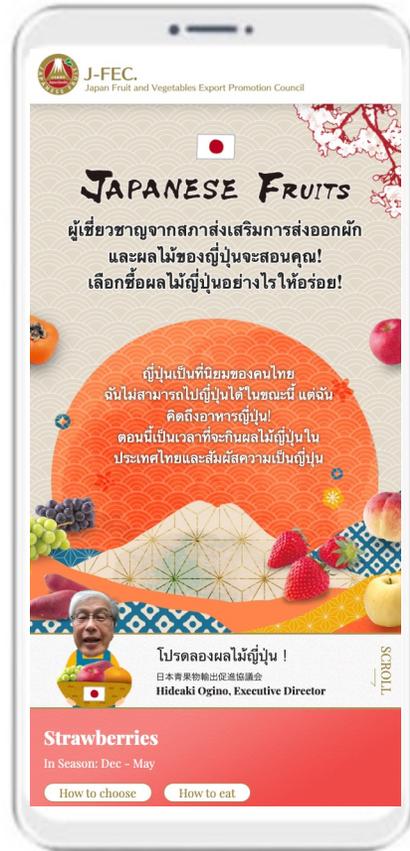




Vpon



## 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（香港,タイ施策） 2022.2.24



長野 哲矢 (ながの てつや)  
Vpon JAPAN株式会社(バイボン 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



※本事業は日本青果物輸出促進協議会様から委託を受け事業を行なっております。

- 事業目的  
**ビッグデータ(香港、タイの日本産青果物購入検討層データ)を活用した日本産青果物のPR。**  
また、そのPRによる輸出促進を図る。
- 事業内容  
日青協の会員等が行う販促事業やSNS広告宣伝事業との連携（三位一体）により効果的なデジタルPRを行う。

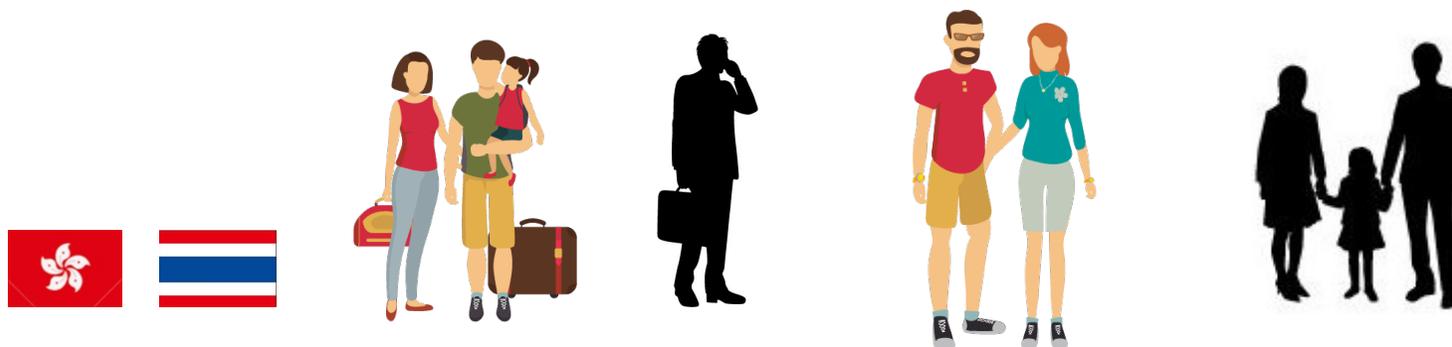
**対象国：香港、タイ**

## 1. ビッグデータ活用による

マネキン施策（地上戦）と連動させたターゲット広告（空中戦）の実施

## 2. ビッグデータ活用による

香港/タイでの新たなターゲット消費者像 [ペルソナ]の発見



# (全体像) 事業概要

例：香港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）にて実施

1. マーケットイン思考での専用ランディングページ制作



2. ビッグデータ活用によるターゲット広告



3. 広告の効果検証

3. 広告の効果検証

日本青果好きユーザーのインサイト分析など

※イメージ



ABCさんなどの関連事業者さんとの連携により以下情報を盛り込んだ専用ランディングページを新規制作（香港、タイ向けそれぞれで制作）

活用するVponビッグデータ一例  
（以下の特定アプリ利用者や位置情報データなど）



Vpon Google

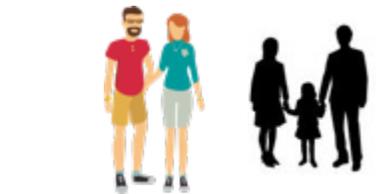
Vponターゲット広告

特定小売店舗周辺 × 日本産青果物の購入検討層への配信

香港/タイ



香港/タイの対象小売への来店 & 購買促進



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

# LPの特徴（香港）

ページのタイトル：  
日本青果のプロが教える！美味しい日本産果物の選び方と食べ方！



1

- ・他国産との違いを明確にするためにも日本国旗を追記
- ・専門家として荻野さまの実写画像



3

- ・旬な青果物カレンダーを掲載。
- ・拡散狙いでfacebookやインスタグラムでのシェアボタンも追記



2

- 対象青果 **10点** 毎に以下を掲載
- ・美味しい果物の選び方
  - ・美味しい果物の食べ方



4

- ・日本青果物の特徴（安全/高品質/美味）
- ・販売小売店の情報
- ・偽造防止対策のお知らせ



5

- ・会員様ロゴ

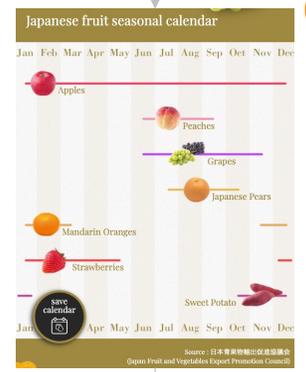
# LPの特徴 (タイ)

ページのタイトル：  
日本青果のプロが教える！美味しい日本産果物の選び方と食べ方！



1

- ・ 他国産との違いを明確にするためにも日本国旗を追記
- ・ 専門家として荻野さまの実写画像



3

- ・ 旬な青果物カレンダーを掲載。
- ・ 拡散狙いでfacebookやインスタグラムでのシェアボタンも追記



2

- 対象青果 **7点** 毎に以下を掲載
- ・ 美味しい果物の選び方
- ・ 美味しい果物の食べ方



4

- ・ 日本青果物の特徴 (安全/高品質/美味)
- ・ 販売小売店の情報
- ・ 偽造防止対策のお知らせ



5

- ・ 会員様ロゴ



# 前半のバナー

掲載品目 = りんご、みかん、ぶどう、甘薯



香港向け



タイ向け

**JAPANESE FRUITS**  
**大公開!**  
 日本青果物輸出促進協議会  
 本月推介 日本水果  
 蘋果 蜜柑 提子 番薯  
**當造啦!**

**JAPANESE FRUITS**  
 日本青果物輸出促進協議会  
**專家教你點揀點食**  
**日本水果更好味!**

**JAPANESE FRUITS**  
 日本青果物輸出促進協議会  
**แนะนำผลไม้ตามฤดูกาลในญี่ปุ่น**  
 Apples Mandarin Oranges Grapes Sweet Potato  
**ตอนนี้เป็นฤดูกาล!**

**JAPANESE FRUITS**  
 ผู้เชี่ยวชาญจากสภาส่งเสริมการส่งออก  
 ฝึกและผลไม้ของญี่ปุ่นจะสอนคุณ!  
**เลือกซื้อผลไม้ญี่ปุ่นอย่างไรให้อร่อย!**

**JAPANESE FRUITS**  
**大公開!**  
 日本青果物輸出促進協議会  
 本月推介 日本水果  
 蘋果 蜜柑 提子 番薯  
**當造啦!**

**JAPANESE FRUITS**  
 日本青果物輸出促進協議会  
**專家教你點揀點食**  
**日本水果更好味!**  
 請多多選購日本的水果!  
 日本青果物輸出促進協議会  
 事務局長 伏野 英明

**JAPANESE FRUITS**  
 日本青果物輸出促進協議会  
**แนะนำผลไม้ตามฤดูกาลในญี่ปุ่น**  
 Apples Mandarin Oranges Grapes Sweet Potato  
**ตอนนี้เป็นฤดูกาล!**

**JAPANESE FRUITS**  
 ผู้เชี่ยวชาญจากสภาส่งเสริมการส่งออก  
 ฝึกและผลไม้ของญี่ปุ่นจะสอนคุณ!  
**เลือกซื้อผลไม้ญี่ปุ่นอย่างไรให้อร่อย!**  
 日本青果物輸出促進協議会  
 Hisako Ogino, Executive Director

和訳：  
旬な日本青果を大公開！

和訳：  
日本青果のプロが教える！美味しい  
日本産果物の選び方と食べ方！

和訳：  
旬な日本青果を大公開！

和訳：  
日本青果のプロが教える！美味しい  
日本産果物の選び方と食べ方！





香港向け



タイ向け

**JAPANESE FRUITS**  
日本青果物輸出促進協議会  
本月推介日本水果

當造啦!

蘋果 蜜柑 士多啤梨 番薯

**JAPANESE FRUITS**  
日本青果物輸出促進協議会  
專家教你點揀點食  
日本水果更好味

**JAPANESE FRUITS**  
日本青果物輸出促進協議会  
แนะนำผลไม้ตามฤดูกาลในญี่ปุ่น

Apples Mandarin Oranges Strawberries Sweet Potato

ตอนนี้เป็นฤดูกาล!

**JAPANESE FRUITS**  
ผู้เชี่ยวชาญจากสภาส่งเสริมการส่งออก  
ผักและผลไม้ของญี่ปุ่นจะสอนคุณ!  
เลือกซื้อผลไม้ญี่ปุ่นอย่างไรให้อร่อย!

**JAPANESE FRUITS**  
日本青果物輸出促進協議会  
本月推介日本水果

當造啦!

蘋果 蜜柑 士多啤梨 番薯

**JAPANESE FRUITS**  
日本青果物輸出促進協議会  
專家教你點揀點食  
日本水果更好味!

請多多選購日本的水果!

日本青果物輸出促進協議会  
事務局長 伏野英明

**JAPANESE FRUITS**  
日本青果物輸出促進協議会  
แนะนำผลไม้ตามฤดูกาลในญี่ปุ่น

Apples Mandarin Oranges Strawberries Sweet Potato

ตอนนี้เป็นฤดูกาล!

**JAPANESE FRUITS**  
ผู้เชี่ยวชาญจากสภาส่งเสริมการส่งออก  
ผักและผลไม้ของญี่ปุ่นจะสอนคุณ!  
เลือกซื้อผลไม้ญี่ปุ่นอย่างไรให้อร่อย!

หากดูจนเหนื่อยได้ผู้ช่วยในรูปนี้มาช่วยนะ

日本青果物輸出促進協議会  
Hirotaka Ueno, Executive Director

和訳：  
旬な日本青果を大公開！

和訳：  
日本青果のプロが教える！美味しい  
日本産果物の選び方と食べ方！

和訳：  
旬な日本青果を大公開！

和訳：  
日本青果のプロが教える！美味しい  
日本産果物の選び方と食べ方！

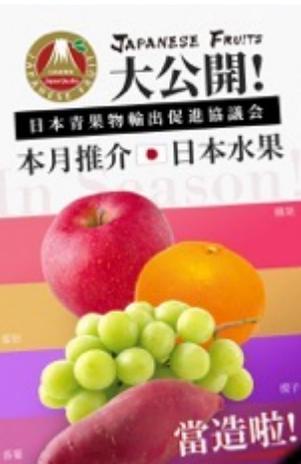
## 2、ビッグデータ活用によるターゲット広告

# ターゲット広告による消費者フロー（イメージ）

広告バナー（デジタルチラシ）

ランディングページ

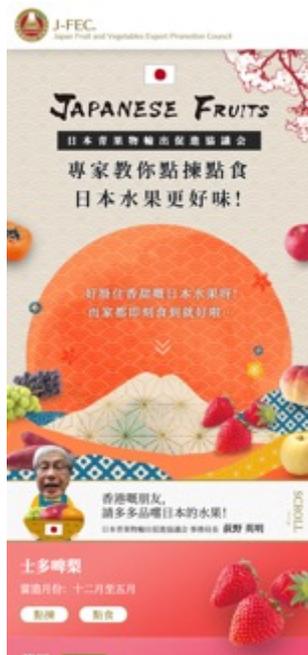
現地の小売店経由で  
日本青果物を購入



和訳  
今月の旬な日本産果物は  
これ！



和訳  
専門家が教える日本産果物  
の選び方と食べ方！



和訳  
美味しいいちごの選び方

揀水果要點:

1. 整粒那帶有種子
2. 整粒呈紅色
3. 花萼呈深綠色

CLOSE

食法:

雪凍食。由單一側開始食，更能享受其甜味。

CLOSE

和訳  
美味しいいちごの食べ方



香港やタイの  
対象店舗へ来店&購入



この日本産●●すごく  
美味しいね!

Vpon

Open Rice  
(食べログのような飲食アプリ)



東網  
(香港ニュースアプリ)



Like JAPAN  
(日本好きな香港人が  
使用するアプリ)



### Sanook (タイのニュースサイト)

#### 1. खादสารอาหาร

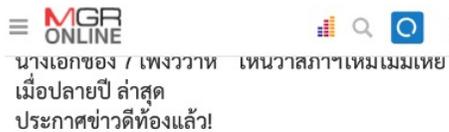
ในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนั้นมีส่วนประกอบอยู่ไม่กี่ชนิด ส่วนประกอบหลักราวๆ 60-70 เปอร์เซ็นต์คือแป้งสาลี อีก 15-20 เปอร์เซ็นต์เป็นไขมัน ทั้งในเครื่องปรุงและจากการทอดเส้นบะหมี่ พวกผักแห้งและเนื้อสัตว์แห้งที่มาพร้อมในซองเครื่องปรุงก็แทบจะไม่มีสารอาหารอะไรหลงเหลืออยู่ (จริงๆ ไม่ควรคาดหวังอะไรจากของที่ไม่ใช่เป็นวัตถุดิบเหล่านั้น) จึงจัดได้ว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารที่ต่อยคุณค่าทางสารอาหาร การกินบ่อยๆ ต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานๆ จะทำให้ผู้บริโภคมีความเสี่ยงต่อภาวะขาดสารอาหาร เนื่องจากในแต่ละวันได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน ไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในเด็กที่ร่างกายยังต้องพัฒนา การเติมผักหรือเนื้อสัตว์อาจช่วยได้ ซึ่งก็ต้องซื้อมากินอยู่ดี



#### 2. ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ

อาจบอกได้ว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ สิ่งที่เราได้เต็มๆ จากบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

### MRG online



### Thairath



อย่างต่อเนื่อง ซึ่งทางรักษาการเจ้าอาวาสวัดสนามชัย ได้อัญเชิญ "ไอโซ" เด็กวัดเจดีย์ จ.นครศรีธรรมราช เข้ามาอยู่ที่วัดสนามชัย จนเกิดกระแส หลังให้โชคลาภชาวบ้านเป็นจำนวนมาก จากนั้นได้นำ รูปปั้นไก่อชัน, ชุดทหาร, หนังสือดี และของเล่นต่างๆ มาที่วัดเป็นจำนวนมาก.



### 3、ターゲット広告配信の効果検証（結果）

# 【香港】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、273%であった。

目標

広告クリック数 4,870回

※上記目標は、今回の香港向け広告予算から  
広告表示単価や想定クリック相場をみて算出済み

結果

広告クリック数 13,329回

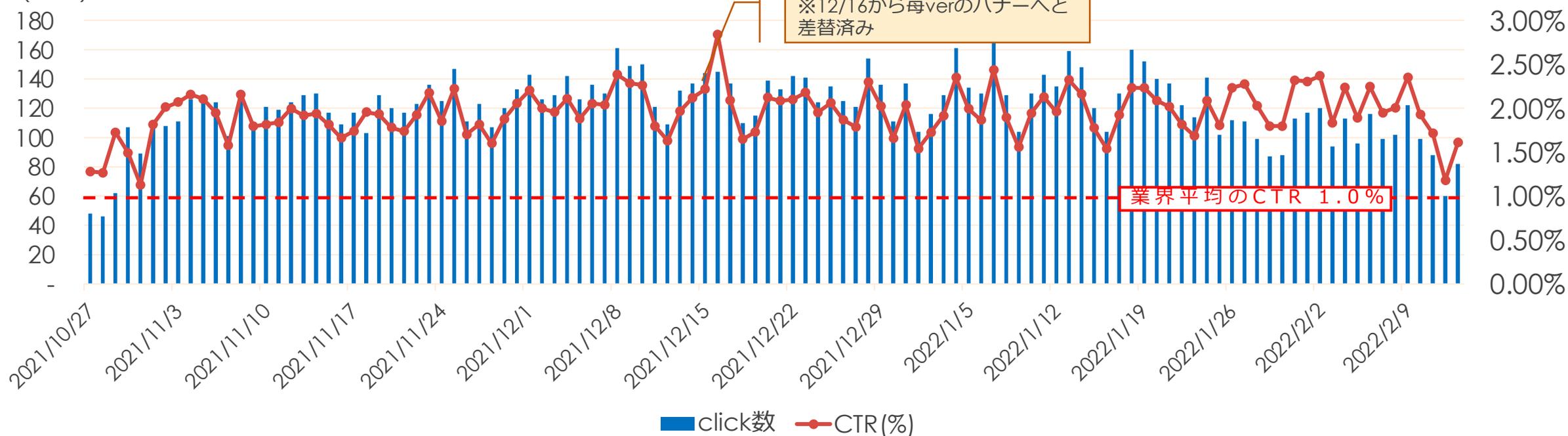
達成率

273%

日別の広告クリック数とクリック率（CTR）

広告クリック数  
(人)

広告クリック率  
CTR



- ・香港LPへの流入数 → 1日あたり150人程度来訪していた。
- ・CTR（広告のクリック率 = 消費者にとっての興味度合い）→ 香港での現地平均（CTR1.0%）と比べ、今回は平均1.95%とかなり高かった。（業界平均対比で2倍程度）  
→ 日本産青果物に興味をもっている香港の消費者にきちんとターゲット広告できたといえる。

# 【タイ】 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、155%であった。

目標

広告クリック数 9,740回

※上記目標は、今回のタイ向け広告予算から  
広告クリック単価の相場をみて算出済み

結果

広告クリック数 15,114回

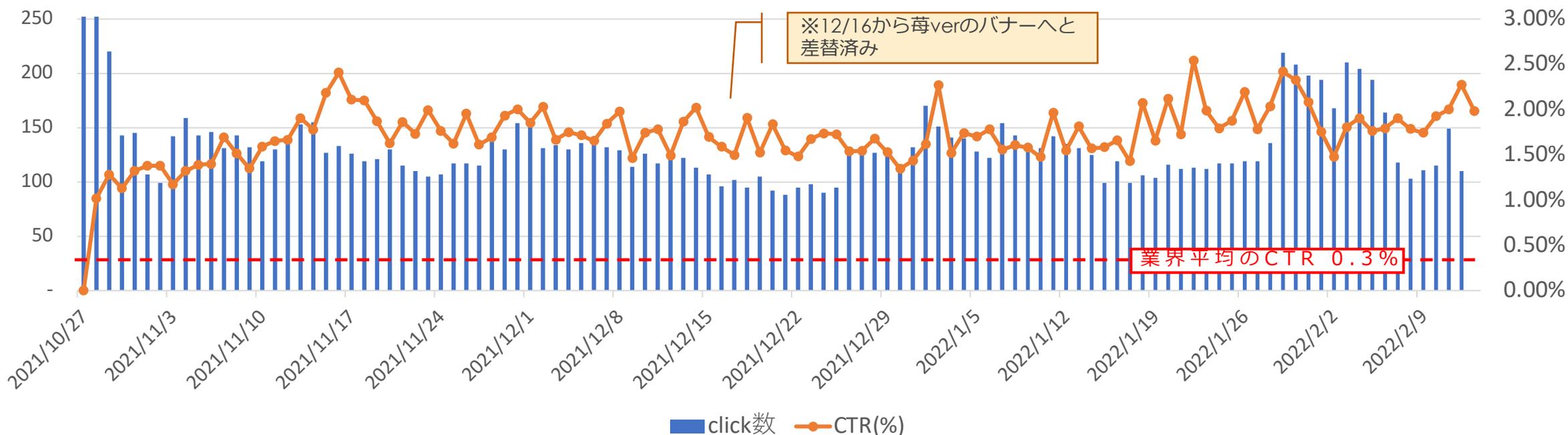
達成率

155%

広告クリック数  
(人)

日別の広告クリック数とクリック率 (CTR)

広告クリック率  
CTR



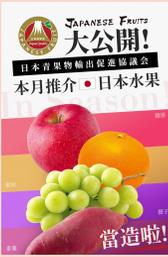
- ・タイLPへの流入数 → 香港人同様にタイ向けも、1日あたり150人程度来訪していた。
- ・CTR (広告のクリック率 = 消費者にとっての興味度合い) → タイでの現地平均 (CTR0.3%) と比べ、今回は **平均1.67%** とかなり高かった。(業界平均対比で5倍以上)  
→ **日本産青果物に興味をもっているタイの消費者にきちんとターゲット広告できたといえる。**

Vpon

# 【香港】 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？）



※CTR = 広告のクリック率（ユーザーの興味度合い）

	両デザイン合計	デザインA 和訳： 旬な日本青果を大公開！	デザインB 和訳： 日本青果のプロが教える！美味しい 日本産果物の選び方と食べ方！
前半 (シャインマスカット入り ver)	CTR 1.90%	 CTR 2.13% 	 CTR 1.72%
後半 (いちご入りver)	CTR 1.99% 	 CTR 2.83% 	 CTR 1.55%

## 香港向けバナーの考察

- ・シャインマスカット入りverよりも、いちご入りverのバナーの方が消費者からの興味度が高かった。
- ・バナーデザインについては、デザインB（日本農家イメージ）よりも、デザインA（青果物画像推し）の方が消費者からの興味度が高かった。

# 【タイ】 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？）



※CTR = 広告のクリック率（ユーザーの興味度合い）

	両デザイン合計	デザインA 和訳： 旬な日本青果を大公開！	デザインB 和訳： 日本青果のプロが教える！美味しい 日本産果物の選び方と食べ方！
前半 (シャインマスカット入り ver)	CTR 1.58%	 CTR 1.43%	 CTR 1.97%
後半 (いちご入りver)	CTR 1.75%	 CTR 1.51%	 CTR 1.82%

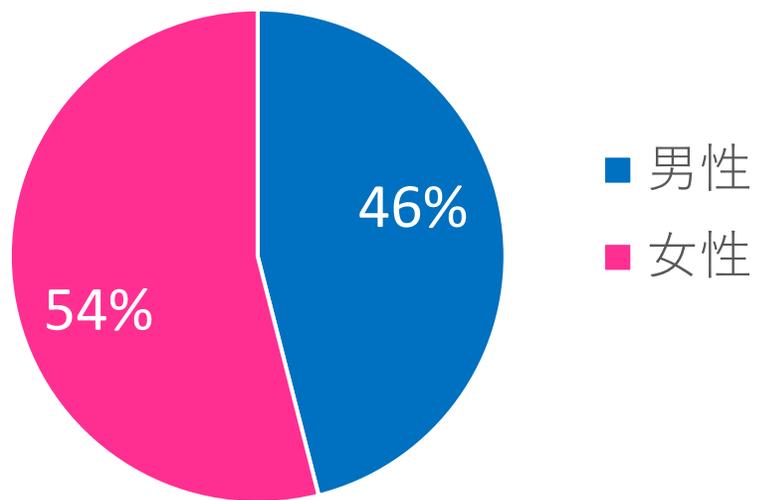
## タイ向けバナーの考察

- ・香港同様、シャインマスカット入りverよりも、いちご入りverのバナーの方が消費者からの興味度が高かった。
- ・バナーデザインについては、デザインA（青果物画像推し）よりも、デザインB（日本農家イメージ）の方が消費者からの興味度が高かった。

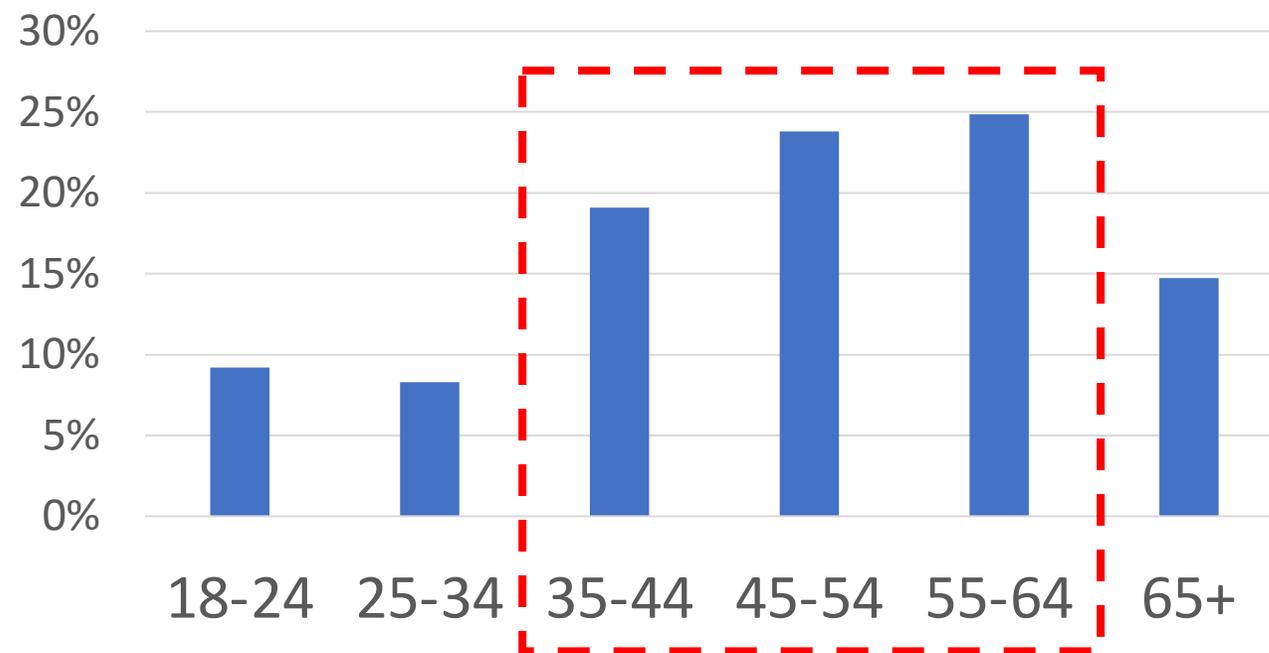
# 【香港】消費者（ユーザー）属性レポート（性別、年齢は？）



## 性別



## 年齢別



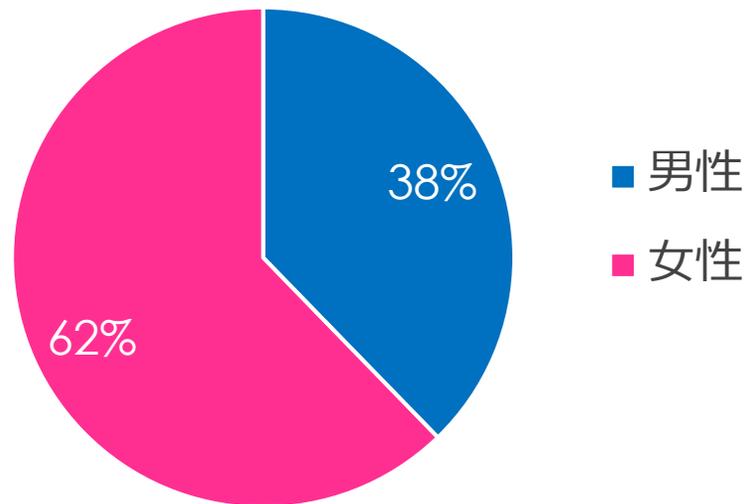
香港で日本産青果物に興味を持っている消費者は、男性より**女性がやや多かった**。  
また、年齢層は**40~60歳前後**が多く、**20~30代前半は少なかった**。



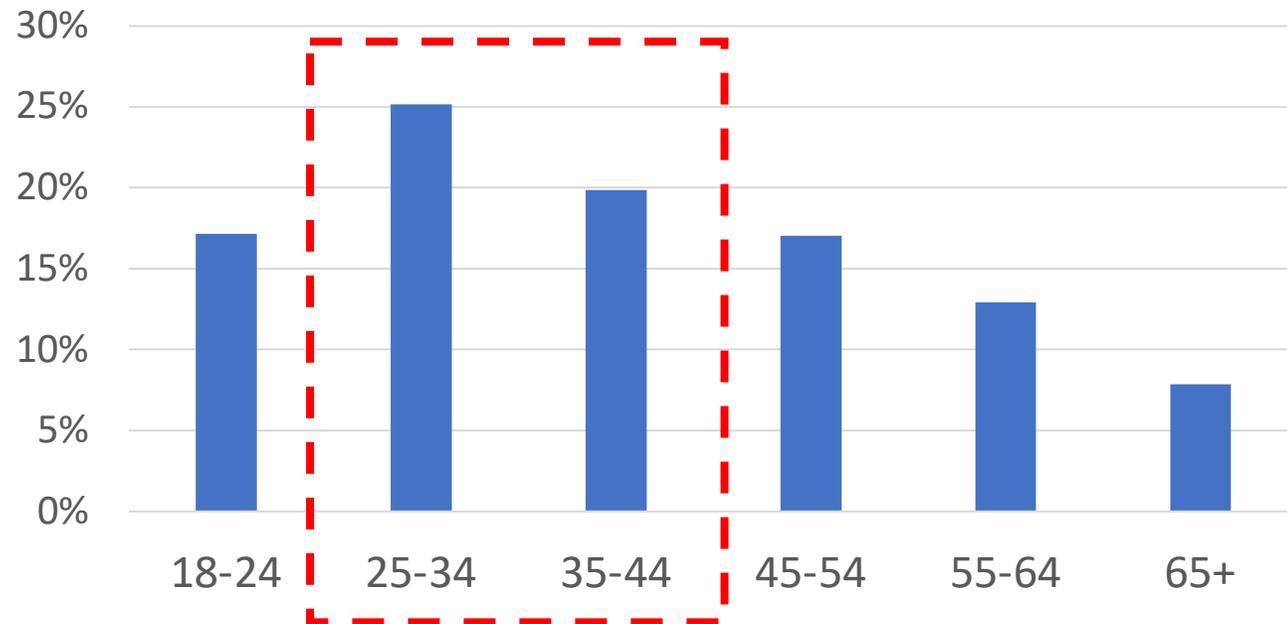
# 【タイ】消費者（ユーザー）属性レポート（性別、年齢は？）



性別

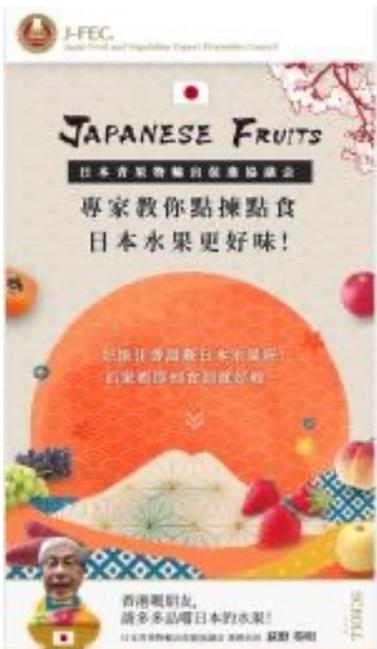


年齢別



タイで日本産青果物に興味を持っている消費者は、男性より**女性**が多かった。  
また、年齢層は**30~40歳前後**が多かった。

# 【香港】ランディングページ分析（人気ランキング調査）



□ = 分析箇所



## 人気青果物ランキング

※こちらの人気青果物ランキング調査はあくまで、  
現地消費者によるランディングページ内での  
直感的な“好み”のランキングです。  
そのため、青果物が販売されていない時期であっ  
てもクリック数が多くなることもありえます。

順位	品目	クリック数
1	いちご	410
2	りんご	394
3	もも	295
4	かき	277
5	サツマイモ	273
6	ぶどう	261
7	みかん	236
8	メロン	209
9	なし	206
10	洋梨	176

・香港での人気青果物TOP 3は、  
**いちご、りんご、もも**であった。  
一方で、メロン、梨、洋梨は興味度  
が低い結果となった。

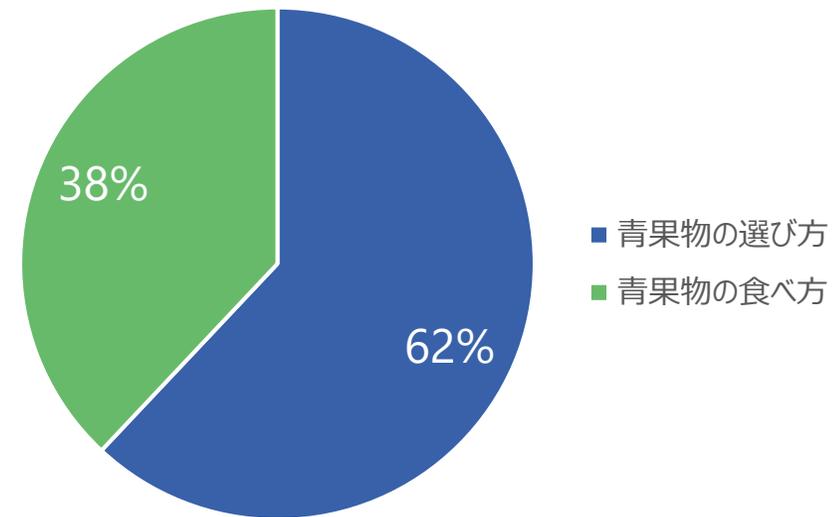
## 人気店舗ランキング

※こちらの人気店舗ランキング調査は、各会員  
様より販売店舗情報を頂けた店舗名のみを掲載  
しております。  
そのため、実際は以下以外の店舗でも販売され  
ているケースがあると思われます。

順位	店舗名	クリック数
1	YATA	163
2	TASTE	151
3	大昌食品	100
4	AEON	42
5	ParknShop	34

・香港での人気店舗TOP 3は、  
YATA、TASTE、大昌食品であった。

## 選び方 / 食べ方のどちらを気にするか？



・日本産青果物に興味を示した香港人は、  
対象青果物の食べ方より、**選び方を気にし  
ていることがわかった。**

※上記分析における調査サンプル数 13,329人  
※**上記の調査期間：2021/10/27~2022/2/13**

【タイ】ランディングページ分析 (人気ランキング調査)



   =分析箇所



**Strawberries**  
In Season: Feb - May  
How to choose How to eat

**Apples** In Season  
In Season: Feb - May  
How to choose How to eat

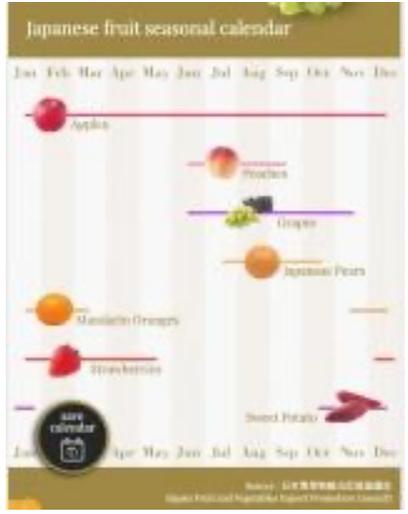
**Peaches**  
In Season: Feb - Sep  
How to choose How to eat

**Mandarin Oranges**  
In Season: Feb - May  
How to choose How to eat

**Japanese Pears** In Season  
In Season: Feb - May  
How to choose How to eat

**Sweet Potato** In Season  
In Season: Feb - May  
How to choose How to eat

**Grapes** In Season  
In Season: Feb - May  
How to choose How to eat



**JAPANESE FRUITS**

Quality High quality Delicious

The reason why Japanese fruits are better than those produced in other countries is because the Japanese people have the cultural character to produce high quality products. The cleanness and difference of the Japanese people is reflected in Japanese fruits and vegetables as well as in Japanese automobiles and home appliances.

Here are the stores that sell Japanese fruits

DON DON DONKI

CENTRAL

PARAJAY

makro

BIG C

News  
The Japan Fruit and Vegetable Export Council (J-FEC) has launched the following activities to "prove that the fruit and vegetables are produced in Japan" and "increase the brand value."  
Japan provides security steps with its e-commerce and information functions for the Japanese fruit market.

Check the details

If you want to know more recipes for Japanese fruits



## 人気青果物ランキング

※こちらの人気青果物ランキング調査はあくまで、現地消費者によるランディングページ内での直感的な“好み”のランキングです。  
そのため、青果物が販売されていない時期であってもクリック数が多くなることもありえます。

順位	品目	クリック数
1	りんご	501
2	サツマイモ	454
3	いちご	435
4	もも	377
5	なし	376
6	ぶどう	302
7	みかん	199

・タイでの人気青果物TOP 3は、**りんご、サツマイモ、いちご**であった。  
一方で、ぶどう、みかんは興味度が低い結果となった。

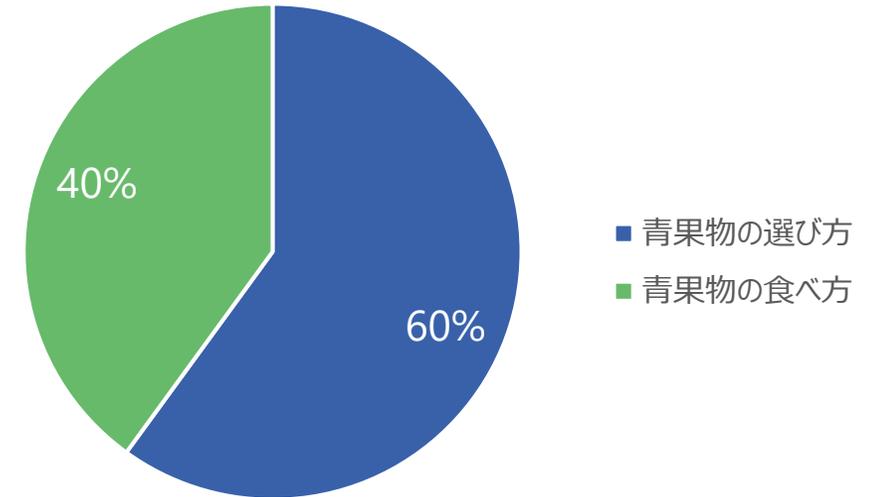
## 人気店舗ランキング

※こちらの人気店舗ランキング調査は、各会員様より販売店舗情報を頂けた店舗名のみを掲載しております。  
そのため、実際は以下以外の店舗でも販売されているケースがあると思われます。

順位	店舗名	クリック数
1	BigC	211
2	DONKI	164
3	CentralFoodHall	126
4	FoodLand	101
5	Makro	78

・タイでの人気店舗TOP 3は、**BigC、DONKI、Central Food Hall**であった。

## 選び方 / 食べ方のどちらを気にするか？



・日本産青果物に興味を示したタイ人は、対象青果物の食べ方より、**選び方を気にしていることがわかった。**

※上記分析における調査サンプル数 15,114人  
※上記の調査期間：2021/10/27~2022/2/13

**まとめ**

**(日本産青果物に関心が高い香港人、タイ人の特徴)**

# (まとめ) 日本産青果物に関心が高い香港人の特徴

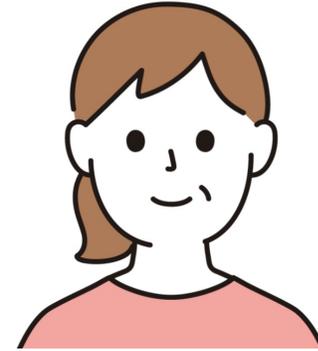


・ 香港在住の40~60歳前後の女性

・ 日本産青果物の中で興味をもっている品目は、

- 1位 いちご
- 2位 りんご
- 3位 もも

※こちらの人気青果物ランキング調査はあくまで、現地消費者によるランディングページ内での直感的な“好み”のランキングです。そのため、青果物が販売されていない時期であってもクリック数が増えることもありえます。



※イメージです

・ 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、**メロン、梨、洋梨** → 今後は、これらの認知向上施策も必要である。

・ 現地消費者からみる人気な小売店舗Top3は、

YATA、TASTE、大昌食品であった。

→To会員様へ。上記店舗への商品提供をお勧めいたします。

※こちらの人気店舗ランキング調査は、各会員様より販売店舗情報を頂いた店舗名のみを掲載しております。そのため、実際は左記以外の店舗でも販売されているケースがあると思われます。

・ 気にしていること

対象青果物の食べ方より、**選び方を気にしている**ことがわかった。



# (まとめ) 日本産青果物に関心が高いタイ人の特徴

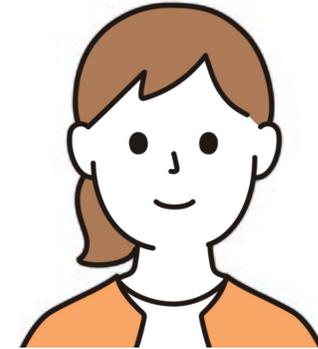


・ バンコク在住の30~40歳前後の女性

・ 日本産青果物の中で興味をもっている品目は、

- 1位 りんご
- 2位 甘薯
- 3位 いちご

※こちらの人気青果物ランキング調査はあくまで、現地消費者によるランディングページ内での直感的な“好み”のランキングです。そのため、青果物が販売されていない時期であってもクリック数が増えることもあります。



※イメージです

・ 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、**ぶどう、みかん** → 今後は、これらの認知向上施策も必要である。

・ 現地消費者からみる人気な小売店舗Top3は、**BigC、DONKI、Central Food Hall**であった。  
→To会員様へ。上記店舗への商品提供をお勧めいたします。

※こちらの人気店舗ランキング調査は、各会員様より販売店舗情報を頂いた店舗名のみを掲載しております。そのため、実際は左記以外の店舗でも販売されているケースがあると思われます。

・ 気にしていること

対象青果物の食べ方より、**選び方を気にしている**ことがわかった。



# ターゲット広告事業における今後の改善ポイント（課題）

# ターゲット広告事業における今後の改善ポイント（課題）

※掲載一例

To 対象会員様へ

次回もターゲット広告事業を実施する際は、以下もよろしくお願いいたします。

## 1、以下情報をVpon長野宛に是非お送りください。

販売店舗の情報+ 時期  
会員様ロゴ

上記情報を海外現地消費者が閲覧するランディングページ（LP）上に掲載致します。  
それにより、各会員様にて実施されているマネキン施策との相乗効果が見込まれます。



## 2、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いませ。

※スマホによる撮影であってもOKです。ぜひ撮影をお願いいたします。



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。

## 3、生産者様の笑顔写真・画像をご準備ください。（日青協会会員様向け）

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。



長野 哲矢（ながの てつや）

Vpon JAPAN株式会社

[tetsuya.nagano@vpon.com](mailto:tetsuya.nagano@vpon.com)

# ターゲット広告事業における今後の改善ポイント（課題）

## ・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。

※イオン様とVponとの  
クーポン施策一例





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



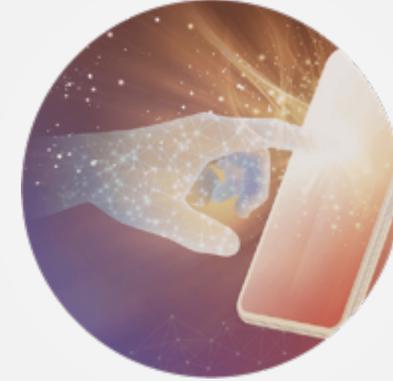
## 1億IDデータ

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