

デジタル広告主向け 実践ガイド 2025 年版

ファーストパーティデータ戦略で
広告効果を最大化する方法

古くなったデジタル広告戦略に依存することで、 収益機会を逃していませんか？

ファーストパーティデータとコンバージョン API が、キャンペーンの
成功をどのように再定義できるのかをご紹介します。

広告費用対効果（ROAS）を最大 **25%** 向上

コンバージョンの可視性を最大 **35%** 向上

よりパーソナライズされたメッセージ、オファー、クリエイティブの
テストと展開の柔軟性を向上します。

この eBook から得られる 主な学び

シグナルロスを防ぐ 4 つのステップ	4
CAPI の真の強み	5
Tealium の CAPI 連携によるメリット	6
最適化の事例（ケーススタディ）	13
CAPI 導入の始め方	17
デジタル広告主の成熟度向上	18

将来を見据えた広告戦略の準備
はできていますか？
それでは、見ていきましょう。

デジタル広告が新たなシグナルを獲得する時です

デジタル広告は変革の時を迎えています。

デジタル広告の成功のための素晴らしい秘訣のように聞こえるかもしれませんが、プライバシー規制の急激な変化や、サードパーティデータの信頼性がゆらいでいる現在の状況において、これらの目標を達成するのは容易ではありません。

広告主が直面する「シグナルロス」と、日々高まる消費者の期待により、企業はこれまで以上に高度なアプローチと高品質なデータを必要としています。ファーストパーティデータ戦略を策定し、顧客のニーズを満たし、それを上回るシームレスでパーソナライズされた体験を提供することで、より高い収益、管理性、可視性を得ることができます。

このeBookでは、その具体的な方法をご紹介します。Tealiumは、Google、Meta、TikTok、Snapchat、The Trade Deskをはじめとするパートナーと連携し、コンバージョンAPI (CAPI) を活用してサードパーティクッキーへの依存から脱却し、お客様の同意を得たファーストパーティデータへの移行を推進しています。これにより、プライバシーに配慮した、一人ひとりのお客様に最適化された顧客体験の実現します。

コンバージョンAPIは、ユーザーのブラウザを介さずに、ウェブサーバーと広告プラットフォーム間で顧客のインタラクションデータ（クリック、フォーム入力、ダウンロードなど）をリアルタイムで共有します。

これにより、より多くのシグナルを確実に取得し、カスタマージャーニー全体にわたる広告パフォーマンスとアトリビューションをより正確に測定できます。さらに、Tealiumのカスタマーデータプラットフォーム (CDP) と事前構築済みの連携機能を組み合わせることで、サーバーサイドとクライアントサイドの両方のデータを収集し、オンラインとオフラインのインサイトを統合することで、CAPIの効果を一層高めることができます。

**シグナルロスをなくし、広告の投資効果を高め、顧客満足度を上げる準備はできていますか？
早速、始めましょう。**

シグナルロスを防止するための Tealium の 4 ステップガイド

01

高品質なファーストパーティデータへの移行

サードパーティデータは、信頼性が低く完全ではありません。クリーンで信頼性の高いファーストパーティデータを収集・活用することで、セグメントから個々の顧客にいたるまで、顧客基盤に対するより深い理解を得ることができます。

02

サーバーサイド戦略の強化

広告主がメディアやマーケティングチャネル全体で、大規模にコンバージョンイベントをアクティベートできるようにすることで、広告費用対効果（ROAS）を向上、無駄な広告費の削減、そして顧客体験の改善を実現します。

03

広告費用対効果（ROAS）の向上

マーケティング施策やキャンペーンから確実に ROI を得ることは、すべての広告主にとって重要です。Tealium のコンバージョン API 連携を活用すれば、どの市場や顧客をターゲットにすべきかをより正確に特定でき、適切な予算配分が可能になります。

04

パートナーシップに注力

お客様の要望や期待の動向に合わせて、Tealium パートナーネットワークの専門家をご紹介します。私たちは、優れた品質と信頼関係を通して、継続的にお客様のビジネスに価値を提供し続けます。



コンバージョン API とはどのようなもので、その優れた機能とは？

コンバージョン API (CAPI) は、企業がウェブブラウザに依存することなく、自社のサーバーから広告プラットフォームへ直接データを送信できる仕組みです。広告主は、自社サイト、商品、サービスにおけるインタラクションなど、自社が管理する情報とデータを活用して、望ましい成果を促進できます。これらの API は、Cookie などブラウザベースのツールに依存せずに、データプライバシーを維持しつつ、顧客にパーソナライズされた体験を提供するのに役立ちます。さらに、コンバージョン API は、企業にフルファネルの可視化、正確なデータ共有、およびデータ制御をもたらします。

CAPI は、企業やブランドのサーバー、ウェブサイトプラットフォーム、または CDP から広告プラットフォームに送られるウェブサイトイベント、オフラインコンバージョンなどのマーケティングデータを直接かつ高い信頼性で連携できるよう設計されています。このマーケティングデータは、広告のパーソナライゼーション、最適化、そして測定を強化し、より関連性の高い広告を適切なオーディエンスに届けるために役立ちます。

Tealium のコンバージョン API 連携の利点

Tealium のカスタマーデータプラットフォーム（CDP）は、主要な広告パートナーの事前構築済みのコンバージョン API を標準で備えています。広告主はこれらの連携機能をすぐに使え、以下のような機能を実現できます。



データプライバシーの管理

共有するデータと共有するタイミングを管理できます。コンバージョン API を使えば、広告主は共有するデータをより細かく制御できるようになります。製品マージンなどの分析情報を非公開で追加したり、顧客ごとの価値スコアといった履歴情報を含めたりすることも可能です。



ファネル全体の可視化を実現

貴社ビジネスにとって重要な顧客に関するより深い洞察が得られます。広告主は、CRM データ、自社にとってのターゲットリードを含むファネル下部のイベント、マルチサイトのコンバージョンパスなど、現在ピクセルで収集されているデータよりも幅広いデータを使用して広告に反映できます。



データ欠損の軽減

広告プラットフォームとのデータ共有方法を強化します。CAPI を介したデータ共有は、ブラウザベースの方法よりも信頼性が高く、ブラウザのクラッシュや接続の問題などの影響を受けにくいように設計されています。



広告の費用対効果を改善

より良いデータは、広告の費用対効果の向上につながります。顧客がライフサイクルのどの段階にいるのかを特定し、ビジネスにとってより良い成果をもたらすアクションを起こすことができます。

Tealium のコンバージョン API 連携のさらなる利点



拡張データの収集

広告主は、新しいイベントを定義し、カスタマイズされた顧客価値スコアや、ウェブサイト上のコンバージョン過程で実行される各ステップやアクションなど、より有意義なデータを収集できます。



将来的な変化に備えた測定を提供

コンバージョン API は、サードパーティクッキーへの依存を軽減し、測定エコシステムの変化に対応していく備えとなります。新しい広告パートナーを追加したり、自社の分析やマーケティングスタックに新しいツールを追加したりしませんか？ CAPI なら、これらすべてと簡単に接続できます。



インクリメンタリティ測定の精度向上

コンバージョン API は、ブラウザをまたがるユーザー行動をより包括的に可視化でき、追加のコンバージョンやマルチサイトのコンバージョンパスを含めることで、より迅速に統計的有意性を得ることが可能です。



主要広告プラットフォームとのデータ共有方法を強化

マーケターは、中央集約型の API ハブを活用し、Meta、Google、LinkedIn、Snapchat、The Trade Desk、TikTok、Pinterest などのテクノロジープラットフォームと共有するデータの信頼性を、メディアミックス全体にわたって確保できます。

AI を活用してキャンペーンを迅速に展開

より多くの、より高品質なシグナルは、より精度の高い AI の洞察を生み出します。CAPI は、正確な AI モデルをトレーニングするために不可欠な、正確なサーバーサイドのコンバージョンデータを提供します。

01

CAPI データは、AI に顧客行動を予測する能力を学習させ、予測モデリングとプロクティブなマーケティングを可能にします。

02

AI はコンバージョンデータを活用し、コンバージョンのパターンに基づいてターゲティング広告のクリエイティブコンテンツを生成します。

03

API 経由で包括的なコンバージョンデータをトラッキングすることで、パブリッシャーの AI が強化され、キャンペーン成果が最大化されます。

04

企業やブランドのデータサイエンスチームが、自社の AI を活用してセグメンテーションやキャンペーンの連携を強化し、Tealium が洞察を活用してマーケティングおよび広告スタック全体でアクティベーションを行います。

ファーストパーティデータを効果的に活用する
マーケターは、単一の広告掲載から 2 倍の増分
収益を生み出すことができます。

出典：ボストンコンサルティンググループ

2倍

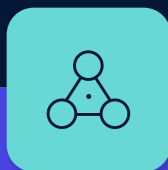
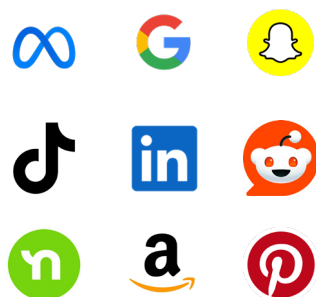


将来的な変化に備えた測定フレームワークを構築

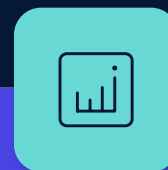
Tealium を活用することで、ビジネス目標の達成に役立つ、将来的な変化に備えた測定フレームワークを実装できます。新しいツール、データソース、広告プラットフォームを、今すぐにも将来的にも、コーディング不要で簡単に追加できます。Tealium は必要な連携機能を構築・維持するため、活用シーンと顧客層を着実に拡大していくことができます。



Tealium で全体像を構築



最も価値の高いオーディエンスと
つながり、アクティベート



真のビジネス目標を明確化



Tealium のパートナーエコシステムによるコンバージョン API 活用

広告主は、Tealium のプレミアムパートナーエコシステム内で、Tealium の豊富な CAPI 連携機能を利用できます。Tealium を活用すれば、お客様にとって最も利用価値の高い広告およびソーシャルプラットフォームで CAPI データを即座に活用できます。



Tealium + Google

Tealium の Customer Data Hub と Google 広告の「拡張コンバージョン機能 (Enhanced Conversions)」を組み合わせることで、コンバージョン測定の維持や、技術的制約により失われがちなコンバージョンの可視性向上、さらには企業全体のファーストパーティデータを活用した広告最適化が可能になります。

[ウェビナー（英語）](#) も是非ご覧ください！ Tealium + Google：ファーストパーティデータ戦略でコンバージョンを最大化する方法



Tealium + Amazon Ads

Amazon Ads Conversions API により、さまざまなソースからのコンバージョンデータを Amazon Ads に取り込み、効果測定やレポート作成に活用できます。Tealium の EventStream コネクタを利用すれば、オンライン・オフライン問わずコンバージョンデータを Amazon に送信できます。



Tealium + The Trade Desk

Tealium と The Trade Desk の連携により、より効果的でパーソナライズされた広告キャンペーンを実施できます。The Trade Desk タグを管理し、Tealium の The Trade Desk ファーストパーティデータコネクタを使用して、より詳細な訪問者プロフィールとオーディエンスを送信できます。

“

EventStream と TiQ のコンバージョン API を実装したことで、アトリビューションの精度が大きく向上しました。AudienceStream を活用することで、消費者の行動を的確に捉え、それぞれの属性に合わせたパーソナライズ体験の提供が可能になりました。”

- サイト分析マネージャー
グローバルシューズメーカー

Tealium のパートナーエコシステムによるコンバージョン API 活用



Tealium + Meta

Tealium が収集・統合したオンライン・オフラインデータに基づく高精度の顧客プロフィールにより、Facebook 広告の広告主は、顧客の全体像を把握したうえで効果的な施策を実行できます。顧客のライフサイクル全体にわたる信頼性の高いファーストパーティデータを活用することで、高品質の広告体験を実現しながら、メディア投資の最大化を支援します。

[ウェビナー（英語）](#) もご覧ください！ Tealium と Meta コンバージョン API の独自の連携について



Tealium + TikTok

Tealium の Customer Data Hub は、従来のピクセル連携の枠を超え、TikTok Events API と即座に連携できます。TikTok と Tealium のハイブリッドな連携により、広告測定を維持し、より多くのシグナルを分析し、同意取得済みのファーストパーティデータを活用できます。

[ウェビナー（英語）](#) もご覧ください！ Tealium と TikTok コンバージョン API の独自の連携について



Tealium + SnapChat

Tealium の EventStream を介した Snapchat コンバージョン API 向けのリアルタイムかつ即時利用可能なサーバーサイド連携により、より信頼性の高い安全なデータ共有方法を実現します。また、Tealium のマーケットプレイスで提供されるすべての連携機能を利用して、将来にわたってデータ収集の柔軟性を確保できます。

[ウェビナー（英語）](#) もご覧ください！ Tealium と Snap コンバージョン API の独自の統合について

“

ウェブで『Good（良好）』のイベント品質スコア（EQS）を獲得した広告主は、『Poor（不良）』のEQSを獲得した広告主と比較して、広告費用対効果（ROAS）は52%向上し、顧客獲得単価は22%低減します。”

- Sheila Bhardwaj 氏
Snap Inc. 収益製品パートナーシップ

Tealium のパートナーエコシステムによるコンバージョン API 活用



Tealium + LinkedIn

LinkedIn Conversions API (CAPI) は、広告主のサーバーから取得したマーケティングデータと LinkedIn を直接連携し、B2B キャンペーンのパフォーマンスと測定能力を向上します。



Tealium + Nextdoor

Tealium の Nextdoor のコンバージョン API とのリアルタイム連携により、広告主は同意取得済みのファーストパーティデータを活用し、広告のターゲティング、効果測定、最適化を行うことで「近隣の人々を顧客に変える」ことができます。



Tealium + Pinterest

Tealium の Pinterest のコンバージョン API とのリアルタイムで、即時利用可能なサーバーサイド連携により、広告主がコンバージョン測定を維持し、技術的な制限により失われたコンバージョンの可視性を向上させ、ファーストパーティデータを活用した効果的なターゲティングと広告最適化を実現します。



Tealium + Reddit

Tealium の Reddit のコンバージョン API とのリアルタイム連携は、コンバージョン測定を維持し、キャンペーンの可視性を向上させ、Reddit コミュニティ全体でより効果的なターゲティングと広告の最適化を実現します。

“

Tealium のコンバージョン API ソリューションは、シグナルロスとプライバシー重視の時代において、企業やブランドが将来を見据えたパフォーマンスマーケティング戦略を策定できるよう設計されています。広告エコシステム全体でリアルタイムにサーバーサイドイベントを共有することで、Tealium は、マーケターが失われたコンバージョンを回復し、パブリッシャーや自社の AI モデルにデータを供給し、さらにすべてのチャネルにおける高度な洞察の活用を実現します。データの成熟度に関わらず、Tealium は同意取得済みのファーストパーティデータを測定可能なビジネス成長に変換するのに役立ちます。”

- Matt Gray

Tealium グローバルパートナーシップ責任者

Tealium 顧客事例

Glossier、TikTok のコアオーディエンスにおける ブランド認知度を高め、それを活用した事業拡大 を推進

美容ブランドである Glossier は、自社製品の認知度を高め、最終的には売上の拡大を目指していました。まずは幅広い層へのリーチを図るため、従来からある手法のリーチ&フリークエンシー（R&F）キャンペーンを実施しました。

このキャンペーンで成果を収めた後、同社はパフォーマンスキャンペーンへと切り替え、TikTok ピクセルを導入しました。オークションキャンペーンでは、当初はトラフィックやリーチといったアッパーファネル（認知段階）の対象に最適化していましたが、ブランドリフト調査を実施した結果、購入意向などロワーファネル（購買段階）の対象に増加が見られました。

そこで、購買段階に対して最適化を行なった結果、収益においても非常に良好な成果を得ることができました。



3.2%

購買意向の増加

1 億 1,100 万人

のユーザーにリーチ

4 億 4,000 万回
以上

のインプレッション

75%

各キャンペーンにおけるターゲット
オーディエンスへのリーチ率

Tealium 顧客事例

Tealium + Meta で TUI のソーシャル広告投資を最適化、未来に備える

ドイツに本拠を置く世界最大級の旅行会社グループ、TUI の目標は、より精度の高いトラッキングを実現し、すでにサーバーサイドでのデータトラッキングへ移行していた Trivago や Tripadvisor といったパートナー企業における成果向上につなげることでした。また、マーケティング効率の向上、つまりコストの削減とコンバージョンの増加も目指していました。

6%

予約単価を削減

29%

プラットフォーム全体のソーシャル
トラフィックのコンバージョン率が増加

18%

TUI の広告費用対効果（ROAS）が向上



Tealium 顧客事例

L'Oréal、デジタル、対面、バーチャル領域を結びつけ、ダイナミックな顧客体験を実現

世界有数の化粧品企業である L'Oréal は、デジタル基盤改革により先進的かつパーソナライズされた小売美容体験の提供を目指しました。

同社は Tealium CDP を活用して顧客データを統合し、信頼できる単一の情報源として、またマーケティング施策のアクティベーションプラットフォームとして活用しています。あらゆる顧客の行動データをリアルタイムで収集することで、より正確かつ適切な双方向のコミュニケーションを実現しました。

L'Oréal は小売美容業界の変革に取り組む中で、顧客の信頼と透明性を最優先に考えています。

22% 以上

メディアキャンペーンの平均コンバージョン率

55%

全体のクリック率

26% 以上

CDP 導入前と比較したクリック率の改善

10 万件以上

L'Oréal の主要ブランド Lancôme での毎月の顧客アクティベーション数

L'ORÉAL



コンバージョン API を使い始めるための主な活用シーン

コンバージョン API が役立つ有益な活用シーンをいくつかご紹介します。



より深い層での最適化

多くの広告主は、フォーム入力によるリード獲得のような、ファネル上部のイベントを最適化の対象としています。実際のコンバージョンのような、ファネルの深い層でのイベントは、ブラウザのピクセルで捕捉できない場合があります。これは、そのイベントが広告主のウェブサイト上で発生していないためです。広告主は CAPI を活用し、これらのファネルの深い層でのイベントを捉え、広告をそれらのイベントに対して最適化するように設定できます。



イベントの信頼性向上

多くのイベントは、ブラウザの設定、ネットワーク接続の不備、あるいはユーザーがピクセルコードが実行される前にページを離れたことなどにより、発生しないことがあります。ただし、これらのイベントは、常にサーバーでは検知されています。広告主は、ブラウザ（クライアントサイド）とサーバーサイドのイベントを連携させることで、これらの再キャプチャされたシグナルを活用し、広告のパフォーマンスを向上させることができます。



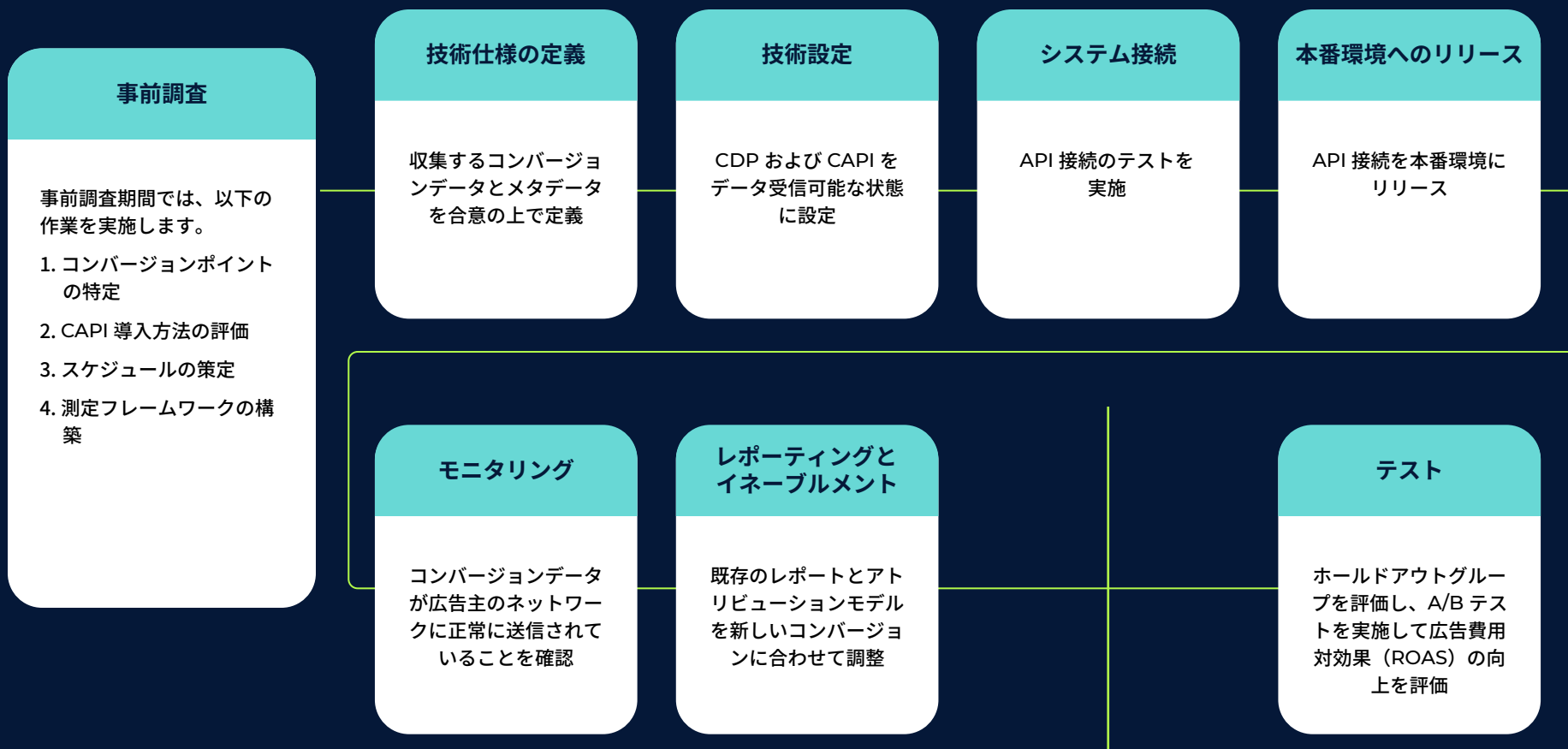
データ共有の強化

パブリッシャーは、広告主にイベントを送信する前にユーザー ID を確立したり、ユーザースコアなどの有意義なデータを追加したりすることで、広告主とデータを共有する方法に柔軟性を持たせることができます。

コンバージョン API の始め方

CAPI 連携を活用してより高い広告効果を得るためのプロセスはシンプルです。Tealium は、事前調査から導入までの実装を支援します。

CAPI のデプロイメント - 構想から実装まで



デジタル広告における成熟度の3つの段階

保持

すべてのパブリッシャー ピクセルで利用可能なコンバージョン API をアクティベートします。

ウェブイベントを保持し、失われたコンバージョンを回復します。

 Tealium
iQ Tag Management™

 Tealium
EventStream API Hub™

拡張

オフラインイベントとアプリ内イベントを追加し、シグナル品質を向上させ、新しいコンバージョンを追加します。パブリッシャーの AI に最も正確なデータを供給してキャンペーンのパフォーマンスをさらに向上させます。

 Tealium
EventStream API Hub™

最適化

広告キャンペーンにおいてターゲットユーザーをリアルタイムで直接追加・削除することで、パフォーマンスを向上させます。

有効なファーストパーティデータを使い、AI を活用した類似ユーザー、セグメント、その他の洞察を生成します。これらの新しい洞察を Tealium に返信し、規模に応じてキャンペーンを強化します。

 Tealium
AudienceStream CDP™

デジタル広告主のデータ成熟度進化フレームワークは、データの収集、統合、アクティベーションを段階的に強化することで、広告効果を向上させるための戦略的なアプローチを提供します。

重要なウェブイベントの保持からデータ入力の拡大、AI を活用したキャンペーンの最適化まで、このフレームワークは広告ターゲティングの精度向上、失われたコンバージョンの回復、そして優れたキャンペーン成果の実現を支援します。

この進化に従従することで、データの潜在能力を最大限に引き出し、よりスマートで効率的な広告戦略を推進できます。

ステージ1：保持 – EventStream および TiQ で運用を開始する

現在ご利用中の広告プラットフォームを CAPI を介して連携することで、サードパーティクッキーの喪失やリンクパラメーターの廃止により失われた多くのコンバージョンを回復できます。Tealium の EventStream API Hub がこれらをすべて統合します。

手順

01

自社で利用している、コンバージョン API を提供しているパブリッシャーと広告テクノロジープラットフォームを特定します。

02

それらがアクティベートされている、ウェブ、モバイル、オフライン、アプリなどのプラットフォームを特定します。

03

既存のクライアントサイドのピクセルを補完するサーバーサイドのイベントを設定します。

04

効果をトラッキングし、レポートするためのアップリフト調査を設定します。



ステージ 2：拡張 – EventStream のデータレイヤーをエンリッチ化する

オンラインとオフラインを連携することで、さらなる価値を創出します。オフラインデータに対応するパブリッシャーの CAPI がますます増えています。データを追加し、新しいイベントを定義することで、理解を深め予測精度を向上できます。

手順

01

Tealium EventStream のデータレイヤーを最適化し、最高のデータ品質、投資対効果、および ROI を実現します。

02

イベントマッチ品質スコアを最大化することで、推奨される業界標準を確実に達成します。

03

ウェブ、アプリ、コールセンター、POS など、オンラインおよびオフラインのすべてのタッチポイントでイベントトラッキングを展開します。より多くのイベントを定義することで、コンバージョン率の最大化に寄与し、パブリッシャーの AI ターゲティングアルゴリズムへのデータ供給にもつながります。

04

リアルタイムでクリーンなデータをクラウドプロバイダーに送信することで、分析および AI 活用の高度化を実現します。



ステージ3：最適化：エコシステム全体で強靱なデータをアクティベート

基盤となる要素が整うと、信頼性の高いファーストパーティデータを活用し、高度なセグメンテーションとパーソナライゼーション、マーケティングスタック全体での一貫したリアルタイムのアクティベーション、そしてキャンペーンパフォーマンスを継続的に向上できるようになります。

手順

01

AudienceStream を活用し、強靱なファーストパーティデータのシグナルをエコシステム全体の他のデータソースと統合します。

02

デジタルエコシステム全体で測定とターゲティングのフィードバックループを構築し、アトリビューションモデリング、類似ターゲティング、抑制モデリングを実現します。

03

オンラインとオフラインのデータをアクティベートし、対面およびデジタルの体験をパーソナライズします。店舗、POS、コールセンターのデータソースをデジタルソースとリアルタイムに統合します。

04

イベントデータをリアルタイムで企業の AI プラットフォームにストリーミングし、より精度の高い AI によるセグメントを生成します。これらの洞察を AudienceStream に返送し、広告キャンペーンやその他のマーケティングチャネル全体で AI による洞察をアクティベートします。



Tealium はデータをリアルタイムに有効化し、AI 対応、CX 対応、プライバシー対応を可能にします。

Tealium 社は、企業が顧客データをリアルタイムで収集、管理、エンリッチ化し、AI イニシアチブを推進して、瞬間瞬間の顧客体験を向上できるよう支援します。Tealium には、すぐに使える統合エコシステムが標準装備されています。そのエコシステムが、世界有数のテクノロジー企業のシステムやサービスとの1,300以上の組み込み接続をサポートします。

Tealium 社が提供する、インテリジェントな AI データストリーミングを備えたリアルタイムのカスタマーデータプラットフォーム (CDP)、タグマネジメント、API ハブは、データ収集、管理、アクティベーション機能により、企業が業務効率を上げ、顧客体験を向上し、より良い成果を生み出し、グローバルなデータコンプライアンスへの対応を実現します。

Gartner 社の Magic Quadrant™ (マジック・クアドラント) の CDP のカテゴリーにおいてリーダーに選ばれ、世界で 850 社以上の大手企業が、Tealium に信頼を寄せ自社の顧客データ戦略強化に活用しています。

詳しくは、tealium.com/ja をご覧ください。

