

令和3年度補正「品目団体輸出力強化緊急支援事業」 ビッグデータ活用のインバウンドを狙った日本産青果物のPR事業 報告書 2023.3.9



Vpon JAPAN株式会社

本事業の目的



1 事業名

ビッグデータ活用のインバウンドを狙った日本産青果物のPR事業

2 事業目的

訪日経験の多い香港、台湾のビッグデータを活用してインバウンドを狙った日本産青果物のPR事業

3 事業内容

(1) 訪日履歴のビッグデータを活用してインバウンドを誘引するターゲット広告を行う。(行って、食べて、楽しんで)

対象国：香港及び台湾

対象者：対象国の都市部の在住者

配信対象：日本への訪日履歴があり、日本産青果物の購入検討層（都市部の販促実施店舗周辺）

内容：季節ごとに経験できるフルーツ狩りやその地域の自然や文化遺産等の紹介。

実際に訪日した際に訪問を推奨する青果物産地周辺の動画によるPR。

帰国後購入できる量販店の紹介

広告宣伝手法：SNS等で広報を実施

(2) 事業報告書

(1)に関する事業報告書を作成する。

4 履行期限

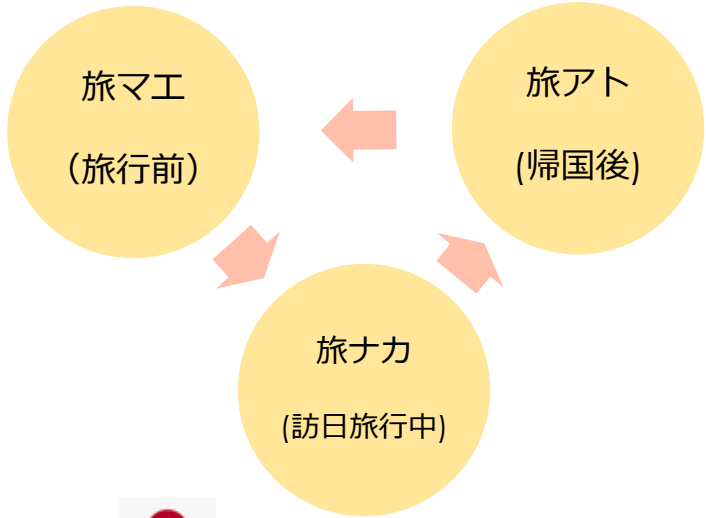
2023年3月31日

実施内容

- 1, 香港/台湾ビッグデータを活用した日本産青果物購入者の実態（本音）の調査
- 2, 日本でのフルーツ狩り動画撮影（複数産地/複数品目）
- 3, 専用ランディングページ制作



4, コロナ前の訪日経験者などに向けて、日本でのフルーツ狩りについて訴求（ターゲット広告）



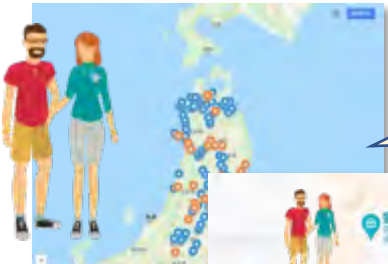
6, 【効果の検証】
Vpon AI/ビッグデータによる各量販店への来店計測



5, 【効果の検証】 Vpon AI/ビッグデータによる
訪日での複数産地への来訪検証

訪日旅行時にフルーツ狩り
もぎたての桃、最高！
香港では売っていない品
種も多いんだね

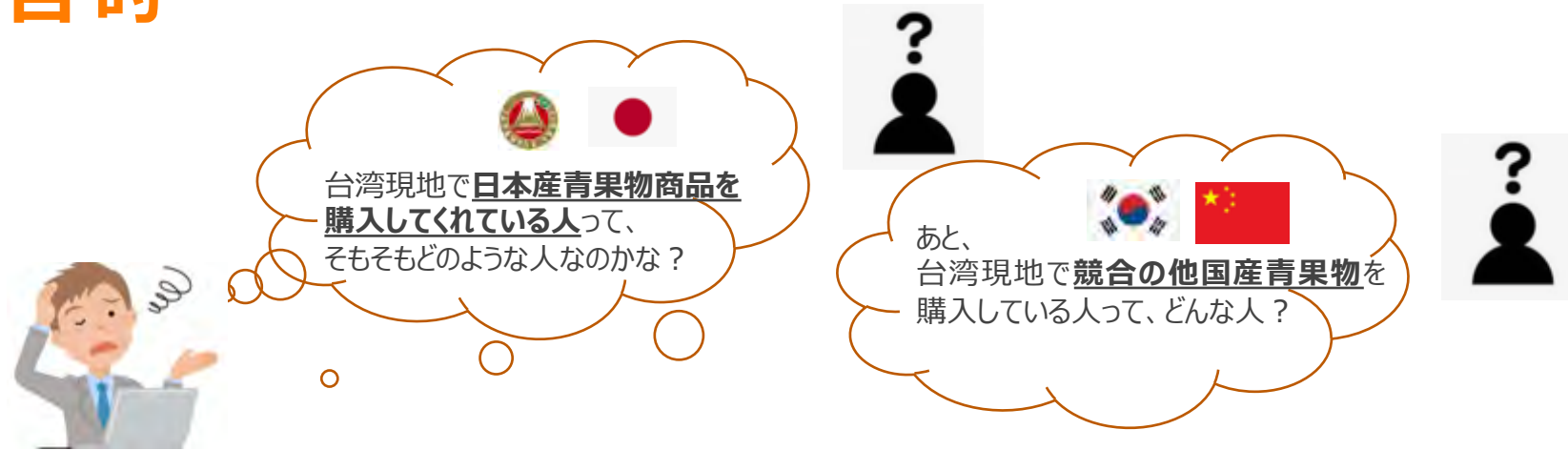
香港/台湾での広告接触者が
本当に（フルーツ狩りをするために）
日本の特定生産地へ来てくれたのか？
を検証



1, 香港/台湾ビッグデータを活用した日本産青果物購入者の実態（本音）の調査

分析の目的

課題



目的

- ・ 日本でのフルーツ狩りに来てくれそうな人物像をあぶり出す。
そして、その要素をもとにランディングページ（LP）制作に活かす。

手法

- ・ ビッグデータ活用による消費者インサイト分析
→ ターゲット人物像（ペルソナ）の発見

Vponビッグデータの特徴



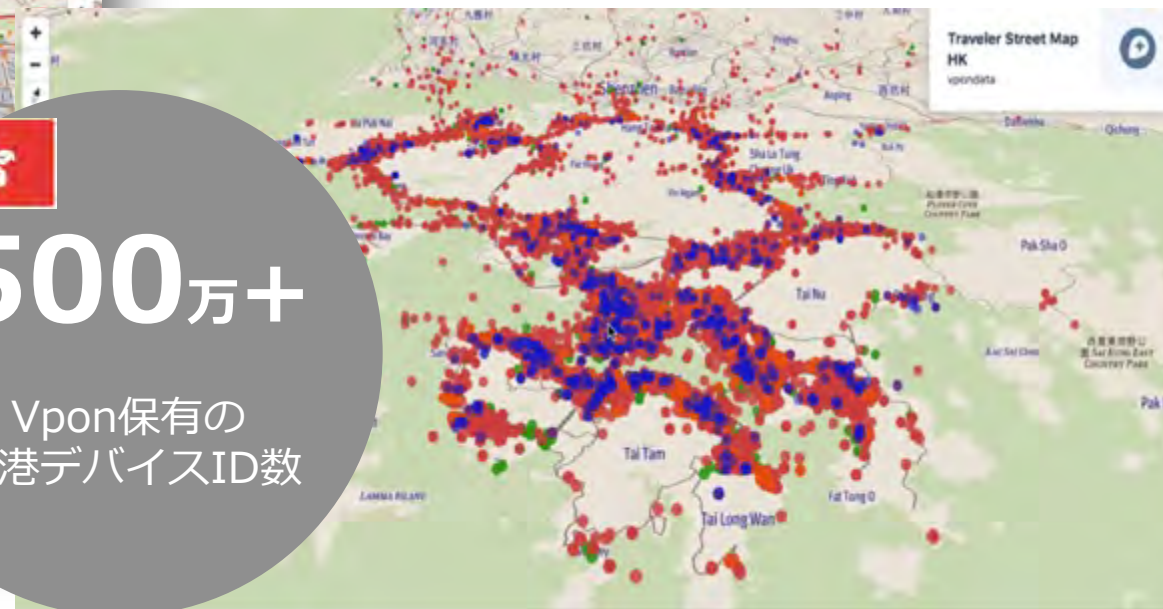
2000万+

Vpon保有の
台湾デバイスID数



500万+

Vpon保有の
香港デバイスID数



過去の広告接触
データ



位置データ



購買データ



端末の設定
言語



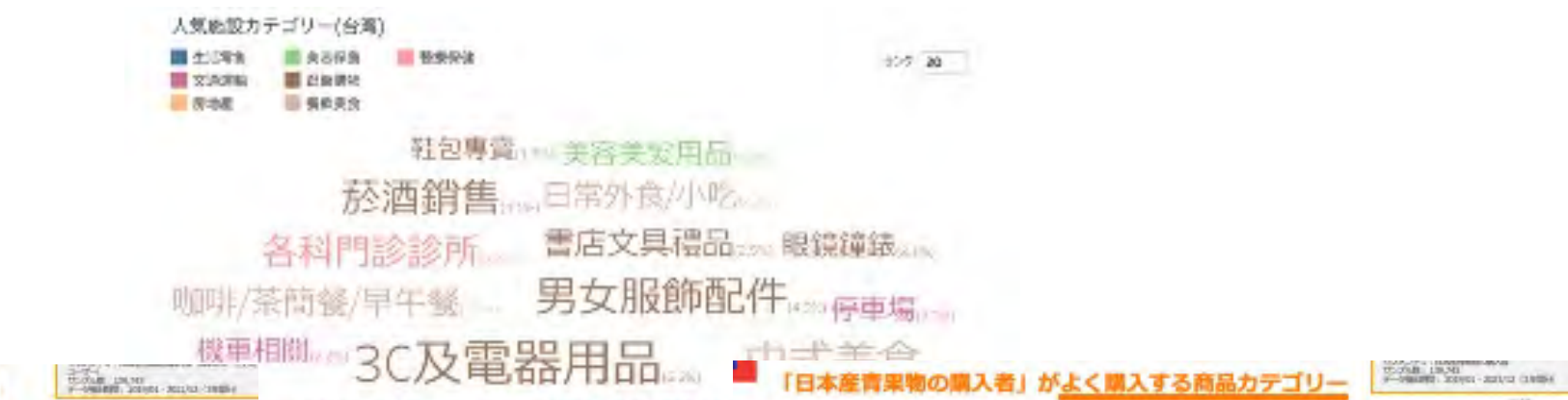
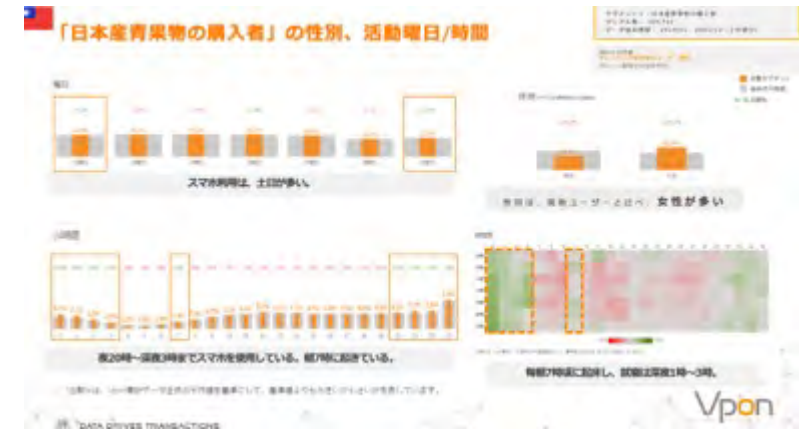
利用アプリ



など

DATA DRIVES TRANSACTIONS

1, 香港/台湾ビッグデータを活用した日本産青果物購入者の実態（本音）の調査



「日本産青果物の購入者」の特徴まとめ（ペルソナ）

セグメント1：日本産青果物の購入者（日本産フルーツ好きユーザー）
サンプル数：139,743
データ抽出期間：2019/01 - 2021/12（3年間抽出）

想定ペルソナ

※あくまで推測です。

都会に住んでいる30代後半の子育てママ

住まい：物価の高いエリアに住んでいる（アッパーミドル層）
家族：新竹科学特区（台湾のシリコンバレー）に暮らしている
購入物：
・車持ちで、平日の昼頃にカルフルやXマートにて食料品や生活用品を購入
・常に家族の健康に留意し、食事のバランスに気を付けて、食後のデザートは基本果物。
・友人とのショッピング、食事も楽しんでいる。
・子育てで時間や移動が大変なため、週2〜3回はShopeeやMOMOなどのECを要請し、冷蔵/冷凍食品や化粧品、育児用品を買っている。
・また、コロナで外出規制もありお昼や夕飯はフードパントリー注文することも増えており、日常化している。

その他：
・コロナ前では、よく日本へ旅行していた
・健康志向で、かかりつけの漢方医がある
・子供の教育と老後生活のため、資産運用の観点で不動産投資に関心がある。
・ゲームはあまりしていない
・健康志向かつ子持ちなので、タバコも吸わない。

性別/スマホ利用時間
61% 女性 / 39% 男性
スマホ利用は土日が多い。
夜2時から深夜3時まで活動。

居住地
台北/新北/新竹
・双北エリア（＝首都圏エリア）
・新竹（台湾のシリコンバレー）に住んでいる方が多い。

利用アプリ
○ ECショッピング/量販アプリ/
ポイント管理/旅行/育児/
デリバリー
× ゲーム/エンタメ動画/音楽/
マンガ/出会い

興味関心の広告
○ コスメ/健康/ファミリー/
育児/航空/保険/住まい/不動産
× 投資、ゲーム、IT機器、
ファッション

ライフスタイル
○ 家族サービス/健康/旅行/
インテリア
× 投資/ゲーム/エンタメ/
スポーツ

購入店舗
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品
あまり買わないもの
○ 電子書籍（PCやゲームなど）
○ タバコ・アルコール
○ 書籍

よく買うもの
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

購入店舗
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

「日系量販店の利用者」の特徴 ペルソナ仮説

セグメント1：日系量販店の利用者
サンプル数：241,834
データ抽出期間：2019/01 - 2021/12（3年間抽出）

想定ペルソナ

※あくまで推測です。

高層マンションに住んでいる40代パパ

住まい：物価の高い香港島東部の高層マンションに住んでいる（アッパーミドル層）
家族：
・共働きファミリー。1児のパパ。お子さんはまだ3歳。
・夜は仕事で遅く帰ってきて深夜1時くらいに就寝
購入物：
・家族みんなで主に、AEONやDONKI、YATAのような日系量販店をよく利用している。
・日系量販店以外にも、Welcomeなどのローカルのスーパーも愛用している。
・食後のデザートでは、フルーツをよく食べている。
・共働きのため、HKTVMallなどのECを愛用している。

料理事情
・家で自炊をよくするが、外食やデリバリーも愛用している。
・車で、たまに焼きやスイーツ作りすることもある。

その他：
・コロナ前では、よく日本へ旅行していた
・決済は基本キャッシュレスで、よくAlipay（アリペイ）を使用している

性別/スマホ利用時間
57% 男性 / 43% 女性
・スマホ利用は土日が多い。
・朝8時、昼12時、夕方18時〜深夜1時までスマホを使用している。

居住地
基隆区/東区
・ともに中層階以上に住んでいるエリアである。

よく利用アプリ
○ ライフスタイル/ショッピング/
ファイナンス/フード&ドリンク/
旅行&地域/地産物ナビ/出産も育児
× 通信/ゲーム/エンタメ/ニュース/
音楽/天気/スポーツ/出会い

広告興味関心
○ 健康/テレビ/家族&育児
玩具/教育/旅行予約/人材関係
× 自動車/バイク/保険/美容整形

ライフスタイル
○ スポーツ/ゲーム/勉強
× ドライブ/旅行
（コロナ前において）

購入店舗
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

よく買うもの
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

購入店舗
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

「他国産青果物の購入者」の特徴まとめ（ペルソナ）

セグメント2：他国産青果物の購入者（健康志向のユーザー）
サンプル数：256,302
データ抽出期間：2019/01 - 2021/12（3年間抽出）

想定ペルソナ

※あくまで推測です。

猫好きな30代前半の新米パパ

住まい：台北の中心と少し離れて、物価も少し安くなっている新北市に住んでいる。
家族：第2子。昨年結婚し、最近お子さんが生まれた。
購入物：
・APPLE製品で電子機器に関心
・仕事が忙しいので、コンビニ（ファミマ）や外食、デリバリーをよく利用している。
・生活雑貨や食料品はECサイト（ShopeeがカルフルのEC）を上手に使って定期的に購入している。
・ECで買えるものを優先にショッピングしている。青果物もECで購入している。
・リモートワークが多いので、店舗への買い出しは人多い時間帯を避けて平日の昼頃に行く。

その他：
・交通手段はUber、GOGORO（電子バイク）か電車。
・実用料理好きのため、休日や余裕があるときに作る。
・よく香辛料やフルーツも料理に活用し、食材にこだわりを持っている。
・フォロー1000人ぐらいのインスタをしている。猫旅行の写真をあげている。
・残り仕事で最近健康に気になっている。
・お酒やタバコは吸わない。

性別/スマホ利用時間
63% 女性 / 37% 男性
スマホ利用は金・土日が多い。
昼12時〜夜2時から深夜3時まで活動

居住地
台北/新竹/新竹市
・双北エリア（＝首都圏エリア）
・新竹（台湾のシリコンバレー）に住んでいる方が多い。

利用アプリ
○ ECショッピング/量販アプリ/
ポイント管理/旅行/育児/
デリバリー
× ゲーム/エンタメ動画/音楽/
マンガ/出会い

興味関心の広告
○ コスメ/健康/ファミリー/
育児/航空/不動産/スポーツ用品
× 小売/ゲーム/ファッション/美容

ライフスタイル
○ 家族サービス/健康/旅行/
インテリア
× 買い物/ゲーム/エンタメ

購入店舗
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品
あまり買わないもの
○ 電子書籍（PCやゲームなど）
○ タバコ・アルコール
○ 書籍

よく買うもの
○ 食品雑貨（健康食品、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

購入店舗
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

「ローカル量販店の利用者」の特徴 ペルソナ仮説

セグメント2：ローカル量販店の利用者
サンプル数：256,302
データ抽出期間：2019/01 - 2021/12（3年間抽出）

想定ペルソナ

※あくまで推測です。

一般住宅に住んでいる30代子育てママ

住まい：香港の一般市民が多く住むエリアに住んでいる（ロウワーミドル層）
家族：
・共働きファミリー。1児のママ。お子さんはまだ1歳。
購入物：
・日々の買い物は、ローカル量販店のWelcomeやバゲンストアを利用。
・健康のためにも、いつも食後に中国産リンゴやアメリカ産オレンジをよく食べている。
・日本産青果物も過去食べたことはあるが、値段の問題もあり、減らして食べている。
（お手頃価格なら絶対に日本産を買いたいと思っている！）
・子育てで時間が取れないため、HKTVMallなどのECを要請している

料理事情
・家で自炊をよくする。たまに外食やデリバリーも愛用している。

その他：
・コロナ前では、一回だけ日本旅行したことがあり。
・決済は基本キャッシュレスで、よくAlipay（アリペイ）を愛用

性別/スマホ利用時間
54% 男性 / 46% 女性
・スマホ利用は、土・月が多い。
・朝6時〜9時、夕方17時〜18時、21時〜24時までスマホを使用

居住地
新城区/黄大仙区/東区
・一般市民が多く住むエリアのユーザーが多い

よく利用アプリ
○ ライフスタイル/ファイナンス/
フード&ドリンク/旅行&地域/
地産物ナビ/出産も育児
× 通信/ゲーム/音楽/ニュース/
天気/スポーツ

広告興味関心
○ 健康/テレビ/教育/玩具/旅行予約
ソフトウェア&アプリ/人材関係
× 交通会社/美容整形/宿泊施設/
IT機器

ライフスタイル
○ スポーツ/ゲーム/勉強
× 旅行/ドライブ/テクノロジー

購入店舗
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

よく買うもの
○ 食品雑貨（健康食品、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

購入店舗
○ 食品雑貨（お米、調味料、サブワゴン）
○ 野菜・冷蔵/冷凍食品（お惣菜等）
○ スイーツ/お菓子
○ 健康・美容・化粧品用品

2, 日本でのフルーツ狩り動画撮影



夏（7月）のフルーツ狩り＋観光動画

動画概要と定量結果

対象市場	香港
訴求内容	夏向けフルーツ狩り動画1
動画タイトル名	【日本山梨小旅行】日本山梨2日1夜水果之旅！即食即摘樹上熟激甜水蜜桃🍑蜜桃PIZZA到底是甚麼味？一次過吃盡日本罕見全新品種蜜桃&茨城蜜瓜&山梨芒果芭菲【上集】 2022年7月拍攝 日本菇菇菇
チャンネル名	日本菇菇菇 JAPAN GoGoGo
チャンネル登録者数	6.96万人
Youtube URL	https://www.youtube.com/watch?v=BDORKXO8lGQ
サムネイル	
再生数	35,507
動画のいいね数	1,255
コメント数	117
エンゲージメント数	1,372
エンゲージメント率	3.9%

動画視聴後の一般消費者コメント（一例）

 Man Man 6 個月前 山梨D桃係好靚同好汁，吸引我們好想食	<u>山梨の桃が本当においしく見えるし、ジューシーらしいし、桃を食べたい</u>
 nicky nicky 6 個月前 真係好掛住日本桃園嘅	<u>桃農園に住みたい！</u>
 Charles Siu 6 個月前 (已編輯) 嘩！你個水蜜桃真係又甜又多汁喇	<u>この桃が本当に甘くてジューシーですね！</u>
 威火腿 6 個月前 我哋時又係六月去日本 啲桃多汁到一咬落去好似開咗桃汁水龍頭咁 我都好想去桃園呀	6月の時に日本に行きました、 桃が本当に蛇口から水が出たようなジューシーでした。 桃農園行きたいね
 Miracle Chan 6 個月前 啲水果好似超級yummy	<u>この桃が本当においしく見える</u>
 Kay Li 6 個月前 可唔可以講下3000yen任摘係邊個農場	<u>ここ3000円で狩り放題できる農園はどこですか？（ハート）</u>
 Sprinkle sprinkle 5 個月前 被條片誘到去買左箱桃黎食	<u>動画見たら、一箱の桃を買って食べました</u>



夏（7月）のフルーツ狩り＋観光動画

動画概要と定量結果

対象市場	香港
訴求内容	夏向けフルーツ狩り動画2
動画タイトル名	【日本山梨小旅行】爆汁半邊北海道蜜瓜雪糕 挑戦自製日本産香甜水蜜桃果醬 人氣水果三文治 河口湖大石公園薰衣草田 日本山梨2日1夜水果之旅【下集】 2022年7月拍攝 日本菇菇菇
チャンネル名	日本菇菇菇 JAPAN GoGoGo
チャンネル登録者数	6.96万人
Youtube URL	https://www.youtube.com/watch?v=gl50sEbAX1o
サムネイル	
再生数	44,381
動画のいいね数	1,127
コメント数	91
エンゲージメント数	1,218
エンゲージメント率	2.7%

動画視聴後の一般消費者コメント（一例）



咸火腿 6 个月前

右邊個桃咁吸引嘅

右の桃に目がひかれたような気がします



回覆



KaMing カイミン家明 6 个月前

好吸引蜜桃 🍑 🍌 🍌 睇熟菇和朱菇奶吃貨happy & enjoy 🍌

桃に目がひかれたような気がします！
食いしん坊の熟菇さんと朱菇奶さんを見るのが楽しいです



可薇.李 5 个月前

妳們根本是吃貨菇菇旅行團阿！我看到妳們一個人點那一鍋麵吃完整個笑歪！菇菇用大湯匙吃麵也太爆笑太可愛了 🤪 🤪 🤪

これは食いしん坊のツアー旅でしょう！うどんを一人ずつ注文したのを見て、大笑いしてしまいました。大きなレンゲで麺を食べた菇菇さんが面白くて、可愛かったです



2



回覆



Eric Cheung 6 个月前

好野 睇埋下集

動画を見ました、いいですね！



回覆



夏（7月）のフルーツ狩り＋観光動画

動画概要と定量結果

対象市場	台湾
訴求内容	夏向けフルーツ狩り動画
動画タイトル名	會噴水的桃子？吃爆日本水果！這才是真正的「水」蜜桃？採桃子吃葡萄做水果聖代超滿足《阿倫去旅行》
チャンネル名	Alan Channel / 阿倫頻道
チャンネル登録者数	53.6万人
Youtube URL	https://www.youtube.com/watch?v=izNX72cV9dl
サムネイル	
再生数	36,263
動画のいいね数	1,105
コメント数	91
エンゲージメント数	1,196
エンゲージメント率	3.3%

動画視聴後の一般消費者コメント（一例）



KunZhan 6 個月前

這集好讚，可以吃吃吃，開頭就有水蜜桃吃到飽，那個農場老闆好風趣，還有30種品種可瞭解，搖曳露營合作的信玄餅想買呀...中間的葡萄研究所也很吸引人，後段農園的水果聖代製作，阿倫哥底子美感還在喔:P

最初から桃食べ放題を流し、農園の園長も面白い人のような気がします。さらに農園に30品種以上の桃があるのがとても素敵です。葡萄研究所の部分も面白いです。動画の後半に紹介したジェラート体験について、阿倫さんはセンスをまだ持っているらしいですね



qunting chen 6 個月前

水蜜桃3000日円還有附贈水蜜桃禮盒真的好吸引人，葡萄跟後面的水果聖代真的很值得一遊

3000円のコースでも桃ギフトボックスが付くのがとても魅力的です。そしてぶどうとフルーツのジェラート作りも行きたいです。



Stray C. Lin 6 個月前 (已編輯)

山梨縣也是很想去的地方，想去喝葡萄酒阿!! 還有露營場也很有名! 園長也很可愛，看來非得把這桃子園加入之後的行程啦!!

山梨県に行きたいです！ワインも飲みたいです！そしてキャンプ場も有名であり、農園の園長もかわいいます。この桃農園を必ず旅行のスケジュールに入れようと思います



ChiaLing Hsiao 6 個月前

謝謝阿倫做這集！這集好棒喔~ 筆記收下好資訊~ 下次去東京也可以再前往山梨一次！

動画ありがとうございます。素敵ですね、ちゃんとメモしました。次回東京行くときに山梨にも行きましょう



威火腿 6 個月前

我也看到了 香港朋友 日本姑姑姑 沒想到竟然意外合作(?)了 今天也買了一個山梨縣的桃子吃 雖然汁不多 還是又香又甜的

香港のYoutuberさんも出ましたね！意外なコラボでした。今日山梨の桃を買って食べました。そんなにジューシーではありませんでしたが、香りがすごかったし、甘かったです。

Vpon



夏（7月）のフルーツ狩り＋観光動画



動画視聴後の一般消費者コメント（続）



王敬祿 6 個月前 (已編輯)

請問一下這幾個點認真去玩跟參觀兩天的時間夠嗎？



MIO 密友神秘世界 6 個月前

好喜歡這集～水蜜桃的園長太可愛了 哈哈



SauberC9-2023 6 個月前

我也吃過山梨縣水蜜桃，口感甜度真的沒話說。跟其他國家產的水蜜桃不同等級。



Ping 6 個月前

好讚喔～一定要存起來，等可以去日本的時候一定要去



安安 5 個月前 (已編輯)

阿倫哥哥，我也好想吃桃子唷！看起來真的超好吃，口水已經流滿地了，羨慕不已，園長超可愛的，希望有朝一日疫情穩定後也能去玩，請問有果園的資訊嗎？謝謝阿倫

こちらの観光スポットに行きたいですが、二日間でツアーと見学を十分楽しめますか？

今回の動画が好きです、桃農園の園長がかわいいです！

山梨の桃を食べたことがあります、口当たりと甘さは他の国の桃と全然違うレベルような気がします

いいですね、必ずメモします！日本に行けたら行きます

私も桃食べたいね！美味しそうに見ます、よだれ出てきました。園長が可愛くて、行きたいです。農園の情報がありますか？



秋冬（11月）のフルーツ狩り＋観光動画

動画概要と定量結果

対象市場	香港
訴求内容	秋冬けフルーツ狩り動画1
動画タイトル名	【九州2日1夜水果之旅 Day1】任塞蜜柑放題大戰！開箱福岡新温泉酒店 勁食日本各縣水果甜品 日本菇菇菇
チャンネル名	日本菇菇菇 JAPAN GoGoGo
チャンネル登録者数	6.96万人
Youtube URL	https://www.youtube.com/watch?v=VDN2ibNck3k
サムネイル	
再生数	15,927
動画のいいね数	599
コメント数	40
エンゲージメント数	639
エンゲージメント率	4.0%

動画視聴後の一般消費者コメント（一例）

J soso 1 個月前

正呀！我哋剛剛12月中去完福岡摘士多啤梨同柑橘。太陽園個職員好好人，我哋唔識日文，佢用google同我哋溝通。最後我哋3個人摘左7kg返香港，好正！至於士多啤梨又勁甜，粒粒糖度超過15，勁正。好值得去，好介紹！

👍 🗨️ 🍎 回覆

いいですね、12月中にちょうど福岡にいちごとみかん狩りに行きました。太陽園のスタッフさんがとても良かったです、日本語がわからないので、スタッフさんがグーグル翻訳を利用し、やりとりしました。最後は合計7キロのフルーツ持ち帰りました。そしていちごが甘かったし、糖度全部15度を超えました、よかったです。行く価値があります。いい紹介!

ho yi Wong 1 個月前

多謝分享 🍎 首次留言 🍎 想請問蜜柑園開放時間係咪10月到12月,1月之後就唔開放？

👍 🗨️ 🍎 回覆

紹介してくれてありがとうございます。初めてコメントします。蜜柑園の開園時間は10月から12月までで、1月以降終了すると認識してもいいですか？

JackAndKalista 1 個月前

決定了！下一站福岡！

👍 🗨️ 🍎 回覆

決めました！次回は福岡！

KaMing 蔡明家明 1 個月前

冬至快樂 🍎
熱菇 🍎 朱菇奶 🍎 菇咪咪 🍎 菇菇菇 🍎 🍎 🍎 沖繩&福岡開心吃喝玩樂 🍎
最近每日都有影片更新真開心・好似和 🍎 🍎 🍎 一起係日本JP47都道府県旅行 🍎 🍎

👍 🗨️ 🍎 回覆

皆の福岡旅がとても楽しかったような気がします。
毎日動画のアップロードがありますので、嬉しいです。キノコさんと一緒に日本47都道府県旅したようです。

咲良逢 1 個月前

🍎 🍎 🍎 冬至快樂~~ 🍎 🍎 牙次次睇三菇O既片都好肚餓..... 不過睇 🍎 食野真係好治癒 🍎 辛苦晒

👍 🗨️ 🍎 回覆

動画を見たたびにお腹が空いたような気がします。食べると癒されますね。お疲れ様です



動画概要と定量結果

対象市場	香港
訴求内容	秋冬けフルーツ狩り動画2
動画タイトル名	【九州2日1夜美食旅 Day2】任摘士多啤梨放題！人生吃過最甜品種！終於試到罐頭蛋糕🍰 九州必食九腸鍋推介 日本菇菇菇
チャンネル名	日本菇菇菇 JAPAN GoGoGo
チャンネル登録者数	6.96万人
Youtube URL	https://www.youtube.com/watch?v=BBEriCUoqQ
サムネイル	
再生数	16,224
動画のいいね数	550
コメント数	62
エンゲージメント数	612
エンゲージメント率	3.8%

動画視聴後の一般消費者コメント（一例）



KaMing

カイミン

家明

1 個月前

又是士多啤梨季節 🍰 罐頭蛋糕 🍰 香港食過都幾好味內臟鍋,成吉思汗鍋,九腸鍋,好多好好食嘅鍋,更加有好多美味的食物,蔬果和零食,還有好多手信,美麗的地方,知名的國民偶像和藝人 🍰 朱菇奶 🍰 熱菇 🍰 菇咪咪 🍰 稱霸九州和日本 🍰 🍰 🍰 一起更多快樂和有趣的回憶 😊

👍

💬

❤️

🔄

またいちこの季節ですね、香港で缶詰ケーキも食べたことがあります、とても美味しかったです。

そしてジンギスカン、もつ鍋など、各種の鍋がありますし、美味しい物もたくさんあります（青果、お菓子）。お土産でもいっぱいあるので、とても良い国ですね、



clarence

Qiu

1 個月前

点解今次无提供果园同饮果汁地方的地址 这次的農園とジュース売り場の住所を提供していないですか？

👍

💬

❤️

🔄



HL Fung

1 個月前

平時去Donki真係直衝去買零食多，下次去行埋水果部 😊😊

👍

💬

❤️

🔄

この前ドンキホーテ行ったらお菓子の購入が多いですけど、次回はフルーツも買いに行きます



n

nsIsam

1 個月前

8:35 舊蕃薯 🤔🤔🤔🤔🤔, 唔知香港有冇熊本蕃薯賣...

👍

💬

❤️

🔄

サツマイモ！香港で熊本のサツマイモ買えるんでしょうか？

16 DATA DRIVES TRANSACTIONS

Vpon

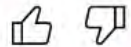


動画視聴後の一般消費者コメント（続）



nslsam 🌿 1 个月前

最鐘意食 デコポン不知火柑, 又豐滿又多汁... 🍊



回覆

一番気になってるのはデコポンの不知火です、たわわに実んで、
ジューシーです



Clara Lee 1 个月前

去左買左士多啤梨同柑

いちごとみかんを買いました



Lee Tan 1 个月前

日本水果掂

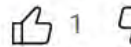
日本のフルーツがいいですね



May Leung 1 个月前

可否提供果園及罐頭蛋糕的地址・謝謝三位.

農園と缶詰ケーキの住所を教えてください！



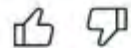
回覆



Indy Yeung 1 个月前

又到冬天食日本士多啤梨啦

日本いちごの季節がまた来ましたね



回覆



秋冬（11月）のフルーツ狩り＋観光動画

動画概要と定量結果

対象市場	台湾
訴求内容	秋冬けフルーツ狩り動画
動画タイトル名	結婚2週年啦🌟日本輕井澤別墅2天1夜放鬆小旅行～🍎 日本水果也太好吃了吧！
チャンネル名	強運少女RU
チャンネル登録者数	26.6万人
Youtube URL	https://www.youtube.com/watch?v=N5wL1BdhhLk
サムネイル	
再生数	59,754
動画のいいね数	1,453
コメント数	104
エンゲージメント数	1,557
エンゲージメント率	2.6%

動画視聴後の一般消費者コメント（一例）



亮好Lia 2 個月前

好想去現摘蘋果
然後直接現場切來吃
看影片就覺得輕井澤的蘋果很JUICY~~
然後再配個蘋果派當點心!!!

りんご狩り行きたいです。とったばかりのりんごを食べたい！動画を見たら、輕井澤のリンゴがジューシーのような気がしますね。りんごパイでもデザートとして買いたい！



靖淳 王 2 個月前 (已編輯)

絕對要吃草莓🍓🍓🍓🍓，我也好想去吃草莓吃到飽喔🤩

絶対いちご食べます！いちごの食べ放題行きたいですね



Cheryl Chen 2 個月前

最愛日本蘋果沒有之一！看到蘋果吃到飽好想去！🤩

日本のりんごが大好きです！りんごの食べ放題行きたいです！



WT 2 個月前 (已編輯)

輕井澤啊～超想找機會去的🤩🤩
滿滿的歐風渡假感
想吃爆水果 然後買果醬回家
現摘蘋果感覺超級香甜
Ru醬文當結婚兩週年快樂🥳🥳🥳

輕井澤ね～機会があれば行きたいです！洋風感がすごいです！いっぱいフルーツを食べて、ジャムを買って、帰るつもりですけど、とったばかりのりんごが美味しそうです。
そして2周年結婚おめでとう！



紙紙 2 個月前

草莓愛好者感謝RU醬介紹，又要列入旅遊名單~~~
住宿也太讚了吧!! 拉窗簾好好笑🤩
開頭的介紹也好用心~~~😊

いちごマニアより感謝。ツアーのスケジュールまた増えます！

Vpon



秋冬（11月）のフルーツ狩り＋観光動画



動画視聴後の一般消費者コメント（続）



Smell a cat 1 個月前

沒有最愛，因為都很愛！！！！！！麝香葡萄 水蜜桃 草莓 蘋果 哈密瓜

全部が大好き！！マスカット、もも、いちご、りんご、メロン...



Kit Ning 2 個月前

因為看四重奏知道輕井澤，所以印象都是大雪紛飛hhh原來水果也很贊

ドラマのカルテットで軽井沢知りました。イメージがほとんど雪でしたが、フルーツも有名のが初めて知りました



Una Lin 2 個月前

哇！超想念輕井澤的啦，日本的水果真的很好吃耶，除了草莓、蘋果、葡萄，還有水蜜桃是一定不能錯過的經典唷（笑）
恭喜RU跟文當結婚兩週年啦，希望你們健康平安，繼續幸福下去唷：)

輕井澤！超懐かしいです！日本のフルーツ本当に美味しいです。いちご、りんご、ぶどう、そしてももでも全部食べ逃ししたくないです。
結婚2周年おめでとうございます



J C 1 個月前

最近很喜歡青森紅顏姬蘋果！現在看到採蘋果好想去喔！

最近青森の紅顏姫りんごが好きです、りんご狩りを見たら行きたくなります



詹耀寧 2 個月前

剛看完妳們的影片，感覺輕井澤水果之旅好好玩唷～因為我明年3月底也要去東京旅遊，想跟少女安排一樣的一日水果之旅。想請教強運少女的問題是，妳去的草莓園跟蘋果園都是需要租車才能到達的嗎？因為我們會搭新幹線到輕井澤，但沒有在日本開車與租車的經驗，想詢問妳們的輕井澤景點，是否能透過大眾交通工具到達，謝謝❤️

動画を見たら、軽井沢旅行が面白そうです。来年の3月に東京旅の予定があるので、RUちゃんと同じように日帰りのフルーツツアーをアレンジしたいです。
そして質問したいのはりんご農園といちご農園の交通手段です、レンタカーがないといけませんか？新幹線で軽井沢行く予定なので、公共交通機関で行けるかどうか聞きたいです。

3,動画バナー＋専用ランディングページ制作

4, コロナ前の訪日経験者などに向けて、日本でのフルーツ狩りについて訴求
(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）

日青協として狙うべき指定
ユーザーデータをVpon
ビッグデータにより抽出



データ活用による
動画広告



Vpon
YouTube
facebook

LP（ランディングページ）



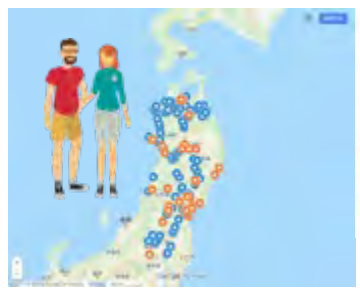
現地の小売店経由で
日本青果物を購入

香港や台湾の
対象店舗へ来店＆購入



やっぱりこの
日本産青果物
すごく美味し
い！

日本にフルーツ狩り
+ 観光のため訪日



訪日旅行時での
フルーツ狩り（一例）

もぎたての桃は最高！
費用にはまだあつてない品種
もあるんだね！知らなかった



クリエイティブ内容、分析後の考察



動画視聴数
662,353回

動画100%視聴数
10,814回
(全体のうち1.7%)

クリック率 (興味度)
3.39%



→現地平均(CTR 1%)
と比べると、ユーザー
の興味度はとても高い
ことがわかる。



動画視聴数
487,115回

動画100%視聴数
8,514回
(全体のうち1.3%)

クリック率 (興味度)
3.67%



→現地平均(CTR 1%)
と比べると、ユーザー
の興味度はとても高い
ことがわかる。

クリエイティブ内容、分析後の考察

A Design =王道訴求
(日本採水果旅遊)



動画視聴数
670,915回

動画100%視聴数
27,900回
(全体のうち4.06%)

クリック率 (興味度)
3.20%



→現地平均(CTR 1%)
と比べると、ユーザー
の興味度はとても高い
ことがわかる。

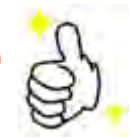
B Design=五感訴求
(欲罷不能的水果愛!)



動画視聴数
470,854回

動画100%視聴数
20,083回
(全体のうち2.85%)

クリック率 (興味度)
3.46%



→現地平均(CTR 1%)
と比べると、ユーザー
の興味度はとても高い
ことがわかる。

夏向け facebook 動画：台湾 / 香港 現地小売店への来店訴求

香港_フルーツ狩り訴求動画



CTR=6.19%
(現地平均CTR=1%)



香港_欲が止まらない！
スイーツ訴求動画



CTR=9.95%
(現地平均CTR=1%)



台湾_フルーツ狩り訴求動画



CTR=6.73%
(現地平均CTR=1%)



※CTR=広告のクリック率

→FB広告において、フルーツ狩り訴求動画のCTR= 6 %程度で（現地平均CTR 1%対比で）とても高い結果であった。
さらに、**様々なスイーツ系（メロンソフトクリーム/フルーツサンド/ジャム作り）動画のほうがCTR 10%近くと驚異的な数字であった。=フルーツ狩り動画訴求も良いが複数のスイーツ訴求もユーザーの反応が高いことが分かった**

夏向け Youtube 動画：台湾 / 香港 現地小売店への来店訴求

香港_フルーツ狩り訴求動画



CTR=0.23%
(現地平均CTR=0.05%)



完全視聴率=61.8%
(現地平均完全視聴率=15%)



香港_欲が止まらない！
スイーツ訴求動画



CTR=0.27%
(現地平均CTR=0.05%)



完全視聴率=62.6%
(現地平均完全視聴率=15%)



台湾_フルーツ狩り訴求動画



CTR=0.21%
(現地平均CTR=0.05%)



完全視聴率=50.9%
(現地平均完全視聴率=15%)



※CTR=広告のクリック率

→Youtube動画広告において、CTRが現地平均対比で4～5倍以上も高かった。また、完全視聴率も現地平均対比で4倍以上も高い結果であった。つまり、今回の夏フルーツ狩り訴求動画によって、台湾/香港Youtube利用者は日本産青果物への関心がとても高まったといえる。

ページ内容

タイトル：日本フルーツごちそう旅行



分析後の考察

・ページへの平均滞在時間 
233秒
→ひとりあたり平均4分程度ページに滞在し、日本でのフルーツ狩り情報をチェックしていた。
(ページあたりの滞在時間平均は30秒程度)
台湾人は(香港人以上に)さらに熱量の高い一般消費者であったといえる。

・人気のコンテンツ
→Youtube動画を見ているボタン **33%**
→フルーツ旅行スケジュールの詳細 **32%**

- ・人気の量販店ランキング（反応率）
- 1. カルフル 6.8%
 - 2. Shopee 3.9%
 - 3. JASONS 3.1%
 - 4. 新光三越 2.9%
 - 5. DONKI 1.9%
 - 6. シティスーパー 1.9%
 - 7. 大潤發 1.7%
 - 8. Breeze 1.2%

→LPへの滞在時間が（現地平均対比でみると）かなり長い。＝日本産青果物への熱量がかなり高い。
→Youtube動画を見ようとする意識も高い。
→日系ストアよりも、カルフルなどのローカルストアや現地ECへの反応率が高かった

ページ内容

タイトル：日本フルーツ天国



分析後の考察

・ ページへの平均滞在時間 
205秒
→ひとりあたり平均3分以上もページに滞在し、日本でのフルーツ狩り情報をチェックしていた。
(ページあたりの滞在時間平均は30秒程度)
かなり熱量の高い一般消費者であったといえる。

・ 人気のコンテンツ
→フルーツ旅行スケジュールの詳細 28.0%
→Youtube動画を見てみるボタン 24.4%

- ・ 人気の量販店ランキング（反応率）
- 1. **HKTV mall 7.0%**
 - 2. **大昌食品 6.3 %**
 - 3. **DONKI 5.2 %**
 - 4. **YATA 4.7 %**
 - 5. **AEON 4.5 %**
 - 6. **PARKn Shop 4.3%**

→LPへの滞在時間が（現地平均対比でみると）かなり長い。＝日本産青果物への熱量がかなり高い。
→Youtube動画を見ようとする意識も高い。
→日系ストアよりも、現地ECやローカルストアへの反応率が高かった

クリエイティブ内容、分析後の考察

A Design = 蜜柑訴求



動画視聴数
623,066回

動画100%視聴数
11,257回
(全体のうち1.74%)

クリック率 (興味度)
4.13%



→現地平均(CTR 1%)
と比べると、ユーザー
の興味度はかなり高い
ことがわかる。

B Design = 草莓訴求



動画視聴数
621,959回

動画100%視聴数
12,331回
(全体のうち1.91%)

クリック率 (興味度)
4.20%



→現地平均(CTR 1%)
と比べると、ユーザー
の興味度はかなり高い
ことがわかる。

クリエイティブ内容、分析後の考察

A Design = 王道訴求
(日本採水果旅遊)



動画視聴数
644,625回

動画100%視聴数
38,330回
(全体のうち5.43%)

クリック率 (興味度)
3.02%



→現地平均(CTR 1%)
と比べると、ユーザー
の興味度はとても高い
ことがわかる。

B Design=五感訴求
(欲罷不能的水果愛！)



動画視聴数
641,636回

動画100%視聴数
38,387回
(全体のうち5.47%)

クリック率 (興味度)
2.87%



→現地平均(CTR 1%)
と比べると、ユーザー
の興味度はとても高い
ことがわかる。

秋冬向け facebook 動画：台湾 / 香港現地小売店への来店訴求

香港_みかん狩り訴求動画



CTR=4.78%
(現地平均CTR=1%)



香港_いちご狩り訴求動画



CTR=5.15%
(現地平均CTR=1%)



台湾_いちご+りんご狩り訴求動画



CTR=6.27%
(現地平均CTR=1%)



※CTR=広告のクリック率

→FB広告において、秋冬のフルーツ狩り訴求動画についても、CTRが5～6%程度で（現地平均CTR 1%対比で）とても高い結果であった。

秋冬向け Youtube 動画：台湾 / 香港 現地小売店への来店訴求

香港_みかん狩り訴求動画



CTR=0.23%
(現地平均CTR=0.05%)



完全視聴率=63.2%
(現地平均完全視聴率=15%)



香港_いちご狩り訴求動画



CTR=0.20%
(現地平均CTR=0.05%)



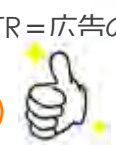
完全視聴率=64.0%
(現地平均完全視聴率=15%)



台湾_いちご+りんご狩り訴求動画



CTR=0.21%
(現地平均CTR=0.05%)



完全視聴率=54.9%
(現地平均完全視聴率=15%)



※CTR=広告のクリック率

→Youtube動画広告において、CTRが現地平均対比で4倍以上も高かった。また、完全視聴率も現地平均対比で4倍以上も高い結果であった。つまり、今回の秋冬フルーツ狩り訴求動画によって、台湾/香港Youtube利用者は日本産青果物への関心がとても高まったといえる。

ページ内容

タイトル：日本ごちそうフルーツお気軽旅行



分析後の考察

・ ページへの平均滞在時間



157秒

→ひとりあたり平均2分半程度ページに滞在し、日本でのフルーツ狩り情報をチェックしていた。
(ページあたりの滞在時間平均は30秒程度)
夏向けLP以上ではないものの熱量の高い一般消費者であったといえる。

・ 人気のコンテンツ

- フルーツ旅行スケジュールの詳細 43.2%
- Youtube動画を見してみるボタン 20.9%

・ 人気の量販店ランキング (反応率)

1. **HKTV mall** 6.1%
2. **PARKn Shop** 4.1%
3. **YATA** 3.1%
4. **AEON** 3.1%
5. **DONKI** 3.0%
6. **大昌食品** 2.8%

→LPへの滞在時間が（現地平均対比でみると）かなり長い。＝日本産青果物への熱量がかなり高い。
→Youtube動画を見ようとする意識も高い。
→日系ストアよりも、引き続き現地ECやローカルストアへの反応率が高かった

ページ内容

タイトル：日本ごちそうフルーツお気軽旅行



分析後の考察

・ ページへの平均滞在時間 
148秒
→ひとりあたり平均2分半程度ページに滞在し、日本でのフルーツ狩り情報をチェックしていた。
(ページあたりの滞在時間平均は30秒程度)
夏向けLP以上ではないものの熱量の高い一般消費者であったといえる。

・ 人気のコンテンツ
→**Youtube動画を見ているボタン 33%**
→**フルーツ旅行スケジュールの詳細 32%**

- ・ 人気の量販店ランキング (反応率)
- 1. **カルフルー 7.0%**
 - 2. **Shopee 6.2%**
 - 3. **大潤發 3.3%**
 - 4. 新光三越 3.3%
 - 5. シティスーパー 2.7%
 - 6. DONKI 2.2%
 - 7. Breeze 1.4%
 - 8. JASONS 1.1%

→LPへの滞在時間が（現地平均対比でみると）かなり長い。＝日本産青果物への熱量がかなり高い。
→Youtube動画を見ようとする意識も高い。
→**日系ストアよりも、引き続きカルフルーなどのローカルストアや現地ECへの反応率が高かった**

5, 【効果の検証】 Vpon AI/ビッグデータによる訪日検証分析

夏フルーツ狩り訴求動画の訪日検証分析

対象動画を視聴したユーザーは、その後、日本のどの産地へ来訪したか？

夏フルーツ狩りLPの閲覧数
46,391人

LP閲覧者のうちの
訪日台湾人の総数

2,943人

訪日率

(LP閲覧者に対する訪日人数の割合)

6.3%

本事業による
推定経済効果

(=訪日人数×訪日旅行単価12万円※)

3.53億円

訪都道府県ランキング
TOP 20

日本政府観光局
の発表数字
LP閲覧者を母数とした
本事業経由による来訪者数

都道府県	来客数	対象ID
東京都	15,039	1,349
北海道	7,291	624
大阪府	5,008	542
沖縄県	4,664	509
愛知県	1,644	231
千葉県	2,091	224
神奈川県	990	163
埼玉県	1,090	122
京都府	1,315	108
青森県	972	88
兵庫県	655	88
鹿児島県	1,130	81
福岡県	607	75
長野県	919	61
宮城県	749	61
岐阜県	549	54
福島県	629	47
香川県	417	41
静岡県	416	41
熊本県	325	41
岡山県	423	34
山梨県	244	27



うわ！日本桃！おいしそう！
フルーツ狩りもいいけど
今すぐ食べたい〜〜！！

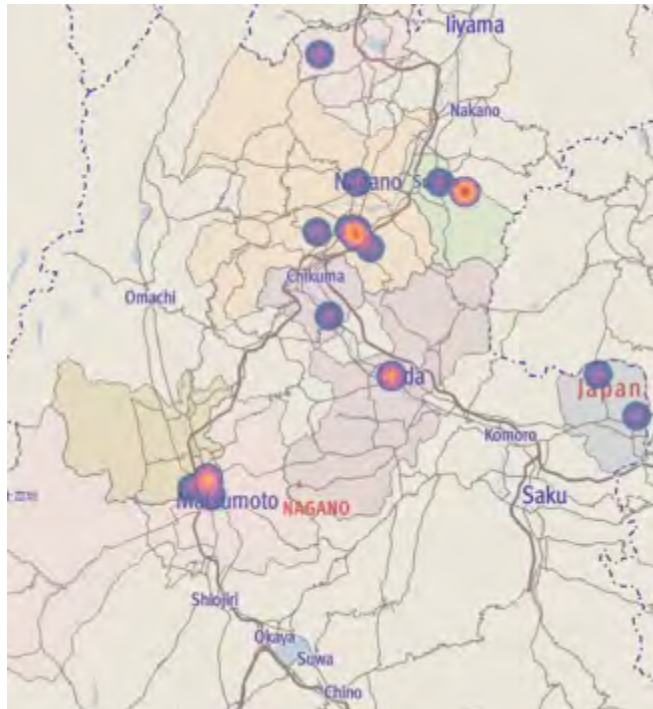
夏フルーツ狩り動画の視聴数
2,169,842回

→台湾：広告接触後から6ヶ月以内に6.3%の方が訪日し、推定経済効果は3.5億円超

赤点枠=主要産地への来訪も多かった



長野県



山形県



青森県



福島県



千葉県



静岡県



茨城県



栃木県



岡山県



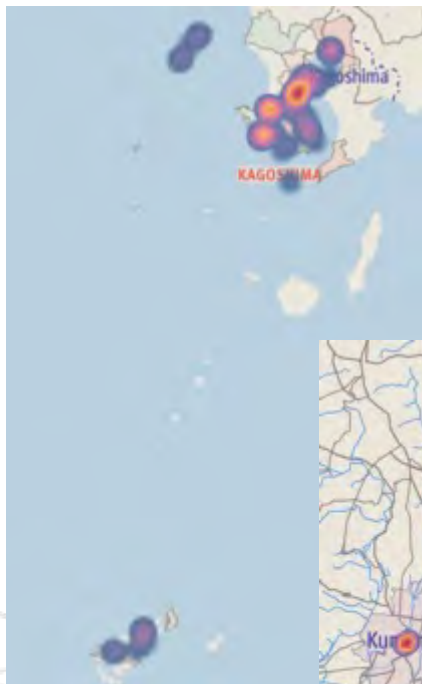
鳥取県



山梨県



鹿児島県



徳島県



和歌山県



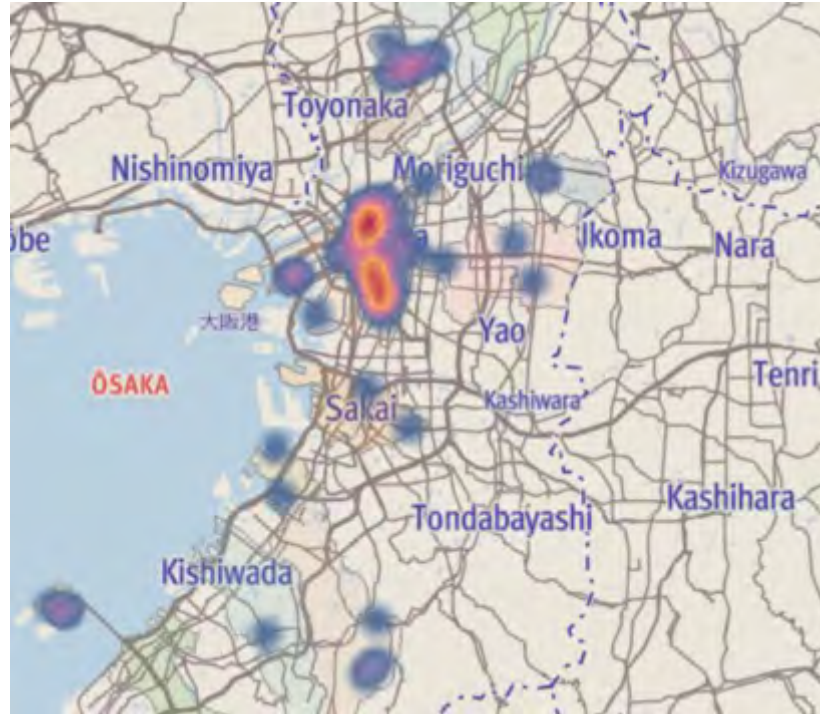
熊本県



愛媛県



大阪府



北海道



東京都



沖縄県



→夏フルーツLPを閲覧した台湾人は、日本全国の各輸出産地へ訪日していた。→人気訪日スポットでの日本産青果物PRが重要

夏フルーツ狩りLPの閲覧数
44,948人



うわ！日本桃！おいしそう！
フルーツ狩りもいいけど
今すぐ食べたい～～！！

夏フルーツ狩り動画の視聴数
1,870,156回



LP閲覧者のうちの
訪日香港人の総数

2,312人



※Vpon AI/ビッグデータによるGPS調査

訪日率

(LP閲覧者に対する訪日人数の割合)

5.1%

本事業による
推定経済効果

(=訪日人数×訪日旅行単価16万円)

3.69億円

※訪日旅行単価は、JNTO訪日旅行データハンドブック2022を参照

訪都道府県ランキング
TOP 20

日本政府観光局
の発表数字
LP閲覧者を母数とした
本事業経由による来訪者数

都道府県	旅客数	対象ID
大阪府	1,184	827
東京都	1,199	766
京都府	593	420
北海道	419	251
福岡県	348	244
千葉県	354	244
神奈川県	324	224
兵庫県	281	197
長野県	218	163
埼玉県	200	142
静岡県	191	136
滋賀県	180	122
愛知県	173	122
沖縄県	154	115
山梨県	173	115
大分県	139	108
岐阜県	126	95
群馬県	109	81
熊本県	97	68
岡山県	91	68



上記ヒートマップの読み方：
赤が濃い=来訪人数が多いスポットです

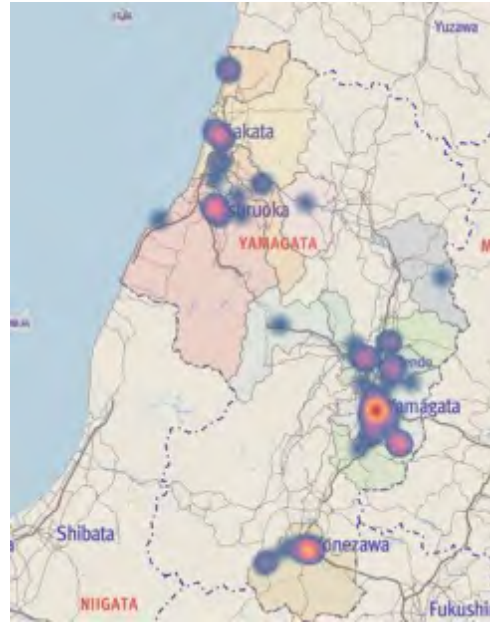
→香港：広告接触後から6ヶ月以内に5.1%の方が訪日し、推定経済効果は3.6億円超

赤点枠=主要産地への来訪も多かった

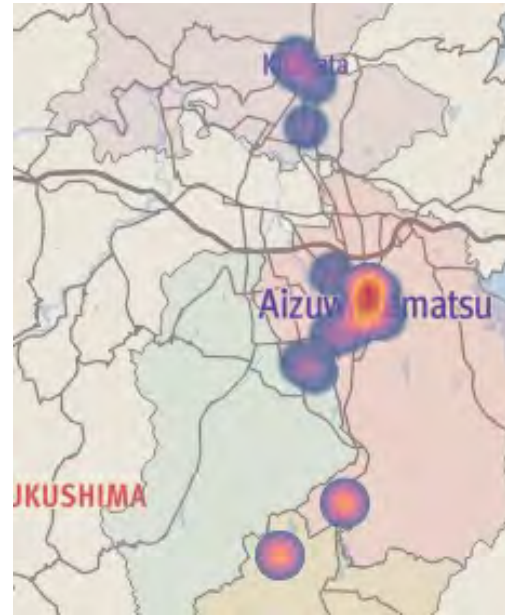
長野県



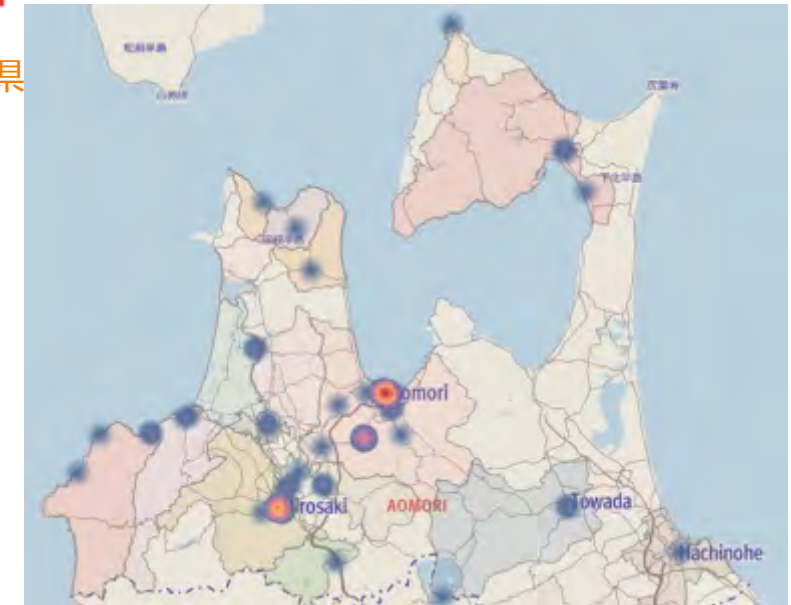
山形県



福島県



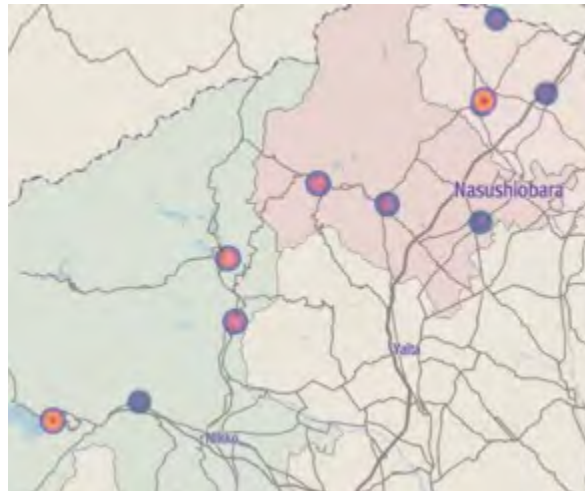
青森県



静岡県



栃木県



千葉県



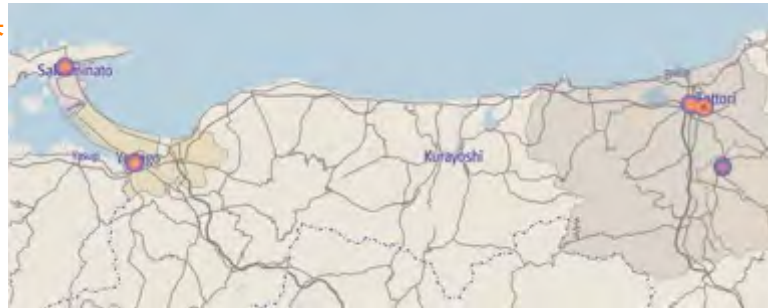
茨城県



岡山県



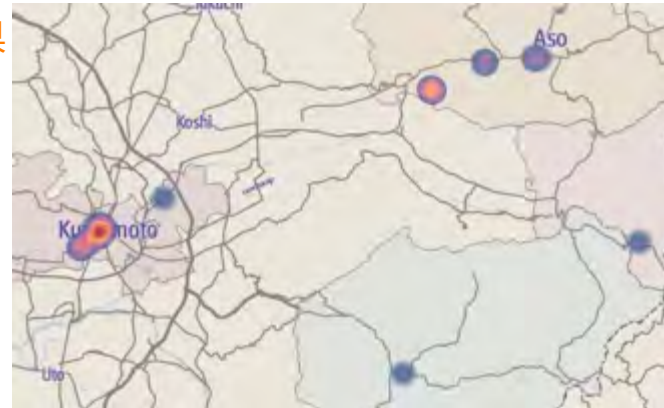
鳥取県



山梨県



熊本県



和歌山県



鹿児島県



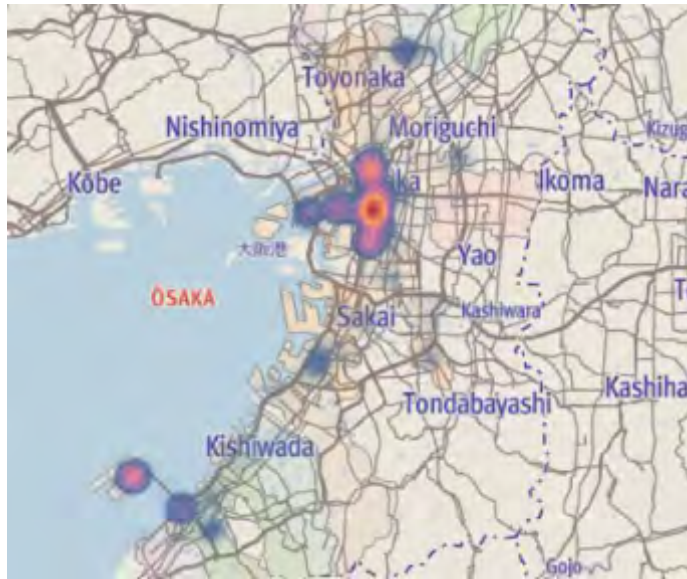
愛媛県



徳島県



大阪府



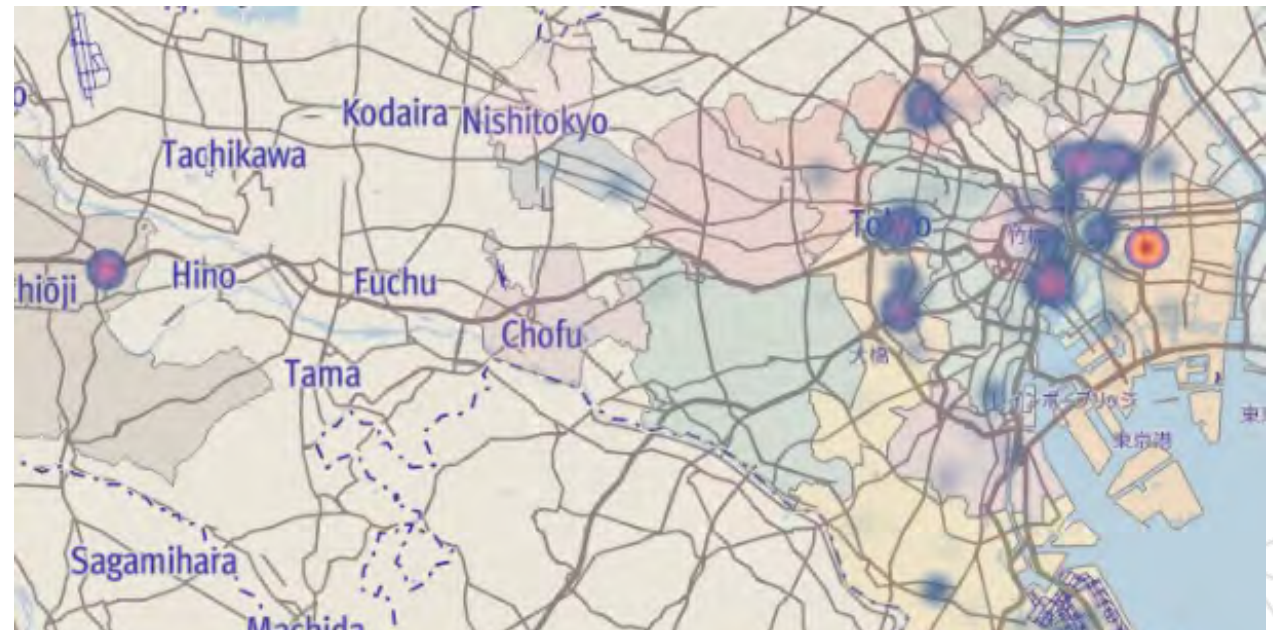
北海道



沖縄県



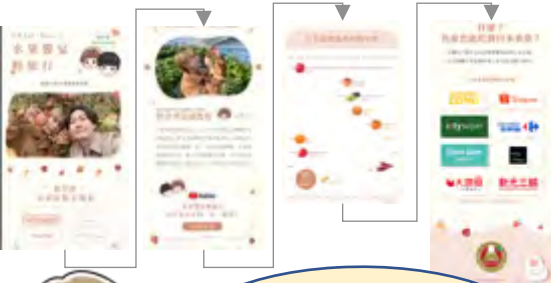
東京都



秋冬フルーツ狩り訴求動画の訪日検証分析

対象動画を視聴したユーザーは、その後、日本のどの産地へ訪問したか？

秋冬フルーツ狩りLPの閲覧数
54,687人



うわ！日本でのいちご狩り！
おいしそう！でも今すぐ
食べたい～～！！

秋冬フルーツ狩り動画の視聴数
2,242,516回



LP閲覧者のうちの
訪日台湾人の総数

1,495人

訪日率

(LP閲覧者に対する訪日人数の割合)

2.7%

本事業による
推定経済効果

(=訪日人数×訪日旅行単価12万円※)

1.79億円

※Vpon AI/ビッグデータによるGPS調査

※訪日旅行単価は、JNTO訪日旅行データハンドブック2022を参照



上記ヒートマップの読み方：
赤が濃い＝来訪人数が多いスポットです

訪都道府県ランキング
TOP 20

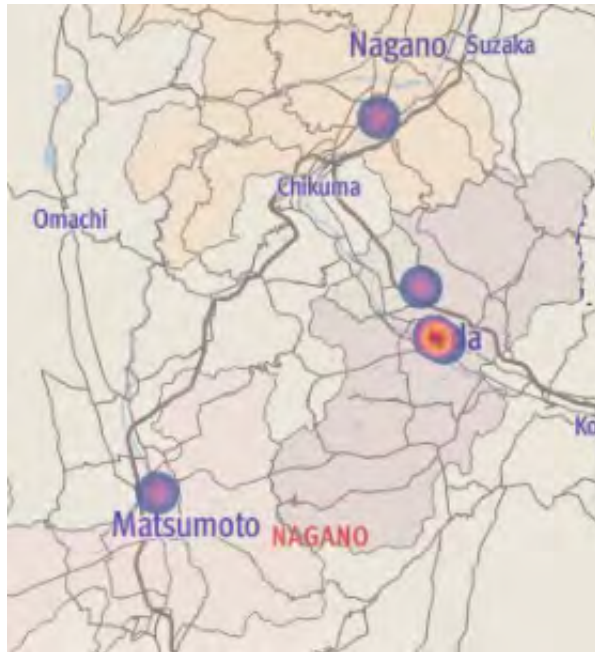
日本政府観光局
の発表数字 LP閲覧者を母数とした
本事業経由による来訪者数

都道府県	旅客数	対象ID
東京都	6,876	440
北海道	4,584	304
大阪府	2,153	147
沖縄県	1,875	132
千葉県	764	56
愛知県	764	51
埼玉県	555	40
京都府	556	40
青森県	486	35
福岡県	416	30
鹿児島県	486	20
香川県	208	15
長野県	208	15
長崎県	277	15
岡山県	208	15
宮城県	208	15
静岡県	139	10
群馬県	139	10
秋田県	139	10
広島県	139	10

赤点枠=主要産地への来訪も多かった

→台湾：広告接触後からわずか2ヶ月以内に**2.7%**の方が訪日し推定経済効果は**1.7億円超**

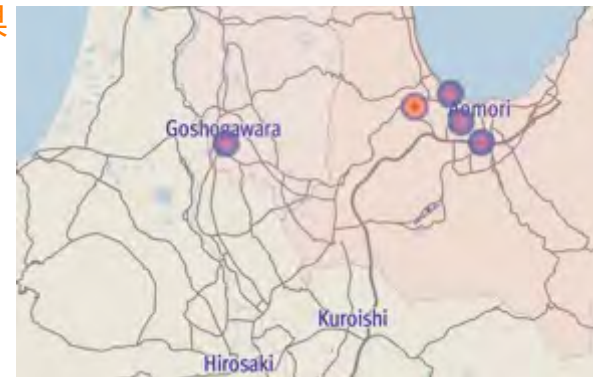
長野県



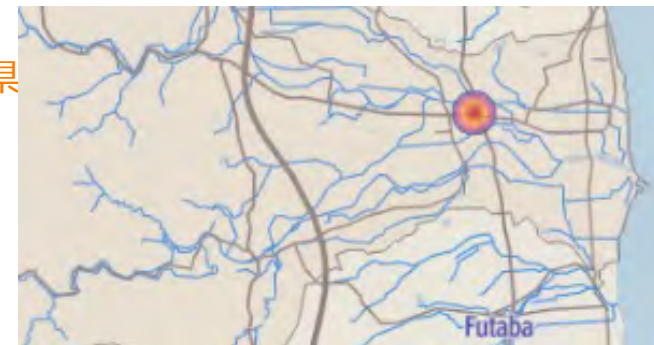
山形県



青森県



福島県



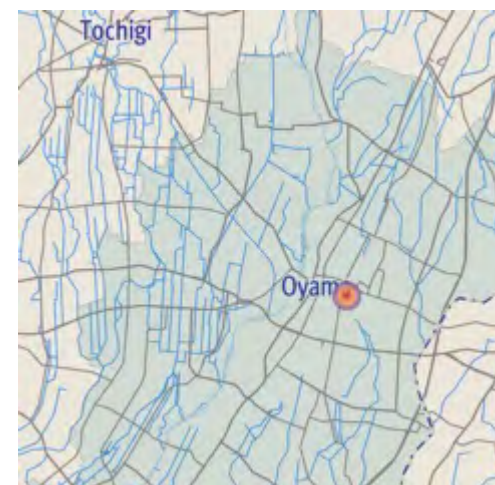
静岡県



千葉県



栃木県



茨城県

※データなし

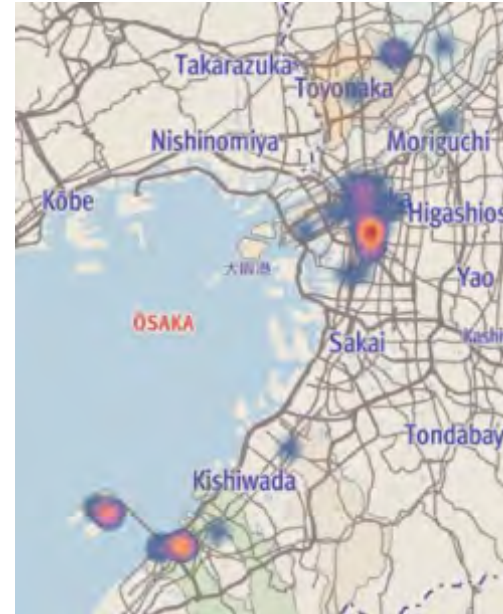
岡山県



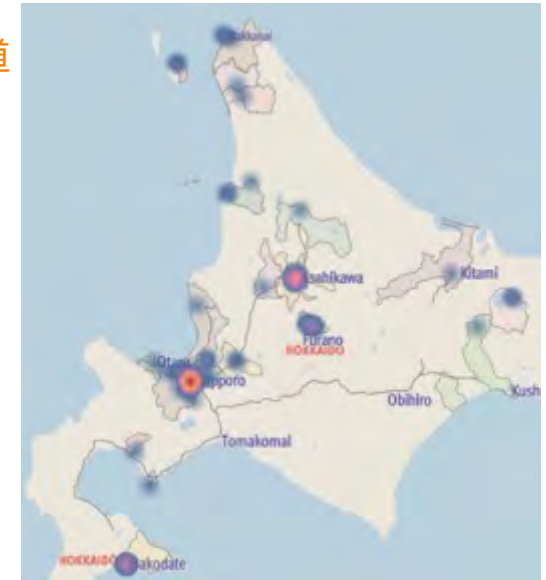
鹿児島県



大阪府



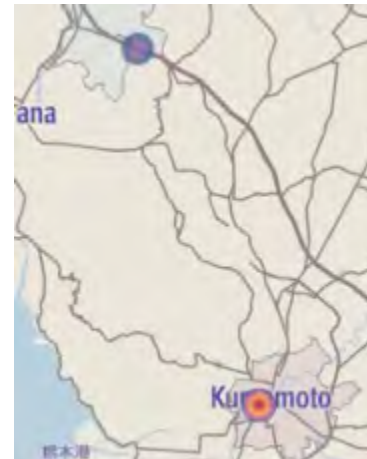
北海道



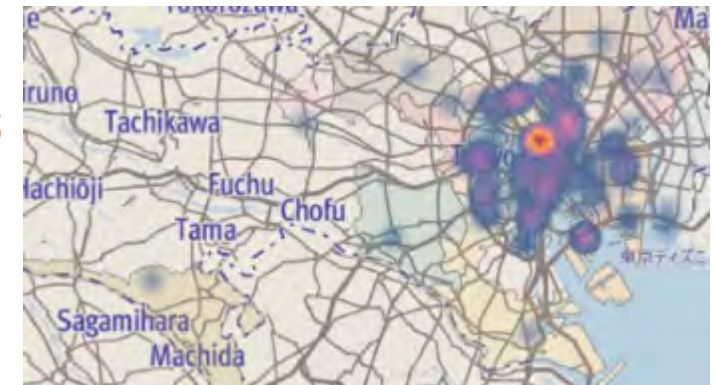
沖縄県



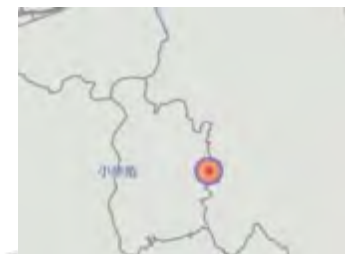
熊本県



東京都



徳島県



山梨県
和歌山県
鳥取県
愛媛県
※データなし

秋冬フルーツ狩りLPの閲覧数
66,480人



うわ！日本でのいちご狩り！
おいしそう！でも今すぐ
食べたい〜〜！！

秋冬フルーツ狩り動画の視聴数
2,041,210回



LP閲覧者のうちの
訪日香港人の総数

4,503人



※Vpon AI/ビッグデータによるGPS調査

訪日率

(LP閲覧者に対する訪日人数の割合)

6.7%

本事業による
推定経済効果

(=訪日人数×訪日旅行単価16万円)

7.20億円

※訪日旅行単価は、JNTO訪日旅行データハンドブック2022を参照

訪都道府県ランキング
TOP 20

日本政府観光局
の発表数字
LP閲覧者を母数とした
本事業経由による来訪者数

都道府県	来客数	対象ID
東京都	1,165	617
大阪府	1,165	592
京都府	569	298
千葉県	523	268
神奈川県	477	248
福岡県	339	177
北海道	331	177
静岡県	303	167
兵庫県	294	157
長野県	239	132
埼玉県	239	132
愛知県	257	126
山梨県	202	111
群馬県	174	96
大分県	174	96
滋賀県	165	86
岐阜県	165	86
奈良県	147	81
和歌山県	156	81
沖縄県	129	71

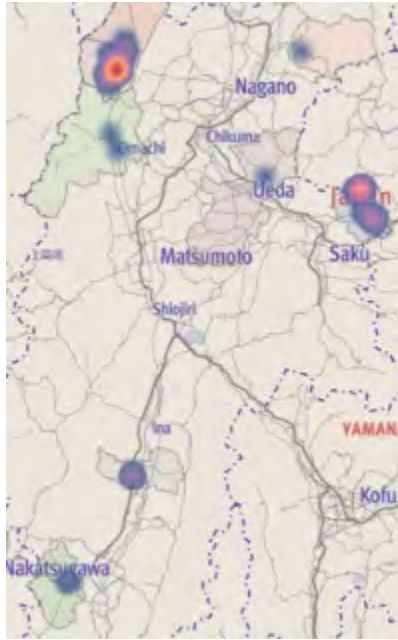
赤点棒=主要産地への来訪も多かった



上記ヒートマップの読み方：
赤が濃い=来訪人数が多いスポットです

→香港：広告接触後からわずか2ヶ月以内に**6.7%**の方が訪日し推定経済効果は**7.2億円超**

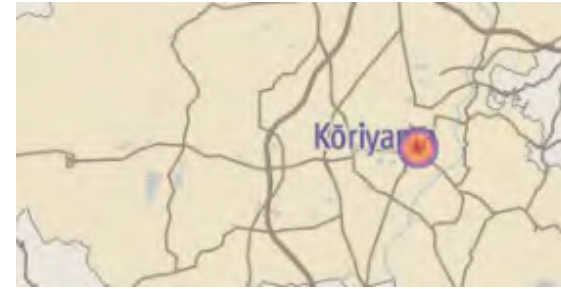
長野県



山形県



福島県



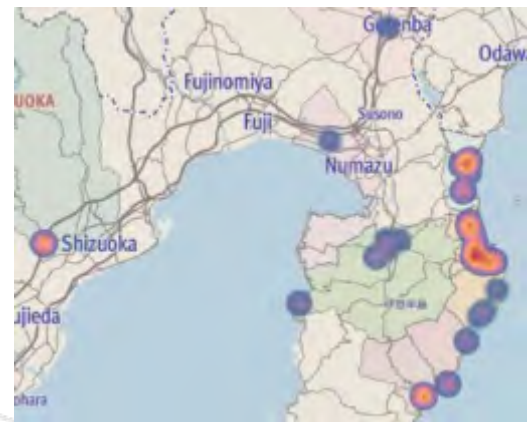
青森県

※データなし

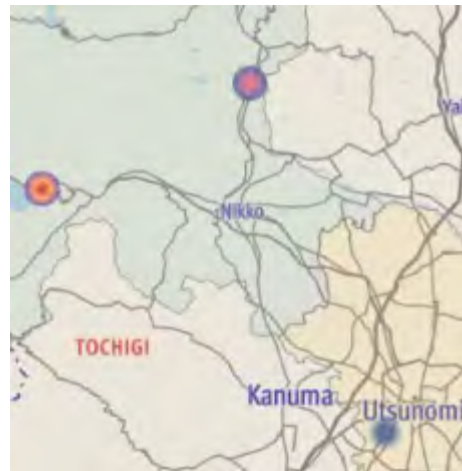
茨城県



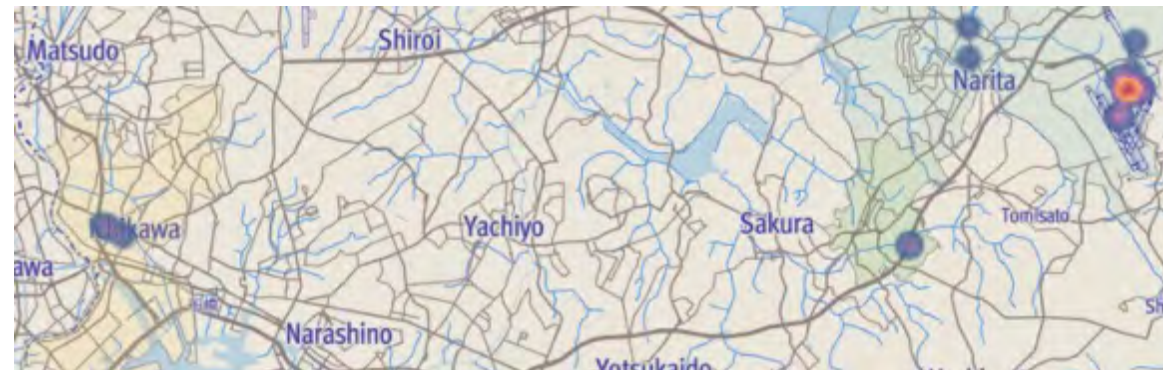
静岡県



栃木県



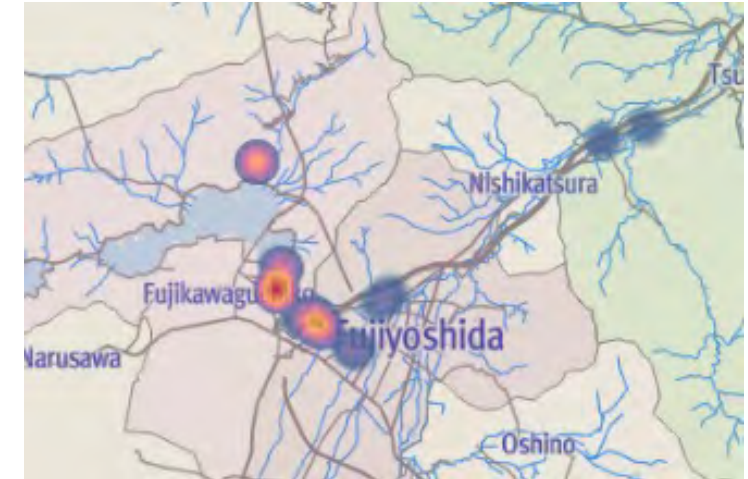
千葉県



鳥取県



山梨県



岡山県



熊本県



和歌山県



愛媛県



徳島県

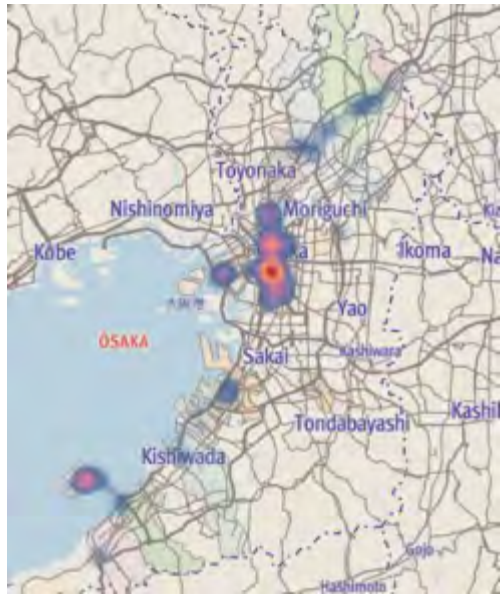


鹿児島県

※データなし

→秋冬フルーツLPを閲覧した香港人も、日本全国の各輸出産地へ訪日していた。→人気訪日スポットでの日本産青果物PRが重要

大阪府



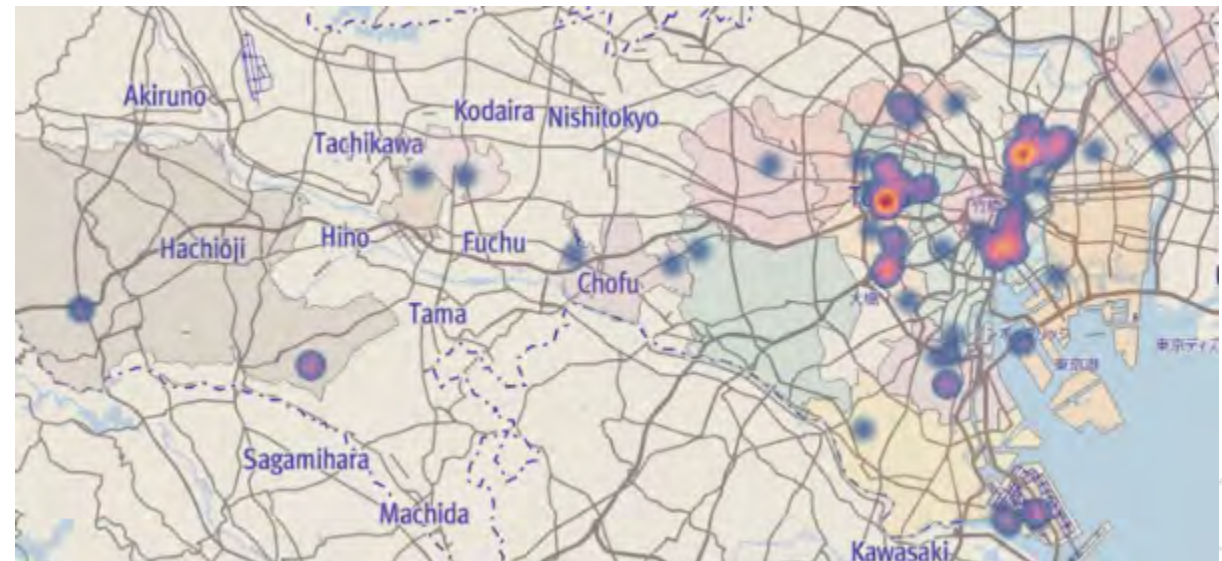
北海道



沖縄県



東京都



6, 【効果の検証】

AI/ビッグデータによる台湾・香港現地量販店への来店計測

夏フルーツ狩り訴求動画の来店計測

対象動画を視聴したユーザーは、その後、近くの量販店に来店したか？

Vpon広告実施期間：2022/9/9 - 2022/10/31

来店計測期間：2022/9/9 - 2022/12/31

夏フルーツ狩りLPの閲覧数
46,391人

来店者総数
26,939人

来店率 (LP閲覧者に対する来店人数の割合)
58%

推定販売金額/夏シーズン
404~808万円

来店計測した対象店舗

Carrefour 家客福

大潤發

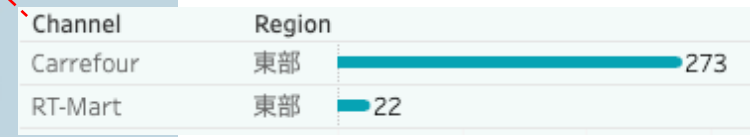
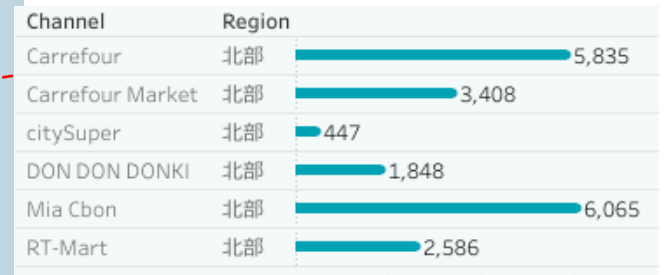
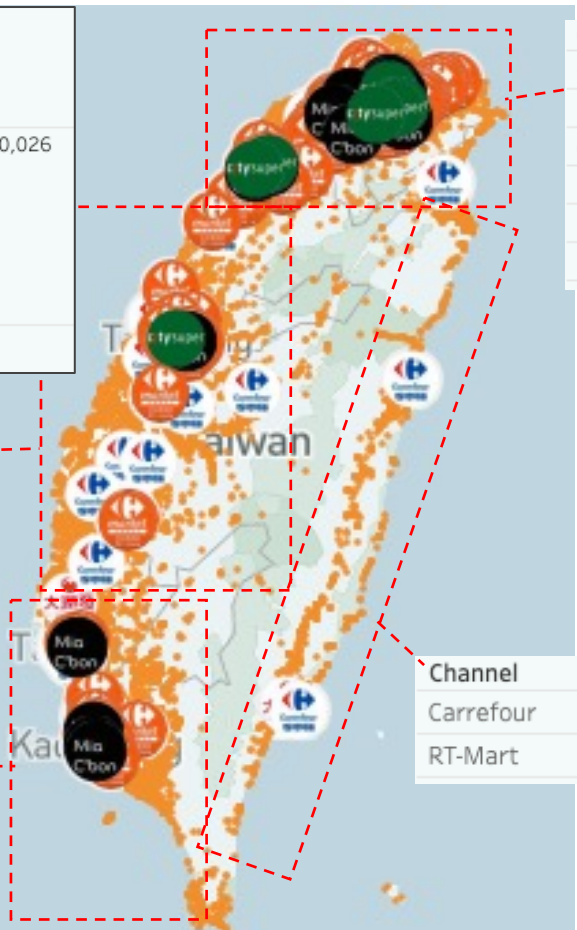
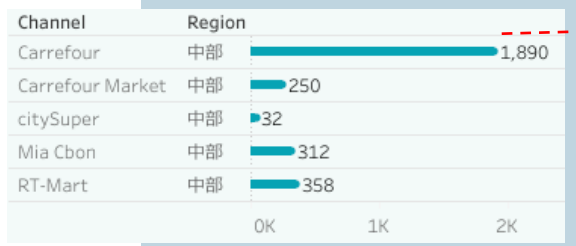
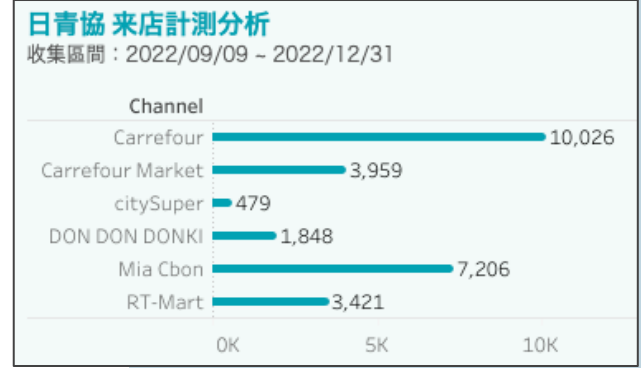
citysuper

Mia C'bon market (旧JASONS)

※購買率5%×日本産青果物購入単価3000円の場合→404万円
※購買率10%×日本産青果物購入単価3000円の場合→808万円
(他社実績=某キウイフルーツの購買率は10%)

うわ！日本桃！おいしそう！
フルーツ狩りもいいけど
今すぐ食べたい〜〜！！

夏フルーツ狩り動画の視聴数
2,169,842回



→夏フルーツPRにより台湾現地の量販店経由で（推定）404~808万円程度の販売に貢献

※参考情報：台湾量販店での日本産青果物の販売価格（2022/8月）（ABCスタイル様による現地調査）

①消費者アンケート - I. 日本産青果物の印象や購買動向
：モニターの属性と購入果実（1 / 2）

質問項目	回答				
	モニター1	モニター2	モニター3	モニター4	モニター5
購入店舗名 （アンケート場所）	city'super	Mia C'bon	City's super	微風超市	City'super
店舗属性	台湾系スーパー	その他外国系スーパー	その他外国系スーパー	台湾系スーパー	その他外国系スーパー
好きな青果物	ぶどう, もも, 柑橘, 柿, 梨	もも, いちご, メロン	ぶどう	りんご, もも, いちご, メロン	もも, いちご, メロン
果物の摂取頻度	週1回程度	週1回程度	週1回程度	毎日	毎日
購入した青果物（当日）	りんご	もも	メロン	かんしょ	ぶどう
品種	富士りんご	和歌山県産紀の里白鳳もも	北海道メロン	徳島金時かんしょ	シャインマスカット
産地	青森県	和歌山県	北海道	徳島	山梨県
上記産地の事前知識	あり	あり	なし	あり	あり
購入価格	159 TWD (704 JPY)	999 TWD (4,426 JPY)	1,180 TWD (5,227 JPY)	310 TWD (1,373 JPY)	950 TWD (4,209 JPY)

①消費者アンケート - I. 日本産青果物の印象や購買動向
：モニターの属性と購入果実（2 / 2）

質問項目	回答				
	モニター1	モニター2	モニター3	モニター4	モニター5
購入店舗名 （アンケート場所）	微風南山超市	上引水産	農林水果行	City'super	Mia C'bon
店舗属性	台湾系スーパー	台湾系スーパー	台湾系スーパー	その他の海外スーパー	台湾系スーパー
好きな青果物	-	-	-	-	-
果物の摂取頻度	-	-	-	-	-
購入した青果物（当日）	柑橘類	かんしょ	マスクメロン	マスクメロン	マスクメロン
品種	唐津みかん	徳島かんしょ	北海道マスクメロン	雷電マスクメロン赤肉	赤肉マスクメロン
産地	佐賀県	徳島県	北海道	北海道	北海道
上記産地の事前知識	あり	なし	あり	あり	あり
購入価格	520 TWD (2,304 JPY)	211 TWD (935 JPY)	1,800 TWD (7,974 JPY)	1,180 TWD (5,227 JPY) for 1pcs	1,499 TWD (6,641 JPY)



北海道産 マスクメロン
価格：1,800 TWD (7,974円)

和歌山県産 紀の里白鳳もも
価格：999 TWD (4,426円)

→台湾量販店での日本産青果物価格は3000円前後である。

来店計測期間：2022/9/9 - 2022/12/31



83,435人

185%



来店計測した対象店舗



1251~2503万円

※購買率5%×日本産青果物購入単価3000円の場合→1251万円
 ※購買率10%×日本産青果物購入単価3000円の場合→2503万円
 (他社実績=某キウイフルーツの購買率は10%)

日青協 来店計測分析

收集區間：2022/09/09 - 2022/12/31

Channel

AEON	46,512
citySuper	1,073
DON DON DONKI	10,090
ParknShop	9,536
wellcome	14,590
YATA	1,634

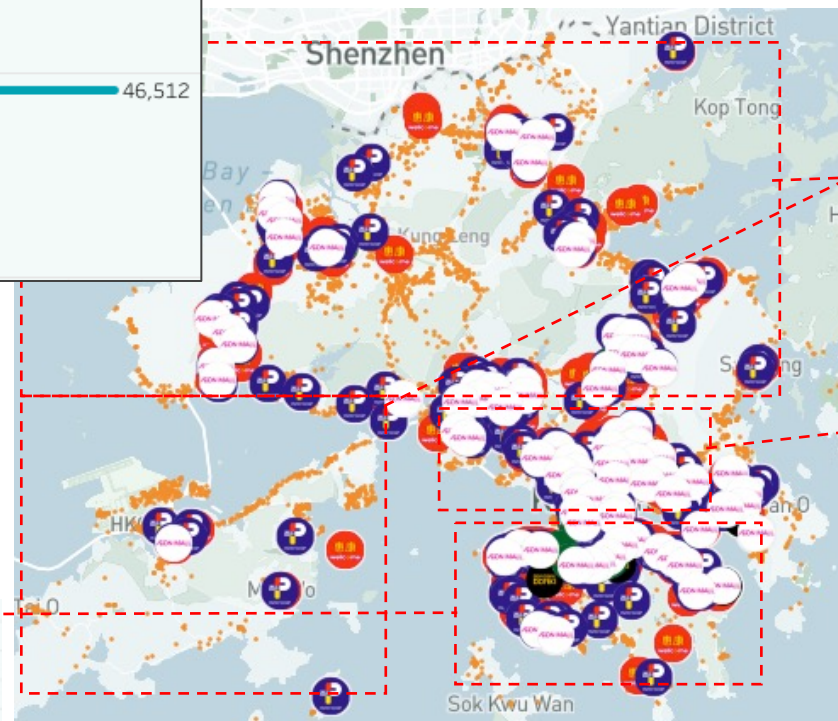
うわ！日本桃！おいしそう！
フルーツ狩りもいいけど
今すぐ食べたい～～！！



夏フルーツ狩り動画の視聴数
1,870,156回



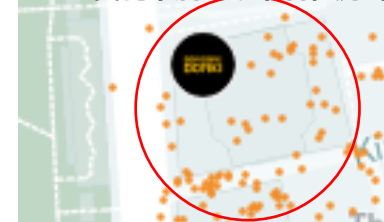
Channel	Region	
AEON	港島	8,859
citySuper	港島	797
DON DON DONKI	港島	3,035
ParkShop	港島	1,777
wellcome	港島	2,911
YATA	港島	135



Channel	Region	
AEON	新界	14,315
citySuper	新界	183
DON DON DONKI	新界	2,158
ParknShop	新界	3,838
wellcome	新界	5,147
YATA	新界	785

Channel	Region	
AEON	九龍	23,338
citySuper	九龍	93
DON DON DONKI	九龍	4,897
ParknShop	九龍	3,921
wellcome	九龍	6,532
YATA	九龍	714

DONKI美麗華店への来店状況（一例）



※参考情報：香港量販店での日本産青果物の販売価格（2022/8月）（ABCスタイル様による現地調査）

①消費者アンケート - I. 日本産青果物の印象や購買動向
：モニターの属性と購入果実（1 / 2）

HK

当日の購入果物に関する回答

質問項目	回答				
	モニター1	モニター2	モニター3	モニター4	モニター5
購入店舗名 （アンケート場所）	YATA一田	YATA	Fresh 新鮮生活	Aeon	Yata
店舗属性	日系スーパー	ローカルスーパー	ローカルスーパー	日系スーパー	日系スーパー
好きな青果物	ぶどう、桃、いちご、メロン	-	りんご、ぶどう、柑橘類、メロン	-	ぶどう、桃、柑橘類、桃、いちご、かんしょ、長芋
果物の摂取頻度	週1回程度	毎日	月1回程度	週1回程度	週1回程度
購入した青果物（当日）	桃	ぶどう	桃	桃	柑橘類
品種	山梨県一宮 Premium白桃	日本産シャインマスカット	大糖鎖のもも	大糖鎖のもも	みかん
産地	山梨県	山梨県	山梨県	山梨	大分
上記産地の事前知識	あり	あり	あり	あり	なし
購入価格	138 HKD (2,336 JPY)	238 HKD (4,029 JPY)	148 HKD (2,506 JPY)	159 HKD (2,692 JPY) for 2 pcs	51 HKD (863 JPY)

ABCスタイル
Copyright © 2022 ABC Style Inc. All rights reserved.

①消費者アンケート - I. 日本産青果物の印象や購買動向
：モニターの属性と購入果実（2 / 2）

HK

当日の購入果物に関する回答

質問項目	回答				
	モニター1	モニター2	モニター3	モニター4	モニター5
購入店舗名 （アンケート場所）	Sogo	Aeon	AEON STYLE	Apita	Apita
店舗属性	日系スーパー	日系スーパー	日系スーパー	ローカルスーパー	ローカルスーパー
好きな青果物	-	ぶどう	-	-	ぶどう、柑橘類、メロン
果物の摂取頻度	-	週1回程度	-	月1回程度	毎日
購入した青果物（当日）	ぶどう	桃	桃	柑橘類	りんご
品種	マスカット	日本産シャインマスカット	長野産輝輝桃	唐津みかん	日本世界一りんご
産地	岡山	山梨県	長野県	佐賀	青森県
上記産地の事前知識	なし	あり	あり	あり	あり
購入価格	498 HKD (8,431 JPY)	239 HKD (4,046 JPY)	129 HKD (2,184 JPY)	268 HKD (4,537 JPY)	80 HKD (1,354 JPY)

ABCスタイル
Copyright © 2022 ABC Style Inc. All rights reserved.



山梨県産 一宮プレミアム白桃
価格：138 HKD (2,336円)



佐賀県産 唐津みかん
価格：268 HKD (4,537円)

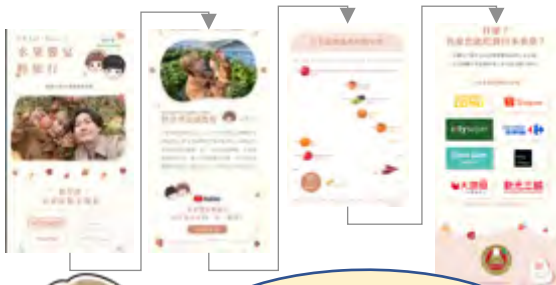
→香港量販店での日本産青果物価格は3000円前後である。

秋冬フルーツ狩り訴求動画の来店計測

（対象動画を視聴したユーザーは、その後、近くの量販店に来店したか？）

【AI/ビッグデータ来店検証】秋冬フルーツ狩り_台湾人（各量販店への来店人数は？推定販売金額は？）

秋冬フルーツ狩りLPの閲覧数
54,687人



うわ！日本でのいちご狩り！
おいしそう！でも今すぐ
食べたい〜〜！！

来店者総数
14,943人

来店率（LP閲覧者に対する来店人数の割合）

27%

DON DON DONKI

Mia C'bon

(旧JASONS)

来店計測した対象店舗

Carrefour

大潤發

citysuper

推定販売金額/秋冬シーズン

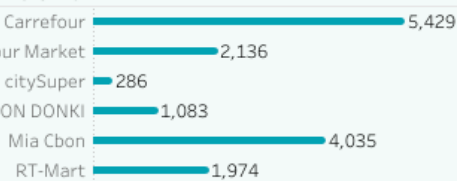
194~388万円

※購買率5%×日本産青果物購入単価2600円の場合→194万円
※購買率10%×日本産青果物購入単価2600円の場合→388万円
(他社実績=某キウイフルーツの購買率は10%)

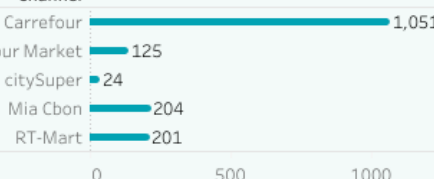
日青協 来店計測分析

計測期間：2023/01/10 ~ 2023/02/28

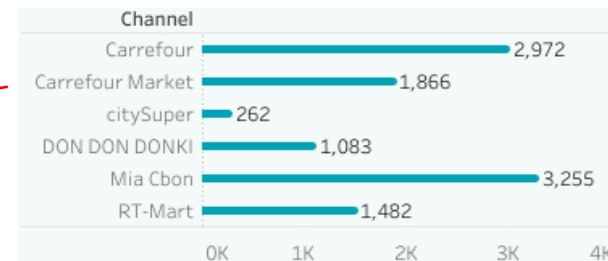
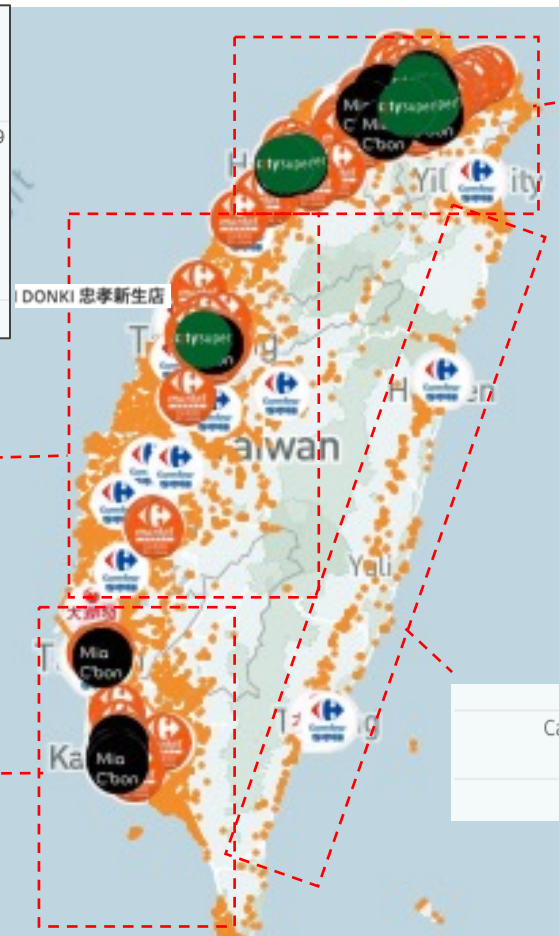
Channel



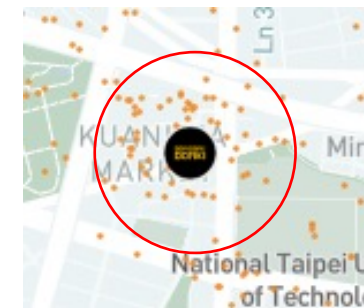
Channel



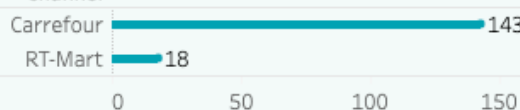
Channel



DONKI 忠孝新生店 来店状況（一例）



Channel



秋冬フルーツ狩り動画の視聴数
2,242,516回



→秋冬フルーツPRにより台湾現地の量販店経由で（推定）194~388万円程度の販売に貢献

※参考情報：台湾量販店での日本産青果物の販売価格（2023/1月）（ABCスタイル様による現地調査）

①消費者アンケート — I. 日本産青果物の印象や購買動向 ：モニター属性と購入果実（1 / 2）						TW
当日の購入果物に関する回答						
質問項目	回答					
	モニター1	モニター2	モニター3	モニター4	モニター5	
購入店舗名 (アンケート場所)	自然超鮮果	Breeze Super	美麗市場	美麗市場	金旺鮮果	
店舗属性	ローカルフルーツ専門店	ローカススーパー	ローカススーパー	ローカススーパー	ローカスフルーツ専門店	
好きな青果物	りんご、ぶどう、もも、 柑橘、かき、いちご	もも、いちご、メロン	ぶどう	りんご、もも、いちご、メ ロン	もも、いちご、メロン	
果物の喫食頻度	週1回程度	—	—	—	—	
購入した青果物(当日)	いちご	かんしょ	柿	いちご	りんご	
品種	古都華	紫芋	浜北次郎柿	いちごさん	蜜りんご	
産地	奈良県	鹿児島県	静岡県	佐賀県	青森県	
上記産地の事前知識	あり	あり	なし	あり	あり	
購入価格	1箱(2パック) 1,600 TWD (6,832円)	3個(968g) 387 TWD (1,652円)	165 TWD (705円)	580 TWD (2,477円)	130 TWD (555円)	

①消費者アンケート — I. 日本産青果物の印象や購買動向 ：モニター属性と購入果実（2 / 2）						TW
当日の購入果物に関する回答						
質問項目	回答					
	モニター6	モニター7	モニター8	モニター9	モニター10	
購入店舗名 (アンケート場所)	徳森蔬果	Breeze Super	city/super	GREEM&SAFE 真食 物専門店	王様水果	
店舗属性	ローカル青果店	ローカススーパー	その他外国系スーパー	ローカススーパー	ローカスフルーツ専門店	
好きな青果物	りんご、ぶどう、もも、 柑橘、かき、いちご	もも、いちご、メロン	ぶどう	りんご、もも、いちご、メ ロン	もも、いちご、メロン	
果物の喫食頻度	めったに食べない	—	—	週1回程度	—	
購入した青果物(当日)	いちご	りんご	かんしょ	柑橘類	いちご	
品種	さぬきびめ	はるか	うなぎいも	金柑	いちごさん	
産地	香川県	青森県	静岡県	宮崎県	佐賀県	
上記産地の事前知識	あり	あり	あり	なし	—	
購入価格	1箱(12粒) 1,500 TWD (6,405円)	1/パック(2個) 460 TWD (1,964円)	1袋 150 TWD (641円) ※225TWD(961円)より割引	1/パック(240g) 299 TWD (1,277円)	1箱(2pack) 980 TWD (4185円)	



うなぎいも（静岡県産）

価格：1袋 150 TWD (641円) 225TWD(961円)より割引

古都華（奈良県産）

価格：1箱(2パック) 1,600 TWD (6,832円)

→台湾量販店での日本産青果物価格は2600円前後である。

【AI/ビッグデータ来店検証】 秋冬フルーツ狩り_香港人（各量販店への来店人数は？ 推定販売金額は？）



Vpon広告実施期間：2023/1/10 - 2023/2/12
来店計測期間：2023/1/10 - 2023/2/28



秋冬フルーツ狩りLPの閲覧数
66,480人



秋冬フルーツ狩り動画の視聴数
2,041,210回



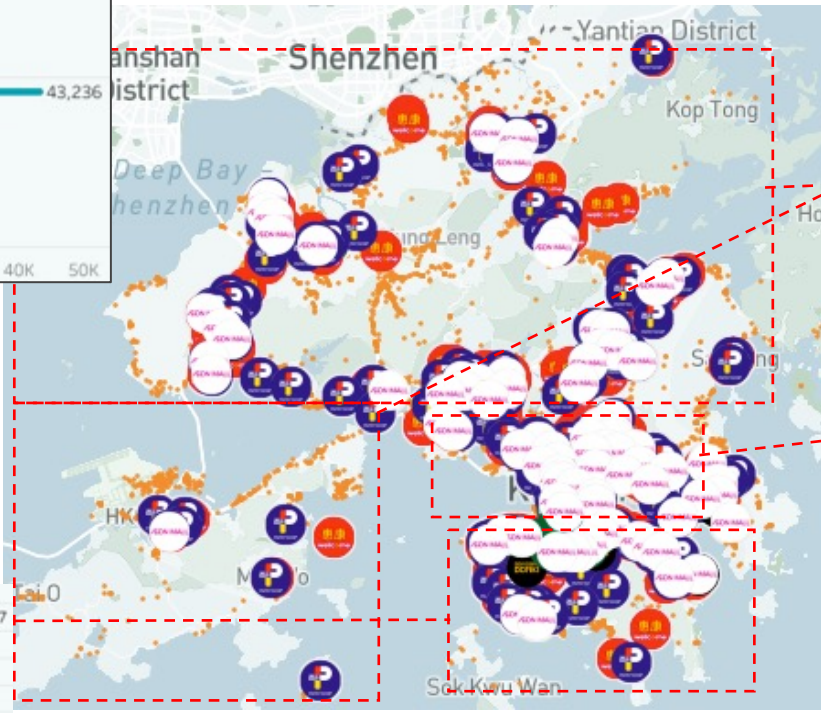
来店者総数
76,083人

来店率 (LP閲覧者に対する来店人数の割合)
114%

来店計測した対象店舗

推定販売金額/秋冬シーズン
608~1217万円

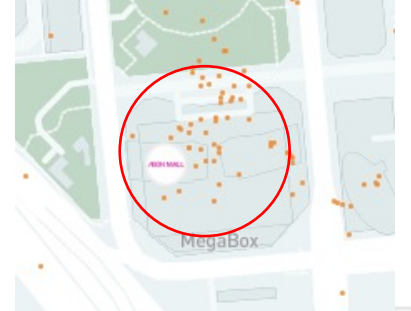
※購買率5%×日本産青果物購入単価1600円の場合→608万円
※購買率10%×日本産青果物購入単価1600円の場合→1217万円
(他社実績=某キウイフルーツの購買率は10%)



Channel	Region	Count
AEON	新界	14,779
citySuper	新界	134
DON DON DONKI	新界	1,576
ParknShop	新界	2,363
wellcome	新界	5,431
YATA	新界	567

Channel	Region	Count
AEON	九龍	21,850
citySuper	九龍	69
DON DON DONKI	九龍	5,426
ParknShop	九龍	2,768
wellcome	九龍	7,553
YATA	九龍	496

AEON九龍湾店への来店状況（一例）



→秋冬フルーツPRにより香港現地の量販店経由で（推定）608~1217万円程度の販売に貢献

※参考情報：香港量販店での日本産青果物の販売価格（2023/1月）（ABCスタイル様による現地調査）

①消費者アンケート — I. 日本産青果物の印象や購買動向
：モニター属性と購入果実（1 / 2）

質問項目	回答				
	モニター1	モニター2	モニター3	モニター4	モニター5
購入店舗名 (アンケート場所)	city'super	EGL Market	UNY	TASTE×FRESH新鮮生活	YATA 一田
店舗属性	ローカルスーパー	ローカルスーパー	日系スーパー	ローカルスーパー	日系スーパー
好きな青果物	ぶどう、桃、いちご、メロン	もも、柑橘類、なし、いちご、めろん、ながいも	りんご、ぶどう、柑橘類、メロン	ぶどう、もも、メロン	ぶどう、桃、柑橘類、桃、いちご、かんしよ、長芋
果物の喫食頻度	毎日	—	—	週1回程度	—
購入した青果物(当日)	いちご	いちご	柑橘類	柑橘類	柑橘類
品種	パールホワイト	恋みのり	みかん	みかん	不知火柑
産地	佐賀県	長崎県	日本	愛媛県	日本
上記産地の事前知識	あえい	なし	なし	あり	あり
購入価格	248 HKD (4,156円)	98 HKD (1,642円)	1袋(4個程度) 29 HKD (486円)	1袋(5個程度) 38 HKD (637円)	2個入り 58 HKD (972円)

①消費者アンケート — I. 日本産青果物の印象や購買動向
：モニター属性と購入果実（2 / 2）

質問項目	回答				
	モニター6	モニター7	モニター8	モニター9	モニター10
購入店舗名 (アンケート場所)	Market Place	AEON	SOGO	city'super	YATA 一田
店舗属性	ローカルスーパー	日系スーパー	日系スーパー	ローカルスーパー	日系スーパー
好きな青果物	—	—	—	—	—
果物の喫食頻度	週1回程度	週1回程度	毎日	—	週1回程度
購入した青果物(当日)	いちご	柑橘類	柑橘類	柑橘類	りんご
品種	いちごさん	晩白柚	凸柑	さが美人	金星
産地	佐賀県	熊本県	和歌山県	佐賀県	青森県
上記産地の事前知識	あり	あり	あり	あり	あり
購入価格	79 HKD (1,324円)	1個 149 HKD (2,297円)	2個 120 HKD (2,011円)	1袋(5個程度) 78 HKD (1,307円)	2個 58 HKD (972円)



日本

韓国

パールホワイト（佐賀県産）
価格：248 HKD (4,156円)

凸柑（和歌山県産）
価格：2個 120 HKD (2,011円)

→香港量販店での日本産青果物価格は1600円前後である。

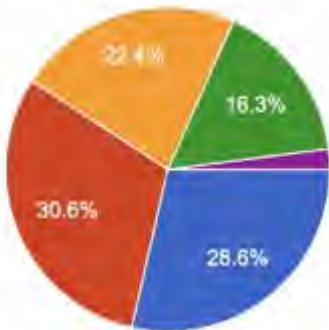
※参考情報：香港向け動画視聴者へのアンケート結果

対象者：香港向け動画視聴者（夏向け+秋冬向け）
回答数：80人
期間：2022/12/22~2023/2/28

年単位で見ると、平均
1.6万円の日本産青果物
を購入している

AEON、DONKIだけで
はなく、カフェやレス
トラン、EC経由も多い

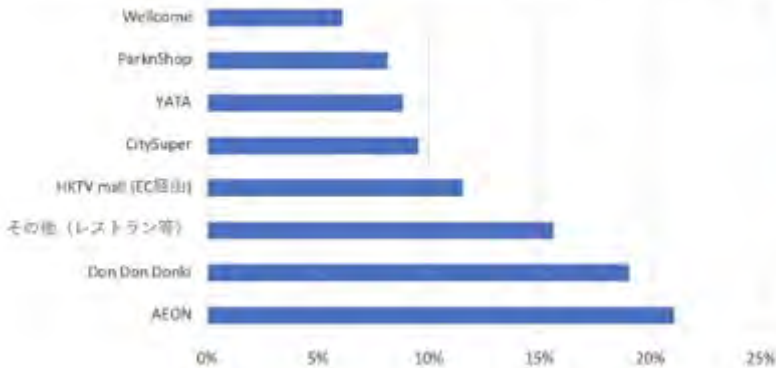
1、夏から現在にかけて、日本産青果物はいくらくらい買った？（ラジオボタン式 択一式）



- 合計で3万円以上
- 合計で1万円～3万円未満
- 合計で5000円～1万円未満
- 合計で5000円未満
- 買ってない

合計で3万円以上	28.60%
合計で1万円～3万円未満	30.60%
合計で5000円～1万円未満	22.40%
合計で5000円未満	16.30%
買ってない	2%

3、どこで購入した？（チェックボタン式 複数選択肢可能）



AEON	21%
Don Don Donki	19%
その他(レストラン等)	16%
HKTV mall (EC経由)	12%
CitySuper	10%
YATA	9%
ParknShop	8%
Wellcome	6%

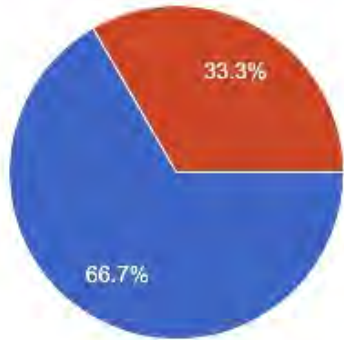
2、何の青果物やフルーツ加工品を買った？（チェックボタン式 複数選択肢可能）



日本産りんご	43%
日本産もも	57%
日本産ぶどう(シャインマスカット)	45%
日本産なし	18%
日本産かき	27%
日本産メロン	49%
日本産みかん	39%
日本産いちご	78%
日本産さつまいも	51%
日本産フルーツジュースや焼き芋などの加工品全般	47%
その他、日本産青果物	35%

4、日本産青果物を食べた満足度は？ 5段階評価

やはり満足度はとても
高い。＝一度食べたら
リピーターになってく
れる可能性高い



- 非常に満足
- やや満足
- どちらでもない
- やや不満
- 非常に不満

非常に満足	66.70%
やや満足	33.30%
どちらでもない	0
やや不満	0
非常に不満	0

特に、いちご、甘薯、
ももが特に購入された。
梨や柿が課題

まとめ：本事業に対する費用対効果



→海外店舗販売のみでの費用対効果

※他社実績=某キウイフルーツの購買率は10%

項目	推定販売売上 (購入率10%)
事業費	¥30,000,000
推定経済効果 (=海外販売額のみ)	¥49,160,000
費用対効果 (ROAS)	164%

→訪日旅行消費額 + 海外販売額の費用対効果

項目	金額
事業費	¥30,000,000
推定経済効果 (=訪日消費額 + 海外販売額)	¥1,647,530,000
費用対効果 (ROAS=推定経済効果/事業費)	5492%

分析の軸	施策時期	対象市場	動画視聴数	LP閲覧者数	訪日客数	訪日率	旅行消費額	推定経済効果	店舗への 来店数	来店率	推定販売売上 (購入率5%)	推定販売売上 (購入率10%)
訪日検証の分析	夏向け	台湾	2,169,842	46,391	2,943	6.3%	¥120,000	¥353,160,000	-	-	-	-
		香港	1,870,156	44,948	2,312	5.1%	¥160,000	¥369,920,000	-	-	-	-
	秋冬向け	台湾	2,242,516	54,687	1,495	2.7%	¥120,000	¥179,400,000	-	-	-	-
		香港	2,041,210	66,480	4,503	6.8%	¥160,000	¥720,480,000	-	-	-	-
台湾・香港現地店舗への 来店分析	夏向け	台湾	2,169,842	46,391	-	-	-	-	26,939	58.0%	¥4,040,000	¥8,080,000
		香港	1,870,156	44,948	-	-	-	-	83,435	185.0%	¥12,510,000	¥25,030,000
	秋冬向け	台湾	2,242,516	54,687	-	-	-	-	14,943	27.0%	¥1,940,000	¥3,880,000
		香港	2,041,210	66,480	-	-	-	-	76,083	114.0%	¥6,080,000	¥12,170,000
台湾合計			4,412,358	101,078	4,438	4.4%		¥532,560,000	41,882	41.4%	¥5,980,000	¥11,960,000
香港合計			3,911,366	111,428	6,815	6.1%		¥1,090,400,000	159,518	143.2%	¥18,590,000	¥37,200,000
→総合計			8,323,724	212,506	11,253	5.3%		¥1,622,960,000	201,400	94.8%	¥24,570,000	¥49,160,000

本事業費3,000万円に対して青果物輸出額が推定4900万円（インバウンド消費額も含むと17億円程度）であり、費用対効果が高い事業であったといえる。

考察・今後の示唆

考察・今後の示唆

・台湾/香港で狙うべきターゲットユーザーについて。

- ✓ 台湾/香港人口70%のビッグデータ調査によると、日本産青果物を購入している層は（富裕層だけではなく）**30代前後の子育て世代のパパ・ママ層**でもあることが判明した。彼らは**ECを愛用**している。

・動画制作について。

- ✓ Youtube利用者による**動画の完全視聴率が50%～60%程度**であり驚異的な数字であった。（現地平均対比で4倍以上）
- ✓ **動画視聴をきっかけに日本産青果物を購入した人が複数名いた。**
- ✓ フルーツをそのまま食べるシーンだけではなく、**スイーツ訴求もユーザーの興味度が高かった。**
- ✓ 実際、次回日本へ旅行する際、フルーツ狩りも旅行計画に盛り込もうとするユーザーが複数名いた。

・Vponデータ活用による広告効果（来店効果）について

- ✓ 日系ストアだけではなく、**ローカルストアへの来店**も多かった。
- ✓ **Vponデータ活用したことで台湾向けは来店率=40%程度**であり、かなり効果が高い数字であった。
（マーケットイン思考の動画制作+Vponビッグデータ活用による日本産/他国産青果物購入者へのピンポイントな広告配信をする場合に限る）
- ✓ **同じくVponデータ活用したことで香港向けは来店率=143%程度**であり、台湾以上に効果が高い結果であった。
（マーケットイン思考の動画制作+ Vponビッグデータ活用による日系量販店/ローカル量販店利用者へのピンポイントな広告配信をする場合に限る）

・インバウンド（訪日客）の来訪状況について

- ✓ 主要な輸出産地へも来訪してくれていたが、ゴールデンルート（東京、大阪、京都、北海道、沖縄）への来訪も根強い人気であった。

アジアビッグデータでクールジャパン輸出に革命を！



Vpon