

# ITP / 3rdPartyCookieレス時代への 根本対策のご案内

2025/02/05



# Cookie対策でこんなお困り事はありませんか

Web広告で  
Androidに比べて  
iPhoneで効果がでない



Google アナリティクスで  
iPhoneのCVやリピートがわからない  
新規ユーザが多い気がする



接客やMAツールで  
iPhoneユーザーに対して行動に応じた  
アクションができない



ツールごとにITPの対策が謳われているが  
全部対応する必要があるのか、  
それぞれ調べて対策するのが大変そう

ITP対策？  
サードパーティCookie廃止？  
AndroidやChromeだとまだ使えるんじゃ…？

Cookieレスや1stPartyCookie化と何が違うんだっけ？



# Cookie対策でこんなお困り事はありませんか

Web広告で  
Androidに比べて  
iPhoneで効果がでない



Google アナリティクスで  
iPhoneのCVやリピートがわからない  
新規ユーザが多い気がする

## 根本対策で一気に解決しませんか

ツール問わず事業者目線で技術支援するエクシュアならお役立てるかもしれません

iPhoneユーザーに対して行動に応じた  
アクションができない



ITP対策？  
サードパーティCookie廃止？  
AndroidやChromeだとまだ使えるんじゃ…？



ツールごとにITPの対策が謳われているが  
全部対応する必要があるのか、  
それぞれ調べて対策するのが大変そう

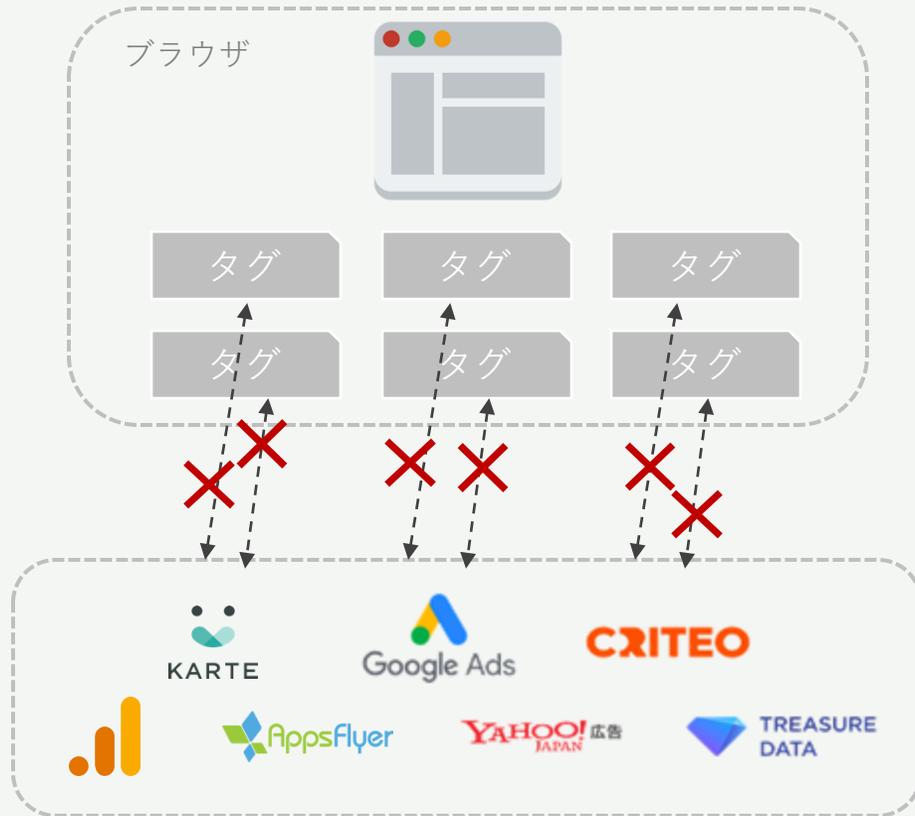
Cookieレスや1stPartyCookie化と何が違うんだっけ？

# サイト側に対策を施すことで根本対策！

従来のサイトとツールの関係 簡易イメージ図

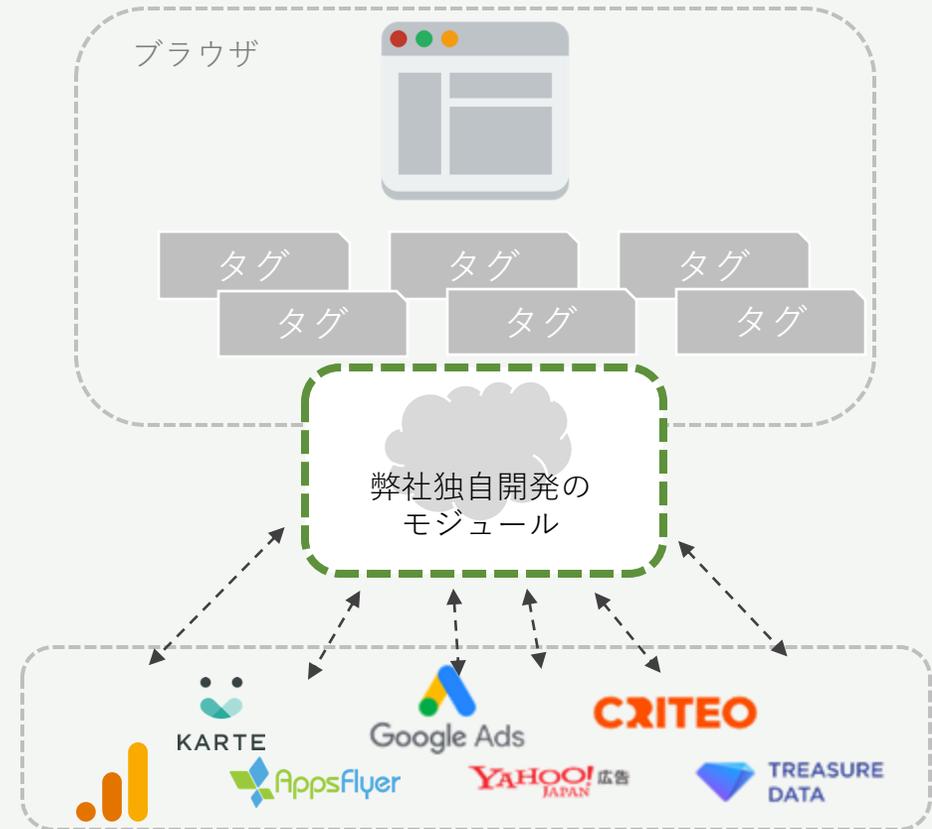
## 従来（対策前）

タグ経由でそれぞれがCookieを使って連携  
Cookieが期待通りに挙動しないため個別対策が必要  
個人を識別するCookieが欠損しがち



## 対策後

追加したモジュールがCookieの欠損対策をカバー  
各ソリューション側の対策を削減  
個人識別Cookieを復元し1stParty化して保持



# クイックスタート プラン

# Total : 124万円/年〜※

## 御社が得るバリュー

### 広告効果/精度の向上

配信対象漏れの防止によるリーチ増加  
CV紐付け欠損分のリカバリー ≒ CV増

### 顧客と持続的施策実現

Cookie喪失により毎回新規ユーザとして接客/MA施策が発動していたお客さまに、きちんと連続したコミュニケーションができるように

### 対策コストの削減 個別調整の緩和

既存のSaaS発行Cookieシステムを延命させたり、各ツールごとの対策をすることなく、一元でCookieの復元・継続利用を実現します

※1サイトあたり初期費用100万 モジュール利用料 年24万（2サイト目以後は初期費用50万）

1つのシステム構成が1サイトとなります。詳細はサービス構成によって異なりますので確認させていただきます。

# ITP根本対策プラン スケジュールイメージ

最短4週間での導入が可能です。

|                               | 1 <sup>st</sup> week |  | 2 <sup>nd</sup> week |  | 3 <sup>rd</sup> week |  | 4 <sup>th</sup> week |  | 5 <sup>th</sup> week |  |
|-------------------------------|----------------------|--|----------------------|--|----------------------|--|----------------------|--|----------------------|--|
| ご契約                           |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |
| ヒアリング・スコープ確定                  |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |
| モジュール提供                       |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |
| 貴社サイトへの実装<br>(貴社サイト開発担当者にて実施) |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |
| 実装後確認<br>(弊社にて実施)             |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |                      |  |



～Appendix～

# Cookie制限の対応

参考情報 / 技術情報

I. ブラウザ情報取得の制限

II. 各プラットフォームへの対応

# ブラウザの情報取得制限の経緯

## Cookieには大きく分けて1st Party Cookieと3rd Party Cookieの2種類が存在する

- 1st party Cookie: ユーザーがアクセスしているWebサイトのドメインで発行されるCookie
  - ・ cookieを構成しているdomainの項目を参照するとアクセスしたドメインと同一
  - ・ サーバー側から発行されるものとJavascriptで発行されるものがある
- 3rd party Cookie: それ以外のドメインで発行されたCookie
  - ・ cookieを構成しているdomainの項目を参照するとアクセスしたドメインと異なる



### 活用事例

#### 1st party Cookie

- ・ ユーザーがこのページに訪問したことがあるなどの情報を保存する。
- ・ ユーザーがこのページでログイン済みである情報を保存する。

#### 3rd party Cookie

- ・ ユーザーに合わせた広告を配信するためにユーザーの行動を保存・解析し、各ユーザーに合わせた広告をページ上へ配信できるようにしていた。

## Cookieに関する市場動向

### □ 世界での動き

#### ● 問題点

- Webサイトを離れた後のユーザーの行動を追跡するサードパーティーCookie (3rd Party Cookie) は個人のプライバシーの侵害につながるとの見方が広がり、それが世界規模で問題視された

#### ● 法整備

- ユーザー側の個人情報ではなく個人関連情報の取得であっても制限の対象となる国もでてきた

### □ 日本では

2022年4月1日に改正個人情報保護法が交付

倫理的観点からユーザー側も個人の情報を取得されることに敏感になる

### □ 主要ブラウザの対応

主要ブラウザにおいてプライバシーの保護を重視する流れに

iOSではCookieや広告IDに対する制限策を実行に移している (ITP)

Chromeは3rdPartyCookieの制限をアナウンスしていたが、2024年に無期延期を発表

# 技術規制のタイムライン

iOS/Safariにはじまり、  
Chrome/Android・Edgeにおいても技術規制が進んでいる



## SafariとChromeのCookie/ストレージの規制（2024/04時点）

### SafariとChromeのCookie/ストレージの規制詳細について

|   |                                           | Safari (iOS) ※1                | Chrome          |
|---|-------------------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| 1 | 3rd party cookie                          | ×                              | ○               |
| 2 | 1st party cookie<br>サーバ発行                 | ○<br>最大で400日に制限                | ○<br>最大で400日に制限 |
| 3 | 1st party cookie<br>JS発行(document.cookie) | △1～7日後削除                       | ○               |
| 4 | 1st party cookie<br>CNAME cloaking ※2     | △1～7日後削除                       | ○               |
| 5 | 1st party cookie<br>IP cloaking ※3        | △7日後削除                         | ○               |
| 6 | LocalStorage                              | 特定状況で △ 即時～7日後削除<br>上記以外は ○ ※4 | ○               |

※1 Safariを含むiOS/iPadOS上の全てのブラウザすべてが対象

※2 3rdPartyドメインをCNAMEにより1stと見せかけた状態のもの

※3 サーバー発行において、WEBサイトとIPアドレスが遠い場合

※4 広告(appleによりトラッカーとして分類されているドメインからの流入で、リンクデコレーションされているもの) 以外、  
また直帰(クリックやページ遷移などのインタラクションがない場合) 以外は制限なし

## Safari (iOS)のトラッキング規制 IP Cloaking

[IP Cloakingの制限]

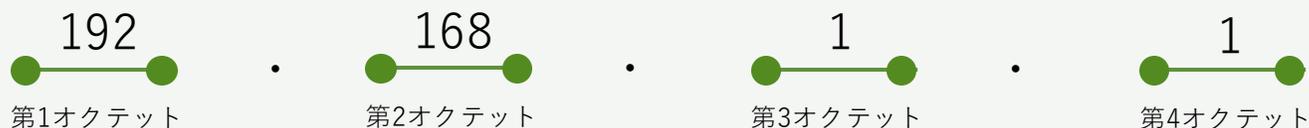
Safari16.4 (2023/03/28リリース) のWebkitにおいてリリースされた制限

- Cookieが発行されたサイトのIPアドレスを比較し、レスポンスのIPアドレスがメインリソースのレスポンスのIPアドレスとほぼ同じか（サブネットマスクの長さを比較）を比較  
異なれば、CNAME Cloakingと同等の規制が適用される
- IPアドレスの半分の長さ（IPv4では16、IPv6では64）で判定している  
IPv4では第2オクテットまでが一致しているかを見る  
これは将来的に強化される可能性がある

### <補足：オクテットとは>

IPv4アドレスのオクテット

「オクテット」とはこの画像のようにピリオドで区切られた8ビットの2進数を指す



## Safari (iOS)のトラッキング規制 LocalStorage

[LocalStorageの制限]

Safari13以降のブラウザを搭載する、iOS 13、macOS 10.13以降

以下の条件を全て満たす場合、LocalStorageの有効期限が7日間となる

1. Safariの設定で「サイト越えトラッキングを防ぐ」が有効になっている場合（デフォルト設定で「有効」）
2. Safariによってトラッカー判定されたWebサイトからの遷移  
（トラッカーかどうかは、各端末でユーザーが見ているサイトの3rdPartyリソース（画像、スクリプト）やリダイレクトの数をカウントして、機械学習により判定される。）
3. リンクデコレーションされたURL（クエリパラメータまたはハッシュ付きのURL）から遷移してきた場合  
（リンクデコレーションとは、リンクをクリックするとURLに情報が追加される仕組み。この付加情報によって、リンクの行き先を変えることなく、リンク先サイトに情報を送信できる。）

## Safari (iOS)のトラッキング規制 プライベートブラウジングでの制限

iOS17以降、Safariのプライベートブラウジングでは、下記の制限が発生する

[LTP (Link Tracking Protection) ]

URLのリンクに含まれるトラッキング用のパラメータが自動で削除される

iOS17の時点で、下記のパラメータが対象

- gclid** – Google AdWords / Google Analytics
- dclid** – Google Display Network
- fbclid** – Facebook Advertising
- twclid** – Twitter Advertising
- msclkid** – Microsoft Advertising
- mc\_eid** – Mailchimp
- igshid** – Instagram

[タグマネージャの制限]

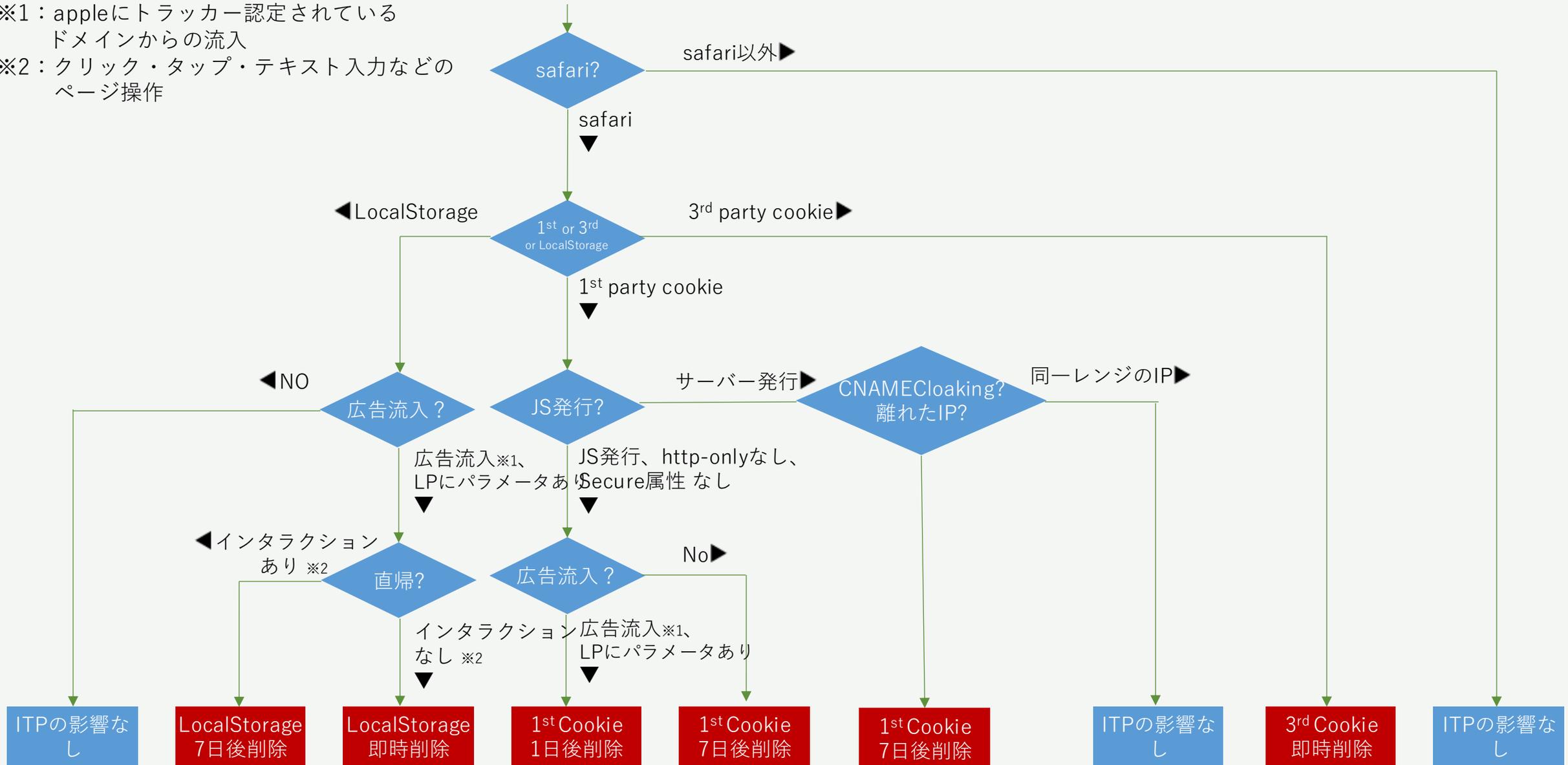
GoogleTagManager等のタグマネージャがブロックされる

タグマネージャ上で設置されたタグは動作しない

# ITPの影響を見極めるチャート

※1：appleにトラッカー認定されている  
ドメインからの流入

※2：クリック・タップ・テキスト入力などの  
ページ操作



# 1stParty/3rdParty Cookie規制による影響

規制強化の影響によるシグナルロスの進行は、広告、計測・パーソナライズ

更には企業間のデータ連携・流通にも影響

国内でユーザー数の多いiPhoneに対して大きな影響を与えている

ターゲティング広告



サイトを跨いでユーザーを補足できる  
3rdParty Cookieの制限により、各  
ターゲティング広告媒体の精度に影響  
複数メディアを跨いでのアトリビューション  
分析が困難に、データを用いた最適化にも  
影響し広告効果が悪化する

アクセスユーザー/広告効果計測  
パーソナライズ



iOSでは1stPartyCookieの制限により7日以  
上離れたユーザー計測ができない為、アク  
セス計測や広告効果計測、パーソナライズ  
に大きな影響（※対策可能）  
3rdPartyCookieの制限により、複数ドメイ  
ンを跨いだユーザーの一元化が実施できな  
くなる

データエクステンション



PublicDMPなどとのデータ連携時のキーと  
して用いられてきた3rdPartyCookieやモバ  
イル広告IDが使えなくなるにより、企業  
間でのユーザーデータ連携・流通が困難に  
なる

# 広告の分野における、3rdPartyCookie廃止の影響

3rd Party Cookie廃止はターゲティング・広告効果測定ともに影響を受ける  
従来のCookieに依存した広告手法に対するマイナスの影響は大きい

## 広告ターゲティング

## 広告効果計測

メディア

全てのメディア

全てのメディア

対象

- ・WEB行動を基にしたターゲティング
- ・リマーケティング

- ・ビュースルーサイト訪問・検索計測
- ・クロスドメインでの横断計測

影響内容

2021年のiOS上での制限によりリマーケティングのiOSの比率は前年比30%減になるなどの影響が既に出ている

計測が実施できないパターン増加により

- ・成果計測が正確ではなくなる
- ・効果判断/最適化精度が低下する

I. ブラウザ情報取得の制限

**II. 各プラットフォームへの対応**

# 各広告プラットフォームへの影響①

## 影響度

## ターゲティング

## 学習・自動入札

## 効果計測



### リマケ影響大

デモグラ・CA・コンテンツ  
アフィニティ・IMSAは影響  
ほぼなし

### CVベースの自動入札影響あり

1stPartyデータアップロードで対応

### 影響大

推定CVモデリングにも影響あり  
ビュースルーCVの計測不可



### リマケ影響あり

アフィニティ・CV拡張もクロスサイトでの  
ユーザー識別不可能になるため

学習も同様に影響を受け  
配信精度悪化

同様に影響受け  
CV数・推定CV精度悪化



Instagram/Facebook内での  
トラフィックのため  
影響軽微

Instagram/Facebook内での  
トラフィックのため  
影響軽微

Instagram/Facebook内での  
トラフィックのため影響軽微  
ピクセルの利用必須、CAPIの活用推奨

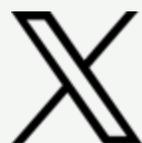


### リマケ影響あり

アフィニティ・CV拡張も  
クロスサイトでのユーザー識別不可能

学習も同様に影響  
配信精度悪化

CV数・推定CV精度悪化  
CAPI活用推奨



X内でのトラフィックのため  
影響軽微

X内でのトラフィックのため  
影響軽微

X内でのトラフィックのため  
影響軽微  
1stPartyCookieの利用必須、CAPIの活用推奨

## 各広告プラットフォームへの影響②

| 影響度                                                                               | ターゲティング                                             | 学習・自動入札                                                        | 効果計測                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
|  | リマケ影響大                                              | CV数減少、CDCVの欠損による<br>影響有<br>推定ID、確定ID、PIIデータ<br>でデータを充実しモデリング構築 | CV計測に影響大<br>PIIデータのアップが前提となる<br>実施しないと成果大幅低下の可能性あり |
|  | AmazonIDベースで補完<br>一部3rdPartyCookie利用している為<br>影響多少発生 | 一部3rdPartyCookieを利用している為<br>影響多少発生                             | タグ測定・CDCVへの影響あり                                    |
|   | SmartNews内でのトラフィックのため<br>影響なし                       | SmartNews内でのトラフィックのため<br>影響なし                                  | SmartNews内でのトラフィックのため<br>影響なし                      |

## 計測・アクセル解析ツールへの影響



Google Analytics

### 影響

iOSの計測に大きな**影響あり**

クロスドメインでの計測等については一部**影響あり**

### 対策

正確な計測のために1stPartyCookieのITP対策は必須

会員ID等も活用してサーバーサイドでクロスドメイン・デバイスの名寄せで計測データを補完



### 影響

iOSの計測に大きな**影響あり**

クロスドメインでの計測等については一部**影響あり**

### 対策

正確な計測のために1stPartyCookieのITP対策は必須、WEBSDKの利用を推奨

会員ID等も活用してクロスドメイン・デバイスの名寄せで計測データ補完

ADEBiS®

### 影響

iOSの計測に大きな**影響あり**

クロスドメインでの計測等については一部**影響あり**

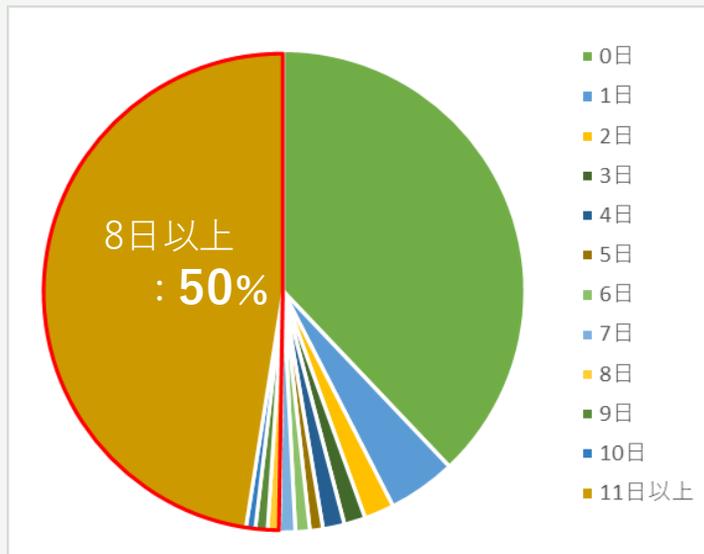
### 対策

ADEbisで提示されている専用のITP対応方法の実装

## GoogleAnalytics/AdobeAnalyticsにおいて 再来訪ユーザーのデータ精度低下している

- 1stPartyCookieが7日後(※)に削除され、ユーザがリセット、8日間以上経過後の再来訪で別人扱いにされている
  - 住宅などの購入検討期間の長いサイトで大きな影響が出ている
  - 特にiPhoneにおいて、ユニーク訪問者数が水増しされた状態

▼(例)某サイトのweb初回来訪から  
コンバージョン(資料請求、来場予約)までの日数構成比



50%のユーザがコンバージョンまでに8日以上かかっている  
本来はもっと多いが、iPhoneでは8日以降は別人扱いになる  
→コンバージョンユーザの半分相当のデータが不正確になっている  
データのマーケティング利用に支障が発生する

※最長7日後に削除。パターンにより即時~7日と削除されるタイミングは異なる

## CXツールへの影響



### 影響

iOSのパーソナライズに大きな**影響あり**

### 対策

正確な計測のために1stPartyCookieのITP対策は必須  
推定ID・会員IDやdataHubを活用してデータを補完



**KARTEに限らず、A/Bテストやパーソナライズ・広告連携を行うツールでは個人識別にCookieを用いています。**

そのため、基本的に未対策の場合は大きな影響を受けます。

# Data to the People

すべての人にデータを