



# サイト運営者（パブリッシャー）向けプロ گرامマテイツク保証型 取引ガイド

© 2019 Google LLC



## 目次

プログラマティック保証型取引のメリット	3
交渉の概要	5
クイック スタート リンク	5
クリエイティブのホスト	6
クリエイティブフォーマットの管理	7
交渉と確定	8
認定バイヤーの購入者管理画面	9
承認のリクエストを撤回する	14
確定済みのプロポーザルを変更する	15
提案依頼（RFP）	18
レポート	21
設定項目のチェックリスト	22
トラブルシューティング	25

## ご意見をお聞かせください

こちらの[簡単なアンケート](#)で、このガイドについてのご意見、ご感想をお聞かせください。ページの右下にあるリンクからご意見やご感想をお送りいただくこともできます。



## プログラマティック保証型取引のメリット

プログラマティック保証型取引は、お客様と購入者のプラットフォームをつないで、予約広告枠を直接かつ自動的に販売できる機能です。お客様は予約キャンペーンのすべての条件について、アドマネージャーで直接交渉し、確定することができます。また、クリエイティブの管理を合理化して、取引を調整したり、請求とお支払いを処理したりする手間を省けます。

### 従来型キャンペーンとプログラマティック保証型キャンペーンの違い

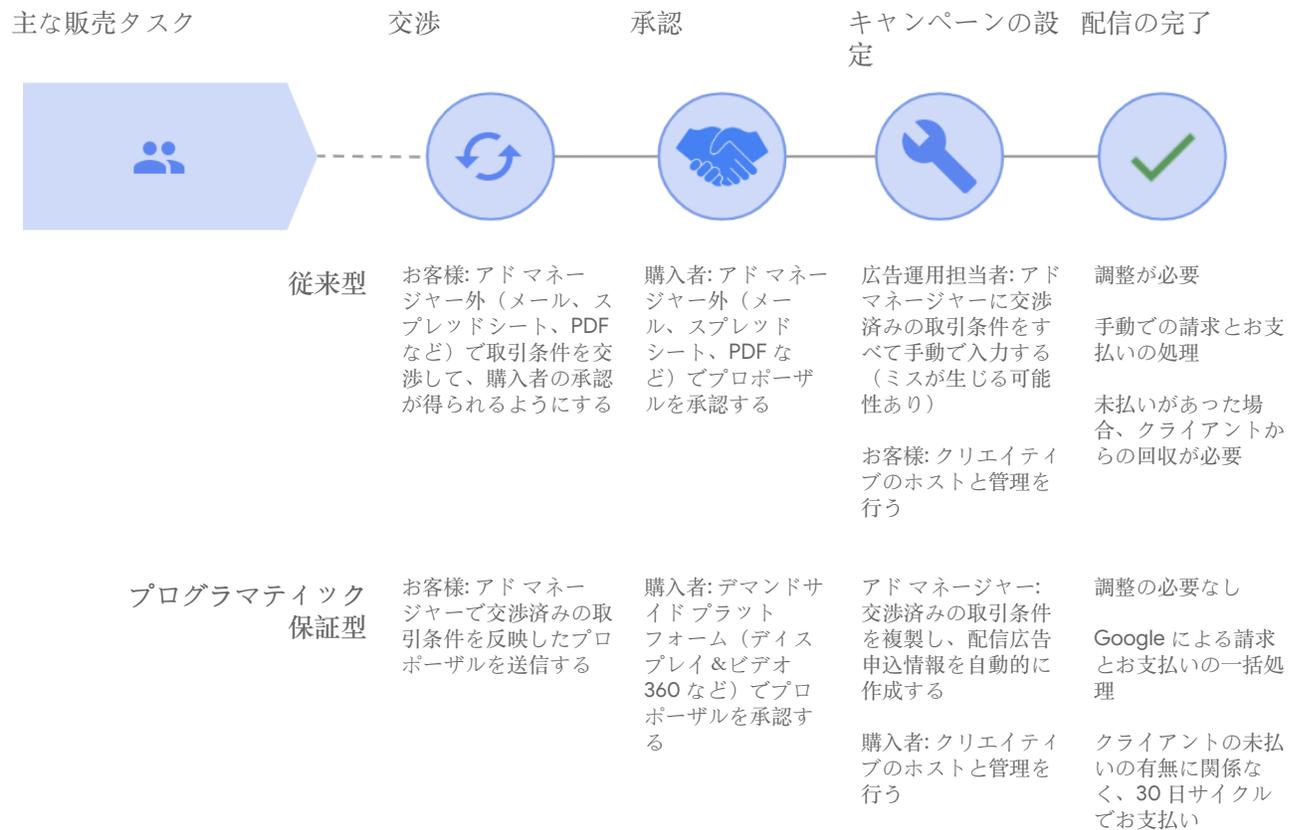
販売に関する主なタスクは同じですが、次のような一部のタスクを省略できます。

- 取引の開拓
- 既存の関係の活用
- 関係の構築
- 有望な見込み顧客の特定
- ブランド、オーディエンス、プレースメントのポジショニング



お客様と購入者との関係には、アドマネージャー外の電話やメール、対面で行った一般取引条件の合意も含まれます。

## 従来型取引とプログラマティック保証型取引のワークフローの比較



プログラマティック保証型取引では1つのシステムでプロセス全体を処理できるので、直接販売と入稿を簡素化して人為的なミスを減らせるほか、配信後の処理も必要なくなります。

## 交渉の概要

---

アドマネージャーでは、お客様が購入者にプロポーザルを送信すると交渉が開始されます。購入者からお客様のネットワークに [RFP](#) を送信して、交渉を開始することもできます。

- プロポーザルは全般的な取引条件を決めるもので、オーダーと似ています。 [詳細](#)
- プロポーザル広告申込情報は配信に関する詳しい取引条件を決めるもので、広告申込情報と似ています。 [詳細](#)

交渉は、お客様と購入者の間でプロポーザルとプロポーザル広告申込情報をやり取りして行います。

双方が同意すると、プロポーザルは確定となります。アドマネージャーで、プロポーザルとプロポーザル広告申込情報に対応するオーダーと広告申込情報が作成、リンクされます。このオーダーと広告申込情報は広告配信に使用されます。プロポーザルを [もう一度開いて](#)、いつでもキャンペーンの変更や再交渉を行うことができます。

詳しくは、[プログラマティック プロポーザルの交渉を行う](#)をご覧ください。

## クイック スタート リンク

---

ご利用の開始に役立つ、ヘルプセンターの手順や概要のリンクをご紹介します。

[プログラマティック プロポーザルを作成する](#)

[プログラマティック プロポーザル広告申込情報を追加する](#)

[閲覧可能な項目と交渉可能な項目](#)

[購入者により開始されるプロポーザル \(RFP\)](#)

[確定済みのプロポーザルの変更を行う](#)

[購入者のオーデイエンスリスト](#)

## クリエイティブのホスト

クリエイティブのホストや管理は、アドマネージャーではなく、デマンドサイドプラットフォーム（DSP）で行います。



**A** - プロポーザル

**B** - 対応するオーダー

**C** - プロポーザル広告申込  
情報

**D** - 対応する広告申込情報

**E** - 対応する広告申込情報

☑ - プレースホルダ クリエイティブ

📄 - ホストされるクリエイティブ

アドマネージャーでは、プレースホルダクリエイティブとターゲットに設定された広告ユニットを使用して、DSPにクリエイティブをリクエストします。

## サイト運営者（パブリッシャー）がホストするクリエイティブ

一部のサイト運営者（パブリッシャー）の方は、アドマネージャーでプログラマティック保証型キャンペーンのクリエイティブをホストおよび管理できます。サイト運営者がクリエイティブを管理する場合は、カスタムクリエイティブフォーマットを使用できるというメリットがあります。[詳細](#)



## クリエイティブフォーマットの管理

購入者がお客様の広告枠に配信できるクリエイティブの種類は、お客様のアドマネージャーネットワークで設定されている[広告枠タイプ](#)（旧「環境タイプ」）によって異なります。ネットワークの広告枠タイプは、アドマネージャー管理者（または同様の権限を持つユーザー）が設定できます。

### ロードブロッキング

[ロードブロッキングキャンペーン](#)では、同じサイズの複数のクリエイティブを1つのページに配信できます。ロードブロッキングキャンペーンを入稿する場合は、プロポーザル広告申込情報で各サイズの数指定する必要があります。これにより、対応する広告申込情報に、指定したサイズの数だけ[クリエイティブのプレースホルダ](#)が追加されます。また、[表示するクリエイティブ数]を[すべて]または[できるだけ多く]に設定します。[詳細](#)

### クリエイティブレベルのターゲティング（サイト運営者がホストするクリエイティブのみ）

プロポーザル広告申込情報の[サイズ]で[クリエイティブの詳細を表示]をクリックすると、追加のサイズを設定して、クリエイティブレベルのターゲティングを有効にできます。クリエイティブレベルのターゲティングは、元のプロポーザル広告申込情報ではなく、対応する広告申込情報に適用されます。また、使用にはいくつかの大きな制限があります。[詳細](#)

### 動画

プログラマティックプロポーザル広告申込情報には「最大再生時間」を指定する必要があります。指定した値は予測に使用されるほか、VAST 動画広告で[最適化された連続配信広告](#)を使用する場合は、購入者がアップロードできる動画の再生時間の上限として適用されます。購入者がこの上限より長い動画クリエイティブをアップロードした場合、動画クリエイティブは配信されません。[詳細](#)



## ネイティブ

購入者は、[ディスプレイ & ビデオ 360](#) で標準のネイティブ広告フォーマットを管理できます。カスタムのネイティブ広告フォーマットは、サイト運営者（パブリッシャー）がクリエイティブをホストする場合のみ使用できます。

- プロポーザル広告申込情報を設定する際に、[ネイティブ アプリ インストール 広告] または [ネイティブ コンテンツ 広告] のいずれかを選択してサイズを指定できるようにします。他のネイティブ サイズはプログラマティック直接取引キャンペーンではサポートされていません。
- 購入者は2つのクリエイティブ（スクエアとレクタングル）を設定する必要があります。どちらもサイズに関する要件はありませんが、レクタングルのアスペクト比は1.91:1か、この比率の10%以内とする必要があります。
- 購入者に連絡し、必要なネイティブ アセットを用意して、DSPで適切に設定するよう伝えます。

詳しくは、[標準のネイティブ広告フォーマット](#)と[ネイティブ広告のレポートを作成する方法](#)をご覧ください。

## インタースティシヤル

プログラマティック保証型取引では、インタースティシヤルクリエイティブがサポートされています。プロポーザル広告申込情報では、インタースティシヤルディスプレイクリエイティブの広告枠タイプ（旧「環境タイプ」）を【モバイルアプリ内】に設定する必要があります。また、インタースティシヤルクリエイティブに適した[広告枠のサイズ](#)を設定する必要があります。

## リワード

クリエイティブを[アプリ向けリワード広告](#)として配信するプロポーザル広告申込情報は、【モバイルアプリ内アウトストリーム動画】に設定します。インタースティシヤルクリエイティブの場合と同様に、適切な[広告枠のサイズ](#)を設定する必要があります。

## 交渉と確定

---



正式な提案を行うには、購入者にプロポーザルの[承認をリクエスト](#)します。これにより、購入者はプロポーザルを[確定](#)できるようになります。交渉を続ける場合は、代わりに[審査に送信](#)します。この場合、購入者はまだプロポーザルを確定することはできません。交渉について詳しくは、[プログラマティックプロポーザルの交渉を行う](#)をご覧ください。

配信を開始している場合でも、確定済みのプロポーザルを[もう一度開いて、再交渉や他の変更を行う](#)ことができます。

## 認定バイヤーの購入者管理画面

ここでは、[プログラマティック保証型取引に対応しているデマンドサイドプラットフォーム \(DSP\)](#)で新規または既存のプログラマティック保証型キャンペーンを設定、交渉、管理する方法（購入者の DSP でキャンペーンを配信する前の作業）について、認定バイヤーの管理画面を例に説明します。

対応する DSP の 1 つであるディスプレイ & ビデオ 360 での管理方法については、[こちら](#)をご覧ください。

## サイト運営者（パブリッシャー）からプロポーザルを受け取る

Authorized Buyers

CAWFE test account 1.1  
53780044

Marketplace

Discovery

Negotiation

Deals

Auction packages

Troubleshooting

Reporting

Bidder settings

Admin

### Negotiations

Status: Review requested, Acceptance requested Deal type: Guaranteed Add filter

Proposal name	Publisher name	Deal type	Status	Start date	End date	Last modified	Guaranteed impression
Proposal from CAWFE test account 1.4_<Elena_PG1004> Proposal ID: MP26316082	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Review requested	Oct 4, 2019	Dec 31, 2019	Oct 4, 2019	
lisa 10/2 billing test primary profile Proposal ID: MP86329598	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Review requested	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 4, 2019	
Proposal_New0924 Proposal ID: MP76309027	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Acceptance requested	Sep 30, 2019	Oct 31, 2019	Sep 26, 2019	
Proposal from CAWFE test account 1.4_Elena_Programmatic guaranteed_Display_0909 Proposal ID: MP96232619	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Review requested	Sep 26, 2019	Nov 30, 2019	Sep 25, 2019	
Proposal0912 Proposal ID: MP66279116	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Review requested	Sep 30, 2019	Nov 30, 2020	Sep 24, 2019	

購入者は、認定バイヤー管理画面の[マーケットプレイス]の[交渉]で有効なプロポーザルを確認できます。交渉中のプロポーザルの[ステータス]は「審査待ち」となっています。

## プロポーザルを確認して、取引条件を承認または交渉する

The screenshot displays the Google Ad Manager interface for an authorized buyer. The main view shows a proposal for 'Video\_LI0924' with a cost of ¥250.00 and 50,000 impressions. A detailed modal window on the right provides further specifications:

- Basic details:** Price ¥5.00 CPM, Impressions 50,000, Start time 9/30/2019 12:00 PM EDT, End time 10/31/2019 11:59 AM EDT, Publisher Environment Content, Additional terms (optional) -.
- Creative details:** Format Video, Max duration (seconds) 50, Skippable Skippable after 5 seconds, Creative source Creatives provided by advertiser, Creative pre-approval Creatives do not require publisher approval.

購入者は、プロポーザルの詳細（インプレッション単価、インプレッション数、開始日と終了日、フォーマット、ターゲット設定、配信設定など）を確認できます。ここで、プロポーザルを承認、変更を提案、または交渉を終了することができます。



## プロポーザルを承認する

The screenshot shows the 'Authorized Buyers' interface. A modal dialog titled 'Confirm your acceptance' is displayed in the center. The dialog contains the following text:

**Confirm your acceptance**  
By accepting, you agree to the terms negotiated in this proposal

**Buyer contacts**  
Enter contact email address(es) in the event a seller has a question, and to receive updates on this proposal. Email addresses will be visible to all parties involved in the deal. [Learn more](#)

At the bottom of the dialog are two buttons: 'CANCEL' and 'YES, I AGREE'. In the background, the interface shows a proposal titled 'Proposal: Proposal\_New0924' with the status 'Acceptance requested'. Below the dialog, there are buttons for 'ACCEPT', 'PROPOSE CHANGES', and 'TERMINATE NEGOTIATION'.

承認すると、確認のメッセージが表示されます。

## 認定バイヤーの管理画面で確定済みの取引を管理する

Authorized Buyers

CAWFE test account 1.1  
53780044

Marketplace

Discovery

Negotiation

Deals

Auction packages

Troubleshooting

Reporting

Bidder settings

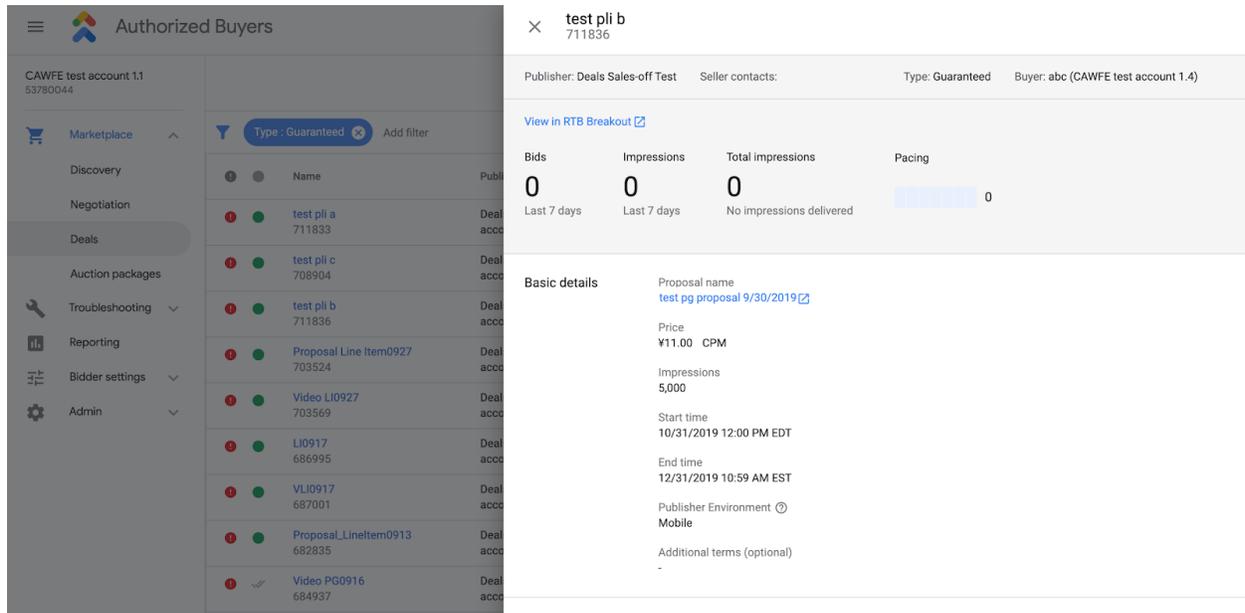
Admin

Status: Active, Paused Add filter

Name	Publisher	Type	Price	Start date	End date	Last modified
pd deal a 709114	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Preferred Deal	¥10.00 CPM	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
pd deal b 711791	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Preferred Deal	¥20.00 CPM	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
test pli a 711833	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	¥12.55 CPM	Oct 7, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
test pli c 708904	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	¥8.00 CPM	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
test pli b 711836	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	¥11.00 CPM	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
Proposal Line Item0927 703524	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	\$6.00 CPM	Sep 27, 2019	Oct 31, 2019	Sep 27, 2019
Video LI0927 703569	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	\$5.50 CPM	Sep 27, 2019	Nov 30, 2019	Sep 27, 2019
Preferred Deal Line Item0916 685550	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Preferred Deal	¥1,200.00 CPM	Sep 16, 2019	Nov 30, 2019	Sep 26, 2019
LI0917 686995	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	\$2.00 CPM	Sep 30, 2019	Oct 31, 2019	Sep 17, 2019

購入者がプロポーザルを承認すると「販売済み」となり、Google アド マネージャーでオーダーが作成されます。購入者は、認定バイヤー管理画面の[マーケットプレイス]の[取引]で確定済みのキャンペーンの詳細を確認できます。[取引]ページには、有効なキャンペーン、一時停止中のキャンペーン、完了したキャンペーンに関する情報が表示されます。

## DSP でキャンペーンの基本情報を設定する



購入者は、認定バイヤーの管理画面から情報を取得して、DSP で詳細を設定します。DSP によって設定方法は異なりますが、通常は基本情報の設定とクリエイティブの追加を行います。オーダーの開始日になると、Google アド マネージャーでキャンペーンは配信中と見なされ、関連付けられた取引 ID へのインプレッションの送信が開始されます。

## 承認のリクエストを撤回する

サイト運営者（パブリッシャー）は、購入者が承認する前にプロポーザルを撤回することができます。撤回すると、購入者は承認できなくなります。サイト運営者（パブリッシャー）は、購入者との取引条件の交渉を続けることも終了することもできます。[詳細](#)

The screenshot displays the Ad Manager 360 interface. On the left is a navigation sidebar with 'Proposals' highlighted. The main area shows a proposal titled 'Proposal: Example negotiation' in a 'Programmatic' state. Below the title, a progress bar indicates the proposal is 'In review' (step 1), with 'Buyer acceptance' (step 2) and 'Finalized' (step 3) following. A 'RETRACT' button is visible next to 'MORE ACTIONS'. Below this is a table with the following data:

Name	Deal ID	Line item type	Start time	End time	Quantity	Progress
Example line item		Standard (Normal) Priority 8	Jan 1, 2019 12:00 AM   EDT	Jan 1, 2019 11:59 PM   EDT	100,000 Impressions	N/A

アドマネージャーの[プロポーザル]①で、撤回するプロポーザルを表示します。プロポーザルの詳細の[その他の操作]メニューの横に[撤回]②があります。

## 確定済みのプロポーザルを変更する

The screenshot shows the Google Ad Manager 360 interface. On the left is a navigation menu with options like Home, Sales, Proposals, and Delivery. The main content area displays a proposal titled 'Proposal: Example negotiation' with a status of 'Finalized'. A blue callout '1' points to the 'Finalized' status. Below this, there is a 'REOPEN' button highlighted with a blue callout '2'. A table below shows the details of the 'Example line item'.

Name	Deal ID	Line item type	Start time	End time	Quantity	Progress
Example line item		Standard (Normal) Priority 8	Jan 1, 2019 12:00 AM   EDT	Jan 1, 2019 11:59 PM   EDT	90,000 Impressions	N/A

確定済みのプロポーザル①に変更を加えることができます。変更内容によって、そのまま配信に適用される場合と、[再交渉](#)が必要な場合があります。変更を加えるには、確定済みのプロポーザルをもう一度開きます。プロポーザルの詳細の上部にある[その他の操作]の横に[もう一度開く]②があります。もう一度開いたプロポーザルでは、広告主と購入者以外のすべての項目と設定に変更を加えることができます。[詳細](#)

## 交渉が必要な変更と不要な変更

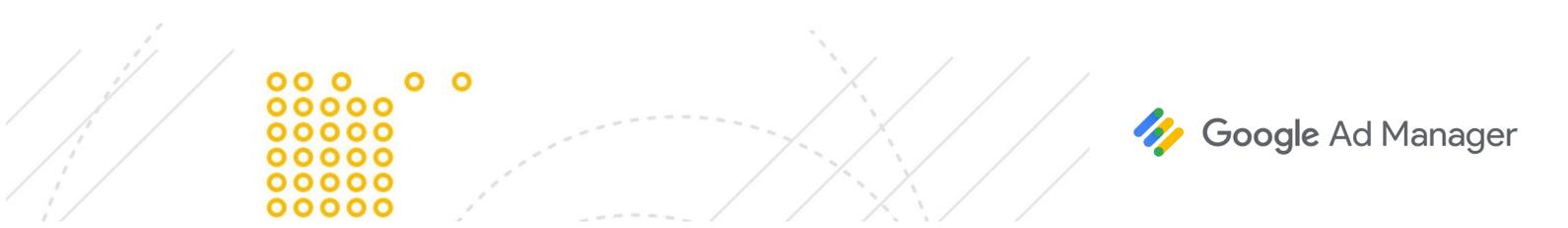
交渉が必要な設定を変更した場合にのみ、再交渉となります。この場合は、プロポーザルを購入者に送信して承認を受ける必要があります。交渉せずに変更できる設定も多くあり、これらを変更した場合は配信に直接適用され、プロポーザルを購入者に送信する必要はありません。交渉が必要な設定と不要な設定は以下のとおりです。

- **交渉が必要な項目または設定:** 開始および終了日時、レート、数量、広告枠のサイズ、その他の条件、プロポーザル広告申込情報の追加または削除
- **交渉が不要な項目または設定:** 名前（プロポーザルまたはプロポーザル広告申込情報）、配信設定、優先度（数値）、ラベル、カスタムフィールド、内部向けメモ、ターゲット設定

The screenshot shows the Google Ad Manager 360 interface. The main content area displays a 'Draft: Example negotiation' with a status of 'Programmatic' and 'Sold'. It includes a progress bar with 'In review', 'Buyer acceptance', and 'Finalized' steps. Below this, there are sections for 'Buyer to me' and 'Me to buyer'. A table of line items is visible at the bottom.

Name	Deal ID	Line item type	Start time	End time	Quantity	Progress
Example line item		Standard (Normal) Priority 8	Jan 1, 2019 12:00 AM   EDT	Jan 1, 2019 11:59 PM   EDT	90,000 Impressions	N/A

交渉が不要な変更を適用するには、プロポーザルの詳細で[オーダーを更新]をクリックします。



The screenshot shows the Google Ad Manager 360 interface. On the left is a navigation menu with options like Home, Sales, Proposals, and Admin. The main area displays a negotiation draft titled 'Draft: Example negotiation' with a 'Programmatic' and 'Sold' status. It shows a progress bar with 'In review', 'Buyer acceptance', and 'Finalized' steps. Below this, there are sections for 'Buyer to me' and 'Me to buyer'. A table lists negotiation items, with one item 'Example line item' showing details like Deal ID, Line item type, Start time, End time, Quantity, and Progress.

Name	Deal ID	Line item type	Start time	End time	Quantity	Progress
Example line item		Standard (Normal) Priority 8	Jan 1, 2019 12:00 AM   EDT	Jan 1, 2019 11:59 PM   EDT	90,000 Impressions	N/A

交渉が必要な項目または設定に変更を加えた場合は再交渉となり、購入者にもう一度承認をリクエストする必要があります。提案した変更は購入者が承認するまで適用されません。また、[オーダーを更新]の代わりに、[承認をリクエスト]と[審査に送信]が[承認をリクエスト]の横のプルダウン（▼）に表示されるようになります。

## 変更の下書きを破棄する

確定済みのプロポーザルの変更をまだ検討中の場合は、購入者に送信する前またはオーダーと広告申込情報を更新する前であれば、いつでも[下書きを破棄]を選択できます。下書きを破棄すると、プロポーザルは購入者が送信した最後のバージョン、または最後に確定したバージョンに戻されます。[詳細](#)

再交渉中は、[その他の操作]で[再交渉を終了]を選択することができます。再交渉を終了すると、現在のプロポーザルのバージョンは破棄され、プロポーザルは元の確定した時点の状態に戻ります。お客様または購入者がもう一度再交渉を開始しない限り、どちら側からもプロポーザルを変更することはできません。[詳細](#)

## 提案依頼（RFP）

購入者は、[マーケットプレイス](#)でお客様のプロフィールと広告枠を探して、プロポーザルを開始できます。この場合、購入者は該当の広告枠について提案依頼（RFP）を作成します。

The screenshot shows the Ad Manager 360 interface. The left sidebar has a 'Proposals' menu item highlighted with a blue callout '1'. The main content area shows a 'Proposals' table with columns: Name, Negotiation Status, Start time, End time, and Buyer. A row is visible with 'Example negotiation ID: 12345678', 'Review requested' status, and start/end times of 'Jan 1, 2019 12:00 AM | EDT' and 'Jan 1, 2019 11:59 PM | EDT'. A blue callout '2' points to an 'RFP' label next to the row name.

RFP は、[対応が必要 ①] に表示されます。購入者が開始したプロポーザルは、名前の近くに「RFP」ラベル ② が表示されます。

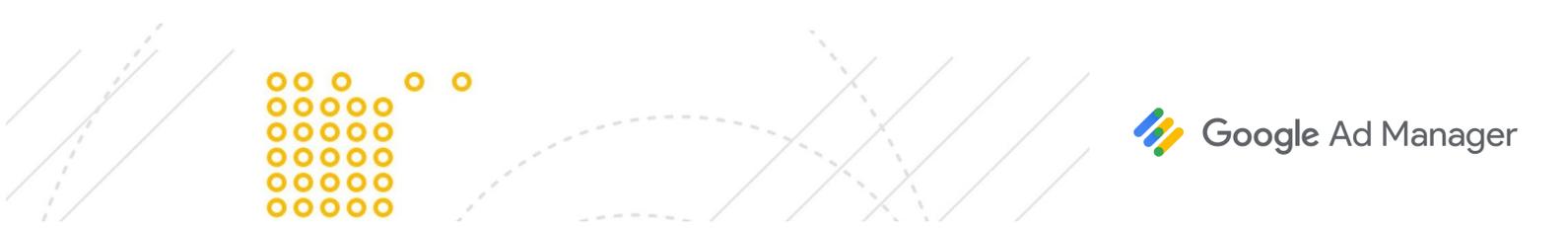
RFP などのプログラマティック イベントに関する通知を受け取るにはいくつかの方法があります。

- アドマネージャーの設定: 右上の をクリックして [設定] を選択します。[システム通知] を有効にして頻度を設定します。メール通知やサービス内通知は、主要なプログラマティック イベントが発生したときに行われます。 [詳細](#)
- 取引設定: [セールス] の [取引設定] で [通知] 欄にメールアドレスを追加します。メール通知は、交渉中に重要なイベントが発生したときに送信されます。 [詳細](#)
- サイト運営者のプロフィール: [取引設定] ページで、[新しいプロフィール] をクリックするか既存のプロフィールを開きます。[プログラマティック取引の連絡先] 欄にメールアドレス、名前、電話番号などを追加します。通知は自動的にには行われませんが、購入者が RFP の送信時にこの情報を使用して連絡できるようになります。 [詳細](#)

RFPにはプロポーザル広告申込情報は含まれません。代わりに、右側のRFP情報カード①に購入者が希望するキャンペーンの条件が表示されます。この情報は参照用で、広告配信や確定済みの取引条件には影響しません。[編集]②をクリックすると、プロポーザルの設定を更新したり、プロポーザル広告申込情報を追加したりできます。

RFP情報カードは、必要に応じて折りたたんだり、展開したりできます。また、プロポーザルの全期間を通じて参照できます。購入者にプロポーザルを一度送信すると、カードはデフォルトで折りたたまれた状態になります。

詳しくは、[購入者により開始されるプロポーザル](#)をご覧ください。



## RFP のオーデイエンス ターゲティング

購入者が RFP にオーデイエンス ターゲティングを含めている場合は、RFP 情報カードの [オーデイエンス リスト] の下に [はい] と表示されます。

- プロポーザルに追加される各プロポーザル広告申込情報には、購入者のオーデイエンス リストが自動的に追加されます。
- 個々のプロポーザル広告申込情報からオーデイエンス ターゲティングを削除できるのは購入者のみです。削除が可能になるのは、お客様が審査または承認のため購入者にプロポーザルを送信した後です。

オーデイエンス ターゲティングがプロポーザル広告申込情報に正しく適用されているか、購入者とともに確認するようにします。また、予測機能を使用して、オーデイエンス ターゲティングに使用できる広告枠が十分にあるかどうかを確認します。

## レポート

---

### レポートと請求

通貨: アド マネージャーのレポートは、ネットワークのデフォルトの通貨を基準として作成され、その後プロポーザル広告申込情報に設定された通貨に変換されます。変換は、[管理者] タブで指定されている [為替レート](#) に基づいて行われます。正確なレポートを作成できるように、更新頻度を 1 日 1 回に設定することをおすすめします。間もなく、複数のエンティティと通貨に対応する予定です。

CPD（日別単価）広告申込情報: 1 日の [最低配信数](#)（最低インプレッション数）に達しなければ、その日の配信の収益を得ることはできません。

レポートの差異: ごくまれにわずかな差異が発生することがあります。レポートに差異が生じる一般的な原因には、タイムゾーンの違い、スパムフィルタ、インプレッションをカウントするタイミングのずれなどがあります。サイト運営者（パブリッシャー）へのお支払いは常に、アド マネージャーのレポートに表示される数値に基づいて行われます。

### クリエイティブのレポート

オーダー、広告申込情報、クリエイティブのプレースホルダを使用して、配信に関するレポートを作成できます。

プロポーザル広告申込情報で広告枠のサイズを正しく指定した場合は、ディスプレイ & ビデオ 360 のクリエイティブに対応するプレースホルダがアド マネージャーで作成されます。この場合は、クエリツールでプレースホルダを基にクリエイティブのレポートを作成できます。

ただし、動画のマスター/コンパニオン キャンペーンは例外となります。動画のマスター/コンパニオン キャンペーンを実行することはできますが、ディスプレイ & ビデオ 360 でホストされているコンパニオン 広告に関する指標データはアド マネージャーで収集されません。このため、アド マネージャーのプログラマティック キャンペーンのレポートには、コンパニオン 広告の配信に関するデータは記録されません。





## 設定項目のチェックリスト

プログラマティック保証型キャンペーンの設定で見落とししている項目がないか、こちらのチェックリストでご確認ください。

### プロポーザルの送信前

- 購入者に以下のキャンペーン設定を確認します。
  - 掲載期間
  - インプレッション単価または日別単価
  - 予算
  - プレースメント（フォーマット、サイズ、プラットフォーム、サイトターゲット、地域など）
  - 配信ペース（均等、フロントローディング、またはできるだけ早く）
- 配信を完了できるだけの十分な広告枠があることを確認し、インプレッション単価、予算、掲載期間に基づいて予測を行います。
- 購入者のシート名と広告主を確認します。

### キャンペーンの開始前

- 購入者が有効なクリエイティブをアップロードしていることを確認します。クリエイティブについて以下の点を確認します。
  - 配信可能である
  - SSL に対応している
  - Google によってブロックされていない、またはアドマネージャー（広告レビューセンター）の設定でブロックしていない
  - 適切なサイズが設定されている（単一サイズに対して複数サイズのクリエイティブが指定されていない）
- [手動で有効にする](#)ようネットワークを設定している場合は、対応する広告申込情報が有効になっていることを確認します。
- もう一度予測を行って、広告申込情報がオーバーブッキングされていないことを確認します。他の広告申込情報に変更があった場合、利用可能な広告枠に影響が生じることがあります。



- 広告申込情報と競合する広告申込情報の優先度を確認します。シェア 100% のスポンサーシップキャンペーンを 2 つ同時に配信している場合は、配信不足になる可能性があります。
- DSP で以下の設定が完了していることを確認します。
  - DSP でキャンペーンが作成され、期間、インプレッション単価、インプレッション数が正しく指定されている
  - 各取引 ID に有効なクリエイティブが選択されている

## 特殊なケースのクリエイティブ

- アルコール広告 - ネットワーク レベルと広告枠レベルの設定でアルコール広告を許可する必要があります。お客様の国がアルコール広告のホワイトリストに登録されていることも確認します。  
[詳細](#)
- **VPAID** クリエイティブ - この広告枠で [VPAID 広告技術を有効にする](#) 必要があります。VPAID（Video Player-Ad Interface Definition）は、動画広告と動画プレーヤーの相互通信を可能にする IAB の規格です。  
[詳細](#)
- ロードブロッキングまたは同じサイズの複数のクリエイティブ - 同じページ上の同じサイズを複数ターゲティングする場合は、プロポーザル広告申込情報の [サイズ] 欄の [クリエイティブの詳細を表示] をクリックします。各サイズの数を指定し、アドマネージャーから購入者に正しい数のクリエイティブがリクエストされるようにします。また、[\[表示するクリエイティブ数\]](#) を [すべて] または [できるだけ多く] に設定します。  
[詳細](#)
- **CPD**（日別単価）スポンサーシップ（現在はディスプレイ & ビデオ 360 でのみ利用可能） - スポンサーシップを特定の期間、フラットレートで販売します。
  - CPD スポンサーシップは、期間中に購入者の広告のみが表示されることを 100% 保証するものではありません。まれに、アドマネージャーで購入者のクリエイティブを配信できないことがあります。たとえば、クリエイティブがユーザーのブラウザでサポートされていない場合などです。このような場合は代わりに競合広告を配信して、インプレッションの収益を逃さないようにします。クリエイティブを配信できないことはほとんどありませんが、CPD スポンサーシップを販売する際は、100% の広告シェアを保証しないでください。
  - CPD スポンサーシップの販売で 100% の広告シェアを保証することはできませんが、これらのキャンペーンで競合相手を除外することは可能です。これにより、購入者の広告が同様のブランドや商品の広告と一緒に配信されることがなくなります。  
[詳細](#)



- CPD スポンサーシップでは、1日の広告配信数が[最低配信数](#)以上にならないと、広告主にその日の請求は行われず、お客様に配信の対価は支払われません。ただし、請求と支払いは、配信されたインプレッション数ではなく、合意した CPD レートに基づいて行われます。
- インターステイシャル広告 - 広告枠タイプ（旧「環境タイプ」）として [モバイルアプリ] を選択し、適切なインターステイシャルのサイズを選択する必要があります。[詳細](#)
- パーソナライズされていない広告 - 一般データ保護規則（GDPR）などに準拠して、パーソナライズされていない広告のトラフィックに対してキャンペーンを配信する場合、購入者は第三者クリエイティブをアップロードできません。パーソナライズされていない広告のトラフィックには、ディスプレイ & ビデオ 360 で購入者と交渉を行ったキャンペーンのみを配信できます。[詳細](#)
- YouTube クロスセル - キャンペーンで YouTube クロスセル広告枠をターゲットにしている場合、購入者は [YouTube の外部認定ベンダー](#) のクリエイティブのみ使用できます。YouTube クロスセルは、お客様のネットワークをパートナーの YouTube チャンネルに統合できる機能です。この広告枠には、ディスプレイ & ビデオ 360 で購入者と交渉を行ったキャンペーンのみ配信できます。[詳細](#)
- ネイティブ広告 - 購入者はディスプレイ & ビデオ 360 にレクタングルとスクエアの両方のクリエイティブをアップロードする必要があります。どちらもサイズに関する要件はありませんが、レクタングルのアスペクト比は 1.91:1 か、この比率の 10% 以内とする必要があります。



## トラブルシューティング

---

### 設定

配信を開始した後に広告申込情報の変更が必要となった

確定済みのプロポーザルは変更可能です。変更はすべて、[配信] タブではなく [セールス] タブで行います。[詳細](#)

プルダウンメニューの購入者リストに該当の購入者が見当たらない

ディスプレイ & ビデオ 360 の購入者の場合、購入者の名前はディスプレイ & ビデオ 360 とアド マネージャーで同じように表示されます。他の第三者 DSP の場合は、想定と異なる名前が表示される可能性があります。

- 購入者はすべて名前でフィルタできます。
- ディスプレイ & ビデオ 360 の購入者の場合は、パートナー ID でもフィルタできます。
- 他の第三者 DSP の場合は、アカウント ID でフィルタできます。

上記の ID がわからない場合は購入者に確認してください。パートナーはすべて名前でフィルタできます。ディスプレイ & ビデオ 360 のパートナーの場合は、パートナー ID でもフィルタできます。他の第三者 DSP の場合は、アカウント ID でフィルタできます。これらの ID がわからない場合はパートナーに確認してください。

指定できる購入者のリストに該当の購入者が見当たらない

指定できる購入者のリストに表示されない購入者は、プログラマティック保証型取引に対応していない可能性があります。プログラマティック保証型キャンペーンの交渉は、すべての購入者が行えるわけではありません。購入者の名前、パートナー ID（ディスプレイ & ビデオ 360 の購入者の場合）、またはアカウント ID（他の第三者 DSP の場合）でフィルタしてみてください。それでも購入者が見つからない場合は担当者にご連絡のうえ、プログラマティック保証型キャンペーンの交渉が可能かどうか確認してください。

選択したい通貨が表示されない

プログラマティック保証型キャンペーンは、別の通貨で交渉することができます。ただし、事前にその通貨をアド マネージャー ネットワークに追加しておく必要があります。なお、通貨を追加するには、管理者権限または同等の権限が必要です。[詳細](#)

モバイルアプリ キャンペーンまたは動画キャンペーンの予測インプレッション数が「0」と表示されるプロポーザル広告申込情報で、以下の[広告枠タイプ](#)（旧「環境タイプ」）を正しく選択していることを確認してください。

- デ스플레이
- インストリーム動画
- モバイルアプリ

プロポーザル広告申込情報では、広告枠タイプを指定している場合のみ、予測インプレッション数が表示されます。

#### 1つのプロポーザルでモバイルウェブとモバイルアプリを設定する必要がある

プロポーザルには、広告枠タイプ（旧「環境タイプ」）の異なる複数のプロポーザル広告申込情報を含めることができます。たとえば、1つのプロポーザル広告申込情報では「モバイルアプリ」の広告枠タイプを指定し、もう1つでは「ディスプレイ」を指定することが可能です。ただし、それぞれのプロポーザル広告申込情報では1つの広告枠タイプについて取引する必要があります。

#### 1つのプロポーザルに優先取引とプログラマティック保証型取引のプロポーザル広告申込情報を含めたい

プロポーザルには、プログラマティック保証型取引（スポンサーシップまたは標準）か優先取引のどちらか一方のプロポーザル広告申込情報しか含めることができません。優先取引を行うには、プロポーザルを個別に設定してください。

#### 「販売済み」と「確定済み」の違いがわからない

購入者がプロポーザルを承認すると、アド マネージャーでそのプロポーザルのステータスが「確定済み」に設定され、「販売済み」とマークされます。

- 「販売済み」のラベルは、購入者が初めてプロポーザルを承認したときに適用されます。この「販売済み」のラベルは、プロポーザルが一度確定済みとなった後は変更されません。



- プロポーザルを再交渉のために[もう一度開いて](#)購入者に送信すると、ステータスは「確定済み」ではなくなります。ただし、「販売済み」のラベルはそのまま残ります。これは、対応するオーダーと広告申込情報が存在していて、配信できる状態にあったか、以前の交渉済みの取引条件のもとで配信中であることを示すためです。



### 確定済みのプロポーザルの変更が必要となった

確定済みのプロポーザルを編集するには、そのプロポーザルを[もう一度開く](#)必要があります。販売済みのプロポーザルを変更するには、プロポーザルの右上にある[【もう一度開く】](#)をクリックします。

### 確定済みのプロポーザルに含まれる、アーカイブ済みのプロポーザル広告申込情報のアーカイブを解除したい

確定済みのプロポーザルを編集するには、そのプロポーザルを[もう一度開く](#)必要があります。変更を加えるには、プロポーザルの詳細の右上にある[【もう一度開く】](#)をクリックします。もう一度開いたら、アーカイブ済みのプロポーザル広告申込情報を探してアーカイブを解除します。プロポーザル広告申込情報のアーカイブを解除すると、再交渉が開始されます。変更内容は、お客様が購入者にプロポーザルを再送信し、購入者が承認しない限り、広告配信には適用されません。

### クリエイティブに関する警告が表示されたが意味がよくわからない

クリエイティブに関する警告は、購入者がディスプレイ & ビデオ 360 でキャンペーンの設定とクリエイティブのアップロードをまだ行っていない場合に表示されます。購入者がキャンペーンの設定を完了し、クリエイティブをアップロードするまで、キャンペーンは配信されません。クリエイティブに関する警告が表示された場合は購入者にご連絡のうえ、ディスプレイ & ビデオ 360 で広告申込情報とクリエイティブが正しく設定されているかどうか確認してください。

クリエイティブに関する警告や通知は、ディスプレイ & ビデオ 360 の購入者と交渉を行ったプロポーザルについてのみ表示されます。第三者の認定バイヤーのクリエイティブに関する警告は表示されません。購入者が他の DSP を使用している場合は、購入者がクリエイティブの設定とアップロードを適切に行えるよう協力して作業を進めてください。

## 配信

拡張パートナー管理を使用しているものの、広告申込情報が適切に処理されない

パートナーのドメインまたはその他の設定に問題がある可能性があります。この場合は、広告申込情報の[【トラブルシューティング】](#)タブに[配信されない原因](#)として次の情報が表示されます。

プログラマティック直接取引が許可されていない URL です

次の点を確認してください。

- 購入者の広告の配信先ドメインが[【管理者】](#)タブで分類されている。[詳細](#)



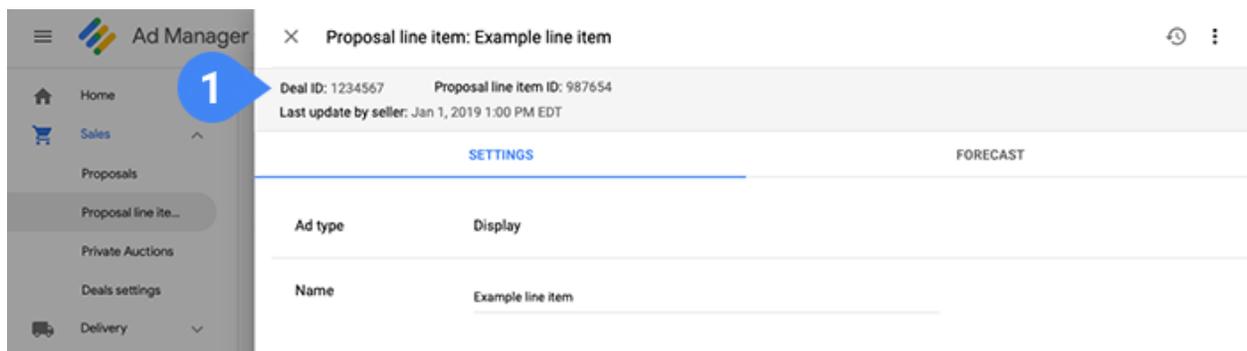
- パートナーが自身のドメインの広告枠の販売をお客様のネットワークに許可していることを ads.txt で指定している。[詳細](#)
- クリエイティブの配信先 URL を含め、キャンペーンが[パートナーガイドライン](#)に準拠している。

### 取引 ID をどこで確認できるか知りたい

取引 ID は、アド マネージャーとディスプレイ & ビデオ 360 などの DSP との間で共有されます。この ID は、購入者がプロポーザルを承認し、プロポーザルが確定した場合に生成されます。取引 ID は、プロポーザル広告申込情報と、購入者の DSP の対応する配信オブジェクトに付けられ、どちらのシステムでも確認できます。トラブルシューティングを行う場合は、取引 ID を購入者に知らせることで、対応する配信オブジェクトを特定できます。

アド マネージャーでは「プロポーザル広告申込情報 ID」や「広告申込情報 ID」も確認できますが、これらの ID はディスプレイ & ビデオ 360 などの DSP のオブジェクトとは共有されず、アド マネージャーでのみ使用されます。

取引 ID は、プロポーザル広告申込情報の詳細ページの上部にある [取引 ID] ① で確認できます。



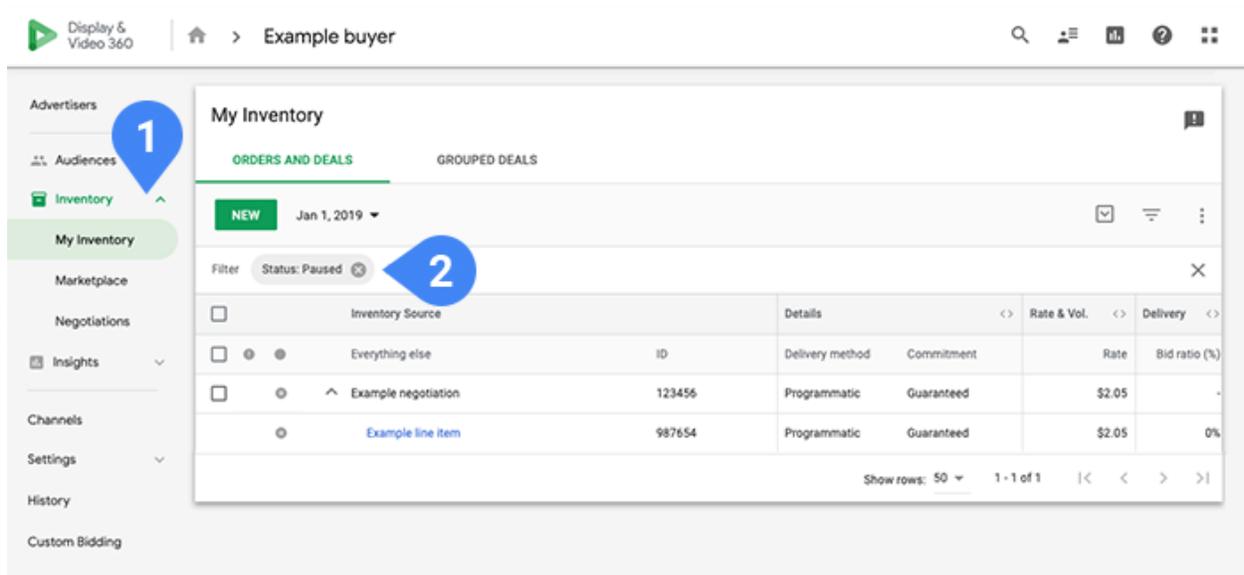
### 標準以外のサイズを使用している広告申込情報が配信されない

広告リクエストの広告枠サイズは、プロポーザル広告申込情報で指定された広告枠サイズと一致している必要があります。プログラマティック保証型キャンペーンでは、[クリエイティブ設定をオーバーライド](#)することはできません。



プロポーザルを一時停止して変更を加えたものの、購入者がプロポーザルを見つけられず変更を承認できない

購入者は、一時停止されたキャンペーンを[広告枠]の[自分の広告枠①]で確認できます。該当のプロポーザルを見つけて変更を承認するには、[一時停止②]のステータスでフィルタします。



**Ad Exchange** のブロックルールまたは価格設定ルールが適用されるかどうかを知りたい

プログラマティック保証型取引にこれらのルールは適用されません。プログラマティック直接取引キャンペーンでは、保護設定が常にオーバーライドされます。ただし、Cookie とユーザーデータを管理するルールと、特定の広告技術（[VPAID](#) など）に関するルールは例外となります。また、統一価格設定ルールも適用されません。アドマネージャーでは、保護設定や統一価格設定ルールを適用しないことで、キャンペーンで交渉した広告枠に想定どおりに配信できるようになっています。[詳細](#)

購入者は入札しているものの広告申込情報の取引が発生していない

キャンペーンの取引が行われない一般的な理由は次のとおりです。

- 購入者が、パーソナライズされていない広告のトラフィックに対して、パーソナライズされたクリエイティブを返している。パーソナライズされていない広告のトラフィック用のクリエイティブを購入者が設定していることを確認してください。特に、欧州連合（EU）域内で一般データ保護規則（GDPR）に準拠して広告を配信する場合は、このことが原因となる可能性が高くなります。

- 購入者が、VPAID の指定がないリクエストに対して、VPAID クリエイティブを返している。
- 拡張パートナー管理（SPM）を使用している場合に、お客様またはお客様の管理者が [ドメインを分類](#) していないか、ads.txt でドメインを承認していない。または、ドメインが [Google アドマネージャーパートナーガイドライン](#) に準拠していない。
- 競合する別の広告申込情報が存在している（取引がオーバーストッキングとなっている）。
- 購入者が適切な取引価格で入札していない。
- レンダリングに関する問題が発生している。この原因は、動画広告枠やアプリ内広告枠でよく見られます。

自分のプログラマティック保証型の広告申込情報ではなく、別の広告申込情報が競り勝って配信されている

他の広告申込情報の場合と同じように、想定どおりに配信されない広告申込情報については、[トラブルシューティング] タブを確認することをおすすめします。このタブでは、この広告申込情報が競り負けた理由と、競り勝った競合する広告申込情報を詳しく確認できます。たとえば、[一般的な原因](#)として次のような情報が表示されます。

- 外部の購入者から応答がありませんでした。
- プログラマティック直接取引が許可されていない URL です。
- より高い優先度の広告申込情報と競合し、落札できませんでした。

購入者からの応答がないので、応答を得られるようにキャンペーンを修正したい

入札していない理由を購入者に問い合わせてください。通常は、DSP プラットフォームでの設定に問題があり、簡単に解決することができます。購入者側では、必要に応じて DSP のサポートチームに問い合わせることができます。なお、アドマネージャーのサポートでは、購入者が応答しなかった理由を把握できないため、この問題を解決することができません。

アルコール広告を許可したにもかかわらず、アルコール広告のクリエイティブを設定した広告申込情報が配信されない

プログラマティック保証型取引でアルコール広告のクリエイティブを配信するには、ネットワークレベルと広告枠レベルの両方でアルコール広告を許可する必要があります。[詳細](#)



## ご意見をお聞かせください

こちらの[簡単なアンケート](#)で、このガイドについてのご意見、ご感想をお聞かせください。

