



株式会社ロックオン

“ Pay-as-You-Grow による拡張ができることに加えて、他社の同クラスの製品と比較して SSL アクセラレーションの性能が数倍優れており、かつ費用対効果が高かったことも、NetScaler を選んだ理由の1つでした ”

インフラユニット
富田 修平 氏

広告効果測定サービス基盤の負荷分散にCitrix NetScalerを採用 Pay-as-You-Growライセンスモデルにより、初期投資を抑え、 急なトランザクションの増加にも柔軟に対応

「Impact On the World」という企業理念に基づき、Eコマース関連ソフトウェアやインターネット広告関連ソフトウェアの企画、開発、販売を事業として展開するロックオン。常に躍動感にあふれ、より多くの人に夢と希望を与えることができる企業を目指しています。インターネット広告関連事業の中核である「AD EBIS(アドエビス)」は、インターネット広告の配信から効果の測定、検証までをワンストップで提供する国内シェア No1* の広告効果測定システム。ウェブマーケティングの広告効果を最大化するための、各種サービスで構成されています。また、アドエビスを構成するサービスのひとつで、ディスプレイ広告のインプレッションからコンバージョンまでを分析できるのが、第三者広告配信サービス「ViewThru エビス」です。ロックオンでは、この ViewThru エビスのデータ収集を最適化するための仕組みに、Citrix® NetScaler® MPX を採用しています。

* <http://www.ebis.ne.jp/>より

導入の背景：アドエビスより15倍以上多いデータ量にいかに対応するか

アドエビスは、どれだけユーザーに広告を露出できたか(インプレッション)、どれだけユーザーの興味を引いたか(クリック)、どれだけユーザーがサイトを閲覧したか(ページビュー)、どれだけユーザーの離脱を防げたか(コンバージョン)、そしてどれだけユーザーを獲得できたか(成果)をワンストップで分析できる、広告効果測定システムです。インフラユニットの富田 修平氏は、「インターネット広告の配信から効果の測定、検証までを実施することで、広告を出しているお客様に対し、“このサイトの広告は効果があるので増やしましょう”とか、“この広告は効果が少ないので減らしましょう”といった提案ができます。これにより、広告効果を最大化することができます」と話します。従来、アドエビスでは、配信された広告をユーザーがクリックしてからの効果のみが分析できるシステムでしたが、2013年2月より、広告を配信して、どれだけユーザーに接触できたか、つまりインプレッションも含めた効果を測定できるサービスである ViewThru エビスの提供を開始しました。ViewThru エビスについて、富田氏は次のように語ります。「アドエビスは、広告がクリックされてはじめてデータが取得されます。通常、広告がクリックされるのは、100回表示されて1回程度です。一方、ViewThru エビスでは、広告が表示された時点でデータが取り込まれるので、アドエビスと比較すると、将来的に15倍以上多いリクエストを処理できなければなりません」。ロックオンでは ViewThru エビスの提供を開始するにあたり、アドエビスよりも15倍以上多いデータ量に耐えられるサービス基盤の構築が必要でした。

ソリューション：NetScalerを導入し、負荷分散とSSLアクセラレーション機能を活用

ViewThru エビスを運用するためのサービス基盤の構築について、アドエビス開発ユニットの上原 賢也氏は、次のように語ります。「当初は1台のウェブサーバーでテスト運用を開始しました。しかし ViewThru エビスはお客様から予想以上の反響があり、利用者が急激に増えたことから、早急にロードバランサーを導入しなければサービスが止まってしまう恐れがありました」。そこで2013年3月よりロードバランサーの選定を開始。4月に NetScaler MPX の採用を決定し、テスト機による検証を開始して、6月に正式に導入しました。上原氏は、「現在、NetScaler の負荷分散と SSL アクセラレーション機能を利用しています。操作もシンプルで、導入時にはそれほど苦労はしませんでした」と話します。ViewThru エビスは、利用者から入稿された広告原稿を Amazon CloudFront を使って配信し、配信された広告がターゲットサイトに表示されると広告に挿入されているタグ情報に基づいてデータが ViewThru エビスに送信され、NetScaler を経由して ViewThru エビスのビュー取得ウェブサーバー登録される仕組みになっています。

課題

- 既存サービスより約15倍多いデータ処理への対応

ソリューション

- 負荷分散と SSL アクセラレーションを実現するために、NetScaler を導入

ベネフィット

- 第三者広告配信サービスの安定稼働
- Pay-as-You-Grow ライセンスモデルによる性能向上
- スケールアウトによる冗長化と柔軟な拡張性
- 今後のリクエスト量の増加に対応可能な、負荷分散機能
- 費用対効果の高い SSL アクセラレーション機能
- 容易な操作性による運用現場の作業負荷軽減

導入アプリケーション

- 第三者広告配信サービス「ViewThru エビス」

ネットワーク環境

- Citrix NetScaler MPX 8200 Standard Edition



インフラユニット
富田 修平 氏



アドエビス開発ユニット
上原 賢也 氏

上原氏は、「NetScalerを導入する前に、他のシステムで利用実績のあった他社のロードバランサーもテストしましたが、拡張性に乏しく、処理性能も不足していました。製品選定にあたり、いくつか他社製品も検討しましたが、1秒あたりに処理できるリクエスト数やシステムの拡張性、価格性能比など、すべてにおいてNetScalerの方が優れていました」と話します。また富田氏は、「今回、伊藤忠テクノソリューションズ（CTC）に、NetScalerの提案から導入までをサポートしてもらいました。CTCには約3年前より、アドエビスのネットワークの二重化などもサポートしてもらっています。NetScalerのテスト機をすぐに用意してもらったりと、CTCのスピード感も高く評価しています」と話しています。

導入効果：NetScalerにより、ViewThruエビスの安定稼働を実現

NetScalerの導入効果を富田氏は、次のように語ります。「以前、ある就職情報サイトが一気に広告を出し、リクエスト数が前週の2.5倍になったこともありましたが、NetScalerにより問題なく処理できました。リクエスト数がしきい値を超えると携帯電話にアラートメールが届くよう、自社で仕組みを持っていますが、NetScaler導入後は夜中に携帯電話が鳴ることはなくなりました。運用現場の作業負荷も軽減しており、経営トップも高く評価しています。富田氏はまた、「ViewThruエビスはサービスの性格上、ピークを予測することが困難で、そのピーク予測にあわせて高性能なロードバランサーを導入するのは非効率的です。そこで急激にリクエストが増えた場合でもハードウェアを入れ替えることなく、必要ときにライセンスを追加するだけでスケールアップにより性能を向上できる、「Pay-as-You-Grow」ライセンス」が非常に有効です。また、NetScalerの台数を増やすスケールアウトにより、冗長化と性能向上を両立できるのも便利です」と話します。一方、上原氏は次のように語ります。「アドエビスは、1秒あたり700リクエスト程度ですが、ViewThruエビスは、ピーク時には1秒あたり約2000のリクエストがあります。また、今後さらにデータ量が増えていき、1年後には1秒あたり10～20万リクエストに増えると想定しています。しかしNetScalerの負荷分散機能を使うことで、1秒あたり10～20万リクエストに対応できることを事前の検証により確認できているので安心です」。さらに富田氏は、「Pay-as-You-Growによる拡張ができることに加えて、他社の同クラスの製品と比較してSSLアクセラレーションの性能が数倍優れており、かつ費用対効果が高かったことも、NetScalerを選んだ理由の1つでした。またNetScalerは、Web UIで設定が可能なので非常に便利です。導入してから現在まで、トラブルもなく、問題なく動作しています」と話しています。

今後のプラン：NetScalerの豊富な機能をさまざまな分野で活用

今後の取り組みについて上原氏は、次のように語ります。「まだ検討の段階ですが、現在1箇所のデータセンターで運用しているViewThruエビスを、2箇所のデータセンターで運用するディザスタリカバリー構成にすることも考えています。このとき、NetScalerの広域負荷分散（GSLB）と呼ばれる機能が有効になります」。富田氏は、「広告配信は外部から攻撃されることも考慮しなければなりません。そこで特定のホストから大量のリクエストが来たときに、L7負荷分散機能（コンテンツスイッチング）により、リクエストの中身をチェックしたり、送信元をブロックしたり、危険なリクエストを振り分けたりすることも考えています。また、広告媒体は今後さらにSSL化されていくことが予想されるため、SSLアクセラレーションの性能についても引き続き期待しています。NetScalerは豊富な機能を搭載しているので、広告配信だけでなく、今後さまざまな分野で活用したいと考えています」と話しています。

