

マーケティングトレンド

クッキー規制が本格化！広告業界に大変動の予感

インターネット上の「クッキー」という技術が問題視されるようになり、規制の方向に向かっています。デジタル広告プラットフォームの巨人といわれるグーグルも本格的にクッキー技術の見直しに入り、広告業界に大変動が起ころうとしています。グーグルやYahoo!へのインターネット広告を出稿または検討されている先生にはとても関係のある話ですので、共有できればと思います。

● クッキーってなに？

そもそもクッキーとはどんな技術なの？ということをご説明します。こんなご経験はないでしょうか？

- ・通販サイトでカートに商品を入れたが買うのをやめた。数日経ってまたサイトを訪れると商品はカートから消えずに入ったままになっていた。
- ・あるサイトで気になるゴルフクラブをチェックしていた。そのサイトを見るのをやめて、他のサイトを閲覧していたら、偶然にもチェックしていたゴルフクラブの割引広告が出ていた。（これは運命だ！と思って、買った。(笑)）

これらはクッキーという技術の影響で起きていることです。運命ではありません(笑)。本来は利用者の利便性を良くする技術ですが後者の事例の仕組みが問題視されています。

● 何が問題なの？

後者の仕組みの何が問題かという点、私たちの閲覧履歴データが同意なく広告売
買に使われていること、私たちの閲覧履歴が勝手に収集されて誰にどう使われている
か分からない状態にあること、です。「閲覧履歴くらい勝手に使われても別にいいけど」という方もいるかもしれませんが、閲覧履歴を組み合わせると、おおよそ個人が特定できちゃうと考えると、とても怖い話ではないでしょうか。これが「個人情報保護法上、どうなの？」となったのです。

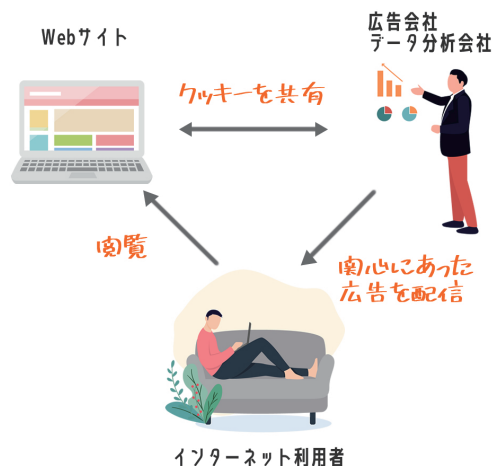
日本では令和2年6月12日に「個人情報の保護に関する法律等の一部を改正する法律」が公布され、施行期日が令和4年4月1日となっています。クッキーを含む個人関連情報の第三者提供が規制されるようになります。

● どんな影響がでる？対策は？

前述した後者の事例は、インターネット広告の効果を高める優れた広告手法として、多くの企業が入り込んでいます。興味を持っているユーザーにだけその商品の広告を出すことができるのですから、無差別に垂れ流し状態のマスメディア広告に比べて効果が高いのは想像できると思います。しかし、この技術が規制されるのです。グーグルも別の手法の開発に取り掛かっていますが、これまでのクッキー以上の精度は期待できないというのが、業界の大方の見解です。

今後はクッキーに関する動向をチェックしつつ、広告経由でサイトを見てもらうのではなく、地域の患者さんの役に立つ情報を発信してクリニックのファンになってもらい、ユーザーから能動的に見にきてもらう仕組み作りに取り組んでいくことが必要になってくると考えます。

こういった情報を作ってどのように発信していくべきか、一緒に考えていきたいと思いますので、関心がありましたらご連絡いただければと思います。



☐をチェック! WEBサイト強化計画

「ページ数は多ければ多いほど良い」は正しいか？ 院長紹介ページの重要性

「Webサイトのページ数は多ければ多いほど良いので、どんな内容でもいいからとにかくページを増やすようにしてください！」という話をお聞きになったことがあるかもしれません。ページ数は少ないよりは多い方が良いです。

ですが、肝心なのはその中身です。どんな内容でもOK!はダメです。

Google(Yahoo!)の検索エンジンには、ページの「品質」を評価する仕組みがあります。

Googleが公表しているガイドラインを読み解くと、以下のようなページを「低品質」と評価することになっています。

- ・ユーザーに有益な情報を提供できていない
- ・コンテンツ(文章や写真など)の量が著しく少ない
- ・コンテンツ作成者の情報が不明、または専門知識、権威性、信頼性が低い
- ・ページのタイトルが誇張されていて、ページ内容と整合性が取れていない
- ・広告などメインのコンテンツ以外の情報が大半を占める

もし上記に該当するようなページが存在する場合は、削除（非公開）または検索エンジンに認識されない設定にすることが望ましいです。

また、上記リストの3番目にある「コンテンツ作成者の情報が不明、または専門知識、権威性、信頼性が低い」に注目したいと思います。サイト内のページを誰が作成しているのか（誰が監修しているのか）をGoogleは認識しています。Googleの担当者は以下のように述べています。

“コンテンツを作った人が誰なのか、その人はどういった存在なのかを私たちのシステムは認識しようとする。いくつかの異なる要因に基づいて認識しており、たとえばプロフィールページへのリンクやそのページにある視覚要素などだ。”

よって、専門性、権威性、信頼性が高いと認識されると、サイト内のページの評価も上がるといわれていますので、院長紹介のページには、挨拶文以外にも、

先生の写真 / 経歴 / 保有資格 / 所属学会 / 執筆した論文（へのリンク） / SNSへのリンク / 連絡先

など、充実した情報を掲載することが有効になると考えられます。

※当社のお客様におきましては、院長紹介のページに追加する内容がありましたらご連絡いただければと思います。

News お知らせ

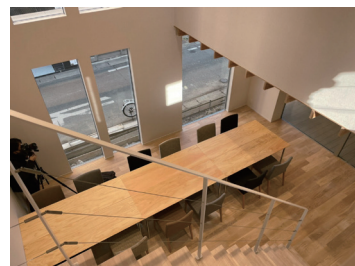
オフィス移転のお知らせ

この度、2021年5月1日よりオフィスを下記住所へ移転いたしましたのでご案内します。

【旧住所】〒810-0074 福岡市中央区大手門1丁目2-28 1F

【新住所】〒810-0024 福岡市中央区桜坂1丁目14-18 ESハウス3

今後一層、お客様のお役に立てるよう、スタッフ一同取り組んで参りますので、何卒、宜しくお願い申し上げます。



株式会社ディーエーエム

〒810-0024 福岡県福岡市中央区桜坂1丁目14-18 ESハウス3

TEL:092-600-1121 Mail:info@dam.co.jp Web:https://www.dam.co.jp

Web サイト



代表取締役
齋藤 亮紀

