



YouTube広告の効果を検証

コンテクスチュアルターゲティングと
通常ターゲティングの対照的な成果

1. コンテクスチュアル ターゲティングの仕組みを知る

動画配信における
コンテクスチュアルターゲティングとは
どのようなターゲティング手法なのか。

2. コンテクスチュアル ターゲティングの効果を知る

コンテクスチュアルターゲティングを
活用することで
どのような効果があるのか。

3. 提案への活かし方を知る

実際に提案へ落とし込むには
どのような座組が有効なのか。

1

YouTube動画コンテクスチュアルインテリジェンス GPとは？

2

GP実績紹介 ～朝日広告社様の事例～

3

通常YouTube広告（TrueView）との比較事例

4

ご提案座組

YouTube動画コンテクスチュアルインテリジェンス GPとは？



プロダクト概要

GP Youtube Contextual Targeting

GP YouTube Contextual Targeting

フリークアウトの独自技術でブランドセーフを担保しユーザーが視聴するコンテンツ内容を解析する事でブランドにとって安全で広告との関連度が高い最適なコンテンツへの広告配信が可能となるプロダクトとなります。またコンテンツと広告の関連度を高める事でユーザーのコンテンツ体験を阻害せず良好な印象を与える事が可能となります。

【配信先プラットフォーム】

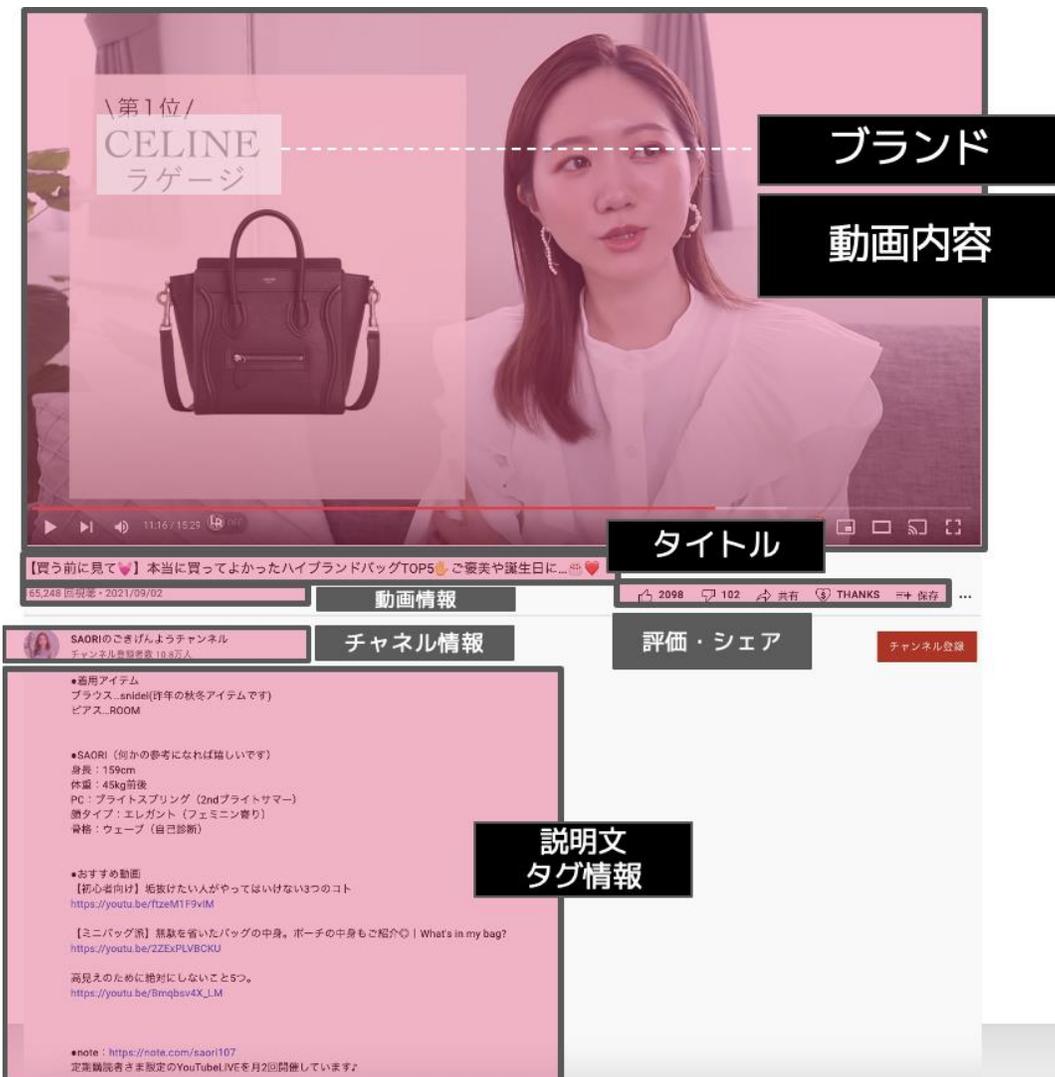


【計測可能な3rd party tracking】



The screenshot shows a YouTube video player interface with several annotations:

- ブランド (Brand):** Points to the 'CELINE ラゲージ' (Celine Luggage) text in the video.
- 動画内容 (Video Content):** Points to the video player area.
- タイトル (Title):** Points to the video title: '【買っ前を見て】本家に買ってよかったハイブランドバッグTOP5 ご褒美や誕生日に...'
- 説明文タグ情報 (Description Tag Information):** Points to the video description, which includes details like 'SAORIのこまげんようチャンネル' and 'おすすめ動画'.



YouTube動画コンテンツ解析技術 GP YouTube Contextual Targeting



映像内容
+
動画説明情報

ブランド 動画内容	会話/セリフ
タイトル	視聴回数 動画公開日
評価・シェア	チャンネル 情報
タグ情報	説明文

これらの情報を解析することで、安全でブランドと関連度が高いコンテンツを指定し広告配信することが可能となります。

GP実績紹介
～朝日広告社様の事例～

配信概要

■ 目的

GPを活用し、視聴者の料理に対する関心が高いモーメントを狙うことで効果的なイベント認知拡大サイト遷移促進を図る。

■ 運用KPI

完全視聴単価：¥7

株式会社龍角散

動画（15秒）

■ メニュー名

指定キーワード群

セルフ
メディケーション

製薬会社

悩み/
解決策

著名人

結果コメント

- 今回の配信imp上位約90%は、指定したキーワードに当てはまる動画への配信となった。
- 通常配信が偏りやすい作業用BGM、子供向けの動画を除外して配信することに成功。

利用金額	CPM	関連imp単価*	関連完全視聴単価*	imp上位50プレースメントに対する関連プレースメント数**
¥4,001,317	¥1,603	¥1.77	¥4.22	43 /50

* 上位50プレースメントへの配信コスト/ターゲットの文脈が含まれるプレースメントでのimp単価、完全視聴単価。

** 配信された動画プレースメントのうち、カスタムアフィニティやコンテキスト指定したターゲットの文脈が含まれているものを抽出。

朝日広告社様実績 | 株式会社 龍角散 (上位50プレースメント)



プレースメント (グループ)	プレースメント (詳細)	広告グループ
あまが台ファミリアクリニック	【91%の人が知らない?!】タンパク質で痩せる、疲れない、健康になる方法7選 医師解説 たんぱく質 最高の取り方	著名人
HikakinTV	ヒカキンの熱40度超えルーティーン【高熱密着24時】	悩み
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【医師解説】トマトジュースにアレ混ぜて！血管ツルツルになる最強の飲み方 (ダイエット コレステロール)	著名人
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【40代50代必見】コレステロール値を下げる21の裏技	著名人
高須幹弥 (高須クリニック)	日本で様々な感染症が激増しているのはコロナワクチンのせいなのか？梅毒、プール熱、インフルエンザ、難治性の風邪	著名人
Marina Takewaki	【地獄の11分】マッシュIONOK！飛ばない脂肪燃焼ダンスで全身の脂肪をみるみる燃やす！	解決策
Marina Takewaki	【地獄の19分】三日坊主でも良い！超きついで楽しく痩せるダンスで全身脂肪燃焼！【マッシュIONOK飛ばない有酸素運動でダイエット！】 StayHome	著名人
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【絶対に知っておいてほしい】血管詰まる前の危険サイン (コレステロール・血圧)	著名人
管理栄養士・関口絢子のウェルネスキッチン	【今までのとは違う】辛くないのに効果倍増！おいしいから続く！皮ごと漬ける最強の酢玉ねぎ	著名人
高須幹弥 (高須クリニック)	気にしすぎる性格を治す方法。	著名人
管理栄養士・関口絢子のウェルネスキッチン	【キャベツ1玉保存】美味しさも栄養も逃さない！生より万能！使い切り人気レシピ4品	著名人
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【最新】コレステロールの薬の注意点、副作用について	著名人
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【医師解説】これ食べて！薬だけに頼らずコレステロール下げる身近な食べ物	著名人
ドクターハッシー 内科医 橋本可吉	【驚愕】99%の医者が驚いた、血管がツルツルになる食べ物ベスト5(糖尿病,血腫,血糖値,血管)	セルフメディケーション
おーいじゅたろうくん	予防接種 じゅたろう君とじょうたろうくんのV log 予防接種物語	セルフメディケーション
いの【本気のズボラダイエット】	【全身痩せ】7日間で脂肪を落とすための運動【本気の1週間】	解決策
プロのお掃除チャンネル	排水口を簡単にピカピカにできるコスバ最強お掃除術	企業
友利新 / 医師「内科・皮膚科」	【老化】老けないためにやっている3つの習慣を紹介します	著名人
友利新 / 医師「内科・皮膚科」	小顔効果や肌を綺麗に見せてくれる秋冬におすすめの次世代型美容液ファンデーションを紹介します	著名人
高須幹弥 (高須クリニック)	【S&P500】円安の今は積み立てNISA始めないほうがいいのか？【全世界株】	著名人
KahoSei Channel from Canada	かほさん 39.3°Cの高熱🔥 日本語学校がある日のVlogにしようと思ってたのに・・・	悩み
バグアカデミア-漆黒の漫画-	【イキ見】致死率99% 佐竹博文が罹った死病祭。コレラ…コンゴ出血熱…ハンタウイルスetc	悩み
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【医師解説】がんのリスクを軽減させる最強の食べ物5選	著名人
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【医師解説】コレステロールが高く動脈硬化が進行し、足の血管が詰まる前に出るサイン4選	著名人
テイクウベングィン	限界社畜の疲労回復ルーティン【アニメ】	セルフメディケーション
平成フラミンゴ	【爆買い】アラサー独身女のリアルすぎるドラッグストア購入品を見せさせや	解決策
うどんそば 兵庫 京都 Udonsoba	6.0席を平日は2人で回すという常識ぶっ壊れ鉄人中華職人の一日の仕事量が想像を遙かに超えていた。 Wok Skills In Japan	企業
管理栄養士・関口絢子のウェルネスキッチン	たたいて焼くだけで止まらない美味しさ！抗酸化パワー絶大のピーマンをれごと食べ尽くす！	著名人
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【薬なしで下げる】コレステロールの効果的な改善方法	著名人
KahoSei Channel from Canada	かほせいさんの1年間使った 筆箱&かばんの中身👉 変な物が出てきませんように👉	セルフメディケーション
学識サロシ	【ベストセラー】自律神経の名医が最高の方法を教えてください！！！！【結局、自律神経がすべて解決してくれる】を世界一わかりやすく解説してみた	セルフメディケーション
Marina Takewaki	【超地獄の9分】足痩せ体験者続出!!!1000万再生された奇跡の足バカをもっとハードに!!【ダイエット】	解決策
PIVOT 公式チャンネル	【老化を遅らせる可能性の新研究】細胞が「新品」になるオートファジー／世界的権威が解説する100分／老化をしない生き物もいる／脳科学者 茂木健一郎と大激論／老化は止められる可能性	セルフメディケーション
食堂あさごはん	【7品】体が喜ぶ♪野菜たっぷり和食の作り置き【管理栄養士のヘルシーレシピ】	著名人
100年生きる！眼科チャンネル	気を付けたい朝食のメニュー。コレ食べてると最悪失明します！?	著名人
管理栄養士・関口絢子のウェルネスキッチン	【観なきゃ掛】おうちの〇〇に浸けるだけで鶏胸肉が絶品の高級食材に変わる方法	著名人
あなたの足となる	【1日見てもいいですか?】病気で働けない橋下のホームレスに1日密着してみた。	セルフメディケーション
東海オンエア	タビオカもバナナも終わり!?!ここから始める空前のスムージーブーム!!!!	解決策
あこの栄養学チャンネル【女性のための栄養学】	塩の選び方 (気軽に使える塩、栄養補給になる塩の選び方)	著名人
【公式】グレープカンパニーチャンネル	【公式】サンドウィッチマン コント【楽屋】2010年	セルフメディケーション
ぶーちゃんねる	かばんの中身調査をしたらやばいホス狂いとなくさん出会いましたw	解決策
Fischer's-フィッシャーズ-	【第4回】1時間ドローン鬼ごっこを本気でやったら超強力DJ鬼に勝てるのか!?	悩み
なにわ男子	なにわ男子【ダンスバトル】俺たちの躍りを見てくれ!	解決策
やさしい予防医学チャンネル【医師解説】	【医師解説】毎日飲み続けるとがんのリスクを上昇させてしまう危険な飲み物	著名人
高須幹弥 (高須クリニック)	藤田医科大学病院時代に看護師20人の食事代を1人で支払った話。	著名人
ララチューン【ラランド公式】	お母さんヒス構文解説	セルフメディケーション
青空体育の介護予防クラブ	【レク・健康体操F】高齢者 (シニア) ・レク・尿漏れ予防・歌体操 健康体操	セルフメディケーション
管理栄養士・関口絢子のウェルネスキッチン	【レンジで簡単】甘くてホクホク〜太らない蒸し芋の作り方! さつま芋で便秘解消ダイエット	著名人
看護師しろまる【糖尿病とフットケアの専門チャンネル】	絶対に見逃さないで! 知らないで後悔する、糖尿病でおきやすい足の症状を徹底解説!	セルフメディケーション
メディバリー-大学病院 / 医師監修	【要注意】認知症の進行状況に起こる症状を現役医師監修で解説	著名人

Good

- 以前の関連プレースメント含有率を超えて着地
- 関連imp単価、関連視聴単価もプレース精査によって前回より良い数値で着地できた。
- YouTubeで配信が偏りやすい作業用BGM・子ども向けコンテンツなどは除外できている

More

- 今回の知見を活かし、配信開始時点から既に精度の高いコンテクチュアルターゲティングを行う
- 次回は著名人を停止し、健康関心カテゴリでの配信を増やす。

※グレーアウトされたプレースメントは既に除外済み

通常YouTube広告（TrueView）との比較事例

GPを利用することで、より**関連度が高く視認されやすい動画に配信を集中**させることができるため
クリックやブランド認知等の広告効果を高めやすい傾向にあります。

比較軸			評価
プレースメント	関連プレースメント imp単価 ¥28.14	関連プレースメント imp単価 ¥1.43	imp上位50プレースメントのうち、関連動画の割合はGPで80%、TrueViewで8%となり、GPを利用することで 関連動画への配信を効率的に行う ことができた。
クリック率	0.04%	0.26%	GPを活用した配信で、TrueViewの興味関心セグメント配信よりクリック効率を約6倍に伸ばすことができた。 これにより関連動画への配信は ユーザーの行動に変化 を与えやすいことがわかる。
ブランドリフト単価	¥210	¥100	1ユーザーの態度変容を起こす（未認知→認知など）のに かかったコスト（ブランドリフト単価）は GPがTrueViewの約2分の1となり、 関連動画への配信は その後の態度変容にも効果 があることがわかる。

※ 上記は全て弊社実績となります。

配信概要

■ 目的

男性向け化粧品の認知向上のため、イメージアップにつながるような著名人・コンテンツに関連する動画へ広告を配信。実際に関連度の高い動画に配信を集中できているのか検証。

化粧品メーカー

動画 (15秒)

■ ターゲティング内訳

True View
カスタムアフィニティ

- 著名人
- ガジェット
- アウトドア

等

GP
キーワード指定

- 著名人
- ガジェット
- アウトドア

等

結果コメント

- GPを通じた配信で、関連プレースメントにおいて、imp単価を**1/20**、完全視聴単価を**1/10**に抑えることに成功。
- 関連度の高い動画への配信を効率的に増やす**には、コンテクスチュアルターゲティングが効果的であることがわかった。

配信手法	関連プレースメント*割合	関連プレースメント imp単価**	関連プレースメント 完全視聴単価**
TrueView	4 /50	¥28.14	¥38.21
GP	41 /50	¥1.43	¥3.49

* 配信された動画プレースメントのうち、カスタムアフィニティやコンテキスト指定したターゲットの文脈が含まれているものを抽出。

** 上位50プレースメントへの配信コスト/ターゲットの文脈が含まれるプレースメントでのimp数、完全視聴数。

配信概要

■ 目的

関連動画に配信をした方が
ユーザーからの関心が得られ
行動に変化が出るのではという
仮説の検証。(クリックを比較)

家具メーカー

動画 (15秒)

■ ターゲティング内訳

True View
アフィニティ

寝具興味関心

GP
キーワード指定

CR関連著名人

家具

睡眠課題 等

結果コメント

- True Viewの興味関心セグメントと比較すると、コンテクスチュアルデータを活用した配信でクリック率を**約6倍**にすることができた。
- 広告に対する反応に変化を起こすには、ペルソナではなく**モーメント**を捉えた方が効率的であることがわかる。

配信手法	CPM	クリック率	CPC
TrueView	¥1,559	0.04%	¥3,059
GP	¥1,643	0.26%	¥790

配信概要

■ 目的

関連動画に配信をした方が
ユーザーからの関心が得られ
態度変容が起こしやすい
のではないかという
仮説の検証。(BLSを実施)

消費財メーカー

動画 (15秒, 30秒)

■ ターゲティング内訳

True View
カスタムアフィニティ

美容

ファッション

ショッピング 等

GP
キーワード指定

美容

ファッション

ショッピング 等

結果コメント

- GPを活用した配信は、TrueViewのアフィニティ指定の配信よりもリフト値が大きく、単価にして**約2倍**の差があった。
- 配信時のモーメントを捉えた、関連度の高い動画への配信は、**広告接触後の態度変容**にも影響を与えやすいことがわかる。

15s 素材

30s 素材



ブランドリフトの起こしやすさを比較するため、**1人を態度変容させるためにかかった費用** (リフト単価) を算出、比較。

通常TrueView
リフト単価

210円

GP
リフト単価

100円

ご提案座組

GPは普段実施しているYouTube広告の配信面をより効果の出やすい形でコントロールできるようになるメニューです。

比較対象となる配信の数値を準備すると、その良さを実感して頂きやすくなります。

よくあるケース

新しいメニューに積極的に取り組んでみたが
評価の仕方がわからず「やりっぱなし」になっている…

結局**単価の高騰**が目立って、配信は即中止に…



新しい施策を成功に導くには、
比較対象をきちんと定めた事前設計が鍵となります。

事前設計のポイント

いつ の配信の **何の数値** を
どんな方法 で比較すれば
何がわかる のか明確にする。

配信後の評価がスムーズに！



通常のYouTube配信では、関連性の低い動画や作業用BGMなど
 広告効果が見込みにくい場所に配信がされてしまうことを課題に、
 imp上位50プレースを抽出し、「**関連する動画にどのくらい配信できたのか**」を比較する方法です。



完全視聴単価	¥ 3.0	¥ 3.5
関連動画におけるimp単価	¥ ○○○○	¥ ×××
関連動画における完全視聴単価	¥ △△△	¥ □□□


 関連動画のimp単価や完全視聴単価を比較

■ 調査規定

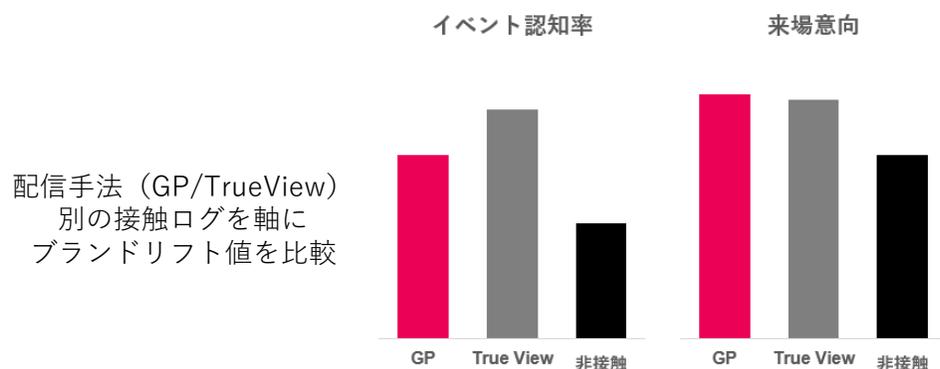
規定		
ご予算(グロス)	¥3,000,000~/月 <small>※GPの最低出稿金額は¥2,000,000/月</small>	
分析プレース数	imp上位50プレース	
分析内容	プレース一覧, 関連imp単価, 関連完全視聴単価	

関連性の高い動画に配信をした方が、ユーザーの意識が変わりやすいという仮説をもとに
 楽天インサイトによるブランドリフト調査を用いて
「どのくらい態度変容を起こすことができたのか」を比較する方法です。

■調査概要



によるブランドリフトサーベイを実施



■調査規定

規定		
ご予算(グロス)	¥7,000,000~/月	¥7,000,000~/月
設問数	3問	
想定サンプル数	50	

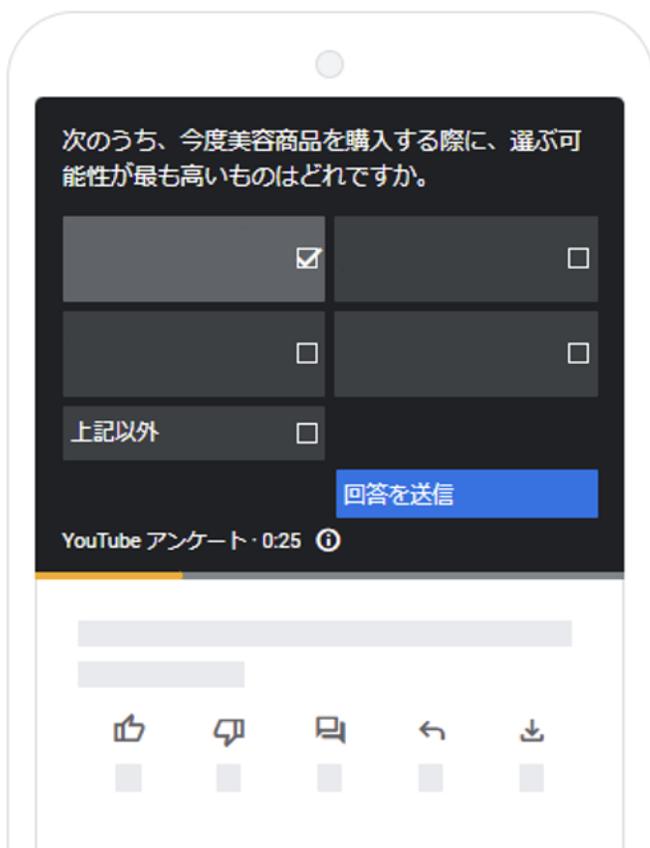
※ターゲットによってサンプル数回収見込みから最終的な必要予算をお伝えします。
 ※特別PKGとなりますので詳細はご提案前に貴社担当営業へご確認ください。

関連性の高い動画に配信をした方が、ユーザーの意識が変わりやすいという仮説をもとに

Google広告による動画画面内のブランドリフト調査を用いて

「どのくらい態度変容を起こすことができたのか」を比較する方法です。

* 希望の「ご予算」「サンプル数」「設問数」によって楽天インサイトとの使い分けを行ってください。



YouTubeの動画画面内で
アンケートを実施。

広告接触者と非接触者の
結果を比較。

■ 調査規定

ご予算(グロス)	¥5,000,000/施策 ~
配信期間	10日間以上
設問数	1問
想定サンプル数	担当に お問い合わせください。

※ 計500万円/施策 以上、10日間以上の配信期間で実施可能でございます。
※ 想定サンプル数は設計により異なるため担当にお問い合わせください。

Point
1

動画コンテクスチュアルターゲティングの仕組みについて

動画のタグや説明文のみでなく、動画内容・会話までも解析できるフリークアウト独自の技術を使った「GP」は商品/サービス/クリエイティブ/ターゲットに**関連するYouTube動画に、広告を配信**できるようにするサービスです。

Point
2

コンテクスチュアルターゲティングが与えるユーザーの行動・態度への影響

「GP」を用いた配信で、様々な効果検証を行なった結果、YouTube広告の**プレースメントの改善**はもちろん、**「クリック」や「ブランドリフト」の向上**にも繋がりがやすいことがわかっています。

Point
3

今取り組むべき理由

広告主様からの問い合わせは多い一方で、新しい技術の導入に対するハードルは高く、検証座組などの事前設計がおざなりになってしまうケースが増えています。今から**成果の伴う実績を作る**ことで他社との差別化に繋がります。

ご質問、ご相談ございましたらお気軽に担当までお問い合わせください。

【お問い合わせ先】

営業本部 2局 Account Executive 木伏 優貴

メールアドレス：okibu@fout.jp TEL：080-4731-9467



Give People Work That Requires A Person.

【お問い合わせ先】

営業本部 2局 Account Executive 木伏 優貴

メールアドレス：okibu@fout.jp TEL：080-4731-9467