



Vpon



令和3年度分野・テーマ別の海外販路開拓等事業の 効果発揮のためのターゲット広告事業 報告書（ドバイ施策） 2022.1.20



長野 哲矢（ながの てつや）
Vpon JAPAN株式会社（バイポン ジャパン）
クールジャパン農水輸出デジタルマーケティングアドバイザー



ドバイ向けターゲット広告概要

	詳細
目的	日本産青果物の展示会や試食会イベント告知 + 来場者数の最大化
PRの内容 ※1,2ともに ABCスタイル様にて ドバイでイベント実施 	1, 日本青果物の展示会 in ドバイ  2, 日本青果物の試食会 in ドバイ 
PRした日本産青果物	シャインマスカット、メロン、淡雪、恋みのり、デコポン、ふじ、こうこう、れんこん、鳴門金時、ゆず、紅はるか、安納芋、梨、りんごジュース
ターゲットのユーザー (消費者)	ターゲット1, 現地ドバイ住民 →配信強化エリア：ドバイ万博会場周辺含めドバイ全域 ターゲット2, 海外からのドバイ万博来場者 →配信強化エリア：ドバイ空港周辺やドバイ万博会場周辺
ターゲット広告の 配信期間	2021/12/02-12/13



会員団体名	対象青果物	会社の概要のわかるもの（URL等）をご記入ください。
静岡県温室農業協同組合クラウンメロン支所	マスクメロン	http://www.crown-melon.co.jp/
(株)SAMURAI SUMMIT	安納芋	https://samurai-summit.com
青森県農村工業農業協同組合連合会 青森県農林水産物輸出促進協議会	リンゴジュース	http://www.aoren.or.jp
公益財団法人徳島県農業開発公社	木頭ゆず、なると金時、レンコン	http://www.tokushima-kousha.jp/brand/
ブランドおおいた輸出促進協議会農産部会	シャインマスカット、不知火デコボン、紅はるか、梨	https://theoita.com/eng_product/
Wismettacフーズ株式会社	紅白赤いちご、淡雪白いいちご	https://www.wismettac.com/ja/group/group/wfoods.html
GLO-berryJapan株式会社	りんご（ふじ、こうこう）	www.globerry-japan.com

引用：ABCスタイル様資料

ABCスタイル様

+ 上記の日青協会員様

(全体像) ドバイでのターゲット広告事業



例：ドバイで日本青果物好きのユーザーは、
なんと●●好きであり、
一方で▲▲が嫌いであった！

以下を市場毎（香港/タイ/ドバイ）にて実施



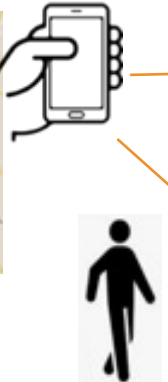
ABCさんなどの関連事業者さんとの連携により対象情報を盛り込んだ専用ランディングページを新規制作（ドバイ向けとして）

活用するVponビッグデータ例
（以下の特定アプリ利用者や位置情報データなど）

例：

Vpon Google
Vponターゲット広告

特定小売店舗周辺 × 日本産青果物の購入検討層への配信



1, 日本青果物の展示会 in ドバイ

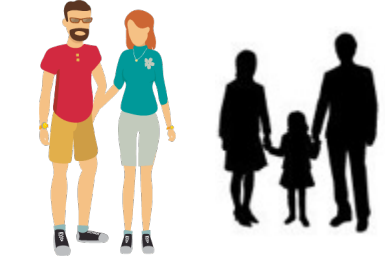


日本青果物の展示会会場への来場

2, 日本青果物の試食会 in ドバイ



日本青果物の試食会会場への来場

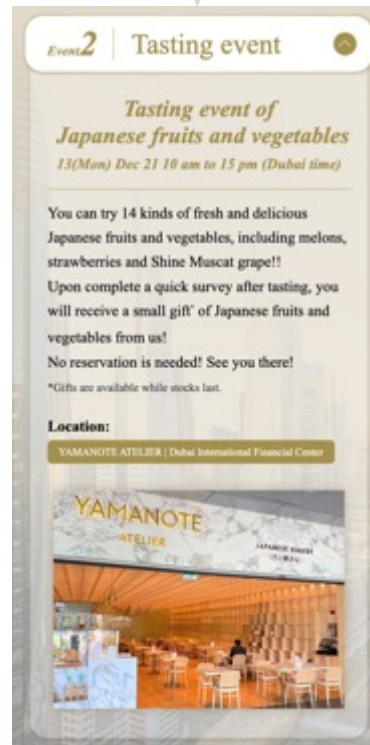


インサイト分析による
ターゲット消費者像（ペルソナ）
の作成

1、専用ランディングページの制作

ドバイ向け専用ランディングページの制作

ページのタイトル：日本青果物を試食しよう！



試食会の詳細を事前告知

展示会の詳細を事前告知



対象青果物の特徴も紹介



試食できる青果物をお先に紹介

ドバイ向けLP URL
https://tw-img.vpon.com/img/campaigns/202111_jpfruit/index.html



ドバイ向け専用バナーの制作

デザインA
(ベーシック)



デザインB
(試食会推し)



※日本語訳
日本青果物を試食しよう！

2、ビッグデータ活用によるターゲット広告

ターゲット広告による消費者フロー（イメージ）

ターゲット広告によるバナー配信
(デジタルチラシ)

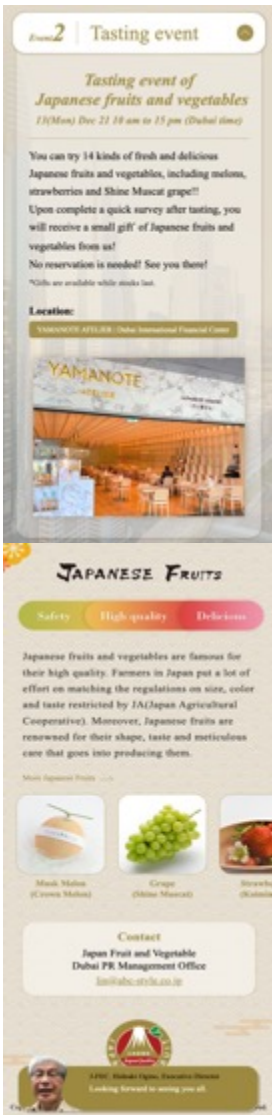


和訳：
日本青果物を試食しよう！



ドバイ在住者やドバイ万博来訪者
に対してターゲット広告を実施

ランディングページ
(Webサイト)へ誘導



日本産青果物の展示会や試食会へ
来場

1, 日本青果物の展示会
in ドバイ



日本青果物の展示会会場への来場

2, 日本青果物の試食会
in ドバイ



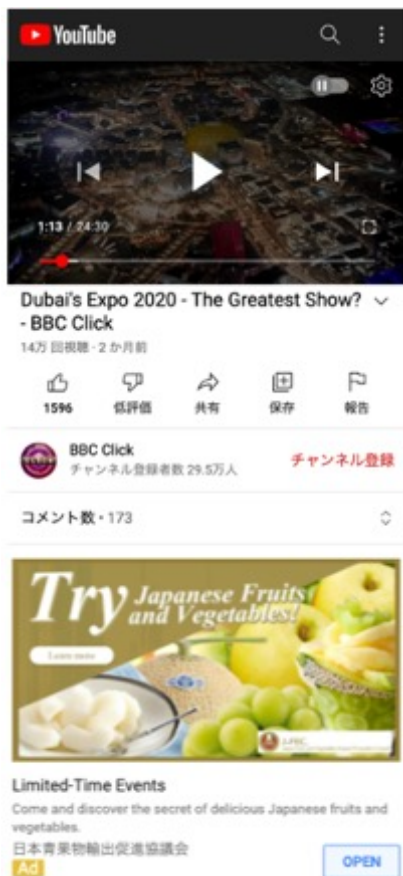
日本青果物の試食会会場への来場

この日本産青果物は
とても美味しい!



Vpon

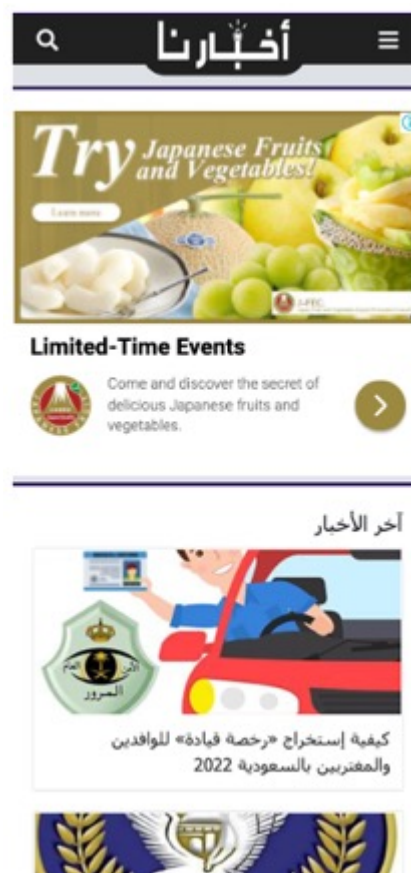
ターゲット広告の掲載一例



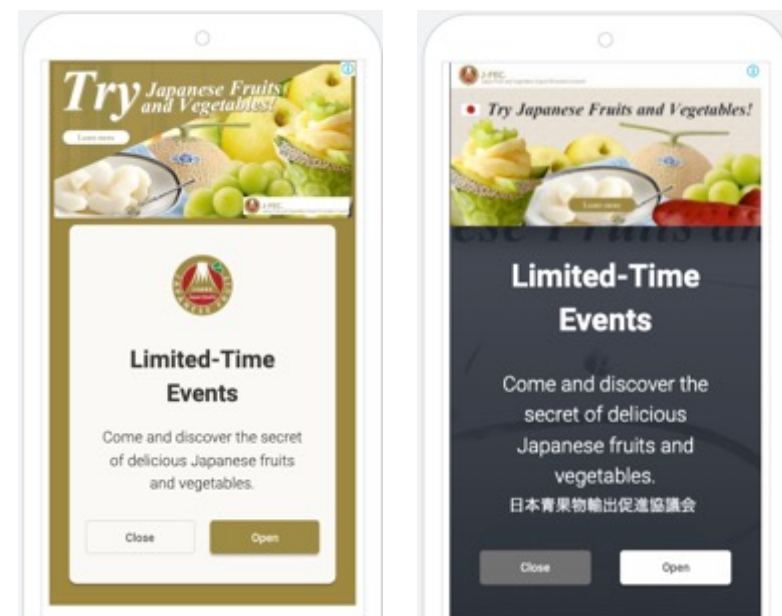
Jansatta
(UAEのニュースサイト)



akhbrna.co
(UAEのニュースサイト)



その他、ドバイユーザーが閲覧している
Webサイトや特定アプリ



3、ターゲット広告配信の効果検証（結果）

デイリーでの数字推移+ユーザーの興味度（CTR）レポート

広告目標に対しての達成率は、172%であった。

目標

広告クリック数 11,000回

※上記目標は、今回のドバイ向け広告予算から
広告クリック単価相場をみて算出済み

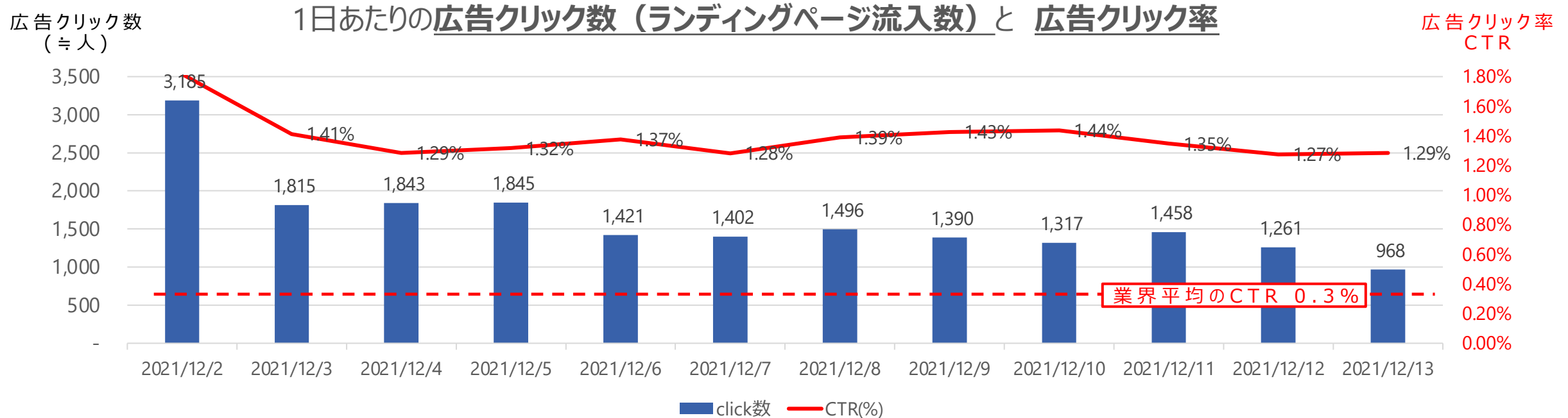


結果

広告クリック数 19,401回

達成率

172%



・ランディングページ（LP）への誘導者人数について。
1日あたり平均1600人ほどがランディングページに来訪していた。

・CTR（広告のクリック率＝消費者にとっての興味度合い）について。
業界平均のCTRは0.3%程度に対して、今回は平均1.4%とかなり高かった。
（業界平均対比で4.6倍以上）

→日本産青果物に興味をもっているドバイの消費者にきちんとターゲット広告できたといえる。

広告バナー別レポート（ユーザーの興味度が高いデザインは？）

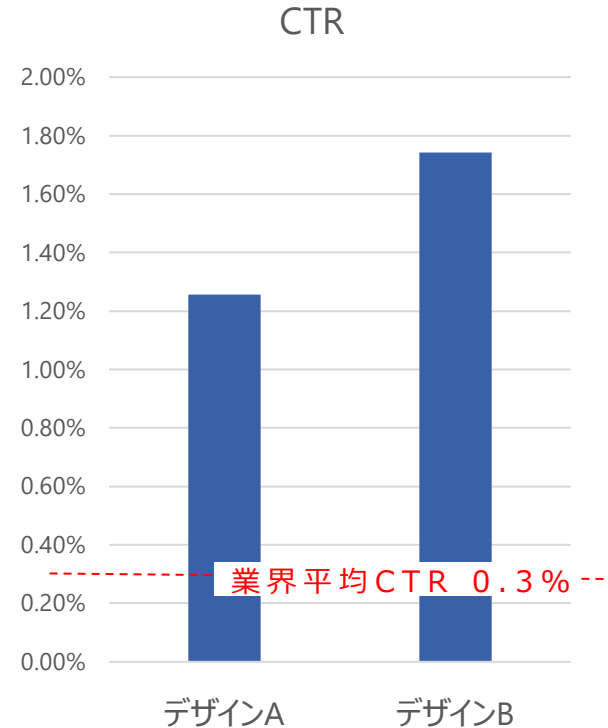


勝ち！

CTR 1.26%



デザインA（ベーシック）



CTR 1.74%

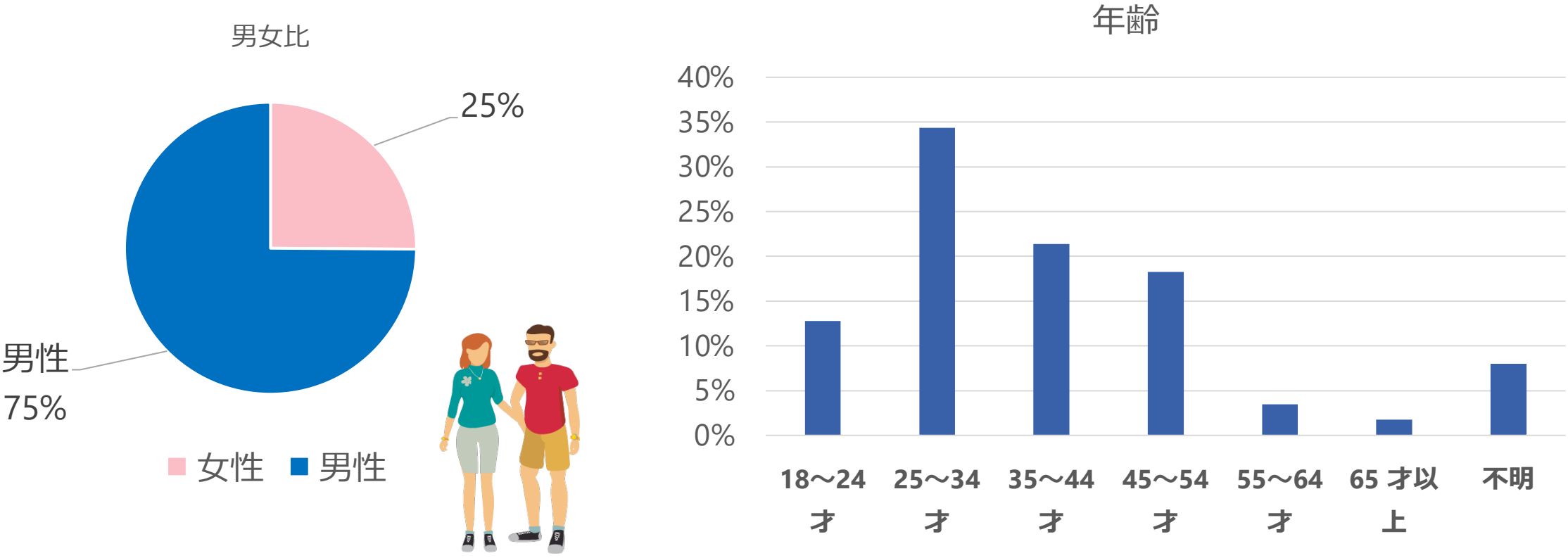


デザインB（試食会推し）

※CTR = 広告のクリック率（ユーザーの興味度合い）

ドバイ万博開催中のターゲットユーザーは、「**試食会**」推しに興味を示していたことが分かった。
デザインとしては、ポイントをシンプルに強調することが重要である。

消費者（ユーザー）属性レポート（性別、年齢は？）

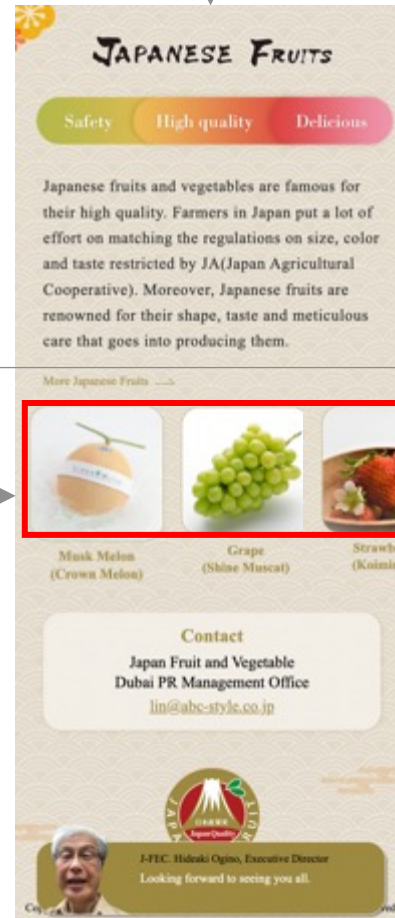


ドバイ万博開催中のターゲットユーザーは、**男性が75%**であった。
また、年齢層は**30歳前後が最も多く**、続いて40歳前後であった。

ドバイでの人気青果物調査_ (マイクロCV (コンバージョン) 分析レポート)

ドバイ向けLP URL

https://tw-img.vpon.com/img/campaigns/202111_jpfruit/index.html



[ev_5_click_melon](#)
[ev_6_click_shinemuscat](#)
[ev_7_click_koiminori](#)
[ev_8_click_awayuki](#)
[ev_9_click_koukou](#)
[ev_10_click_fuji](#)
[ev_11_click_narutokintoki](#)



[ev_12_click_dekopon](#)
[ev_13_click_beniharuka](#)
[ev_14_click_hitanashi](#)
[ev_15_click_nannoimo](#)
[ev_16_click_yuzu](#)
[ev_17_click_lotusroot](#)
[ev_18_click_applejuice](#)



=マイクロCV (コンバージョン) 計測箇所
これらの赤枠をクリックしたユーザーがどの程度いるかを調査しました。

ドバイでの人気青果物調査_（マイクロCV（コンバージョン）分析レポート）

ドバイでの人気青果物ランキング

マイクロCV名	対象品目	CV（コンバージョン）数
ev_6_click_shinemuscat	シャインマスカット	10
ev_5_click_melon	メロン	8
ev_8_click_awayuki	淡雪	6
ev_18_click_applejuice	りんごジュース	6
ev_12_click_dekupon	デコポン	5
ev_10_click_fuji	ふじ	5
ev_9_click_koukou	こうこう	4
ev_17_click_lotusroot	れんこん	4
ev_11_click_narutokintoki	鳴門金時	4
ev_7_click_koiminori	恋みのり	3
ev_16_click_yuzu	ゆず	3
ev_13_click_beniharuka	紅はるか	3
ev_15_click_nannoimo	安納芋	2
ev_14_click_hitanashi	梨	2



1位シャインマスカット



2位メロン



3位淡雪,りんごジュース

ターゲットユーザーにおける人気青果物TOP 3は、
1位シャインマスカット、2位メロン、3位淡雪,りんごジュースであった。

一方で、甘薯系はいずれも興味度が低い結果となった（甘薯の認知度が低い可能性あり）

(まとめ) 日本産青果物に関心が高いドバイユーザーの特徴



- ・ 30代の男性
- ・ ドバイ在住（もしくはドバイ万博へ来訪中）
- ・ 日本産青果物の中で興味をもっている品目は、
 - 1位 シャインマスカット
 - 2位 メロン
 - 3位 淡雪, りんごジュース
- ・ 一方で、日本産青果物の中であまり興味をもっていなかった品目は、
さつまいも系
梨
→ そもそもドバイでは甘薯や梨の認知度が低い可能性あるため、
今後、ドバイ現地での認知向上施策等が必要



Vpon

ターゲット広告事業における今後の改善ポイント（課題）

※イオン様とVponとの
クーポン施策一例

・ターゲット広告の効果検証について

オンライン施策（ターゲット広告施策）からのオフライン計測（特定イベントへの来店計測）を行うためには
プロモーション対象の現地イベント運営者や小売店などとの連携が必要である。
例えば、ターゲット広告専用の専用クーポンを小売店側で用意してもらい、そのクーポンをターゲット広告経由で配布し、
最終的に小売店側にてクーポン利用数を計測するなど。

クーポンページ



・対象青果物の美味しそうな写真・画像をご準備ください。（日青協会員様向け）

デジタルマーケティングでは、写真（画像）が命です。
本来とても美味しい青果物であっても、写真が粗い、もしくは美味しくなさそうな写真であることで
海外の消費者にはマイナスな影響になってしまいます。
そのため、**その写真（画像）をパッと見ただけで美味しさが伝わるような写真をご準備くださませ。**
その一枚の写真で、現地で口コミ、拡散されるかもしれません。
※iPhoneなどのスマートフォンであっても（それなりの解像度であるため）ぜひ撮影をお願いいたします。



・生産者様の笑顔写真・画像をご準備ください。（日青協会員様向け）

日本の生産者様の笑顔は、海外の方にも伝わります。
安心、安全をアピールするためにも
ぜひ撮影をよろしくお願いいたします。



この方々のような笑顔の写真は
海外の方に好印象を与えます。
ぜひご準備ください。

こちらの写真のようにパッと見ただけで、
美味しさが伝わるような写真をご準備ください。
（スマホ撮影であってもOKです）





1億IDを保有するVponアジアビッグデータを活用したターゲット広告を実施



1億IDデータ

訪日履歴やパスポート保有層など、スマホの端末IDによる1億のデータを保有



台湾/香港最大のデータ量

Vponが保有する台湾/香港のデータ量は、人口の**7割**以上をカバー



広告9億リーチ

アジア全域（台湾/香港/中国/韓国/タイ/シンガポールなど）の媒体を中心とした広告ネットワーク

1億IDのデータを保有し、アジア特化のデータ活用（以下保有データ例）



GPSによる位置データ例

位置情報



GPSやIPアドレスなどの位置データ

利用アプリ



端末のインストールアプリ

閲覧サイト



閲覧したウェブサイト情報

端末言語



スマホ端末に設定された言語設定

レシート



台湾レシート
購買履歴データ

広告データ



広告配信時に取得可能なデータ