

## AppLovin、広告主のための CTV 広告ガイドブック「はじめての CTV」を公開

CTV 広告で新規オーディエンスにリーチし、  
キャンペーンを最適化して ROI を向上させる実用的なアドバイスが満載



2023年9月26日 - マーケティングソフトウェアのリーディングカンパニーである AppLovin（アップラビン）（<https://jp.applovin.com/>）（本社：米国・カリフォルニア、代表取締役社長 アダム・フォローギ、日本事業責任者：片木智也）は本日、データ主導の CTV ソリューションを提供する Wurl（ワール）と共同で、ガイドブック「はじめての CTV - [CTV をパフォーマンスマーケティングチャンネルとして活用する方法](#)」をリリースしました。CTV 広告費用は 2023 年に 250 億ドル以上に達すると予測され、従来型のテレビから CTV へと移行する視聴者数は増加を続けています。本ガイドブックは、広告主が新たなオーディエンスにリーチし、収益を増加させる上で CTV 広告が担う重要な役割に焦点を当てています。



CTV（コネクテッド TV）とは、インターネットを使ってデジタル動画コンテンツにアクセスできるデバイスを指します。CTV 広告は、インターネットに接続されたこれらのデバイスでスキップできない動画を表示し、視聴者に広告体験を提供します。

AppLovin では、2022 年に Wurl のプレミアム CTV サプライを利用したパフォーマンス CTV 広告キャンペーンをローンチしました。それにより、広告主は AppLovin の社内クリエイティブチーム SparkLabs と連携して、オリジナルでパフォーマンスの高い CTV 広告を制作モバイル・CTV 広告キャンペーンを簡単に実施することができます。

AppLovin で CMO を務める Katie Jansen は次のように述べています。「CTV 広告は、モバイルユーザー獲得のパフォーマンス力をテレビの世界にもたらし、モバイルマーケターやコンテンツ配信業者、コンテンツパブリッシャーは今までにない ROI を達成できるようになります。ダイナミックな世界を提供するモバイルアプリや、魅力的なコンテンツを配信するストリーミングアプリなど、CTV はさまざまなカテゴリーにおいてインクリメンタリティと収益性の高い成長を促進し、パフォーマンス志向のマーケターをサポートします」

データ主導のターゲティングと計測を活用することで、広告主はキャンペーンの成果をより明確に理解できるようになります。本ガイドブックでは、次の点について詳しく解説しています。

- 未開拓のオーディエンスへのリーチを拡大し、新規ユーザーや加入者を獲得することで、**インクリメンタリティを促進する方法**
- CTV、モバイル、デスクトップでプロモーションを個別にターゲティングし、**適切な視聴者のエンゲージメントを維持する方法**
- ユーザーが CTV を見ながら携帯電話を操作し、商品やサービスの情報を検索する「**デュアルスクリーン**」で、**より深いエンゲージメントを促進する方法**
- **ファネル全体、クロスチャネルで計測と最適化を行い、ファネル下部におけるアクションを促進する上での CTV の役割**
- 印象に残る **CTV 広告でエンゲージメントを喚起し、明確な行動喚起で次のステップに進む意欲を高める方法**

本ガイドブックでは、AppDiscovery の CTV キャンペーンでインストール率を向上させたアプリの事例も紹介されています。写真アプリのダウンロードランキングで第 2 位を獲得した「[Picsart](#)」は、高いインストール率と驚異的なスケールを達成した後、CTV での広告費用を 3 倍に増やしました。また、人気のクレジット構築アプリ「[Kikoff](#)」は CPE（エンゲージメント単価）が 27%低下し、インストール率が 3 倍増加しました。



[「CTVをパフォーマンスマーケティングチャネルとして活用する方法」](#)をダウンロード

### **AppLovin について**

AppLovin は、あらゆる規模の企業が理想的な顧客とつながるよう支援するテクノロジーを作る企業です。誰もがグローバルオーディエンスにリーチして収益化し、そして成長するためのエンドツーエンドのソフトウェア、及び AI ソリューションを提供しています。詳しくはこちら: [www.applovin.com/ja](http://www.applovin.com/ja)