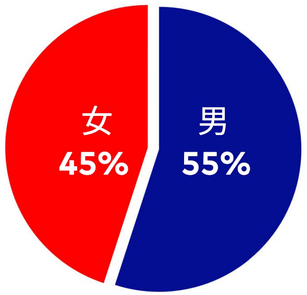
65%

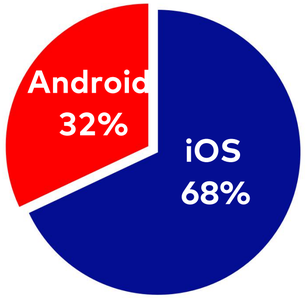
データ：Pangleプラットフォーム、2021年7月

Pangle配信先アプリ一部抜粋



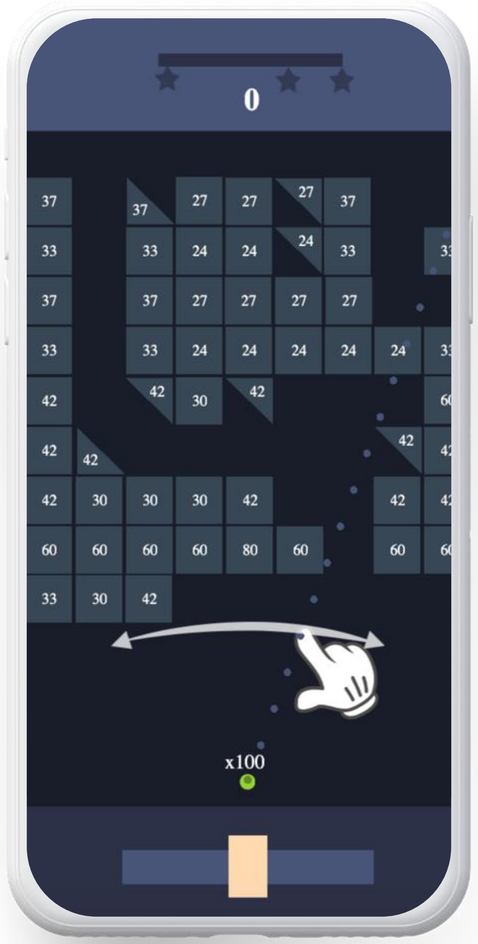
カジュアルゲームアプリトラフィックの特徴





- リワード広告がメインのため一人当たりの広告視聴回数が多い
- 完全視聴率が高いため**CTR**が他トラフィックより**20%**高い
- **18～45**歳のユーザーが多数を占める

パズルボブル系愛好者
ドラマ継続鑑賞
新しい物事に触れる
将棋の達人
ネットショッピング
ホワイトカラー
隙間時間が多い



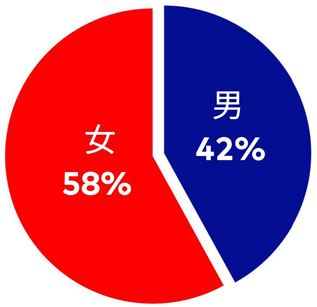
ハイパーカジュアルゲーム
広告主に最適

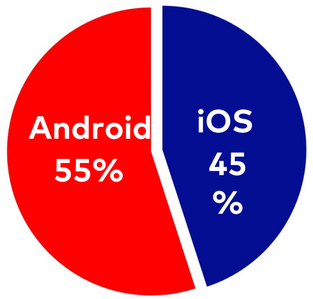
- ターゲットオーディエンスにマッチ、高い**CTR**
- **1**ユーザーあたりの平均広告視聴率は高く、継続率が安定しているため、**IAA**ゲームの**ROI**を向上させることができる。

ハイパーカジュアルゲーム広告主	
ROI	**+12%**
1ユーザーあたりの平均広告視聴率	**+20%**
継続率と**CPA**	安定

※自社調べデータ

マンガアプリトラフィックの特徴





- 一日当たりの平均起動回数が多い、閲覧時間が長い
- **CVR**は他トラフィックと比較して**30%**高い
- 課金する傾向が高い
- **18～35**歳のユーザーが多数を占める

コアゲーム愛好者
課金
コスプレ愛好者
二次元
作品の続きを見る
SNSの達人
粘着性が高い

コアゲーム広告主に最適（SLG/RPG）

- **CVR**は平均より**17%**高い
- 男性向けマンガアプリは興味関心により**SLG**とマッチしている
- **SLG**の課金率は他のメディアより**30～36%**高い
- 高い確率で価値の高いユーザーを獲得できる

世界の終わりを題材にした某**SLG**の広告主

ROI増加の効果が良い
漫画メディア**vs**その他のメディアで、課金率＋**31%**
高額課金ユーザーを獲得、当月の**IAP**収入は大幅に上昇

※自社調べデータ

トップクラスの広告技術及び3つの独自最適化モデルにより、課金率や翌日継続率などアプリ内イベントのコンバージョンを最大化

トップクラスの技術力ベース

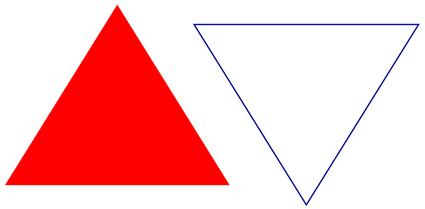
並行して複数のモデルでデータ学習しリアルタイム最適化

数千台のスーパーコンピューターによるモデル予測

マルチ技術
プロトコルフィルタ
LR DNN GBDT FM

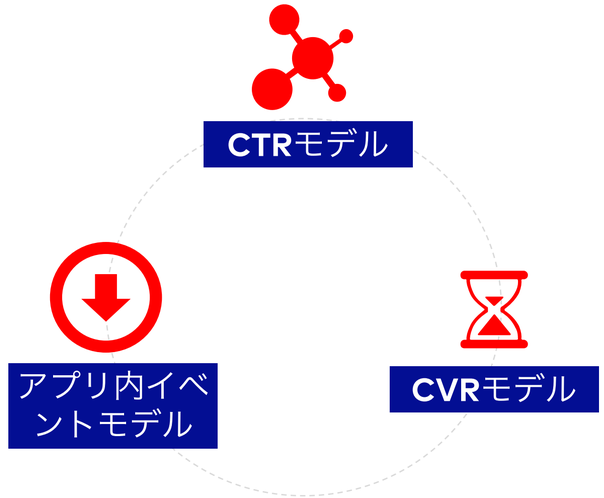
Pangleの独立した技術的アドバンテージ

より的確なレコメンド技術



独立した配信エンジン

Pangle独自の効果最適化モデル



配信機能紹介

複数のセグメントを組み合わせたターゲティングができ、正確にターゲットオーディエンスにリーチ

配信対象	ネットワーク環境	ユーザーの興味	カスタム
年齢、性別 エリアなど	OS iOS，Android ネットワーク利用環境 WiFi，2G，3G，4G OSのバージョン	アニメ、漫画 自動車 かわいい ペット ムーディー グルメ おもしろ ゲーム 生活 ビデオ 歌・ダンス 社会 スポーツ 科学技術 エンタメ	オーディエンスパッケージ セレクトパッケージ 除外パッケージ

素材の利用効率を最大化できる広告プレースメント

① 自動プレースメント

自動プレースメントを選択した場合、**TikTok For Business**全体の各トラフィック中に分配され、その中の一部が**Pangle**に配信されます。モデルがリアルタイムで全体を最適化し、配信と予算分配が行われます。

② 手動プレースメント

手動プレースメントを選択した場合、**Pangle**のみ、または**Pangle**とその他のアプリの組み合わせ配信を選択することができ、**Pangle**の動画リワード、フルスクリーン動画、プレイアブル広告を配信することができます。

設定した最適化目標に適して入札し、指定したイベントにモデルが自動で最適化

おすすめ

CPC	CPM	oCPM

アプリキャンペーン：
ダウンロード、登録、翌日継続、課金、
その他のキーとなるアクション

Webランディングページ：
フォームの提出、支払い完了、ページ閲覧、
電話をかける、カート内のものを購入

oCPM入札は、高いコンバージョンアクションを持つユーザーペルソナに基づいて、正確なオーディエンス拡張とターゲティングを行い、効率的により価値のあるコンバージョンを生み出す

効果広告配信の問題

- トラフィック不足
- 効果がコントロールできない
- コストが高い

oCPM入札タイプソリューション

1. 高いCVアクションを持つユーザーを抽出
2. シードユーザーとして定義する
3. シードユーザーのモデル構築に基づいて、最適なコンバージョンオーディエンスを自動的に選択し、さらに正確なスマート配信を実現

oCPMの効果とアドバンテージ

入札方式	CTR	CVR	CPA
CPC	√	×	×
oCPM	√	√	√

- サポートしている入札方式：標準配信、コンバージョン最大化(MaxCV)
- コンバージョン率をアップ
- コンバージョンコストの安定
- より高いコンバージョン意向を持つユーザーグループへリーチ
- 広告セットの寿命を延長

01/04

動画リワード広告

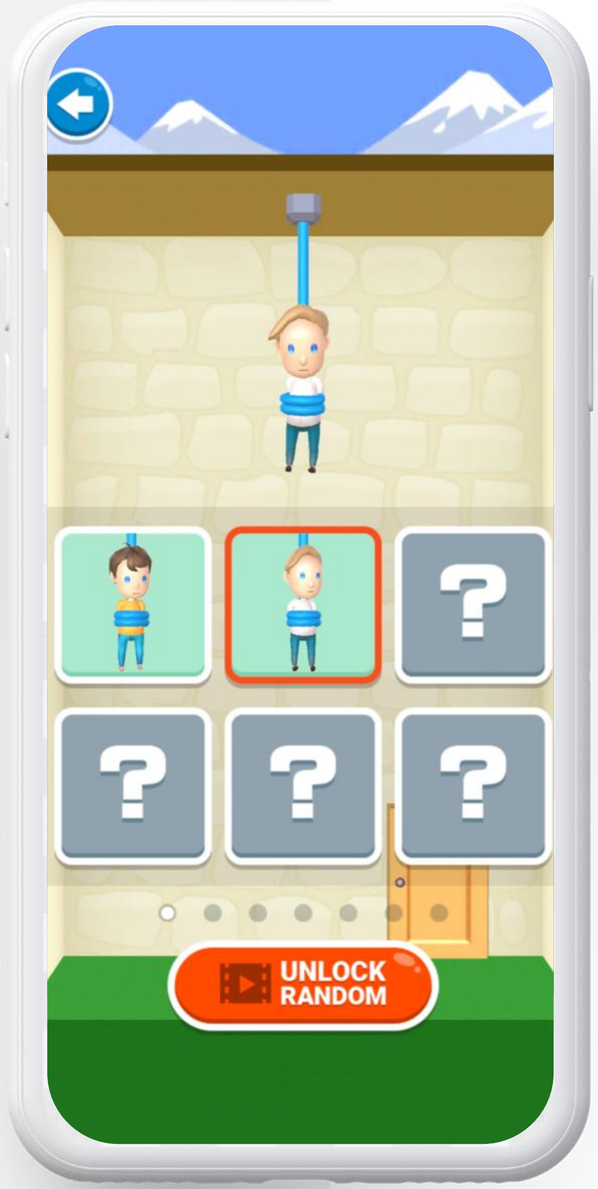
オプトインの動画広告は、ユーザー側が広告を視聴するかを決めることができます。広告を視聴したユーザーは、ゲーム内で使うアイテムや通貨、無料お試し期間の延長など、アプリ内で提供されるリワードを獲得することができます。

増加

エンゲージメント体験によるCV

カスタマイズ可能

広告情報をさらに表示するエンドカード



10-30秒

フルスクリーン

x10

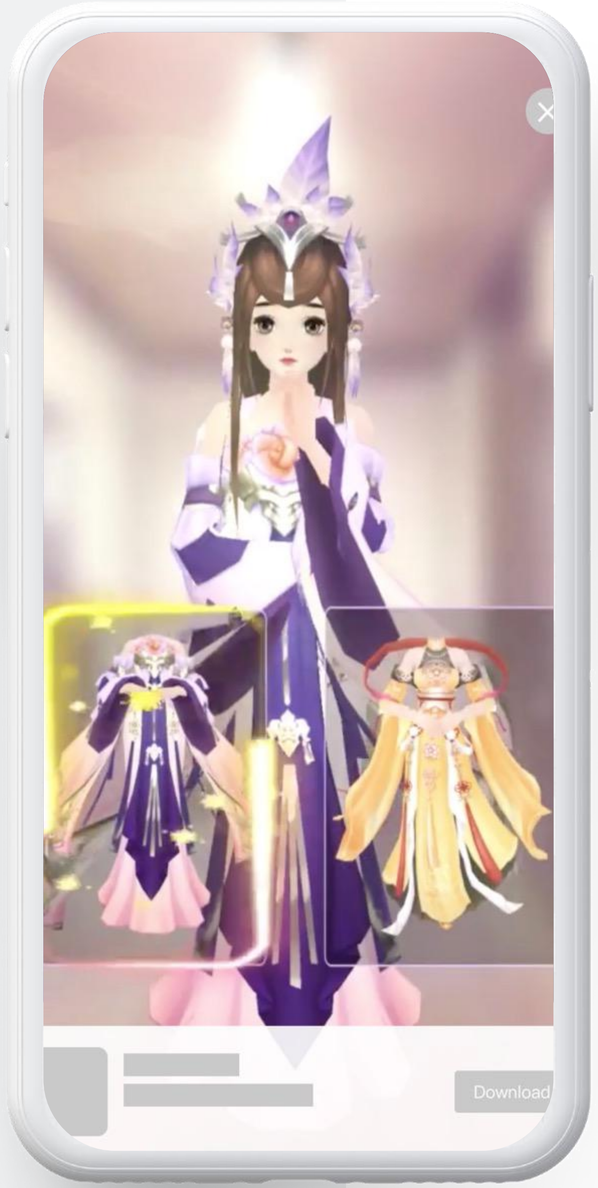
CTR*CVR画像クリエイティブ比

02/04

フルスクリーン動画広告

アプリの合間に自然に表示させるフルスクリーン動画広告は、ユーザーを強く引きつける効果があります。ユーザー側は動画をスキップするか、広告をクリックして視聴するかを選択できます。

- ユーザー体験を損なわない形でアプリの流れに自然にフィットする
- 高いエンゲージメント、クリック率、コンバージョン率
- さらなる視聴体験のため縦横表示の両方をサポート



10-30秒
フルスクリーン

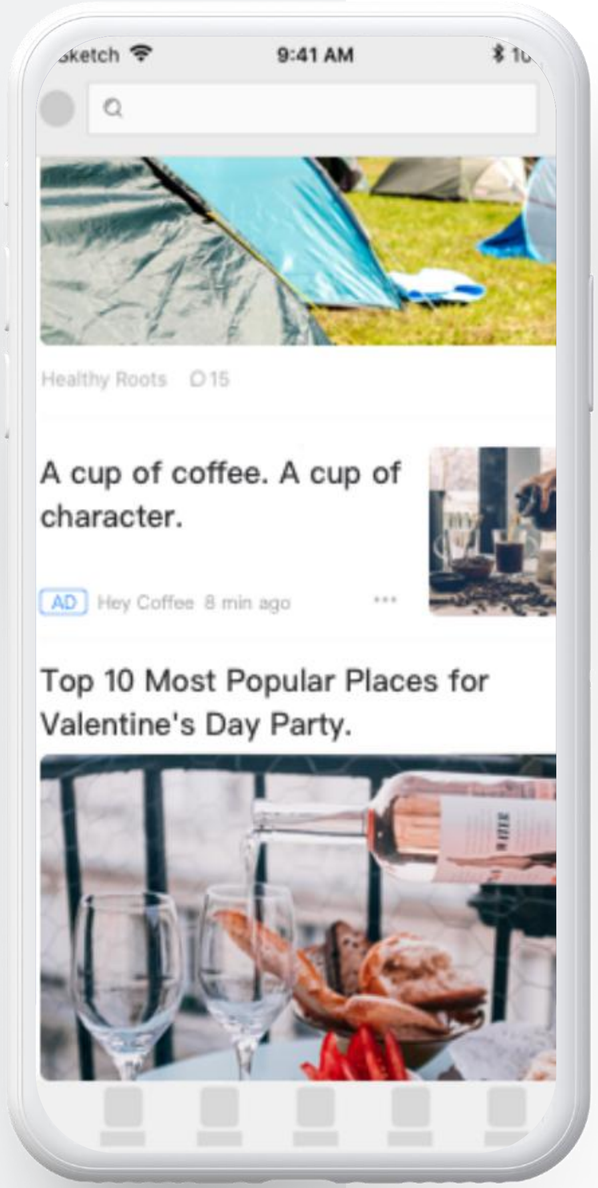
5秒
5秒後にスキップ可能

03/04

ネイティブ広告

アプリのデザインに違和感なく溶け込む広告クリエイティブにより、ユーザー体験を妨げることなく、スムーズに広告を表示させます。

- 提供するテンプレートにより、自動的に最適なクリエイティブに仕上がります。
- 高いクリック率
- 動きのあるコンテンツを多く利用するアプリに最適。



広告をUIに溶け込む自然なデザインで表示します。

ビデオ素材フォーマットの詳細

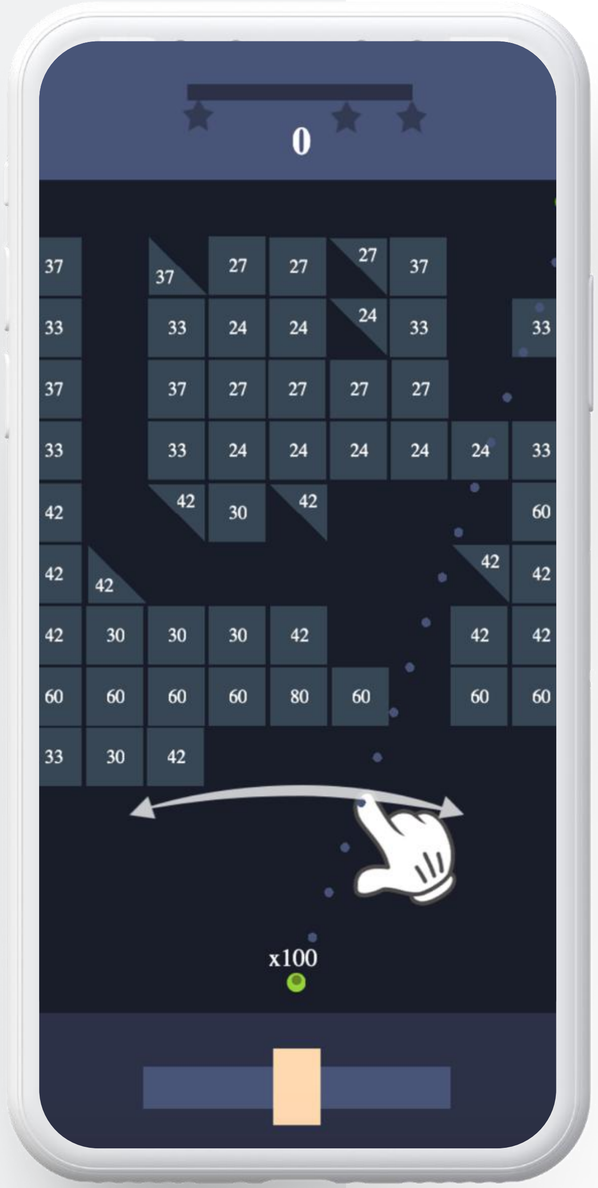
素材の種類	詳細	Pangleのフォーマット要件
動画	解像度縦横比	1.78 / 1.00 / 0.56
	ファイルサイズ	≤ 500MB
	音声	オン
	ビデオの長さ（秒）	9.5～30.5秒（推奨：10～30秒）
	最低解像度	無制限
	ビットレート	無制限（推奨：≧516 kbps）
	動画フォーマット	.mp4 / .mov / .mpeg / .avi
	トリミングプロセスに入れるサイズの比例範囲	横長タイプ：[1.3889, 2] / 縦長タイプ：[0.3437, 0.7813] / スクエア：[0.7813, 1.3889]
サムネイル	プレビュースタイル	推奨：ビデオのスタイルと一致
	フォーマット	.jpg / .png
	ファイルサイズ	無制限（推奨：≤500KB）
	解像度	無制限（推奨：≥1280*720 / ≥720*1280 /≥ 640*640）
広告主情報	解像度縦横比	無制限（推奨：1:1）
	ファイルサイズ	無制限（推奨：≤50KB）
	フォーマット	.jpg / .jpeg / .png
文字	アプリ名称	半角：4～40字（全角：2～20字）
	広告テキスト	半角：12～100字（全角：6～50字）

04/04

プレイアブル広告

ユーザーのエンゲージメントを上げるインタラクティブな広告。ユーザーがアプリをダウンロードしなくても、広告内でゲームの体験や実際のアプリを使用できるフォーマットです。

- アプリ配信会社はもちろん、広告主やユーザーにも大きなメリットを提供できます。
- 高いCTRとCVRが期待できる
- ダウンロード前にプレイアプル広告を経験したユーザーのLTVは高くなります。



CVR&LTV

高いコンバージョン率とユーザー **LTV**

x10

トラフィック獲得能力が通常の動画広告比

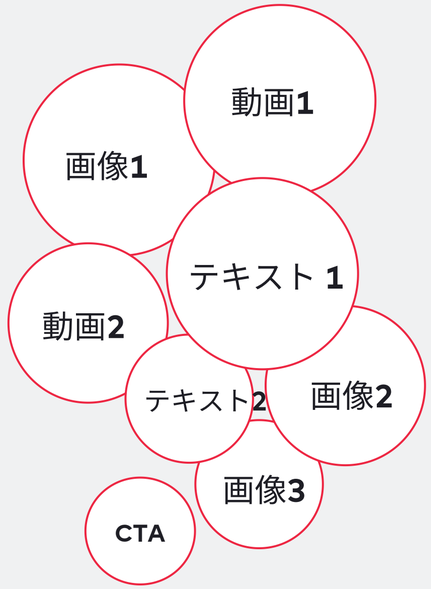
プレイアブル広告素材フォーマットの詳細

カテゴリ	詳細	Pangleのフォーマット要件
ベースフォーマット要件	ファイルフォーマット	**.zip**
	プレイアブル広告素材サイズ	**≤5MB**（圧縮後のサイズ）
接続要件	• ルート直下のメイン**html**ファイルのファイル名は、**"index.html"**にしてください • プレイアブル広告においてクリックジャンプ操作は**Pangle**が完了させますので、**Pangle**フロントエンド**js-sdk**に接続する必要があります。具体的な接続方法は担当者にお問い合わせください • ルート直下に**json**フォーマットの**config.json**ファイルを設置する必要があります。**playable_orientation**と**playable_languages**フィールドを設定します。**Playable_orientation**が取れる値は、**0**、**1**、**2**で、それぞれ：**0**（縦横どちらでも可）、**1**（縦画面のみ）、**2**（横画面のみ）　になります。また、 配信国の言語を指定します。 • **{** • **"playable_orientation": 0** • **"playable_languages": ["ja"]** • **}** • 素材を小さなブロックに分け、並行ダウンロード可能にすることをおすすめします • プレイアブル広告素材は各種デバイスタイプをサポートしている必要があります • プレイアブル広告素材に**mraid.js**フォーマットは使用できません • 外部ネットワークを通してダイナミック素材をロードすることは許可されていません • プレイアブル広告**HTML5**素材の中にいかなる**JS**リダイレクトも含めることはできません • プレイアブル広告素材はいかなる**HTTP**リクエストも送ることはできません	言語指定: en: English ja: Japanese ko: Korean zh-Hant: Traditional Chinese

ダイナミック広告ツールで、素材の作成が簡単になり、素材の最適化がさらにスマートに

素材を一括アップロード

最大10件の画像/動画、5つのテキスト
1つのCTAテキスト



複数の広告クリエイティブ素材を広告セット毎に自動で組み合わせをし、最適なクリエイティブを生成

広告1
広告2
広告3
広告4
広告50

広告配信効果の自動最適化

競争力 | impression
CTR | CVR

Best – Keep delivering
Highest CTR & CVR

Good – Slow down
Average CTR & CVR

Bad - Pause
Low CTR & CVR

高効率な広告素材作成

広告クリエイティブを一括生成することで、時間と人件費コストを削減

広告のライフサイクルを延長

広告セットごとに広告クリエイティブをシステムが分析することで、更に多くのトラフィックを獲得、フリークエンシーを適切に

効果評価の自動化

システムが自動で最適な組み合わせを見つけ、低品質のクリエイティブを自動停止するため、マニュアル操作不要

AEO(アプリ内イベント最適化)製品により、モデルがリアルタイムに最適なオーディエンスを予測、大幅にROASを向上

広告主のKPI
アクティベーション
課金
継続
…

Pangleディープコンバージョンモデルがリアルタイムでアプリ内イベントのコンバージョン率を予測

- 広告の特徴
- メディアの特徴
- ユーザーグループの特徴
- …

モデルがリアルタイムで最適なオーディエンスを選んで配信

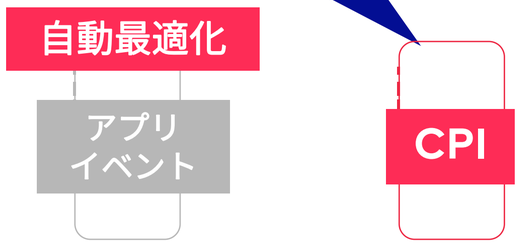
二段階入札
インストール入札単価とアプリ内イベント入札単価を同時に設定する

CPIとアプリ内イベント単価(課金/翌日継続)の両方を守るように配信を行う。

直接アプリイベント入札
アプリ内イベント単価のみを入札

入札するイベント(登録,ログイン,課金等)に対して、それらの目的にあったユーザーに配信される。

一段階入札
インストール単価のみを入札



入札したインストール単価を守りつづ、モデルは過去の蓄積データより、リアルタイムで目的に(課金/翌日継続)ユーザーに配信を行う。
運用における時間と労力を減らし効率的に配信できる。

※ 二段階入札と直接アプリイベント最適化は、現時点ではホワイトリスト対応しています。

コンバージョン最大化(MaxCV)とは、柔軟性のある入札戦略によって、設定された予算を継続的かつ安定的に消化し、コンバージョンを最大化する入札方法です。

入札タイプ	配信タイプ	最適化の目標	推奨入札単価	日毎のCPA許容変動幅	目的
スタンダード入札	標準/加速	クリック/インプレッション/インストール/アプリイベント	目標CPA	入札CPA×1.2倍まで(学習期間中は1.5倍まで)	CPA遵守
コンバージョン最大化(MaxCV)	標準	インストール/アプリイベント	目標値×0.7 (CPA高騰を懸念する場合は最大許容CPA/2.5 で入札)	入札CPA×2.5倍(学習期間中は3.0倍まで)	コンバージョン数最大化

オーダーメイドサービス

オーディエンス パッケージ

ハードコアゲーム向けオーディエンスパッケージ、
カジュアルゲーム向けオーディエンスパッケージ、
高価格デバイスパッケージなどを提供

マンツーマン診断

Pangle専門チームによる、
TOP広告主へのマンツーマンの配信診断を行い、
効果的なソリューションを提供

サポートポリシー

フリークエンシーコントロール、プロダクト起因によるCPA超過時の補填
ポリシーなどで
広告主をサポート

配信指導

クリエイティブ制作、
配信のアドバイスなど
定期的なワークショップの開催、業界ごとの適切な配信指導等の活動を開催

監視スマート識別機能：トラッキングコードを自動で識別
しどの計測ツールであるかを認識するため、管理が容易に

第三者計測ツール（SDK）対応コンバージョンのアトリビューションとアプリ内イベントのポストバックをサポート

ブランドセーフティ

厳格なトラフィック受入れ基準で、包括的に広告主のブランドセーフティを保証

審査

PangleのトラフィックはApple StoreとGoogle Play上の優良アプリで、Pangle独自の厳格な受け入れ基準によって、審査されています

ブロックリスト

ブロックリストで、広告が特定のメディアで表示されないようにします

メディアリスト

一部の広告主に配信前のメディアリスト(アプリ名のみ)を提供します

効果的なリーチ

モデル予測でユーザーグループのペルソナを正確に予測し、効率的にターゲットグループにリーチできます

*プラットフォームの健全性を維持するための**Pangle**の対策について*

※メディアリストは一部のVIPクライアントのみに公開

ブロック機能

Pangleブロックリスト機能は、ブランドセーフティなどの観点から広告主が表示したくないアプリ配信面を除外することができる機能です。
広告主はTikTok For Business管理画面のブロックリストでブロックしたいアプリIDを入力するだけで、指定したアプリでの広告配信を除外することができます。

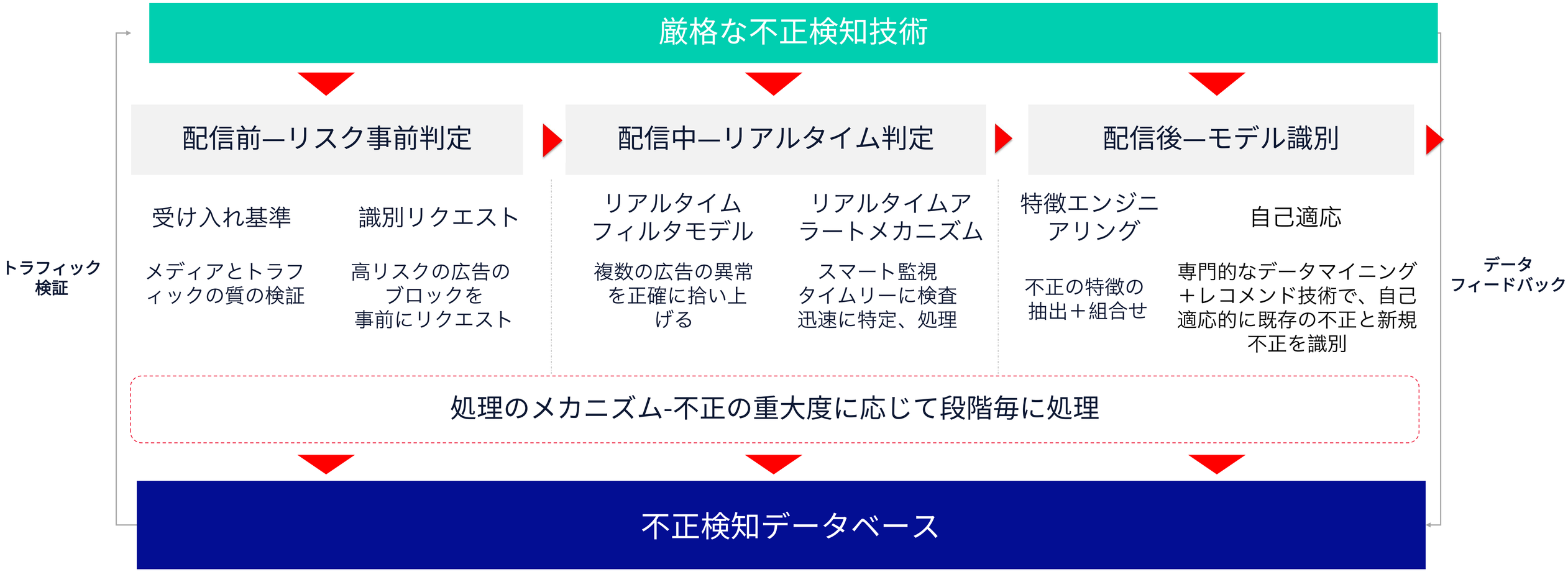
ブロックリストの作成

最大2,000のアプリIDを
アップロードできます。
(リストのフォーマット
は.txtファイル)

アプリIDのリストを TikTok For Business 管理画面上にアップロード

Pangleがリスト上のアプリを自動的に配信面から除外します

複数の不正検知の仕組みで、配信前から配信後まで全てのプロセスを監視



業界ソリューションと配信実績

ゲーム業界のソリューション

広告主	ハードコアゲーム		カジュアルゲーム	
KPI	ボリューム & ROAS		CPI & 継続率	
直面している課題	低い広告入札競争による ボリューム低下	課金率とROAS	厳しい予算基準による 競争力の低下	継続率の不安定
プロダクト 組み合わせ	**MaxCV with Bid**	**一段階入札AEO/ 課金AEO**	**MaxCV with Bid**	**浅いイベントへのIAEO/ 継続率最適化AEO (二段階入札)**
	＋	＋	＋	＋
	プレイアブル広告		プレイアブル広告	
	＋		＋	
	ハードコアゲーム向けオーディエンスパッケージ /デバイスパッケージ		カジュアルゲーム向けオーディエンスパッケージ	

非ゲーム業界のソリューション

広告主	非ゲームアプリ	
KPI	CPI & 継続率	
直面している課題	厳しいコストコントロールによる競争力低下	継続率
プロダクト組み合わせ	**MaxCV with Bid** ＋ 効果の良いクリエイティブ/プレイアブル広告 ＋ デバイスパッケージ	**浅いイベントへのIAEO/ 継続率最適化AEO** ＋ 効果の良いクリエイティブ/プレイアブル広告 ＋ デバイスパッケージ

コアとなる 計算式

入札競争力 = eCPM = CPA_bid * 予測CTR * 予測CVR * 1000

- **段階1：学習段階。** ターゲットオーディエンスを囲い込み、モデルがCVR&CTRデータを蓄積するのを待つ。

- **段階2：パフォーマンス最適化段階。** 最適化製品を使用し、入札の目標CPA値を調整しパフォーマンスを安定させる。

- **段階3：配信拡大段階。** 徐々にターゲティングを設定し、常に素材を更新してCTR*CVRが競争力を保つようにし、入札の安定を維持する。

Coupang Eats、アプリ内購入を最適化してCPPを削減

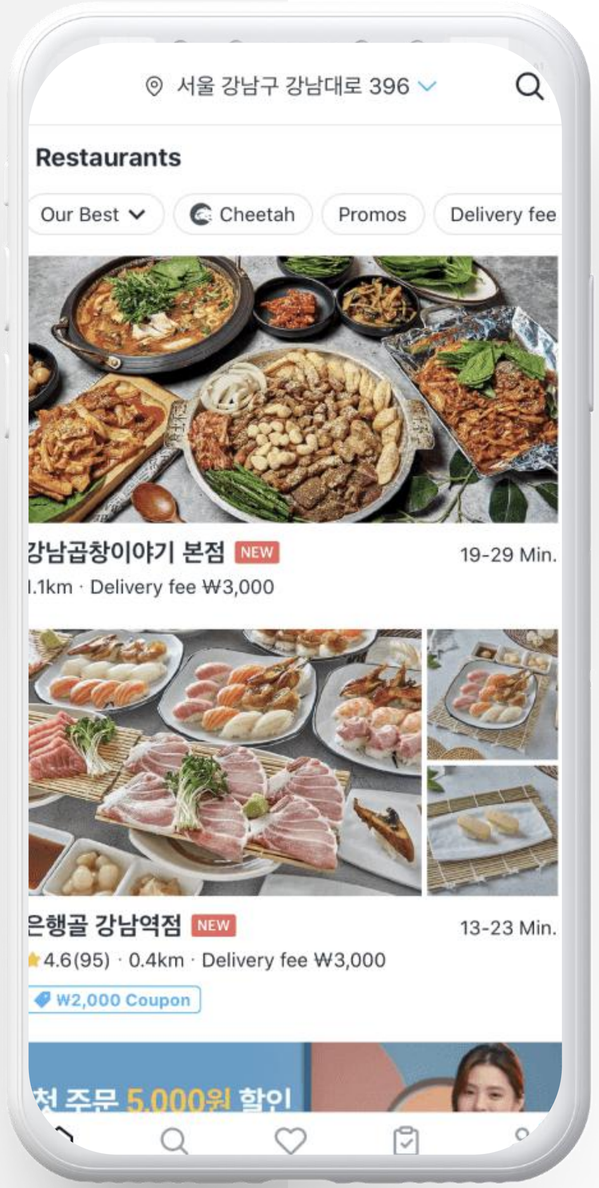
業種
サービス

目標
- アプリインストール
  - アプリ内購入

ソリューション
Pangle AEO 課金最適化

配信のハイライト

- 当初の主なキャンペーン目標は、アプリの新規ユーザーを効率的に促進だった。
- PangleキャンペーンをAEOによりアプリ内購入に最適化後、CPP（課金単価）が19%の減少。
- これらの優れた結果により、予算を60倍に拡大。

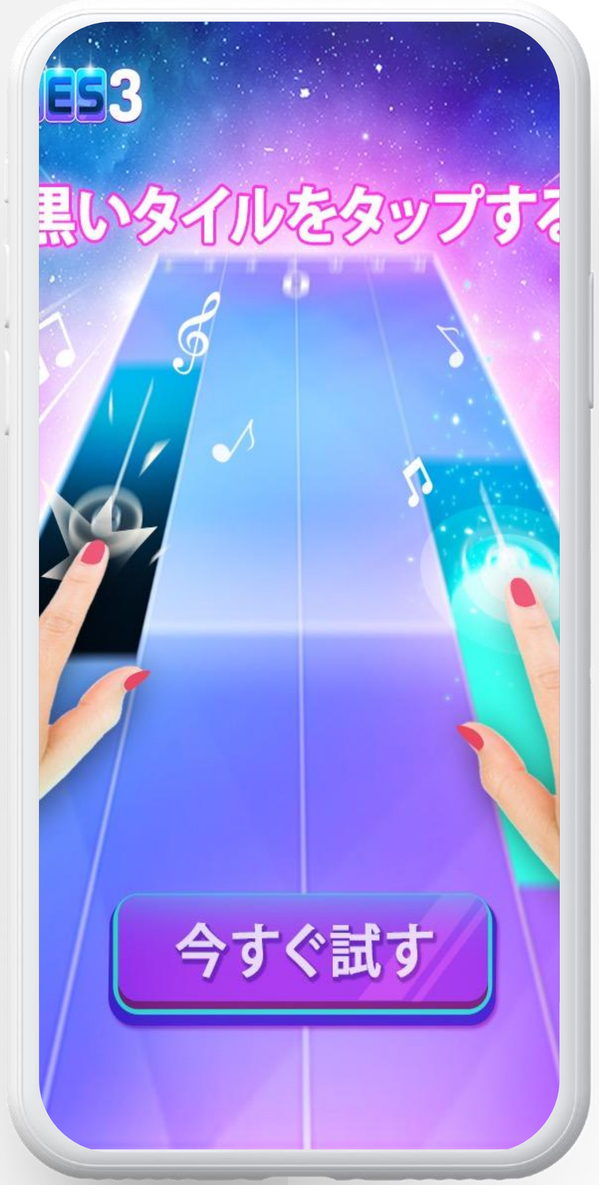


配信効果

課金単価の減少

19%

某音楽系ハイパーカジュアルゲーム：Pangleトラフィック専用配信最適化で、ROIが大きく上昇



配信のハイライト

- iOS音楽系ゲームは、日本上陸初期にユーザー獲得を行った
- アプリ内課金率及びROIを注視

- Pangleプレースメントに対して単独で広告セットを作成し、最適化を行う
- 素材の最適化を継続し、ROIに基づいてタイムリーに入札価格を調整する
- プレイアブル広告を使用する

配信効果

コンバージョン量が増加

500%

プレイアブル広告により CVRが上昇

61%

データソース：Pangle

某放置系ゲーム（iOS）：新しいトラフィックを探すなか、課金ユーザーを獲得できるチャネルを拡大

配信のハイライト

初期
- 自動プレースメントを選択し、トラフィックソースを拡大
- ターゲティングを開放し、充分な予算を設定し、学習期間を素早く乗り切る

中後期
- Pangleプレースメントに対して素材を更新し、エンドカードを最適化する
- 広告セットのライフサイクルを延長
- トラフィックのピークに合わせて、週末は入札価格と予算を上げる

配信効果

Pangle消化割合がアップ

70%

入札単価を変えずに、コンバージョン量が増加

300%

データソース：Pangle

某RPG系ゲーム（iOS）：
トラフィックを最適化し、CPAを改善

配信のハイライト

- 配信ボリュームを獲得するための充分な広告セットを確保
- ベースターゲティングのみを設定し、
  すでにコンバージョンしているオーディエンスは除外
- トラフィックのピークに合わせて週末は予算をアップさせる
- 全タイプ（横/縦/スクエアビデオ）素材を試し、
  配信量を向上
- アプリ内イベントコンバージョンデータをポストバックし、
  モデルの最適化をサポート
- アプリ内イベントの効果に基づき二段階入札の場合、
  浅いイベントの入札価格を調整

配信効果

CPA低下

30%

ROIが上昇

7%

データソース：Pangle

某パズルバブル系カジュアルゲーム: コンバージョン最大化を使用し、ユーザー獲得能力をアップ

配信のハイライト

- 日本で長期間配信していたため、新規コンバージョン獲得が難しいという問題に直面
- ゲームの継続率とROAS改善をするために、新しいトラフィックチャネルを模索していた
- 標準配信とコンバージョン最大化配信を組み合わせる
- CPAを維持しながら、ユーザーの獲得を最大化する

配信効果

Pangleプレースメント有効化後、コンバージョン量が安定的に増加

85%

継続率が安定し、 ROIがアップ

8%

プレイアブル広告により CTR*CVRが上昇

31%

データソース：Pangle

THANKS.

Pangle