

## iOSにおける不正行為の現状

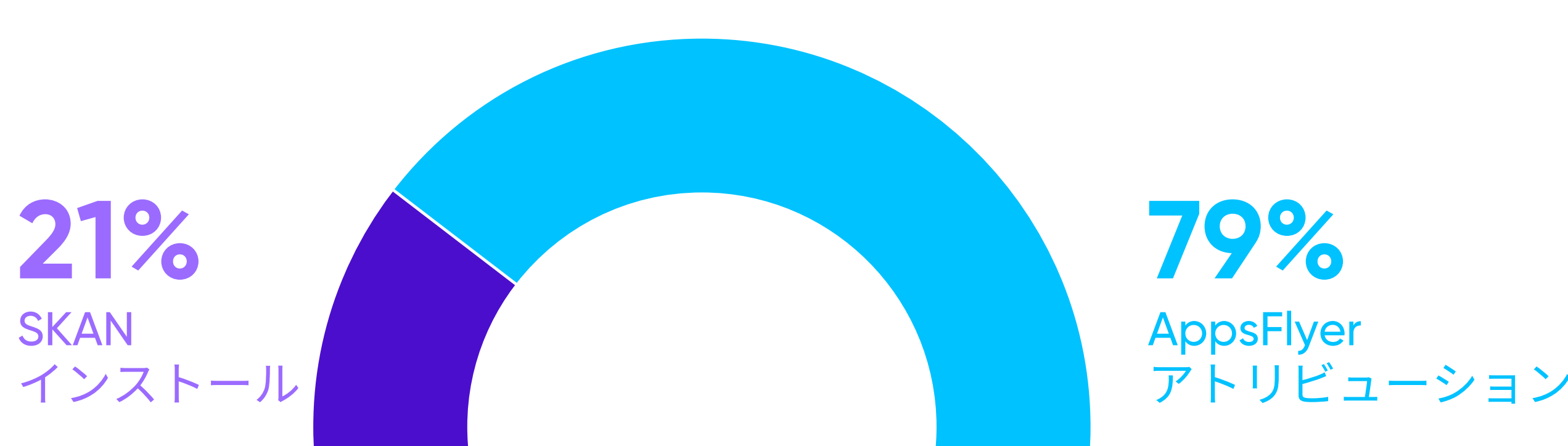
iOSの新しいマーケティング環境において、モバイル広告不正はどのような役割を担っているのか

プライバシーを重視する新しい現実では、iOSのキャンペーンに属性を付ける方法は3つあります。

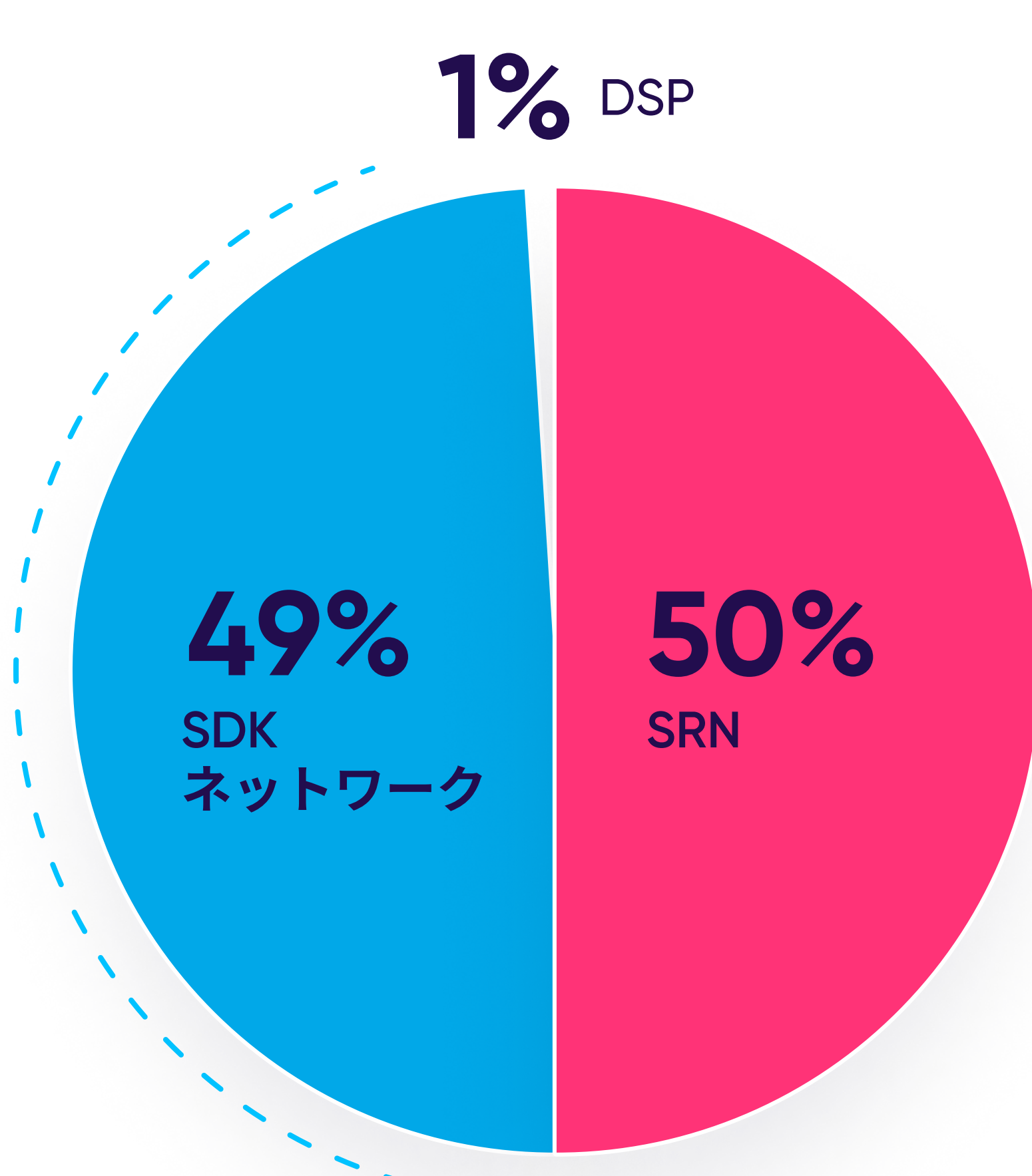
- SKANのみ：**  
 モバイルアプリキャンペーンのアトリビューションは、SKANのみによって実行されます。
- MMPのみ：**  
 アトリビューションは、同意したユーザー（IDFAの共有を承認したユーザー）のIDマッチング、または全ユーザーの確率的モデリングによって行われます。
- ハイブリッド：**  
 上記の2つのタイプの組み合わせで、SKANの活動でもネットワークからMMPにエンゲージメントデータが送信され続けるタイプ。

ATTを導入して1年、SKANはまだ完全に採用されていません。iOSキャンペーンで選択される計測方法として採用されています。

### iOSのアトリビューション内訳



現在SKANで活動しているメディアパートナーのプロフィールは、新しいフレームワークがいかにうまく採用されているかを示しています。



### メディア掲載情報

iOS 14のリリース以来、SKANに起因するインストールの大部分は直接のソースから発生し、トラフィックの絶対的な大部分は自己報告ネットワーク（SRNs）とSDKネットワークのいずれかから来るものでした。

小規模な広告ネットワークの大半は、新しい水域を試しているだけのように見えますが、市場をリードするSDKネットワークは、新しいSKANの現実に適応することに熱心です。

現在のメディアミックスは、当面のモバイル広告不正のリスクについて知ることができます。

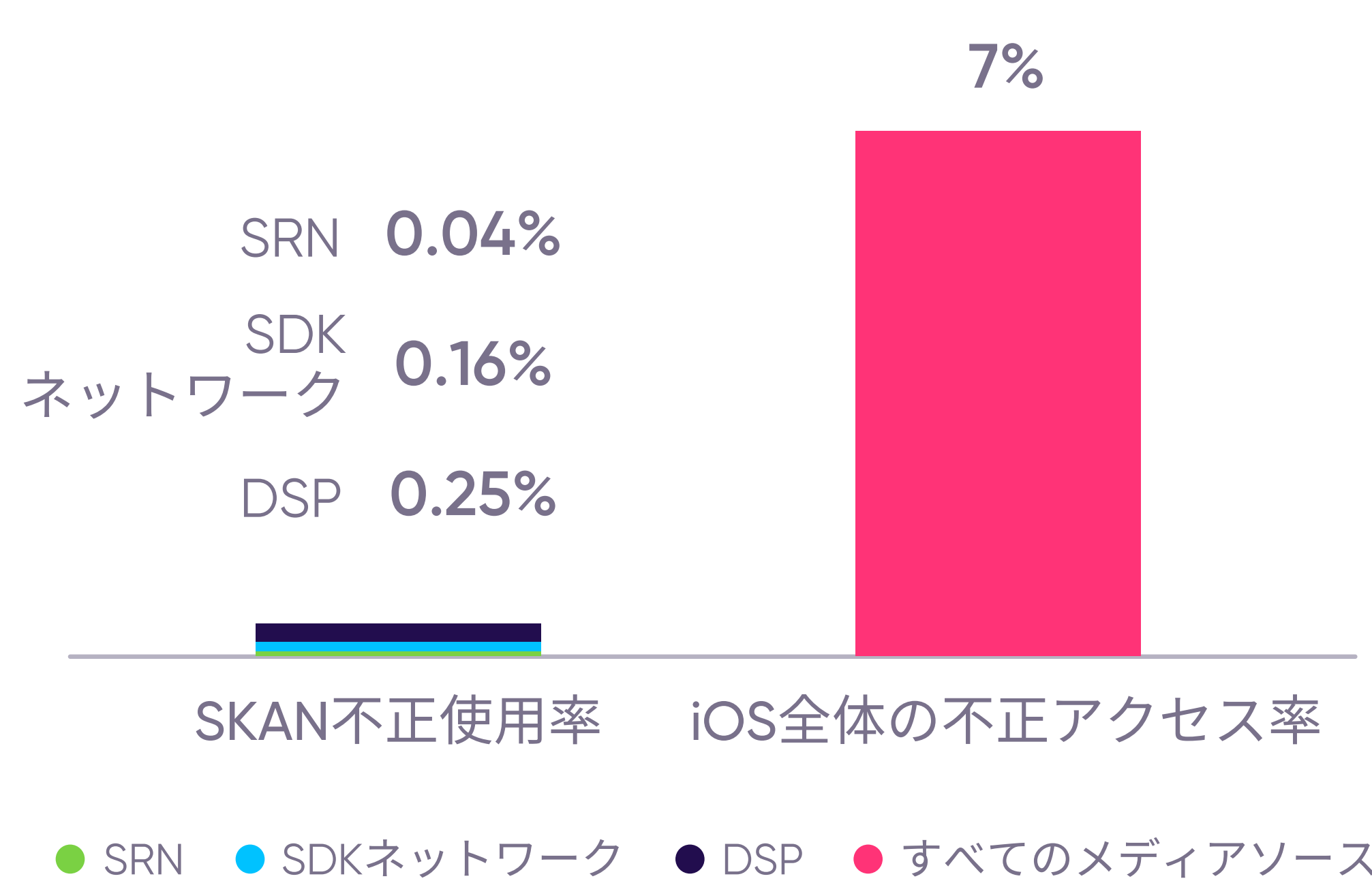
### 不正の存在

SRNトラフィックには、GoogleやFacebookなどの定評あるメディアチャンネルが含まれており、これらのチャンネルは常に平均よりもかなり低い不正率を生み出しています。

少数のトップティアSDKネットワークも同様に、一貫してクリーンなトラフィックを示しており、これらのネットワークはAppsFlyerおよびProtect360と完全に統合されています。

これらのソースの不正率測定値とiOSの平均不正率とを比較すると、比較的不正のない絵が浮かび上がっています。

### アプリのインストール不正率



## これは何を意味するのでしょうか？

### SKANでは（現在）不正はありません

SKAN計測の完全な可視性はまだ限られていますが、支配的なメディアパートナーのプロファイルは、この活動が現在、不正なしとみなされることを示唆しています。

### しかし...警戒が必要で。

現在、SKANではモバイルアトリビューション不正のリスクはありませんが、これは主にトラフィックプロバイダーの身元と品質に依存しているため、状況はいつでも大きく変化する可能性があるということです。SKANでは、やはり積極的な不正検知が必要です。

### 計測がインサイトを導く

アプリの広告主は、iOSおよびSKANの活動の一環として、AppsFlyerの確率的アトリビューションを含めることを強く推奨します。この計測レイヤーにより、Protect360の不正防止ロジックは常にアクティブな状態に保たれます。