

【スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業（スポーツツーリズム需要拡大のための官民連携プロモーション）】

事業内容2.プロモーションの実施（WEB広告）について

株式会社 JTBコミュニケーションデザイン

「スポーツツーリズム」のプロモーションの実施

スポーツツーリズム需要拡大戦略に基づき、スポーツ庁が「アウトドアスポーツツーリズム」「武道ツーリズム」に関する動画を作成。2018年12月から配信をスタート。

プロモーションを実施する地域の国別・性別・年齢別等の**関心層データを収集・分析し、地域・企業等へ還元**

→ 国は、更にターゲットを絞ったプロモーションを実施する。

→ 地域等は、ブランディング・ターゲティングに生かし、「スポーツによる地域活性化」に取り組む。

(2019年3月12日時点の国内外の反応)

アウトドアスポーツ ツーリズム

2018年12月5日
配信スタート



Facebook

いいね！ 417

シェア 206

視聴回数 1.6万回

武道ツーリズム

2018年12月20日
配信スタート



Facebook

いいね！ 4,368

シェア 10,040

視聴回数 37万回

YouTube

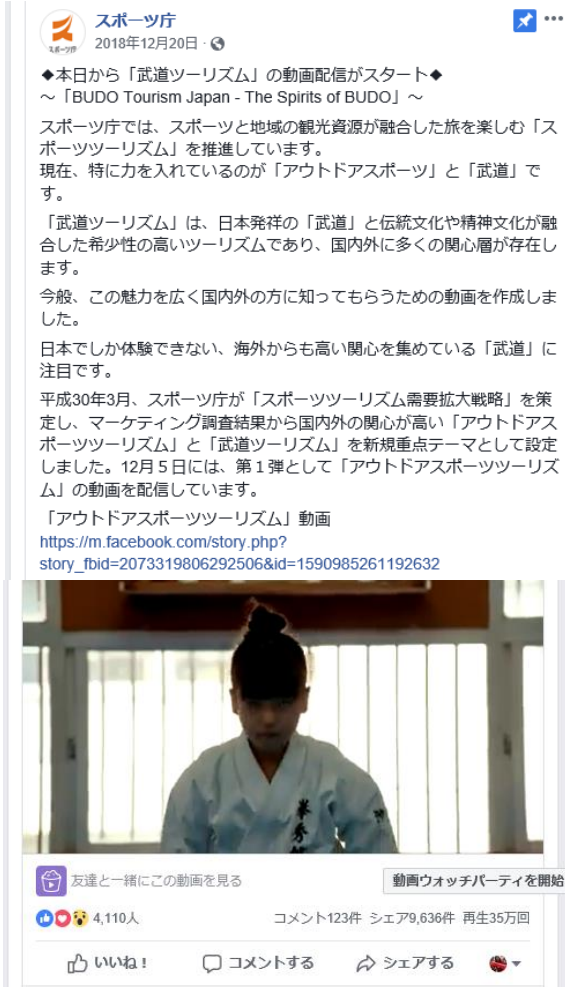
視聴回数

202万回

YouTube

視聴回数

324万回



● 武道ツーリズム動画

いいね！ 4,368人
コメント 129件
シェア 10,040件
再生 37万回

● アウトドアスポーツツーリズム動画

いいね 417人
コメント 5件
シェア 206件
再生 1.6万回

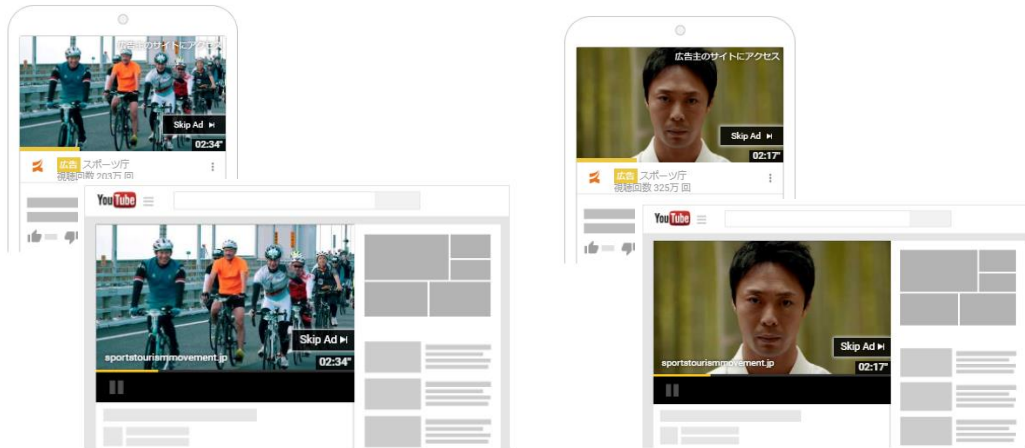
※2019年3月12日現在

・通常のスポーツ庁の投稿1件が数十件～数百件の「いいね」「シェア」を獲得するのに対し、「**武道ツーリズム**」の投稿は通常より格段に関心が高い結果となっています。

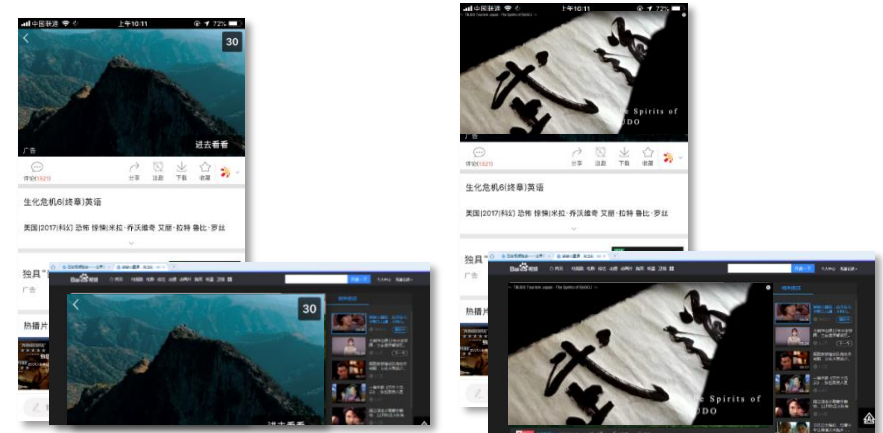
・シェアしている人の多くは外国人で、シェア時のコメントは概ね好意的。「日本に体験するために行ってみたい」「日本と日本の文化はとても美しい」「スポーツ庁は良い動画作って武道観光を行っている」等

- 実施メニュー : ①YouTube TrueViewインストリーム広告
②Baidu動画広告 (百度视频)
- 配信期間 : ①2018年12月20日(木)~2019年1月19日(土)
②2018年12月7日(金)~2019年1月5日(土)
- 配信対象地域 : ①アメリカ・フランス・台湾・香港・日本
②中国
- 全体の広告予算 : 650万円 (アメリカ150万円 他各100万円)
- 配信キャプチャ

①YouTube広告



②Baidu広告



用語の説明

用語	用語の説明
表示回数	広告が表示された回数のこと。インプレッション数ともいう。
視聴回数	広告が視聴された回数のこと。YouTubeでは30秒まで（それよりも短い動画は最後まで）見られた回数を指す。
視聴率	広告が表示された回数のうち、視聴された割合のこと。視聴回数÷表示回数で求める。これが高ければ高いほど、動画の引きが強く、ユーザーに刺さっていたといえる。
平均広告視聴単価	1視聴あたりの広告費用のこと。投下費用÷視聴回数で求める。これが低ければ低いほど、1視聴が安価に買えたことになり、効率的に視聴を獲得できていたといえる。
クリック数	広告の誘導枠がクリックされた回数のこと。単純にクリックともいう。クリック数は、広告経由のサイト誘導数である。
クリック率	広告が表示された回数のうち、クリックされた割合のこと。クリック数÷表示回数で求める。これが高ければ高いほど、広告の内容についてより詳細な情報を集めていたユーザーが多いといえる。
平均クリック単価	1クリックあたりの広告費用のこと。YouTubeでは、課金の主なポイントではないため、実際に費用が掛かっていない部分も含めた換算値である。投下費用÷クリック数で求める。これが低ければ低いほど、1クリックが安価に買えたことになり、効率的な誘導ができていたといえる。
25%再生率	動画の全体の長さを100%としたときの、25%地点まで視聴された割合。25%までの再生数÷表示回数で求める。
50%再生率	動画の全体の長さを100%としたときの、50%地点まで視聴された割合。50%までの再生数÷表示回数で求める。
75%再生率	動画の全体の長さを100%としたときの、75%地点まで視聴された割合。75%までの再生数÷表示回数で求める。
100%再生率	動画の全体の長さを100%としたときの、100%地点まで視聴された割合。完全視聴率ともいう。100%までの再生数÷表示回数で求める。
再生維持率	上記の再生率の総称。これらが高ければ高いほど、より多くのユーザーが動画を長時間見ていることとなり、動画に対する評価が高かったといえる。

配信結果

メディア	ターゲット	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価
TrueViewインストリーム広告	アメリカ	2,566,070	1,496,355	58.31%	¥1.00	¥1,500,068	8,182	0.32%	¥183.34
	フランス	2,497,305	1,086,869	43.52%	¥0.92	¥1,000,026	5,573	0.22%	¥179.44
	台湾	2,577,283	1,127,777	43.76%	¥0.89	¥1,000,031	6,299	0.24%	¥158.76
	香港	2,227,603	1,101,437	49.44%	¥0.91	¥1,000,008	6,070	0.27%	¥164.75
	日本	2,057,921	715,248	34.76%	¥1.40	¥1,000,047	2,381	0.12%	¥420.01
百度视频	中国	587,384	587,384	100.00%	¥1.70	¥1,000,856	-	-	-
動画広告 合計		12,513,566	6,115,070	48.87%	¥1.06	¥6,501,035	28,505	0.24%	¥192.95

- ① 目標200万回視聴に対し、**実際の視聴回数は約3倍の6,115,070回という結果**となった。
- ② 視聴率、クリック率から、国別として**アメリカ⇒香港⇒台湾⇒フランス⇒日本**の順に反応が高い。(中国除く)
- ③ 平均視聴単価も1円台と大変安くなったので**非常に関心度の高い動画だった**といえる。
- ④ クリック率も0.24%と動画広告への反応としては**大変良い結果**となった。

アメリカ

True View インストリーム広告

TrueViewインストリーム広告<アメリカ>

総括

ターゲット	表示回数	視聴回数	視聴率	平均広告 視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価
アメリカ	2,566,070	1,496,355	58.31%	¥1.00	¥1,500,068	8,182	0.32%	¥183.3
	25%再生率	50%再生率	75%再生率	100%再生率	完全視聴回数	完全広告 視聴単価		
	54.44%	39.71%	30.95%	25.02%	374,388	¥4.01		

【配信結果】

- ・全体として視聴率が高くYouTubeで広告を配信した5カ国で最も高い58.31%となりました。
- ・クリック率も最も高い0.32%であり動画の内容を受けてアクションが多い結果となりました
- ・動画の視聴に関しては、武道動画よりもアウトドア動画の方が良いパフォーマンスとなりましたがどちらの動画も完全視聴率が20%を超えました。
- ・配信結果から男女の反応にあまり大きな差は見られず、バランスの良い結果となりました。

【配信の特徴】

- ・武道動画よりアウトドア動画の視聴率の方が高いが、**どちらも完全視聴率が20%を超えており、関心が高いことが分かった。**
- ・男女差はあまり見られなかった。
- ・視聴率は25-34歳の64.82%が最も高く高年齢になるほど低くなっており、**若年層ほど動画への関心が高いことが分かった。**

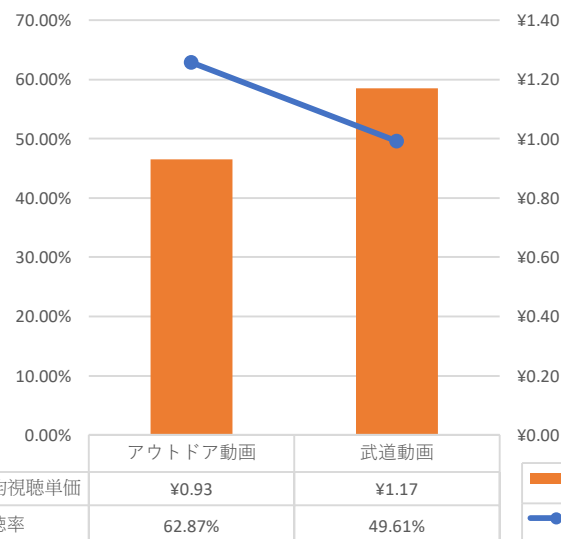
TrueViewインストリーム広告<アメリカ>

【動画別レポート】

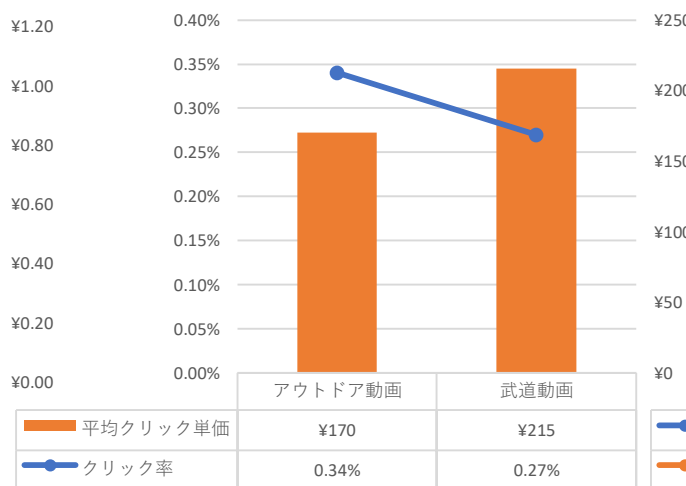
アウトドア動画と武道動画を比較しました。アメリカではアウトドア動画の視聴率が高く、完全視聴率も27.25%と高い結果となり、動画の引きが強く、ユーザーに刺さったと言えます。武道動画も完全視聴率が20%を超えておりコンテンツに興味を持ったユーザーが多かったと言えます。

広告グループ	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
アウトドア動画	1,684,369	1,058,987	62.87%	¥0.93	¥989,206	5,811	0.34%	¥170	58.20%	42.22%	33.31%	27.25%
武道動画	881,630	437,368	49.61%	¥1.17	¥510,862	2,371	0.27%	¥215	47.26%	34.90%	26.42%	20.77%

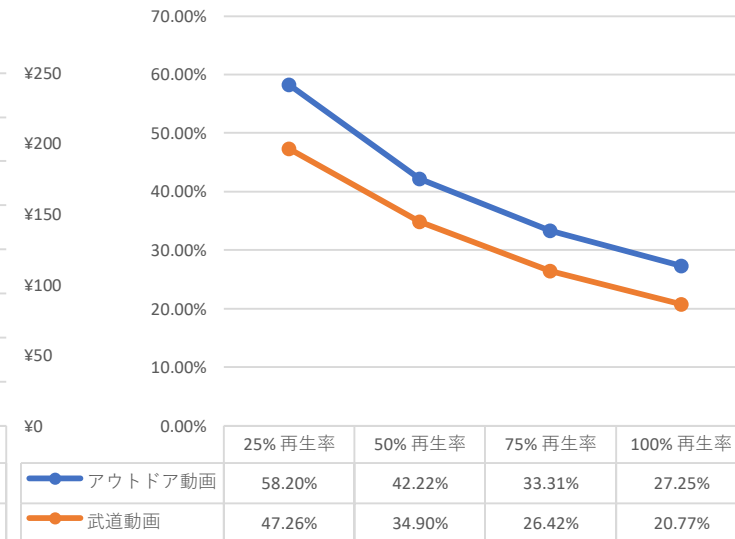
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



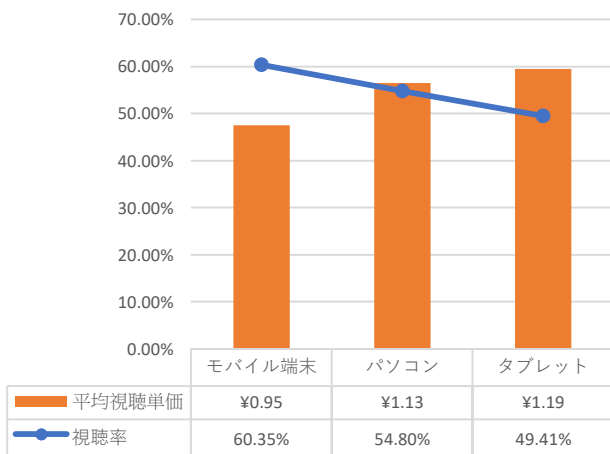
TrueViewインストリーム広告<アメリカ>

【デバイス別レポート】

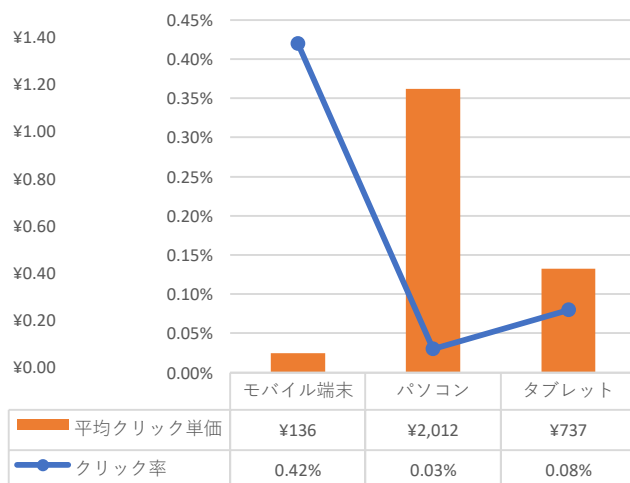
視聴率、クリック率ともにモバイル端末が最も高い結果となり、平均クリック単価においてはパソコン・タブレットを大きく引き離し最も安い着地となり、効率的に視聴を獲得できました。一方で完全視聴率はパソコンが最も高くなりました。

デバイス	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価	25%再生率	50%再生率	75%再生率	100%再生率
モバイル端末	1,855,873	1,119,936	60.35%	¥0.95	¥1,066,865	7849	0.42%	¥136	56.13%	40.38%	30.93%	24.54%
パソコン	475,637	260,656	54.80%	¥1.13	¥295,733	147	0.03%	¥2,012	52.01%	39.81%	32.74%	28.03%
タブレット	233,866	115,543	49.41%	¥1.19	¥137,118	186	0.08%	¥737	46.01%	34.18%	27.47%	22.69%
その他	694	220	32.91%	¥1.62	¥351	0	0.00%	¥0	30.50%	22.95%	17.50%	14.13%
合計	2,566,070	1,496,355	58.31%	¥1.00	¥1,500,068	8,182	0.32%	¥183	54.44%	39.71%	30.95%	25.02%

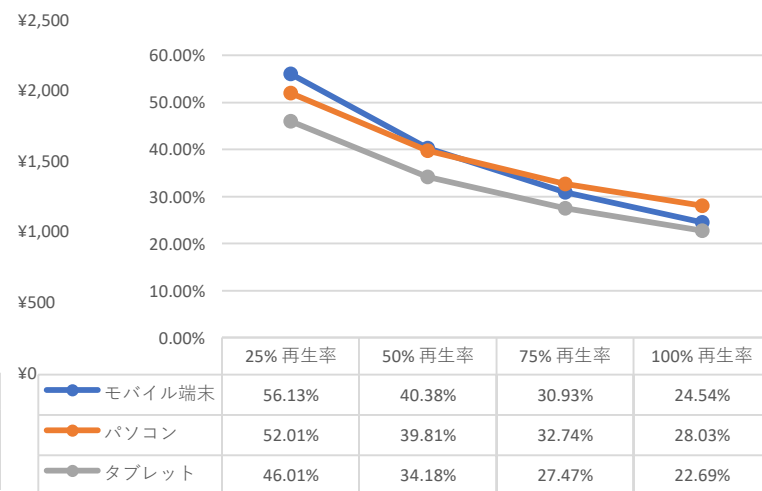
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



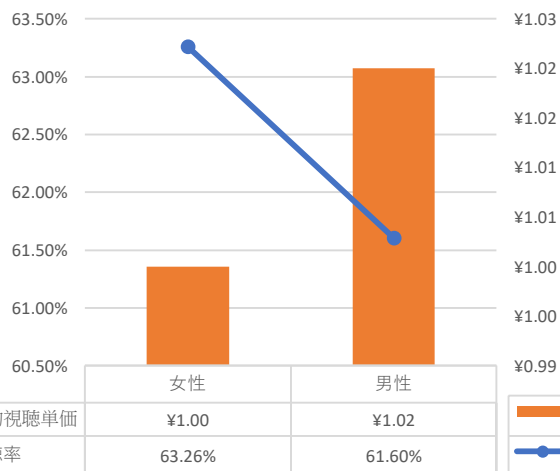
TrueViewインストリーム広告<アメリカ>

【男女別レポート】

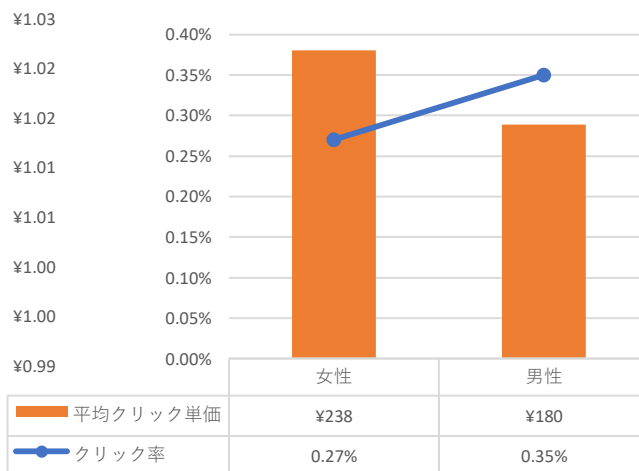
視聴率と平均視聴単価については男性、女性の差があまりありませんでしたが、クリック率と平均クリック単価に関しては男性の方が良くなりました。完全視聴率はわずかに女性が最も高くなりました。

男女別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
女性	360,260	227,905	63.26%	¥1.00	¥228,644	961	0.27%	¥238	59.37%	43.96%	34.58%	28.23%
男性	1,050,851	647,334	61.60%	¥1.02	¥662,265	3,673	0.35%	¥180	57.66%	42.50%	33.38%	26.89%
未設定	1,154,959	621,116	53.78%	¥0.98	¥609,159	3,548	0.31%	¥172	49.97%	35.84%	27.60%	22.32%
合計	2,566,070	1,496,355	58.31%	¥1.00	¥1,500,068	8,182	0.32%	¥183	54.44%	39.71%	30.95%	25.02%

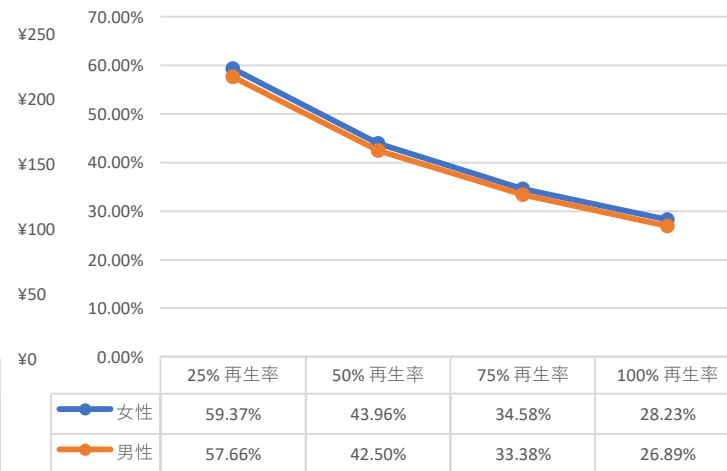
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



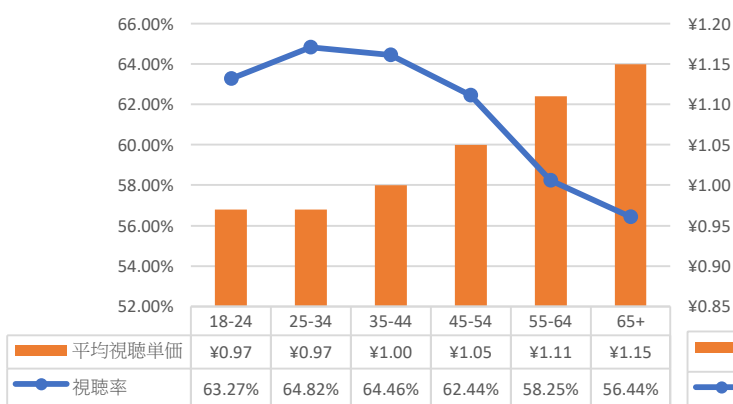
TrueViewインストリーム広告<アメリカ>

【年齢層別レポート】

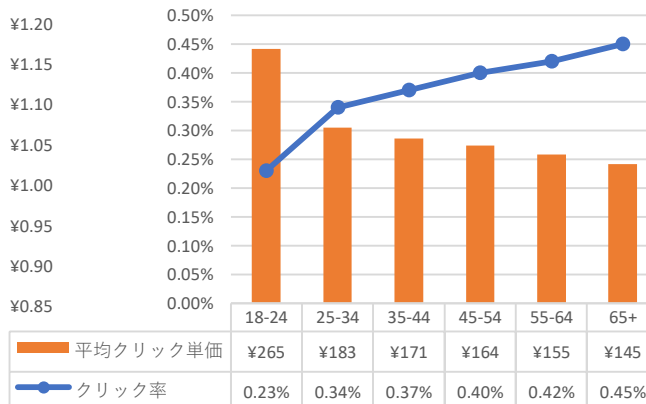
視聴率は25-34歳の64.82%が最も高く高年齢になるほど低い結果となりました。一方でクリック率は18-24歳から順に高くなり65+歳が最も高いため、若年層よりも高年齢層の方が動画の内容に興味を持ち行動したと考えられます。

年齢別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
18-24	324,765	205,492	63.27%	¥0.97	¥199,984	755	0.23%	¥265	59.11%	42.45%	32.89%	26.63%
25-34	289,223	187,486	64.82%	¥0.97	¥182,172	995	0.34%	¥183	60.84%	44.46%	34.53%	27.90%
35-44	238,876	153,980	64.46%	¥1.00	¥153,449	895	0.37%	¥171	60.69%	45.44%	35.67%	28.82%
45-54	192,453	120,172	62.44%	¥1.05	¥125,849	766	0.40%	¥164	58.69%	44.59%	35.45%	28.52%
55-64	148,186	86,311	58.25%	¥1.11	¥95,676	618	0.42%	¥155	54.41%	41.64%	33.72%	27.24%
65+	102,200	57,682	56.44%	¥1.15	¥66,364	459	0.45%	¥145	52.30%	39.55%	31.89%	25.91%
未設定	1,270,367	685,232	53.94%	¥0.99	¥676,574	3,694	0.29%	¥183	50.15%	35.89%	27.66%	22.38%
合計	2,566,070	1,496,355	58.31%	¥1.00	¥1,500,068	8,182	0.32%	¥183	54.44%	39.71%	30.95%	25.02%

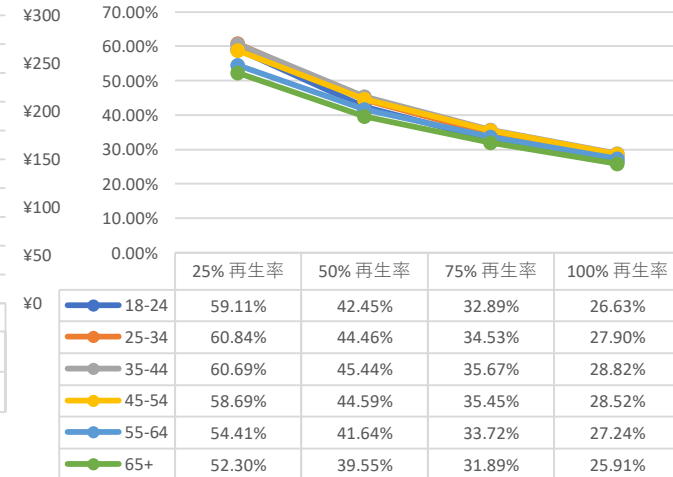
【視聴数値】



【クリック数値】



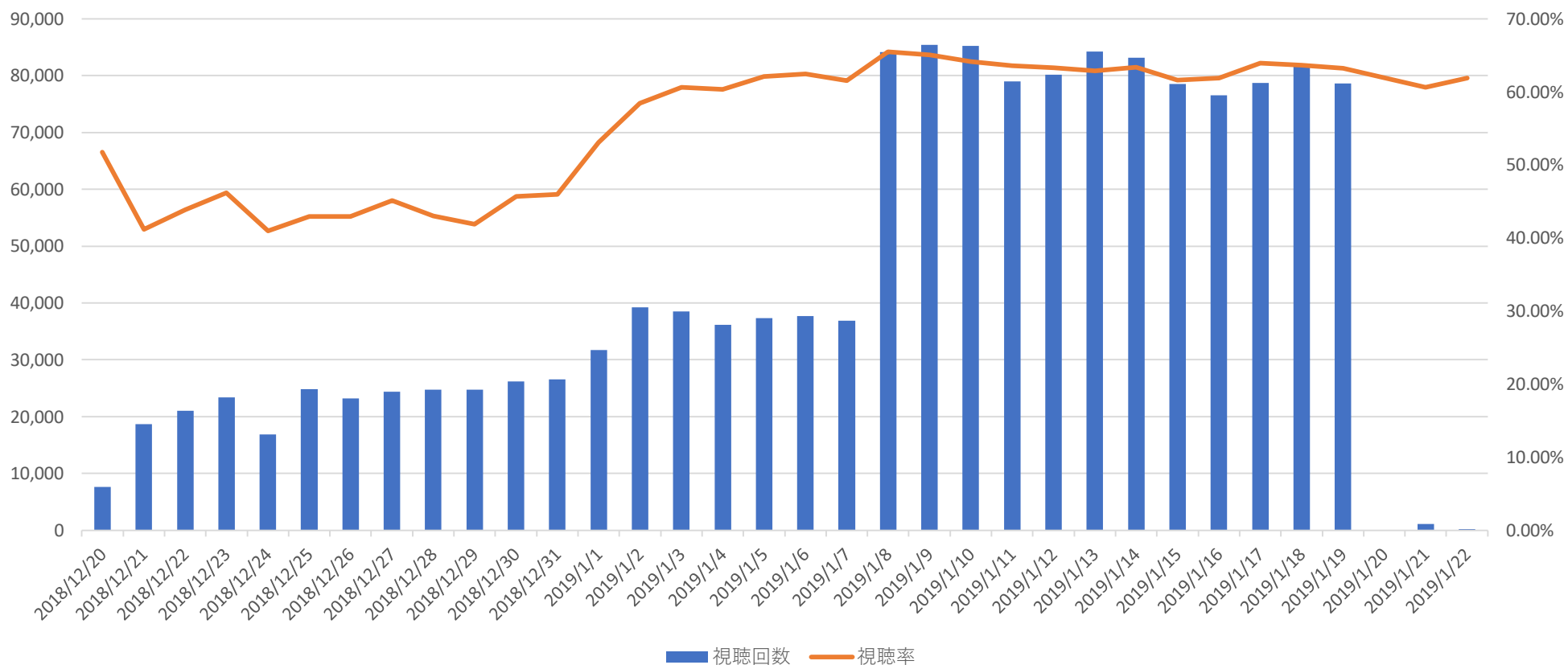
【再生維持率】



TrueViewインストリーム広告<アメリカ>

【日別レポート】

1月7日から1月8日にかけて予算を予定の100万円から150万円に引き上げたため、一気に視聴回数が増えました。予算追加以降は安定した広告配信ができており、視聴率も高い位置でキープしました。



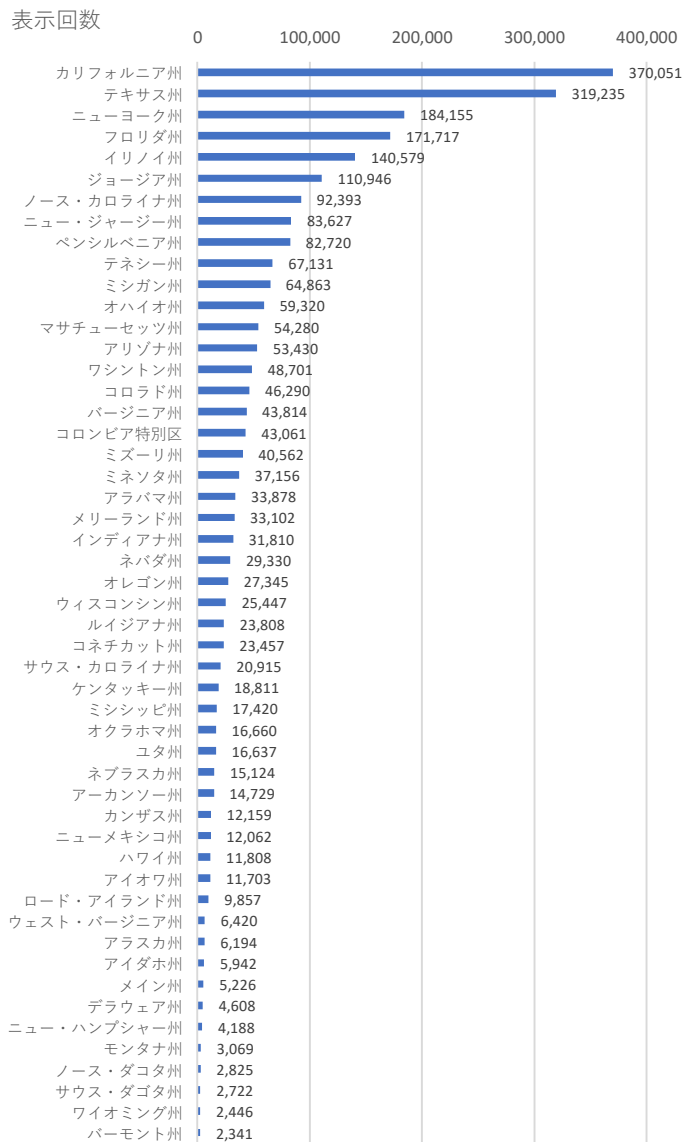
TrueViewインストリーム広告<アメリカ>

【地域別レポート】

カリフォルニア州での表示回数が最も多く、次いでテキサス州、ニューヨーク州でした。おおむね人口順です。



地域	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用
カリフォルニア州	370,051	212,151	57.58%	¥1.01	¥213,648.81
テキサス州	319,235	189,005	59.47%	¥0.98	¥185,781.44
ニューヨーク州	184,155	105,692	57.65%	¥1.00	¥105,717.81
フロリダ州	171,717	100,701	58.90%	¥1.00	¥100,895.86
イリノイ州	140,579	82,972	59.28%	¥0.98	¥80,941.37
ジョージア州	110,946	64,994	58.84%	¥1.00	¥64,676.23
ノース・カロライナ州	92,393	53,816	58.50%	¥1.01	¥54,498.16
ニュー・ジャージー州	83,627	47,806	57.42%	¥1.01	¥48,464.10
ペンシルベニア州	82,720	48,365	58.72%	¥1.00	¥48,336.67
テネシー州	67,131	39,979	59.82%	¥0.98	¥39,122.99
ミシガン州	64,863	38,556	59.70%	¥0.99	¥38,187.14
オハイオ州	59,320	34,838	58.99%	¥1.01	¥35,101.30
マサチューセッツ州	54,280	31,479	58.25%	¥1.01	¥31,669.87
アリゾナ州	53,430	31,598	59.40%	¥0.99	¥31,176.47
ワシントン州	48,701	28,144	58.04%	¥1.03	¥28,907.20
コロラド州	46,290	28,058	60.88%	¥0.96	¥26,992.69
バージニア州	43,814	24,692	56.61%	¥1.06	¥26,078.26
コロンビア特別区	43,061	26,091	60.86%	¥0.96	¥25,123.04
ミズーリ州	40,562	23,732	58.77%	¥1.01	¥24,046.51
ミネソタ州	37,156	21,962	59.37%	¥1.01	¥22,091.23
アラバマ州	33,878	19,420	57.58%	¥1.01	¥19,587.49
メリーランド州	33,102	18,206	55.24%	¥1.07	¥19,484.53
インディアナ州	31,810	18,736	59.16%	¥1.01	¥18,996.22
ネバダ州	29,330	17,348	59.41%	¥1.02	¥17,638.32
オレゴン州	27,345	15,860	58.26%	¥1.02	¥16,218.25
ウィスコンシン州	25,447	14,935	58.95%	¥1.02	¥15,307.89
ルイジアナ州	23,808	13,733	57.94%	¥1.01	¥13,894.95
コネチカット州	23,457	13,564	58.08%	¥1.02	¥13,789.94
サウス・カロライナ州	20,915	12,090	58.06%	¥1.05	¥12,676.72
ケンタッキー州	18,811	10,977	58.61%	¥1.03	¥11,311.69
ミシSSIPPI州	17,420	9,935	57.28%	¥1.03	¥10,272.88
オクラホマ州	16,660	9,569	57.69%	¥1.01	¥9,703.02
ユタ州	16,637	9,900	59.77%	¥1.00	¥9,935.45
ネブラスカ州	15,124	9,011	59.85%	¥1.00	¥9,037.32
アーカンソー州	14,729	8,560	58.37%	¥1.01	¥8,678.48
カンザス州	12,159	6,915	57.12%	¥1.07	¥7,397.05
ニューメキシコ州	12,062	7,045	58.66%	¥1.00	¥7,073.88
ハワイ州	11,808	6,384	54.31%	¥1.10	¥7,018.83
アイオワ州	11,703	6,866	58.93%	¥1.04	¥7,119.76
ロード・アイランド州	9,857	5,743	58.52%	¥0.99	¥5,696.62
ウェスト・バージニア州	6,420	3,803	59.51%	¥1.07	¥4,052.27
アラスカ州	6,194	3,633	58.91%	¥0.98	¥3,577.21
アイダホ州	5,942	3,380	57.13%	¥1.04	¥3,508.91
メイン州	5,226	3,038	58.40%	¥1.02	¥3,107.25
デラウェア州	4,608	2,669	58.18%	¥1.07	¥2,863.60
ニュー・ハンプシャー州	4,188	2,437	58.45%	¥1.03	¥2,505.78
モンタナ州	3,069	1,823	59.66%	¥1.05	¥1,909.41
ノース・ダコタ州	2,825	1,696	60.30%	¥1.01	¥1,715.71
サウス・ダコタ州	2,722	1,579	58.27%	¥0.98	¥1,543.43
ワイオミング州	2,446	1,469	60.33%	¥1.03	¥1,519.98
バーモント州	2,341	1,395	59.85%	¥1.05	¥1,467.99
合計	2,566,070	1,496,355	58.31%	¥1.00	¥1,500,068



フランス

True View インストリーム広告

TrueViewインストリーム広告<フランス>

総括

ターゲット	表示回数	視聴回数	視聴率	平均広告視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価
フランス	2,497,305	1,086,869	43.52%	¥0.92	¥1,000,026	5,573	0.22%	¥179.4
	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率	完全視聴数	完全視聴単価		
	41.04%	30.09%	22.94%	18.72%	203,462	¥4.92		

【配信結果】

- ・アウトドア動画よりも武道動画の方が視聴率が高く、平均広告視聴単価も安くなりました。
- ・動画視聴、クリックに関して男性の方が良いパフォーマンスでした。
- ・年齢別では、視聴に関しては若年層の方が反応が良く、クリックに関しては日本と同じN字となりました。
- ・デバイスは視聴率ではパソコン、クリック率ではスマートフォンの反応が良い結果となりました。

【配信の特徴】

- ・アウトドア動画より武道動画の視聴率の方が高く、**武道への関心が高いことが分かった**。
- ・視聴率、クリック率ともに男性が高く、男性の方が関心が高かった。
- ・最も視聴率が高いのは18-24歳の若年層という結果となり、次いで25-34歳、35-44歳となっており、**若年層ほど動画への関心が高かった**。

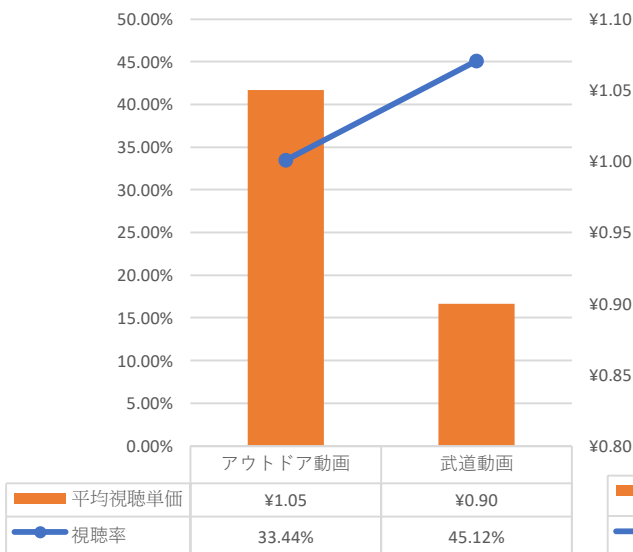
TrueViewインストリーム広告<フランス>

【動画別レポート】

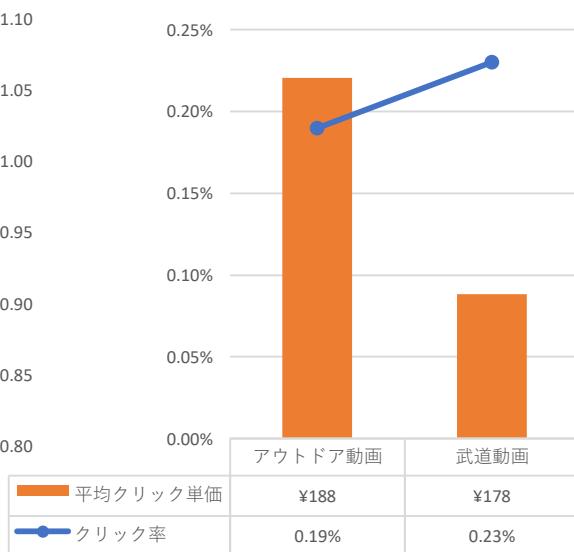
フランスではアウトドア動画よりも武道動画の方が視聴率が高く、平均広告視聴単価も安くなりました。動画別の配信結果において当初から差があったため、武道動画に配信量を寄せた結果高い視聴率を維持したまま配信をすることができました。

広告グループ	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
アウトドア動画	341,500	114,183	33.44%	¥1.05	¥120,245	640	0.19%	¥188	29.62%	20.07%	16.25%	13.50%
武道動画	2,155,759	972,686	45.12%	¥0.90	¥879,781	4,933	0.23%	¥178	42.86%	31.68%	24.00%	19.55%

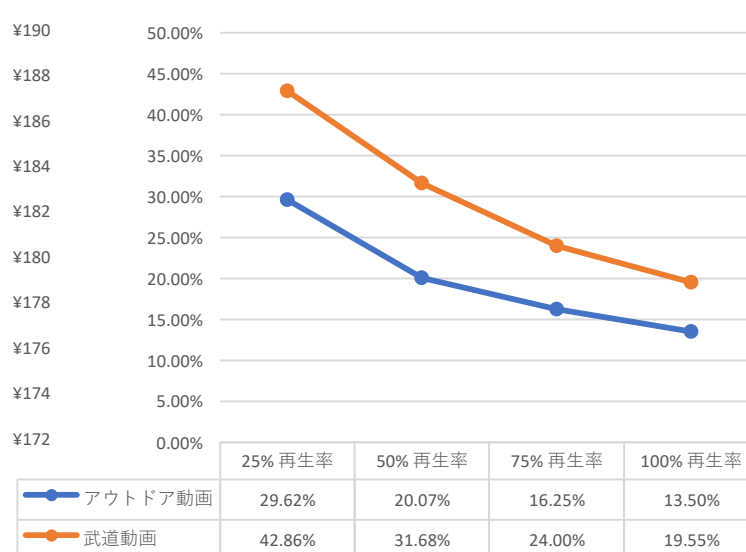
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



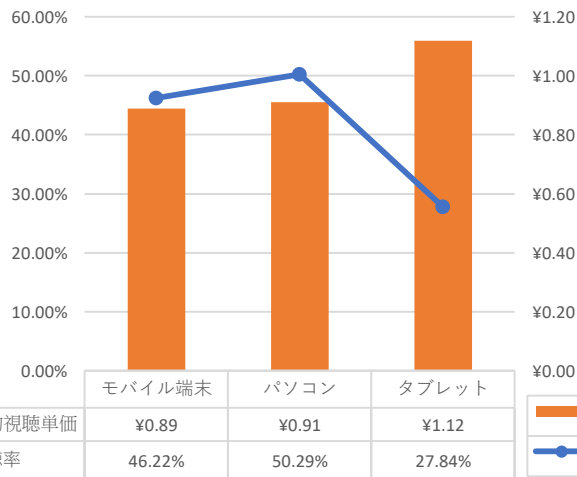
TrueViewインストリーム広告<フランス>

【デバイス別レポート】

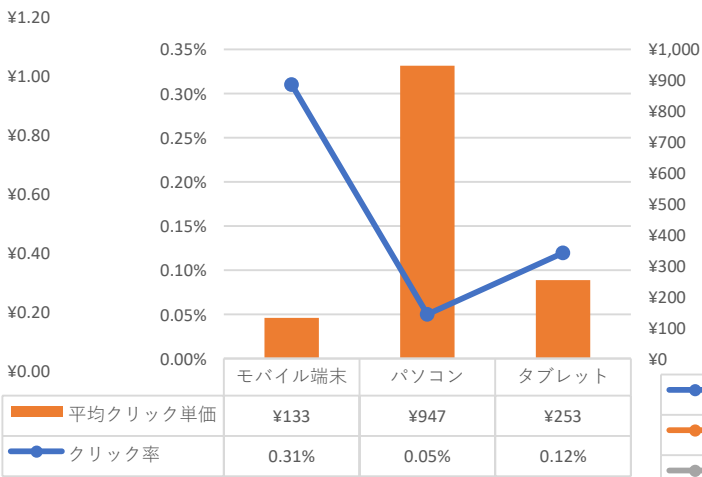
視聴率ではパソコンが最も高い結果となりましたが、平均広告視聴単価はモバイル端末の方が安く視聴回数も7割近くになりました。クリック率に関しては、モバイル端末が高くクリック単価も安価になり、広告内容についてより詳細な情報を集めているユーザーに効率的にアプローチしていました。

デバイス	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
モバイル端末	1,539,627	711,627	46.22%	¥0.89	¥630,345	4,756	0.31%	¥133	43.54%	31.38%	23.35%	18.76%
パソコン	483,360	243,097	50.29%	¥0.91	¥221,654	234	0.05%	¥947	48.39%	37.82%	30.32%	25.51%
タブレット	473,005	131,687	27.84%	¥1.12	¥147,676	583	0.12%	¥253	25.52%	18.06%	14.13%	11.68%
その他	1,313	458	36.02%	¥0.76	¥351	0	0.00%	¥0	34.04%	28.04%	24.09%	21.48%
合計	2,497,305	1,086,869	43.52%	¥0.92	¥1,000,026	5,573	0.22%	¥179	41.04%	30.09%	22.94%	18.72%

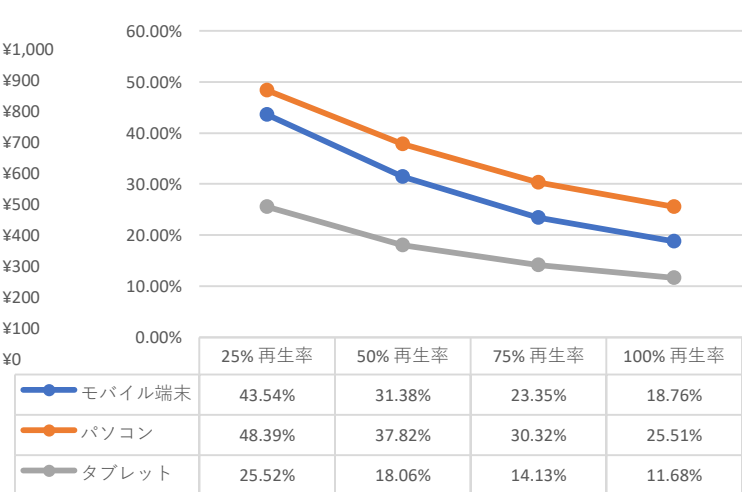
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



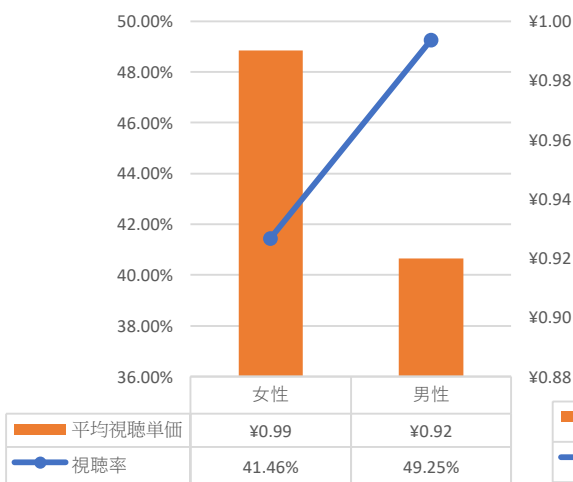
TrueViewインストリーム広告<フランス>

【男女別レポート】

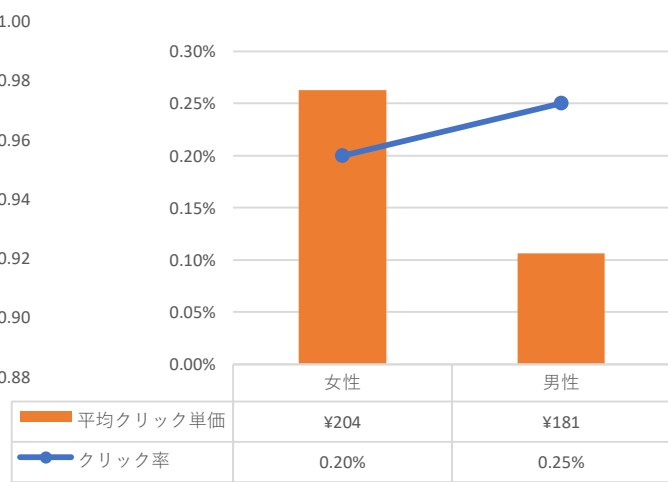
視聴率では男性の方が高い結果となり、視聴単価も男性の方が安価で着地しました。クリック率についても、男性の方が高く、クリック単価も安価になり、男性が広告の内容についてより詳細な情報を集めていたうえ、効率的に視聴を獲得できたといえましょう。また、視聴単価、クリック単価においては未設定ユーザーが最もよいパフォーマンスとなりました。

男女別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
女性	625,138	259,211	41.46%	¥0.99	¥256,739	1,256	0.20%	¥204	38.83%	27.91%	21.28%	17.44%
男性	814,117	400,914	49.25%	¥0.92	¥369,268	2,041	0.25%	¥181	46.71%	34.92%	26.66%	21.57%
未設定	1,058,050	426,744	40.33%	¥0.88	¥374,019	2,276	0.22%	¥164	37.99%	27.67%	21.06%	17.28%
合計	2,497,305	1,086,869	43.52%	¥0.92	¥1,000,026	5,573	0.22%	¥179	41.04%	30.09%	22.94%	18.72%

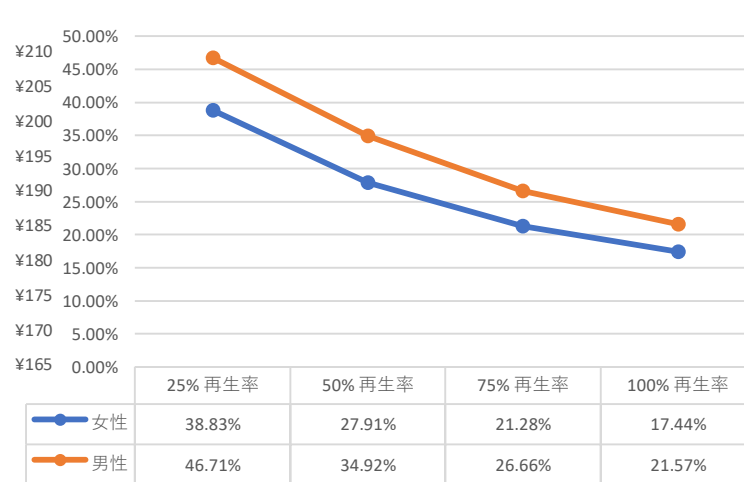
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



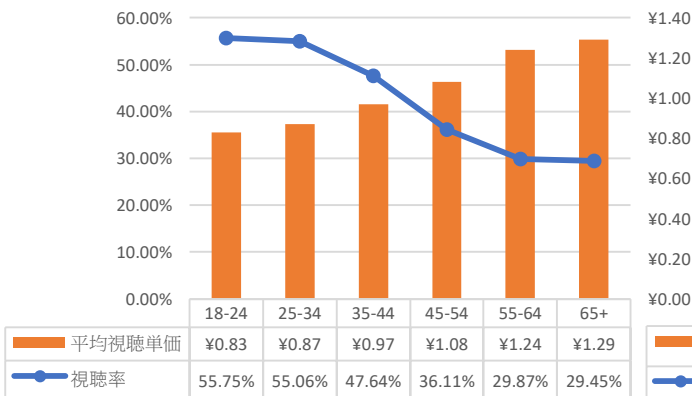
TrueViewインストリーム広告<フランス>

【年齢層別レポート】

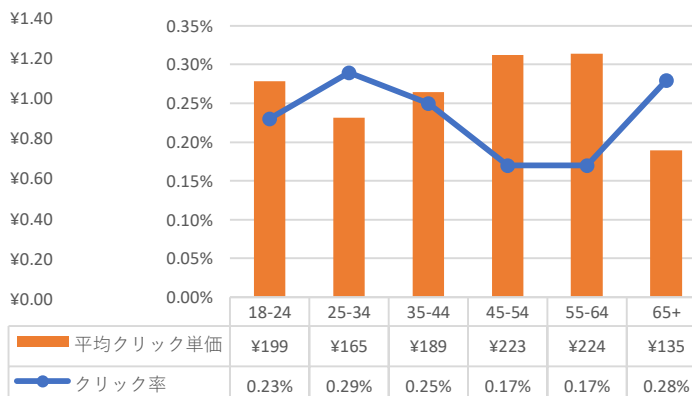
最も視聴率が高いのは18-24歳の若年層という結果となり、次いで25-34歳、35-44歳...となっており若年層ほど高く、動画の表現が刺さったことになりました。完全再生率が最も高いのは25-34歳で、アクティブな層に関心を持って頂けたと考えられます。

年齢別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
18-24	339,467	189,247	55.75%	¥0.83	¥157,000	790	0.23%	¥199	52.99%	38.49%	27.91%	22.22%
25-34	290,149	159,747	55.06%	¥0.87	¥138,631	839	0.29%	¥165	52.43%	39.68%	30.07%	24.44%
35-44	269,117	128,214	47.64%	¥0.97	¥124,800	661	0.25%	¥189	45.33%	34.58%	27.15%	22.17%
45-54	248,781	89,824	36.11%	¥1.08	¥96,613	433	0.17%	¥223	33.78%	24.98%	20.00%	16.40%
55-64	148,448	44,347	29.87%	¥1.24	¥55,152	246	0.17%	¥224	27.41%	19.38%	15.90%	13.37%
65+	105,374	31,030	29.45%	¥1.29	¥40,105	296	0.28%	¥135	26.76%	18.29%	14.99%	12.77%
未設定	1,095,969	444,460	40.55%	¥0.87	¥387,725	2,308	0.21%	¥168	38.17%	27.61%	20.88%	17.11%
合計	2,497,305	1,086,869	43.52%	¥0.92	¥1,000,026	5,573	0.22%	¥179	41.04%	30.09%	22.94%	18.72%

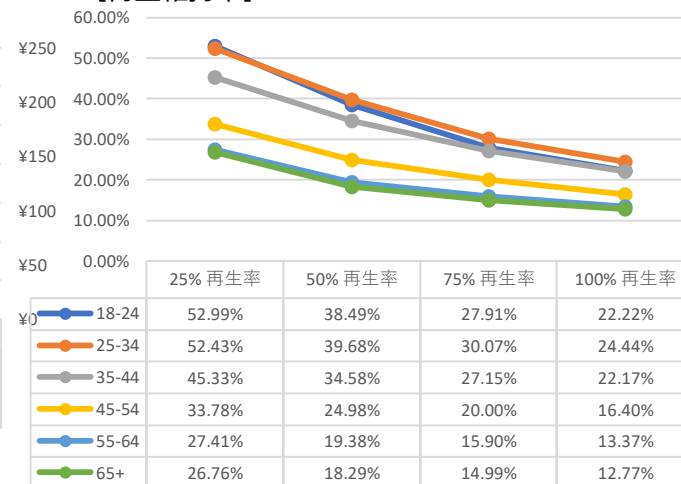
【視聴数値】



【クリック数値】



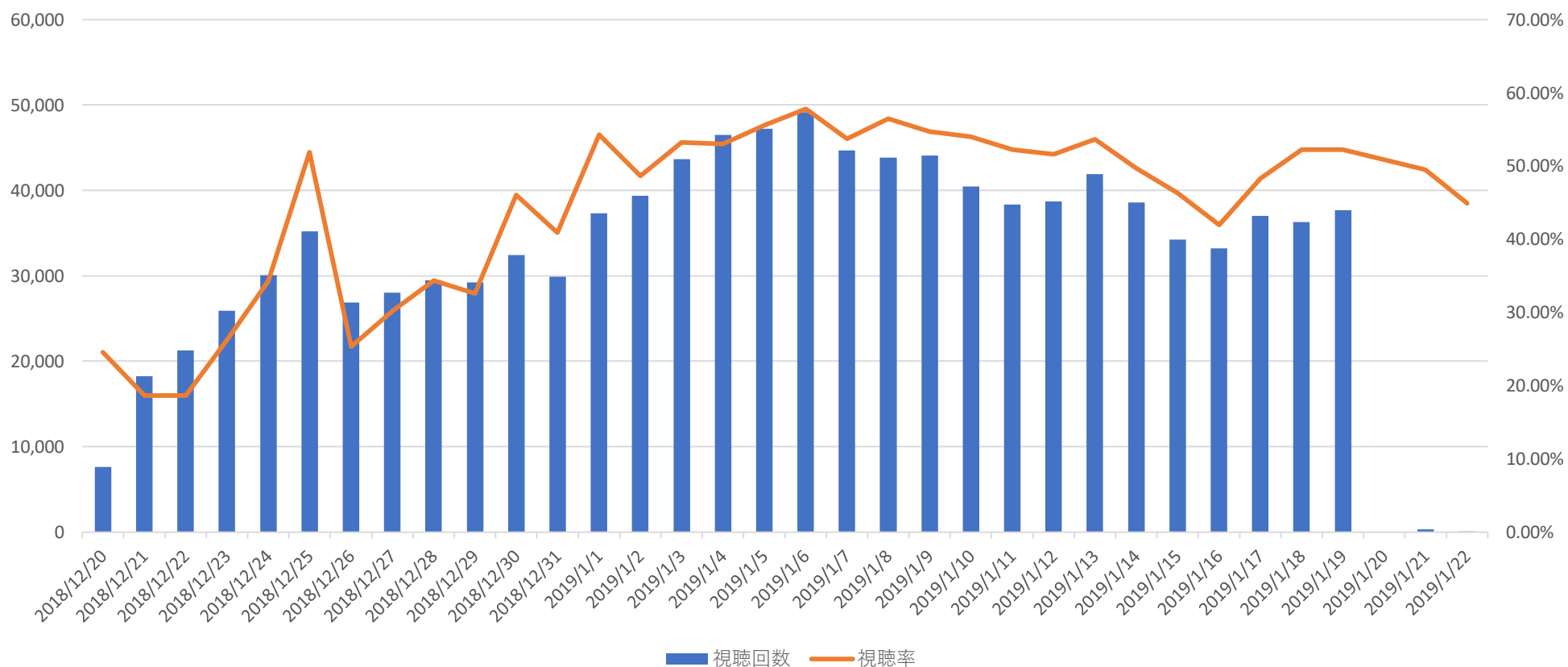
【再生維持率】



TrueViewインストリーム広告<フランス>

【日別レポート】

前半がやや不安定な配信でしたが後半は落ち着いており、1月7日に視聴率が最も高くなりました。12月26日～1月2日の期間はやや視聴回数が落ちており年末年始の時期が影響していることを推測できます。



TrueViewインストリーム広告<フランス>

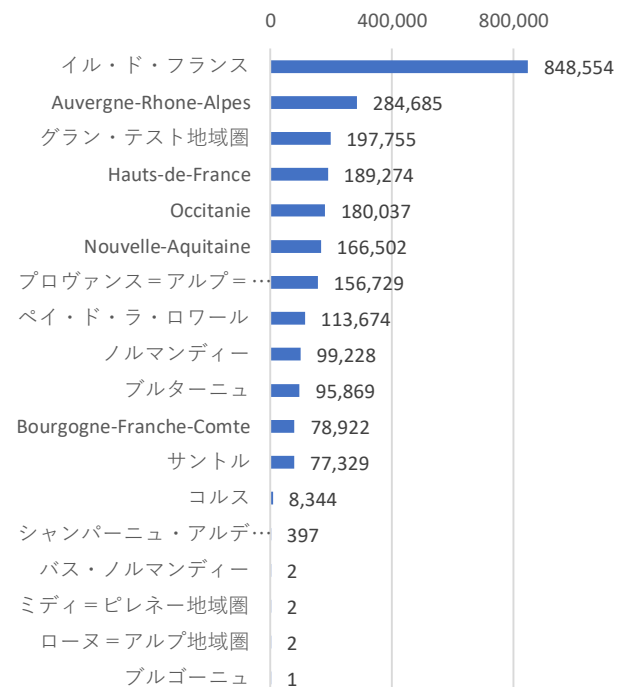
地域別レポート

パリが含まれるイル・ド・フランスが圧倒的で、ついで、パリ南部のリヨンなどがあるオーヴェルニュ＝ローヌ＝アルプ地域圏でした。視聴率は表示回数の少ない地域でイレギュラー的に高くなっています。



地域	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用
イル・ド・フランス	848,554	404,076	47.62%	¥0.90	¥363,297
Auvergne-Rhone-Alpes	284,685	121,979	42.85%	¥0.92	¥111,796
グラン・テスト地域圏	197,755	79,773	40.34%	¥0.95	¥75,866
Hauts-de-France	189,274	78,792	41.63%	¥0.93	¥73,565
Occitanie	180,037	80,157	44.52%	¥0.91	¥73,219
Nouvelle-Aquitaine	166,502	66,011	39.65%	¥0.95	¥62,451
プロヴァンス＝アルプ＝コート＝ダジュール地域圏	156,729	64,584	41.21%	¥0.95	¥61,291
ペイ・ド・ラ・ロワール	113,674	47,230	41.55%	¥0.91	¥43,042
ノルマンディー	99,228	39,791	40.10%	¥0.93	¥37,202
ブルターニュ	95,869	39,624	41.33%	¥0.92	¥36,401
Bourgogne-Franche-Comte	78,922	31,208	39.54%	¥0.95	¥29,740
サントル	77,329	30,158	39.00%	¥0.95	¥28,759
コルス	8,344	3,287	39.39%	¥0.98	¥3,217
シャンパーニュ・アルデンヌ	397	197	49.72%	¥0.90	¥177
バス・ノルマンディー	2	1	50.00%	¥1.00	¥1
ミディ＝ピレネー地域圏	2	0	0.00%	¥0	¥0
ローヌ＝アルプ地域圏	2	0	0.00%	¥0	¥0
ブルゴーニュ	1	1	100.00%	¥1.00	¥1
合計	2,497,305	1,086,869	43.52%	¥0.92	¥1,000,026

表示回数



台湾

True View インストリーム広告

TrueViewインストリーム広告<台湾>

総括

ターゲット	表示回数	視聴回数	視聴率	平均広告視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価
台湾	2,577,283	1,127,777	43.76%	¥0.89	¥1,000,031	6,300	0.24%	¥158.7
	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率	完全視聴数	完全視聴単価		
	41.50%	31.51%	24.81%	20.52%	231,420	¥4.32		

【配信結果】

- ・全体として最も平均広告視聴単価が安い0.89円となり、効率よく配信することができました。
- ・アウトドア動画、武道動画では大きな差がなく、どちらも完全視聴率が20%程度になりました。
- ・性別では再生維持率がほとんど重なっており、男女問わず同じような推移となりました。
- ・年齢別においても動画視聴に関しては大きな差がありませんでしたが、クリック率に関しては高齢層ほど高くなり、動画の引きがよくてユーザーに刺さっていたと言えます。
- ・デバイスは視聴、クリックどちらもスマートフォンの反応が良い結果となりました。

【配信の特徴】

- ・どちらの動画も高い反応があり、ユーザーの関心が高かった。
- ・視聴率、クリック率において、配信した国・地域の中では、**香港と台湾のみ女性の割合が高くなった。**
- ・最も視聴率が高いのは18-24歳の若年層という結果となったが、**クリック率では45歳以上で年齢が上がるごとに高く、年齢が上がるほどに更に詳細な情報を求めていることが分かった。**

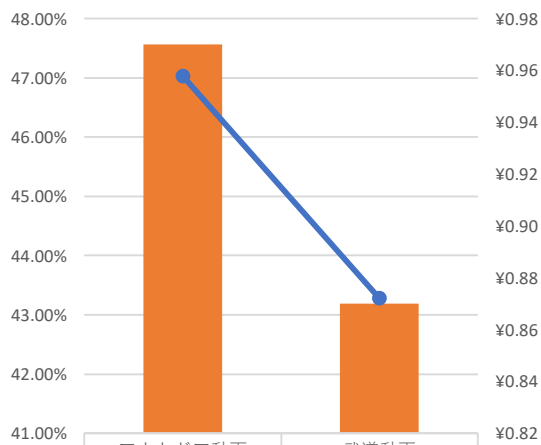
TrueViewインストリーム広告<台湾>

【動画別レポート】

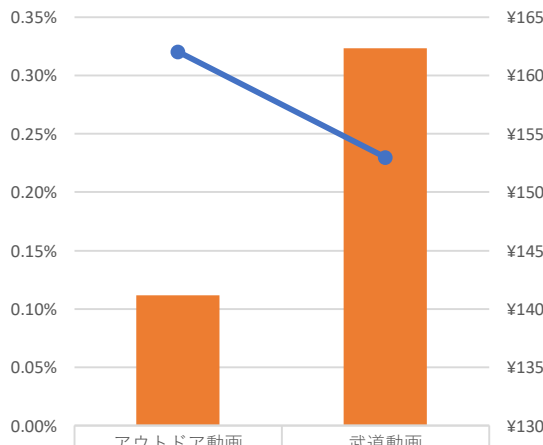
台湾では視聴率で見るとわずかにアウトドア動画の方が高く、平均視聴単価で見ると武道動画の方が良いパフォーマンスになりました。再生維持率の推移をみるとほとんど重なっており、どちらも同じようにユーザーの関心を引いたと言えます。

広告グループ	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
アウトドア動画	326,955	153,754	47.03%	¥0.97	¥149,484	1,059	0.32%	¥141	42.62%	30.95%	25.27%	20.74%
武道動画	2,250,265	974,023	43.28%	¥0.87	¥850,547	5,240	0.23%	¥162	41.33%	31.60%	24.75%	20.49%

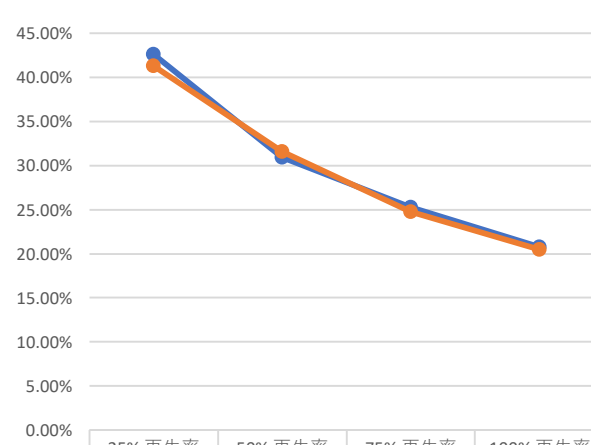
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



TrueViewインストリーム広告<台湾>

【デバイス別レポート】

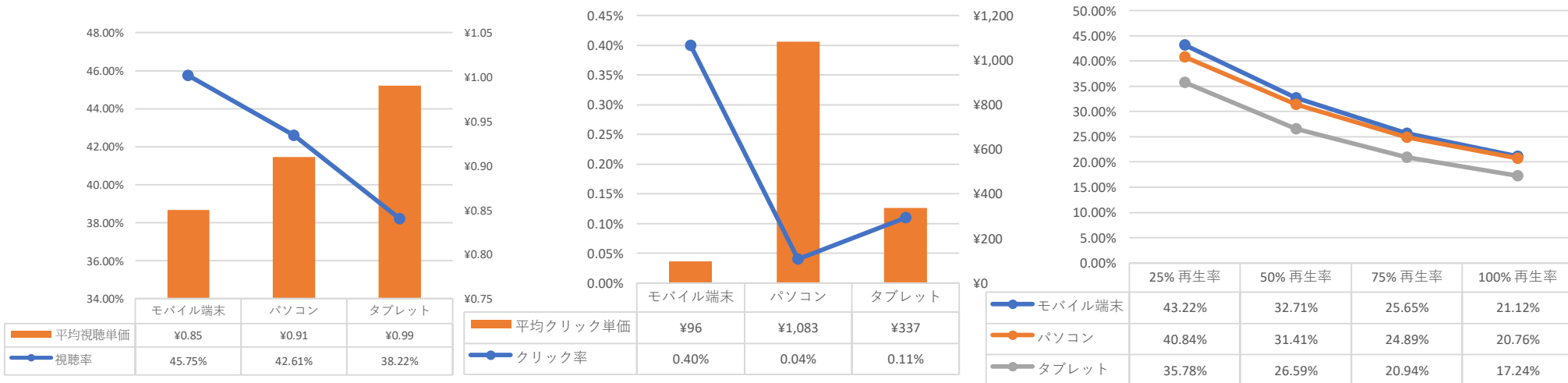
視聴率ではモバイル端末とパソコンがほとんど変わらず高い結果となりましたが、クリック率に関しては、モバイル端末が最も高くクリック単価も安価になり、効率的な配信ができました。再生維持率ではどのデバイスも大きな差がない結果となりました。

デバイス	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
モバイル端末	1,394,109	637,800	45.75%	¥0.85	¥542,937	5,634	0.40%	¥96	43.22%	32.71%	25.65%	21.12%
パソコン	866,632	369,249	42.61%	¥0.91	¥337,858	313	0.04%	¥1,083	40.84%	31.41%	24.89%	20.76%
タブレット	314,917	120,353	38.22%	¥0.99	¥118,836	353	0.11%	¥337	35.78%	26.59%	20.94%	17.24%
その他	1,625	375	24.01%	¥1.07	¥399	0	0.00%	¥0	23.11%	18.82%	15.17%	13.51%
合計	2,577,283	1,127,777	43.76%	¥0.89	¥1,000,031	6,300	0.24%	¥159	41.50%	31.51%	24.81%	20.52%

【視聴数値】

【クリック数値】

【再生維持率】



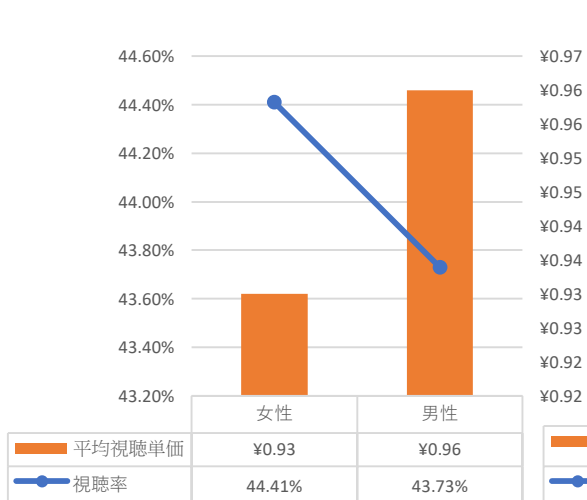
TrueViewインストリーム広告<台湾>

【男女別レポート】

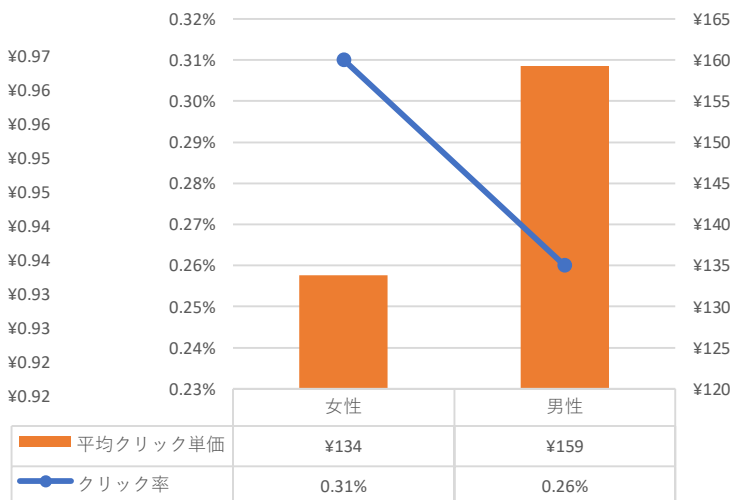
視聴率では女性の方がわずかに高い結果となりましたが、視聴単価は未設定ユーザーが安価で着地しました。対してクリック率に関しては、女性の方が高く、クリック単価も安価になり、広告の内容についてより詳細な情報を求めるユーザーに対して効率的に視聴を獲得できました。また、完全視聴率は未設定ユーザーが最も高い結果となりました。

男女別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
女性	543,620	241,430	44.41%	¥0.93	¥224,476	1,678	0.31%	¥134	41.94%	31.21%	24.05%	19.59%
男性	1,330,054	581,652	43.73%	¥0.96	¥557,322	3499	0.26%	¥159	41.47%	31.58%	24.88%	20.34%
未設定	703,609	304,695	43.31%	¥0.72	¥218,233	1,123	0.16%	¥194	41.21%	31.62%	25.28%	21.59%
合計	2,577,283	1,127,777	43.76%	¥0.89	¥1,000,031	6,300	0.24%	¥159	41.50%	31.51%	24.81%	20.52%

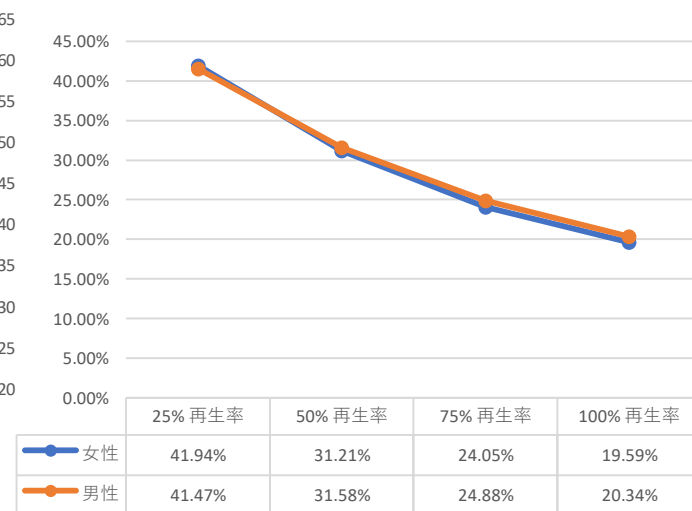
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



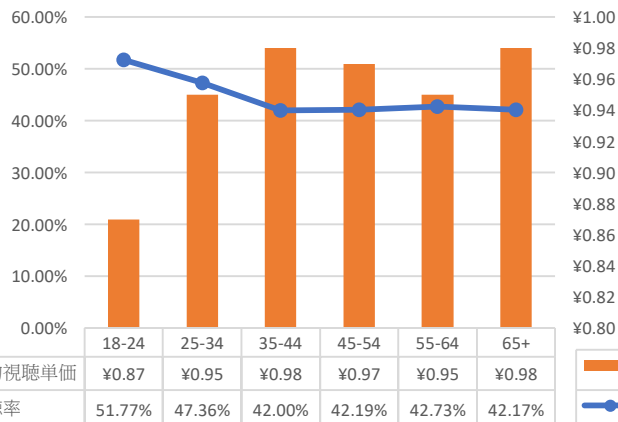
TrueViewインストリーム広告<台湾>

【年齢層別レポート】

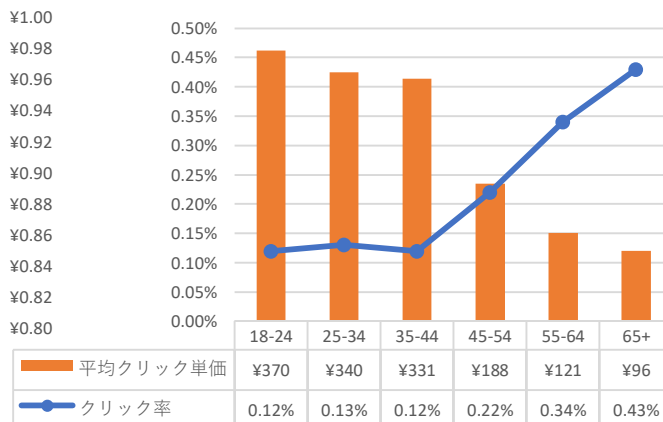
最も視聴率が高いのは18-24歳の若年層という結果となりましたが、35歳以上はほぼ横ばいになりました。一方でクリック率は45歳以上で年齢が上がるごとに反応が高く、視聴率とは相反する結果となりました。高年齢層ほど広告の内容についてより詳細な情報を集めていたユーザーが多いと言えます。

年齢別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価	25%再生率	50%再生率	75%再生率	100%再生率
18-24	219,363	113,565	51.77%	¥0.87	¥98,696	267	0.12%	¥370	49.38%	36.98%	28.02%	22.83%
25-34	148,148	70,169	47.36%	¥0.95	¥66,928	197	0.13%	¥340	45.34%	34.87%	27.52%	22.82%
35-44	155,204	65,188	42.00%	¥0.98	¥64,160	194	0.12%	¥331	40.15%	30.72%	24.46%	20.22%
45-54	351,231	148,179	42.19%	¥0.97	¥143,523	765	0.22%	¥188	40.14%	30.68%	24.10%	19.60%
55-64	554,204	236,799	42.73%	¥0.95	¥225,757	1873	0.34%	¥121	40.35%	30.62%	24.03%	19.59%
65+	412,788	174,077	42.17%	¥0.98	¥170,808	1780	0.43%	¥96	39.53%	29.65%	23.48%	19.17%
未設定	736,345	319,800	43.43%	¥0.72	¥230,158	1,224	0.17%	¥188	41.26%	31.49%	25.06%	21.33%
合計	2,577,283	1,127,777	43.76%	¥0.89	¥1,000,031	6,300	0.24%	¥159	41.50%	31.51%	24.81%	20.52%

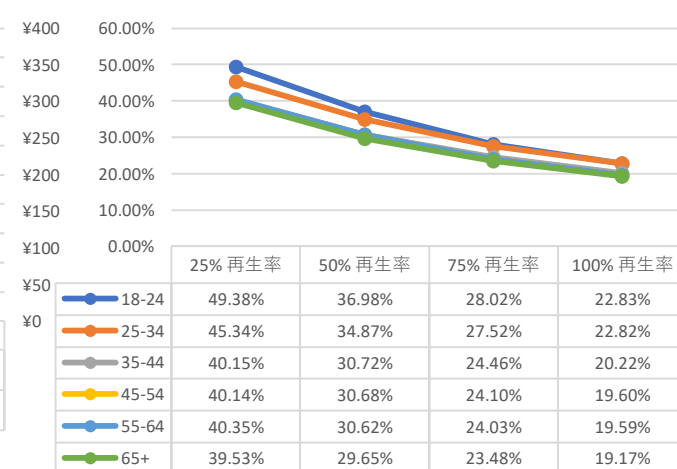
【視聴数値】



【クリック数値】



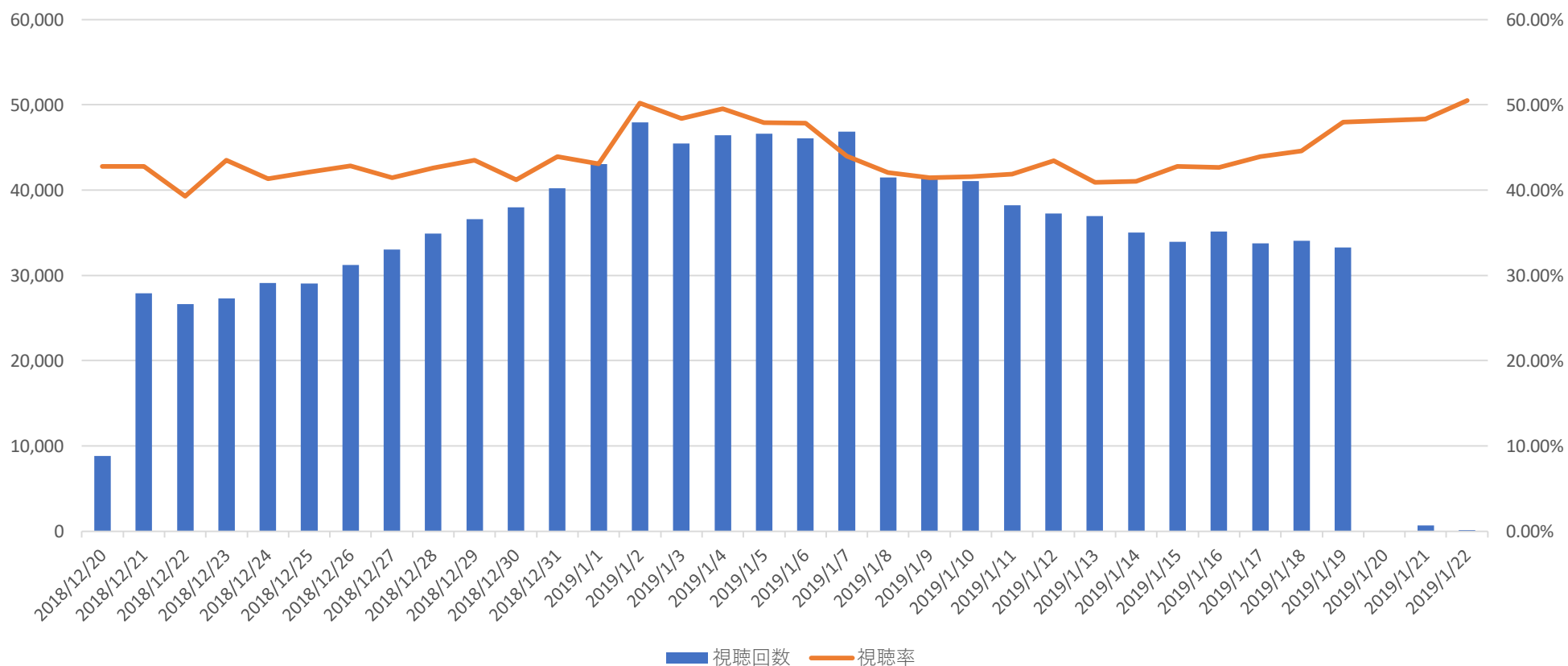
【再生維持率】



TrueViewインストリーム広告<台湾>

【日別レポート】

全体的に安定した配信ができており視聴率がほぼ横ばいになっております。1/2~1/7の期間は視聴回数がほかの日に比べても多くなりました。数日ではありますが視聴率が50%を超えている日もありました。



TrueViewインストリーム広告<台湾>

【地域別レポート】

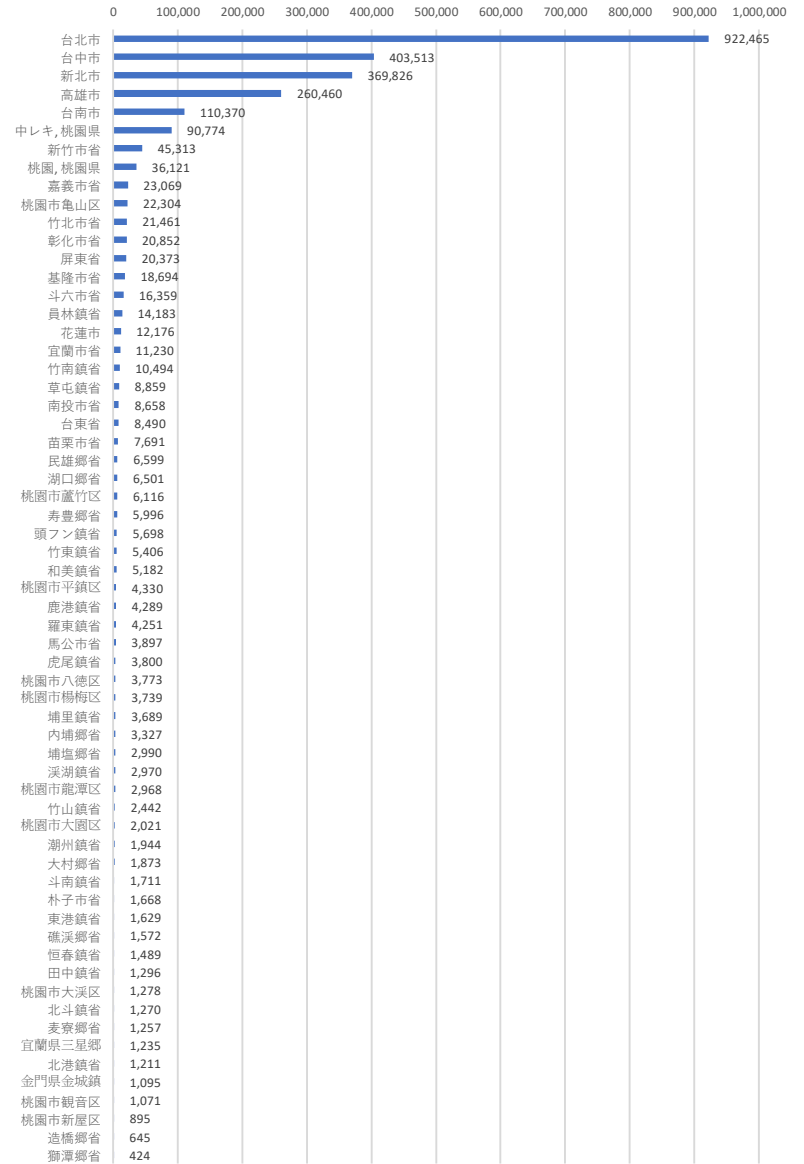
圧倒的に台北市でした。台中市、新北市、高雄市、台南市と、台湾北部から西部の主要都市が並びます。



全リスト

地域	表示回数	視聴回数	視聴率	平均広告視聴率	費用
台北市	922,465	416,008	45.10%	¥0.89	¥370,516
台中市	403,513	177,805	44.06%	¥0.88	¥156,016
新北市	369,826	155,427	41.49%	¥0.90	¥138,375
高雄市	260,460	112,924	43.36%	¥0.89	¥100,141
台南市	110,370	47,034	42.61%	¥0.89	¥41,697
中レキ, 桃園県	90,774	40,356	44.46%	¥0.89	¥35,937
新竹市	45,313	19,223	42.42%	¥0.88	¥16,939
桃園, 桃園県	36,121	15,484	42.87%	¥0.88	¥13,629
嘉義市	23,069	10,101	43.79%	¥0.89	¥8,944
桃園市龜山区	22,304	9,491	42.55%	¥0.87	¥8,244
竹北市	21,461	9,115	42.49%	¥0.87	¥7,911
彰化市	20,852	8,962	42.98%	¥0.90	¥8,077
屏東市	20,373	8,848	43.43%	¥0.90	¥7,929
基隆市	18,694	7,820	41.83%	¥0.87	¥6,783
斗六市	16,359	7,146	43.68%	¥0.88	¥6,268
員林鎮	14,183	6,165	43.46%	¥0.90	¥5,537
花蓮市	12,176	5,353	43.97%	¥0.90	¥4,843
宜蘭市	11,230	4,811	42.85%	¥0.90	¥4,308
竹南鎮	10,494	4,635	44.17%	¥0.87	¥4,055
草屯鎮	8,859	3,864	43.62%	¥0.89	¥3,428
南投市	8,658	3,735	43.14%	¥0.89	¥3,324
台東市	8,490	3,620	42.64%	¥0.89	¥3,223
苗栗市	7,691	3,255	42.33%	¥0.87	¥2,829
苗栗市	6,599	2,927	44.36%	¥0.83	¥2,416
湖口鎮	6,501	2,812	43.26%	¥0.85	¥2,380
桃園市蘆竹區	6,116	2,646	43.26%	¥0.83	¥2,188
壽豐鎮	5,996	2,511	41.87%	¥0.83	¥2,073
頭アン鎮	5,698	2,415	42.38%	¥0.87	¥2,108
竹東鎮	5,406	2,283	42.23%	¥0.86	¥1,968
和美鎮	5,182	2,189	42.24%	¥0.88	¥1,924
桃園市平鎮區	4,330	1,805	41.69%	¥0.82	¥1,484
鹿港鎮	4,289	1,868	43.55%	¥0.88	¥1,646
羅東鎮	4,251	1,808	42.53%	¥0.86	¥1,559
馬公市	3,897	1,756	45.07%	¥0.84	¥1,482
虎尾鎮	3,800	1,681	44.25%	¥0.82	¥1,379
桃園市八德區	3,773	1,621	42.97%	¥0.85	¥1,372
桃園市楊梅區	3,739	1,639	43.84%	¥0.80	¥1,304
埔里鎮	3,689	1,520	41.20%	¥0.83	¥1,261
内埔鄉	3,327	1,434	43.09%	¥0.86	¥1,233
埔塩鄉	2,990	1,244	41.59%	¥0.87	¥1,082
溪湖鎮	2,970	1,252	42.16%	¥0.86	¥1,074
桃園市龍潭區	2,968	1,283	43.22%	¥0.83	¥1,062
竹山鎮	2,442	1,057	43.28%	¥0.87	¥916
桃園市大園區	2,021	808	39.98%	¥0.89	¥722
湖州鎮	1,944	803	41.30%	¥0.86	¥687
大村鄉	1,873	854	45.62%	¥0.86	¥736
斗南鎮	1,711	742	43.34%	¥0.81	¥599
朴子市	1,668	712	42.70%	¥0.87	¥619
東港鎮	1,629	678	41.69%	¥0.88	¥596
鹿寮鄉	1,572	631	40.12%	¥0.89	¥560
恒春鎮	1,489	692	46.48%	¥0.84	¥580
恒春鎮	1,296	565	43.62%	¥0.84	¥473
桃園市大溪區	1,278	559	43.74%	¥0.85	¥476
北斗鎮	1,270	545	42.95%	¥0.85	¥463
麥寮鄉	1,257	539	42.88%	¥0.80	¥433
宜蘭縣三星鄉	1,235	518	41.43%	¥0.88	¥451
北港鎮	1,211	483	39.88%	¥0.81	¥391
金門県金城鎮	1,095	418	38.14%	¥0.84	¥351
桃園市觀音區	1,071	434	40.49%	¥0.81	¥351
桃園市新屋區	895	396	44.19%	¥0.81	¥319
造橋鄉	645	290	44.95%	¥0.81	¥235
獅潭鄉	424	178	42.02%	¥0.73	¥131
合計	2,577,283	1,127,777	43.76%	¥0.89	¥1,000,031

表示回数



TrueViewインストリーム広告<台湾>

【地域別レポート】

圧倒的に台北市でした。ついで台中市、新北市、高雄市、台南市と、台湾北部から西部の主要都市が並びます。ページに収まるよう、31位以下を「その他」としてまとめました。



一部のみ

地域	表示回数	視聴回数	視聴率	平均広告視聴単価	費用
台北市	922,465	416,008	45.10%	¥0.89	¥370,516
台中市	403,513	177,805	44.06%	¥0.88	¥156,016
新北市	369,826	153,427	41.49%	¥0.90	¥138,375
高雄市	260,460	112,924	43.36%	¥0.89	¥100,141
台南市	110,370	47,034	42.61%	¥0.89	¥41,697
中レキ, 桃園県	90,774	40,356	44.46%	¥0.89	¥35,937
新竹市省	45,313	19,223	42.42%	¥0.88	¥16,939
桃園, 桃園県	36,121	15,484	42.87%	¥0.88	¥13,629
嘉義市省	23,069	10,101	43.79%	¥0.89	¥8,944
桃園市亀山区	22,304	9,491	42.55%	¥0.87	¥8,244
竹北市省	21,461	9,118	42.49%	¥0.87	¥7,912
彰化市省	20,852	8,962	42.98%	¥0.90	¥8,077
屏東省	20,373	8,848	43.43%	¥0.90	¥7,929
基隆市省	18,694	7,820	41.83%	¥0.87	¥6,783
斗六市省	16,359	7,146	43.68%	¥0.88	¥6,268
員林鎮省	14,183	6,165	43.46%	¥0.90	¥5,537
花蓮市	12,176	5,353	43.97%	¥0.90	¥4,843
宜蘭市省	11,230	4,812	42.85%	¥0.90	¥4,308
竹南鎮省	10,494	4,635	44.17%	¥0.87	¥4,055
草屯鎮省	8,859	3,864	43.62%	¥0.89	¥3,428
南投市省	8,658	3,735	43.14%	¥0.89	¥3,324
台東省	8,490	3,620	42.64%	¥0.89	¥3,223
苗栗市省	7,691	3,255	42.33%	¥0.87	¥2,829
民雄郷省	6,599	2,927	44.36%	¥0.83	¥2,416
湖口郷省	6,501	2,812	43.26%	¥0.85	¥2,380
桃園市蘆竹区	6,116	2,646	43.26%	¥0.83	¥2,188
寿豊郷省	5,996	2,511	41.87%	¥0.83	¥2,073
頭フン鎮省	5,698	2,415	42.38%	¥0.87	¥2,108
竹東鎮省	5,406	2,283	42.23%	¥0.86	¥1,968
和美鎮省	5,182	2,189	42.24%	¥0.88	¥1,924
その他	72,049	30,808	42.76%	¥0.84	¥26,022
合計	2,577,283	1,127,777	43.76%	¥0.89	¥1,000,031



香港

True View インストリーム広告

TrueViewインストリーム広告<香港>

総括

ターゲット	表示回数	視聴回数	視聴率	平均広告視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価
香港	2,227,602	1,101,436	49.44%	¥0.91	¥1,000,007	6,069	0.27%	¥164.8
	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率	完全視聴数	完全視聴単価		
	46.63%	36.81%	31.05%	27.00%	297,388	¥3.36		

【配信結果】

- 100%再生率が最も高い27%となり、多くのユーザーが最後まで動画を視聴しました。
- 動画視聴単価は武道動画の方が安くなりましたが、クリック単価はどちらも165円となりました。
- 年齢別では、視聴率に関しては25-34歳のアクティブな層が最も高く、クリックに関しては高年齢層の方が良い反応になりました。
- デバイスは視聴はパソコン、クリックはスマートフォンの反応が良い結果となりました。

【配信の特徴】

- 武道動画より**アウトドア動画の視聴率の方が高い**。
- 視聴率、クリック率において、配信した国・地域の中では、**香港と台湾のみ女性の割合が高くなった**。
- 最も視聴率が高いのは25-34歳の若い層という結果となったが、18-54歳まで視聴率が50%を超えており**幅広い層で関心が高かった**。

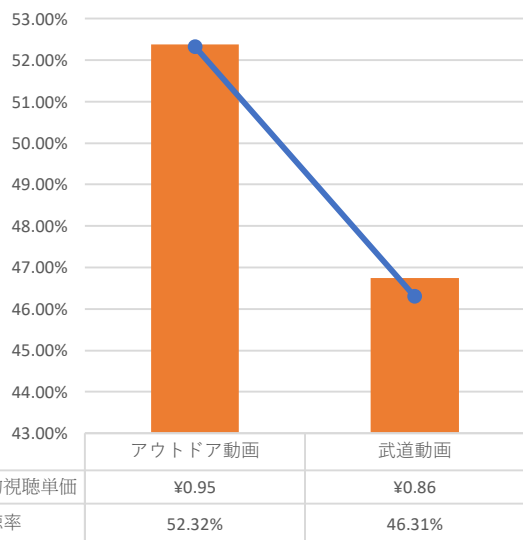
TrueViewインストリーム広告<香港>

【動画別レポート】

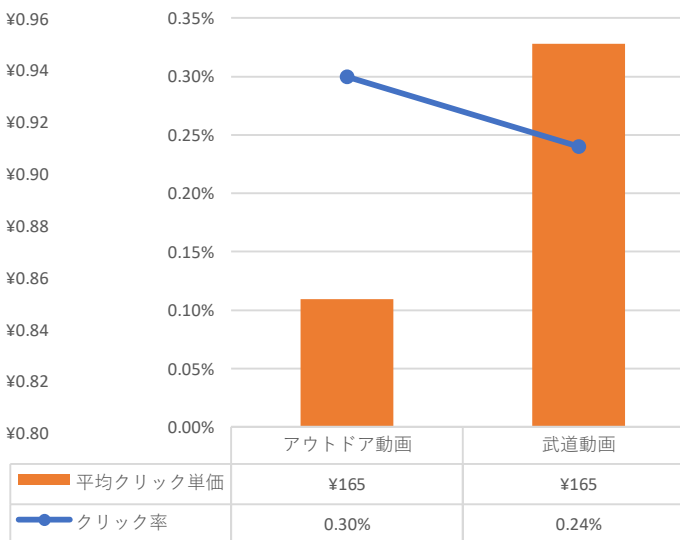
香港ではアウトドア動画の方が視聴率が高く、広告視聴単価では武道動画の方が低い結果となりました。平均クリック単価がほとんど同じ165円ほどで、どちらの動画も多くのクリックにつながりました。またすべての国で最も完全視聴率が高くなり、最後まで関心を持って詳細な情報を動画から得ようとしていた傾向がうかがえました。

広告グループ	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
アウトドア動画	1,162,133	608,016	52.32%	¥0.95	¥576,233	3,498	0.30%	¥165	48.59%	38.15%	32.55%	28.25%
武道動画	1,065,417	493,420	46.31%	¥0.86	¥423,775	2,571	0.24%	¥165	44.48%	35.34%	29.41%	25.64%

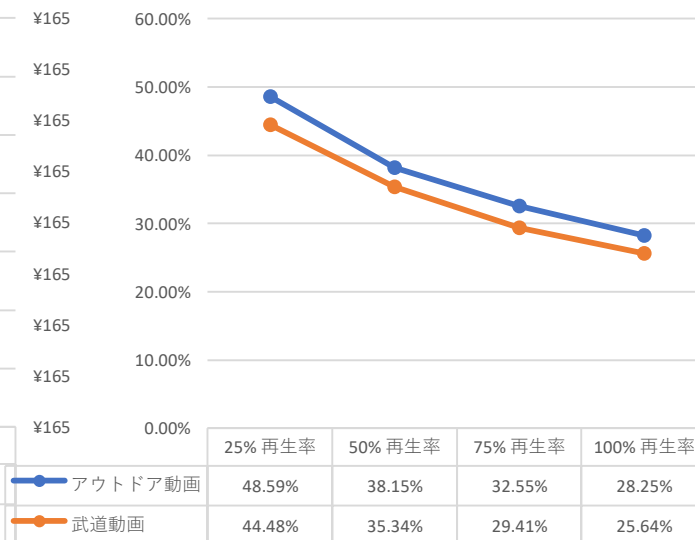
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



TrueViewインストリーム広告<香港>

【デバイス別レポート】

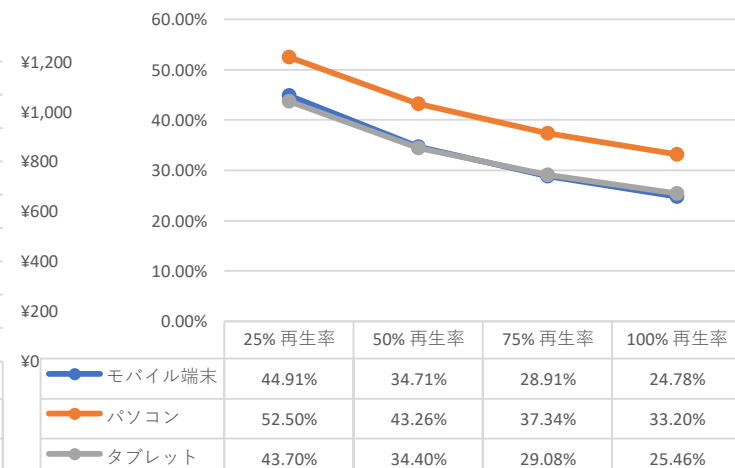
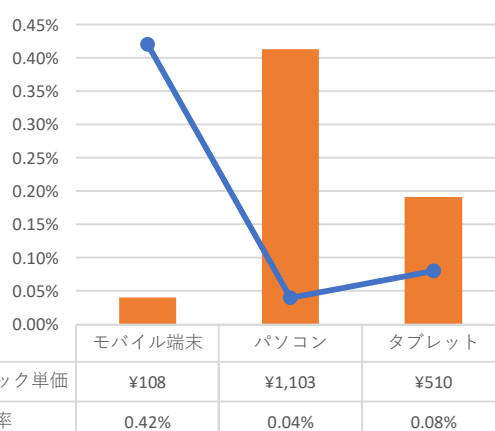
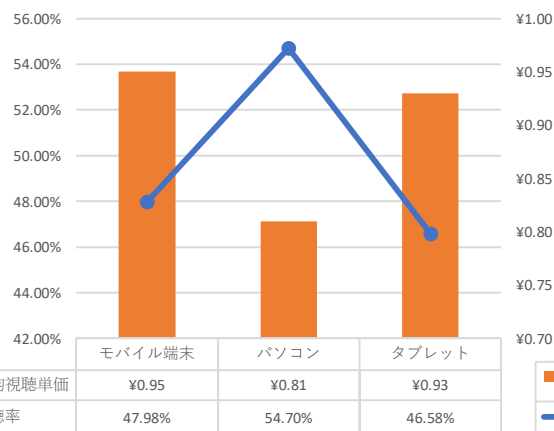
視聴率ではパソコンが最も高い結果となりましたが、クリック率に関しては、スマートフォンが高くクリック単価も安価になりました。広告の内容についてより詳細な情報を集めていたスマートフォンユーザーに強く効率的に訴求できたと思えます。再生維持率ではどのデバイスも大きな差がない結果となりました。

デバイス	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
モバイル端末	1,320,938	633,729	47.98%	¥0.95	¥600,788	5,549	0.42%	¥108	44.91%	34.71%	28.91%	24.78%
パソコン	560,084	306,369	54.70%	¥0.81	¥249,204	226	0.04%	¥1,103	52.50%	43.26%	37.34%	33.20%
タブレット	346,076	161,186	46.58%	¥0.93	¥149,873	294	0.08%	¥510	43.70%	34.40%	29.08%	25.46%
その他	504	152	32.30%	¥0.92	¥142	0	0.00%	¥0	31.71%	27.27%	24.83%	22.39%
合計	2,227,602	1,101,436	49.44%	¥0.91	¥1,000,007	6,069	0.27%	¥165	46.63%	36.81%	31.05%	27.00%

【視聴数値】

【クリック数値】

【再生維持率】



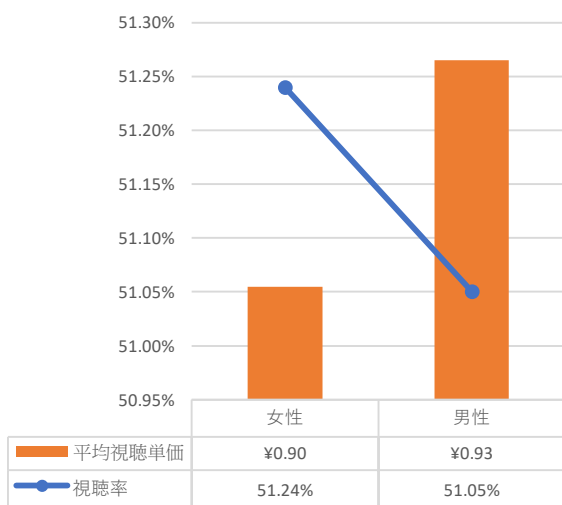
TrueViewインストリーム広告<香港>

【男女別レポート】

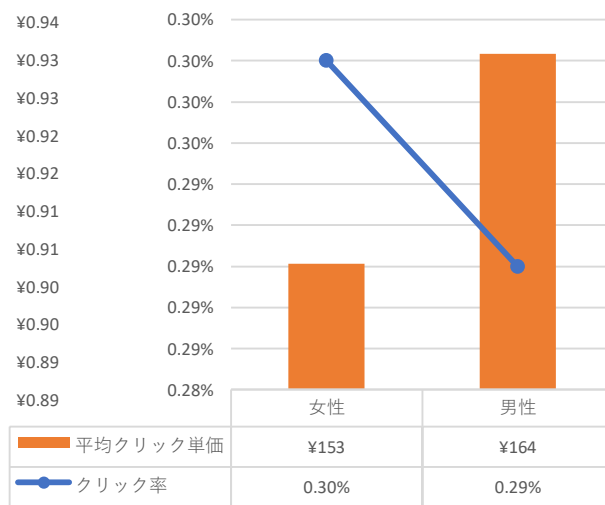
視聴率では女性の方がわずかに高い結果となり、視聴単価でも女性の方がやや安価で着地しました。クリック率についても、女性の方が高く、広告の内容についてより詳細な情報を集めていたユーザーが多かったと言えます。そしてクリック単価も安価になり、効率的に視聴を獲得できました。一方で、完全視聴率は男性の方が高い結果となりました。

男女別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
女性	589,514	302,053	51.24%	¥0.90	¥273,185	1,788	0.30%	¥153	48.28%	37.84%	31.63%	27.22%
男性	1,225,234	625,428	51.05%	¥0.93	¥578,602	3,525	0.29%	¥164	48.10%	38.34%	32.75%	28.62%
未設定	412,854	173,955	42.13%	¥0.85	¥148,221	756	0.18%	¥196	39.90%	30.75%	25.17%	21.87%
合計	2,227,602	1,101,436	49.44%	¥0.91	¥1,000,007	6,069	0.27%	¥165	46.63%	36.81%	31.05%	27.00%

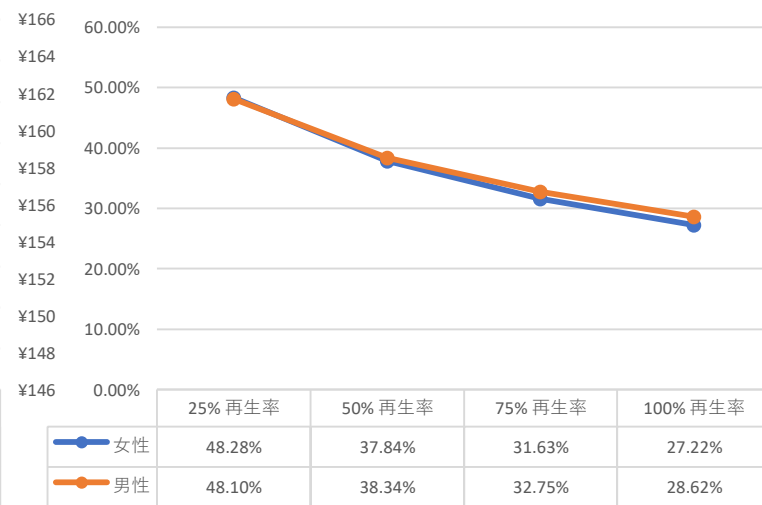
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



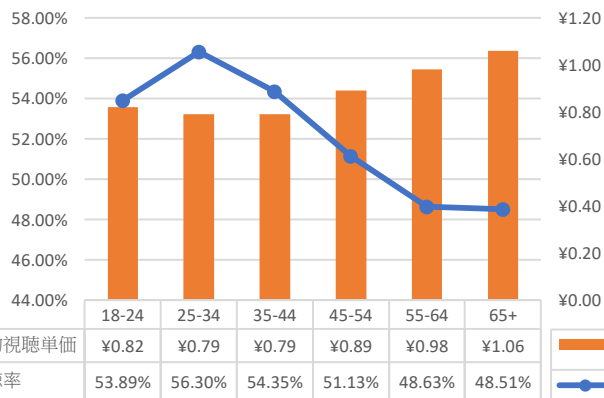
TrueViewインストリーム広告<香港>

【年齢層別レポート】

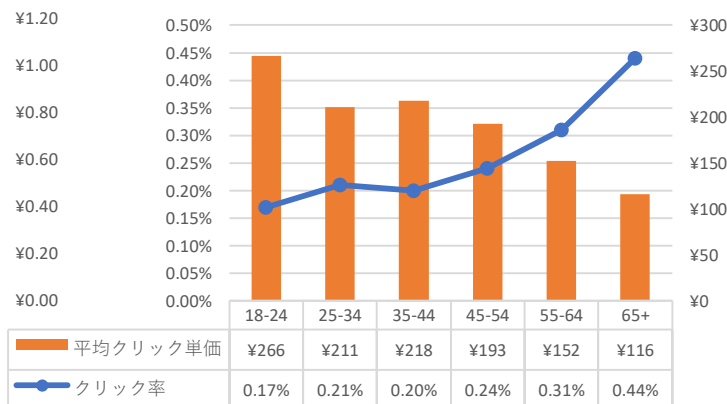
最も視聴率が高いのは25-34歳の若い層という結果となりましたが、18-54歳まで視聴率が50%を超えており幅広い層に支持されたと考えられます。一方でクリック率は高年齢層ほど高く動画視聴後に行動に移したユーザーが多かったと言えます。

年齢別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
18-24	204,052	109,963	53.89%	¥0.82	¥89,795	337	0.17%	¥266	50.55%	38.92%	32.61%	28.42%
25-34	206,927	116,499	56.30%	¥0.79	¥92,225	438	0.21%	¥211	53.53%	43.09%	36.82%	32.41%
35-44	203,713	110,708	54.35%	¥0.79	¥87,600	402	0.20%	¥218	51.86%	42.07%	36.26%	31.96%
45-54	280,710	143,532	51.13%	¥0.89	¥127,453	662	0.24%	¥193	48.62%	38.98%	33.11%	28.81%
55-64	424,610	206,474	48.63%	¥0.98	¥202,874	1,334	0.31%	¥152	45.71%	36.31%	30.68%	26.51%
65+	475,104	230,457	48.51%	¥1.06	¥243,927	2,105	0.44%	¥116	45.14%	35.39%	29.94%	25.83%
未設定	432,486	183,803	42.49%	¥0.85	¥156,134	791	0.18%	¥197	40.23%	30.94%	25.31%	21.98%
合計	2,227,602	1,101,436	49.44%	¥0.91	¥1,000,007	6,069	0.27%	¥165	46.63%	36.81%	31.05%	27.00%

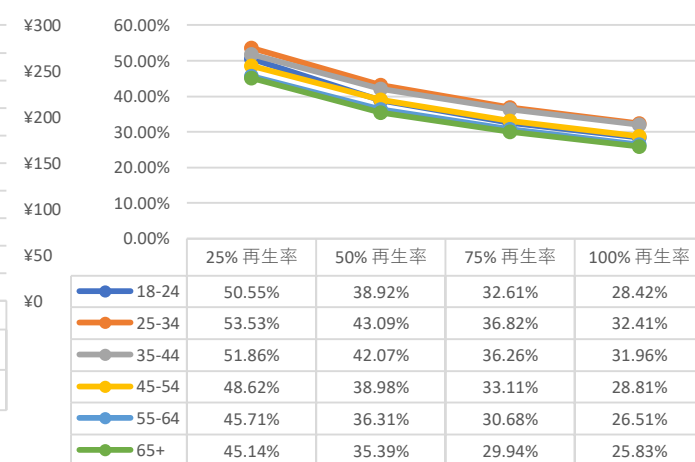
【視聴数値】



【クリック数値】



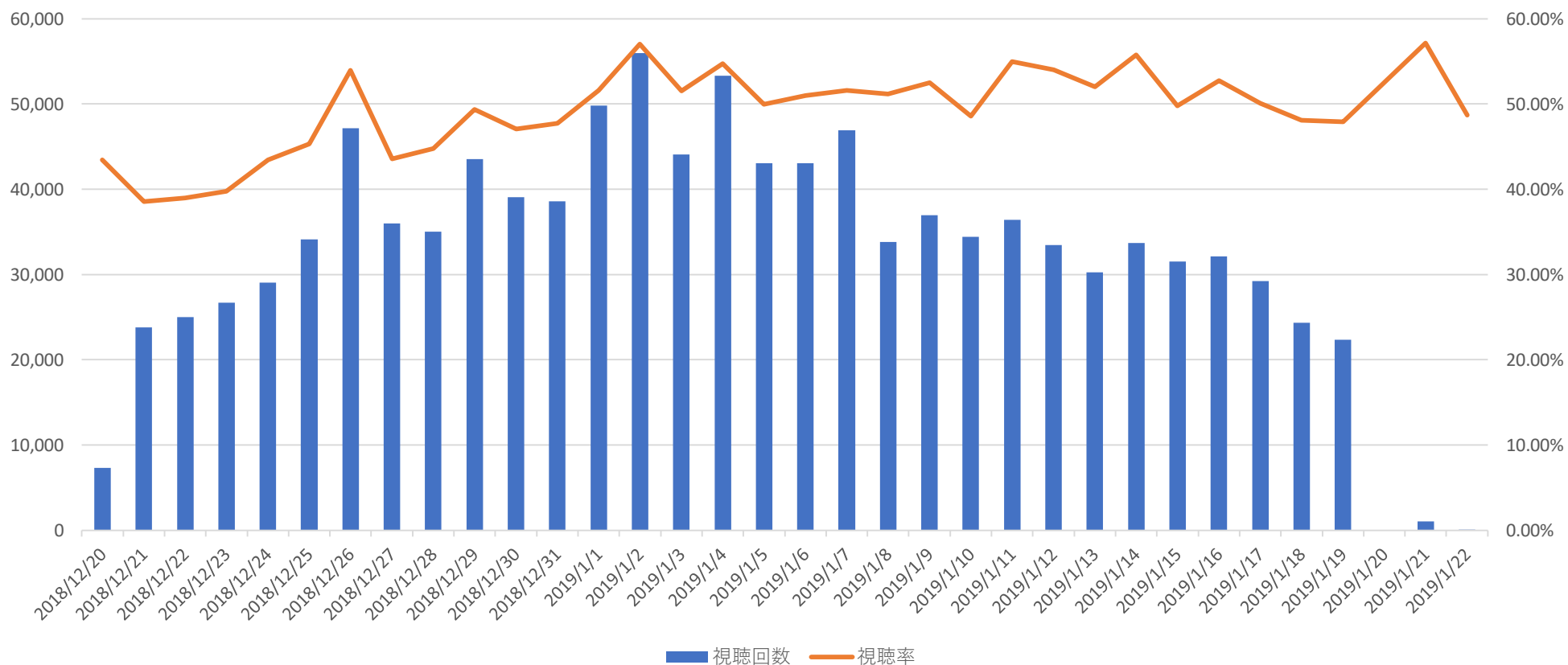
【再生維持率】



TrueViewインストリーム広告<香港>

【日別レポート】

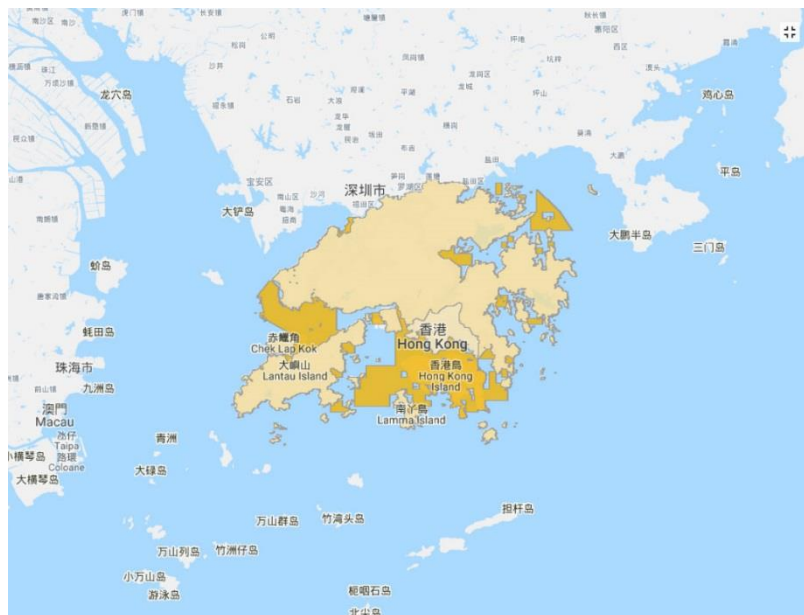
香港の日別の数値は台湾と同じく山型を描いており似ている印象ですが、視聴率は日毎に差があります。1月1日以降で視聴回数が増えていることもあり、年内まで配信している競合が多かったことが推測されます。



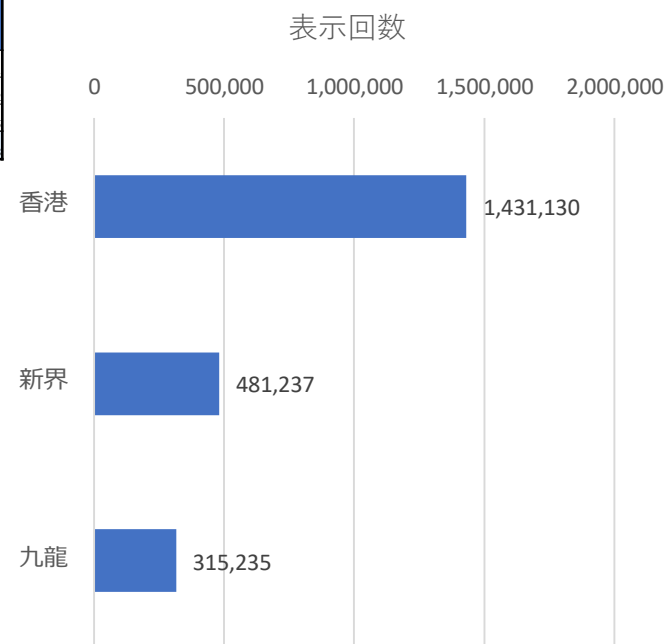
TrueViewインストリーム広告<香港>

【地域別レポート】

表示回数は香港島が多く、対岸の新界、九龍を合わせても香港島が半数以上を占めていました。視聴率も香港島が多く、新界、九龍と続きます。



地域	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用
香港	1,431,130	734,905	51.35%	¥0.90	664,571
新界	481,237	222,190	46.17%	¥0.92	203,362
九龍	315,235	144,341	45.79%	¥0.92	132,075
合計	2,227,602	1,101,436	49.44%	¥0.91	1,000,008



日本

True View インストリーム広告

TrueViewインストリーム広告<日本>

総括

ターゲット	表示回数	視聴回数	視聴率	平均広告視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価
日本	2,057,921	715,248	34.76%	¥1.40	¥1,000,047	2,381	0.12%	¥420.0
	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率	完全視聴数	完全視聴単価		
	32.09%	23.51%	18.45%	15.28%	109,290	¥9.15		

【配信結果】

- ・ 想定通りほかの国と比較すると視聴率が低く、クリック率も低い結果となりました。
- ・ 視聴に関しては武道動画のほうが反応が良く、クリックではアウトドア動画の方が良い反応でした。
- ・ 全体として男性の反応が良く、視聴率・クリック率ともに女性よりも高い結果となりました。
- ・ 年齢別では、視聴率は若年層ほど高くクリック率はフランスと同じN字型となりました。
- ・ デバイスは視聴はパソコン、クリックはスマートフォンの反応が良い結果となりました。

【配信の特徴】

- ・ どちらの動画もすべての国で視聴率、完全視聴率ともに最も低くなり、**海外に有効な動画である。**
- ・ 視聴率、クリック率ともに男性が高く、**男性の方が関心が高かった。**
- ・ 最も視聴率が高いのは18-24歳の若年層という結果となり、次いで25-34歳、35-44歳となっており、**若年層ほど動画の関心が高いことが分かった。**

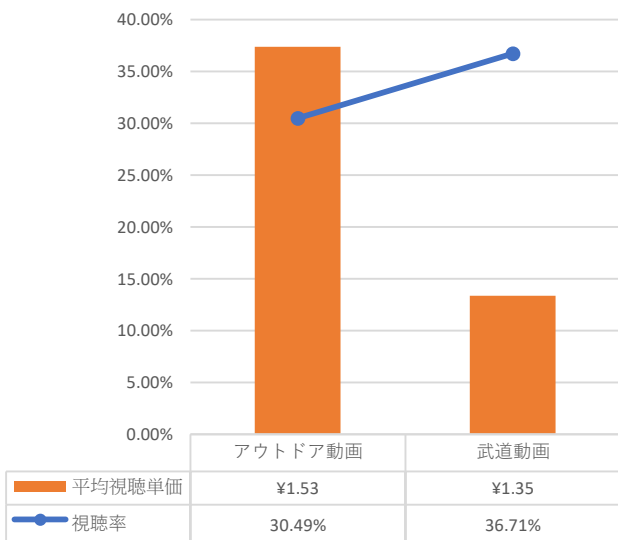
TrueViewインストリーム広告<日本>

【動画別レポート】

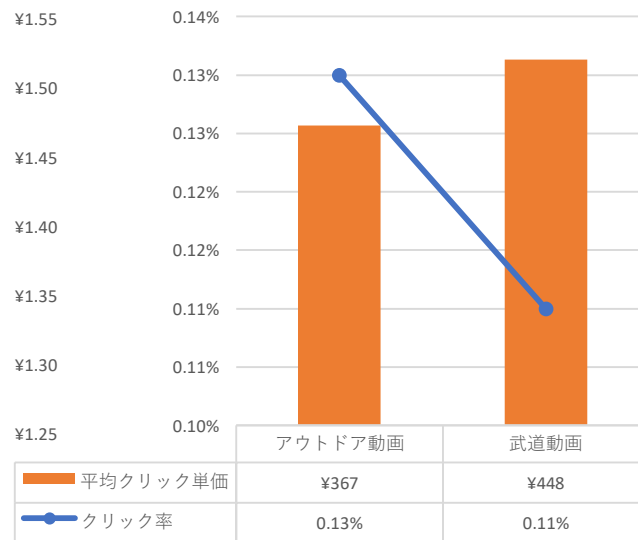
日本ではアウトドア動画よりも武道動画の方が視聴率が高く、動画の引きが強く、ユーザーに刺さっていたといえます。広告視聴単価も低い結果となり、効率的に視聴を獲得できていました。一方でクリック率はアウトドア動画の方が高くなり、広告の内容についてより詳細な情報を集めていたユーザーが多くいました。すべての国で視聴率、完全視聴率ともに最も低くなりました。

広告グループ	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
アウトドア動画	646,021	196,990	30.49%	¥1.53	¥300,723	819	0.13%	¥367	25.89%	17.74%	14.31%	11.84%
武道動画	1,411,832	518,258	36.71%	¥1.35	¥699,324	1,562	0.11%	¥448	34.94%	26.17%	20.36%	16.86%

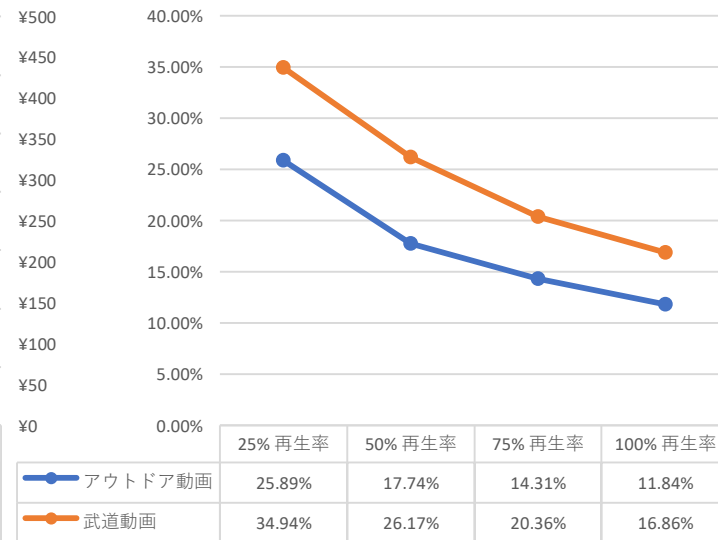
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



TrueViewインストリーム広告<日本>

【デバイス別レポート】

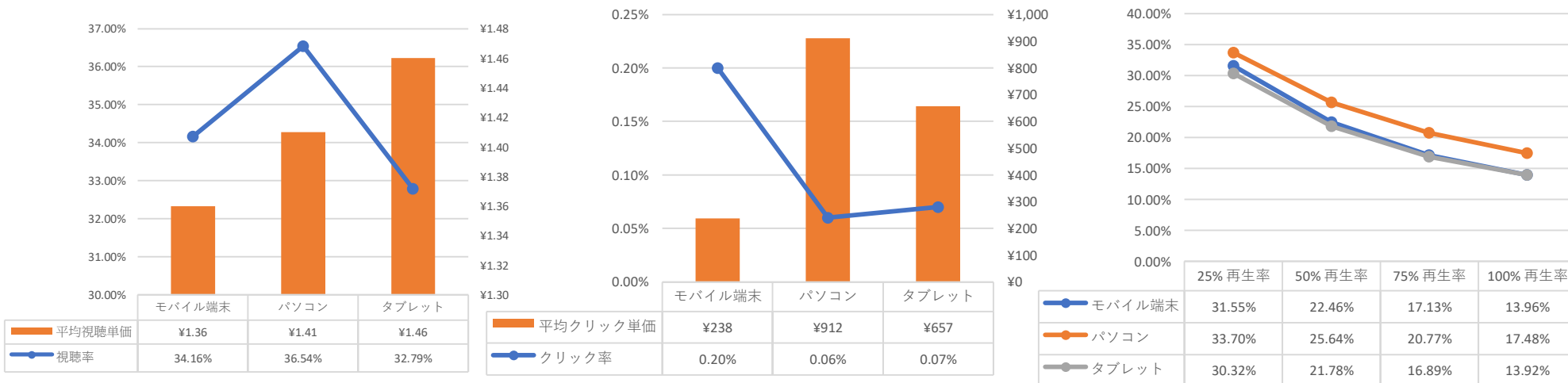
視聴率ではパソコン、モバイル端末、タブレットの順で高い結果となりましたが、どのデバイスもほとんど変わりませんでした。配信量も他国と比較するとバランスが良い印象です。再生維持率はどのデバイスも大きな差がありませんでした。

デバイス	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
モバイル端末	825,916	282,101	34.16%	¥1.36	¥383,346	1614	0.20%	¥238	31.55%	22.46%	17.13%	13.96%
パソコン	782,227	285,797	36.54%	¥1.41	¥402,239	441	0.06%	¥912	33.70%	25.64%	20.77%	17.48%
タブレット	448,985	147,207	32.79%	¥1.46	¥214,231	326	0.07%	¥657	30.32%	21.78%	16.89%	13.92%
その他	793	143	19.72%	¥1.62	¥231	0	0.00%	¥0	18.40%	13.55%	10.93%	10.65%
合計	2,057,921	715,248	34.76%	¥1.40	¥1,000,047	2,381	0.12%	¥420	32.09%	23.51%	18.45%	15.28%

【視聴数値】

【クリック数値】

【再生維持率】



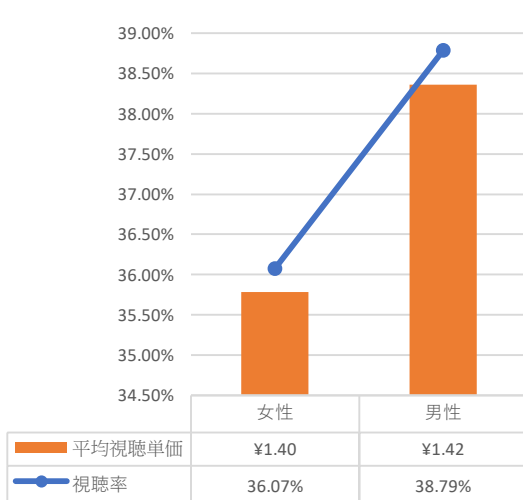
TrueViewインストリーム広告<日本>

【男女別レポート】

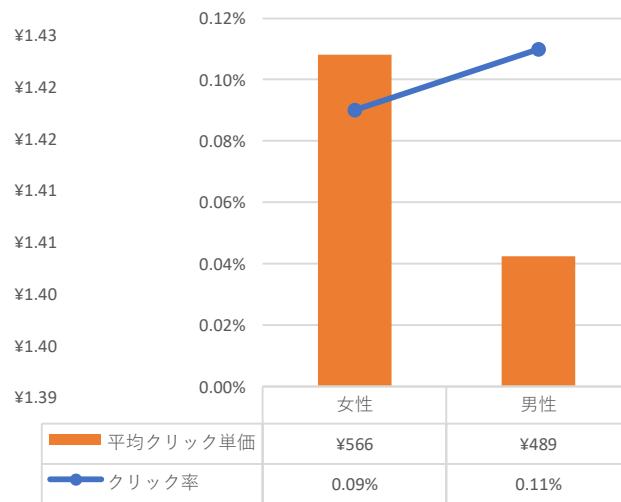
視聴率では男性の方がわずかに高い結果となりましたが、視聴単価は女性の方がやや安価で着地しました。対してクリック率に関しては、男性の方が高く、クリック単価も安価になりました。また、完全視聴率は男性が最も高い結果となりました。男性のほうが広告の内容についてより詳細な情報を集めていたユーザーが多く、効率的に視聴を獲得できていたといえます。

男女別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
女性	555,840	200,504	36.07%	¥1.40	¥280,809	496	0.09%	¥566	33.40%	23.84%	18.29%	15.12%
男性	778,736	302,089	38.79%	¥1.42	¥428,301	875	0.11%	¥489	36.34%	27.09%	21.57%	17.80%
未設定	723,345	212,655	29.40%	¥1.37	¥290,937	1,010	0.14%	¥288	26.54%	19.43%	15.24%	12.70%
合計	2,057,921	715,248	34.76%	¥1.40	¥1,000,047	2,381	0.12%	¥420	32.09%	23.51%	18.45%	15.28%

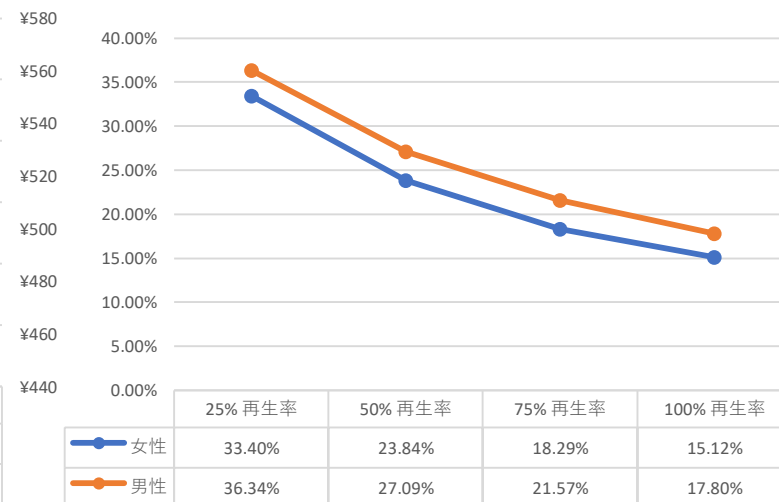
【視聴数値】



【クリック数値】



【再生維持率】



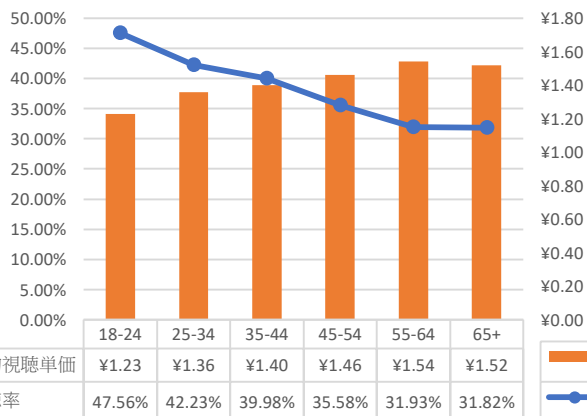
TrueViewインストリーム広告<日本>

【年齢層別レポート】

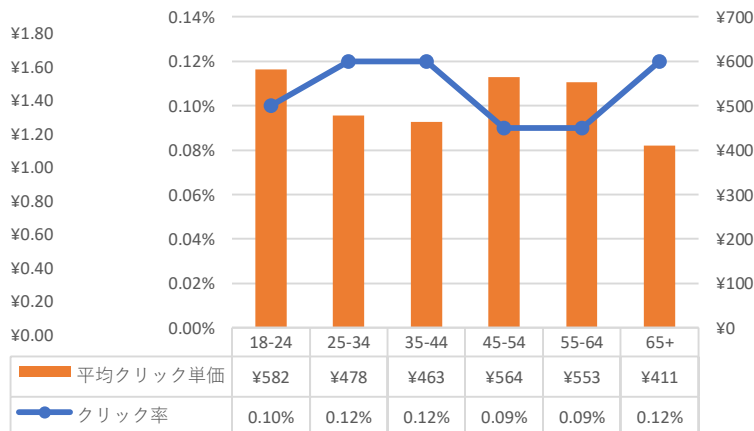
最も視聴率が高いのは18-24歳の若年層という結果となり、次いで25-34歳,35-44歳となっており若年層の関心が良かったと言えます。国別のグラフで比べると、フランスと近い形をしていることがわかります。完全視聴率も若年層ほど高くなりました。

年齢別	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価	25% 再生率	50% 再生率	75% 再生率	100% 再生率
18-24	201,208	95,701	47.56%	¥1.23	¥117,483	202	0.10%	¥582	44.60%	32.95%	25.09%	20.55%
25-34	248,722	105,025	42.23%	¥1.36	¥143,048	299	0.12%	¥478	39.71%	29.30%	22.82%	18.83%
35-44	214,435	85,723	39.98%	¥1.40	¥120,038	259	0.12%	¥463	37.55%	27.60%	21.85%	18.03%
45-54	262,940	93,548	35.58%	¥1.46	¥136,589	242	0.09%	¥564	33.14%	24.36%	19.26%	15.88%
55-64	260,979	83,340	31.93%	¥1.54	¥128,250	232	0.09%	¥553	29.49%	21.53%	17.23%	14.36%
65+	194,455	61,867	31.82%	¥1.52	¥94,026	229	0.12%	¥411	29.43%	21.54%	17.32%	14.50%
未設定	675,182	190,044	28.15%	¥1.37	¥260,612	918	0.14%	¥284	25.21%	18.30%	14.29%	11.89%
合計	2,057,921	715,248	34.76%	¥1.40	¥1,000,047	2,381	0.12%	¥420	32.09%	23.51%	18.45%	15.28%

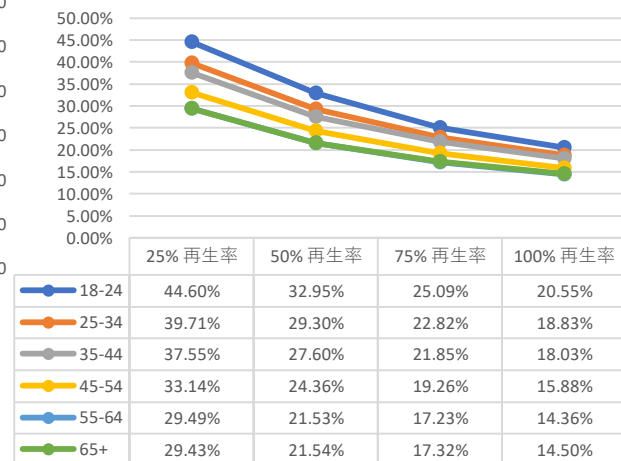
【視聴数値】



【クリック数値】



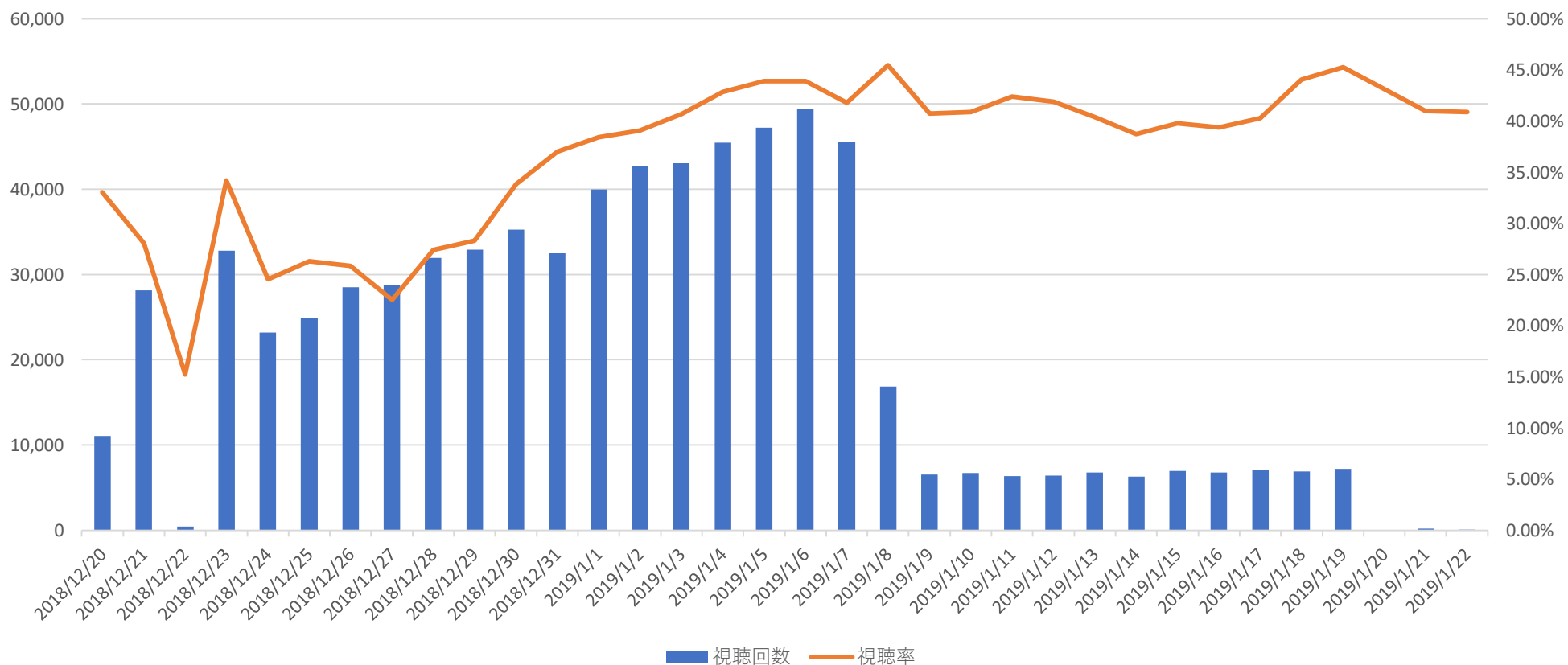
【再生維持率】



TrueViewインストリーム広告<日本>

【日別レポート】

前半は視聴回数と視聴率が連動する形で安定した広告運用をしておりました。後半には他国と比較して広告費のアロケーションを行い、150万円から100万円に減額したためそれに伴い視聴回数が減少しました。一方で視聴率は維持しています。



TrueViewインストリーム広告<日本>

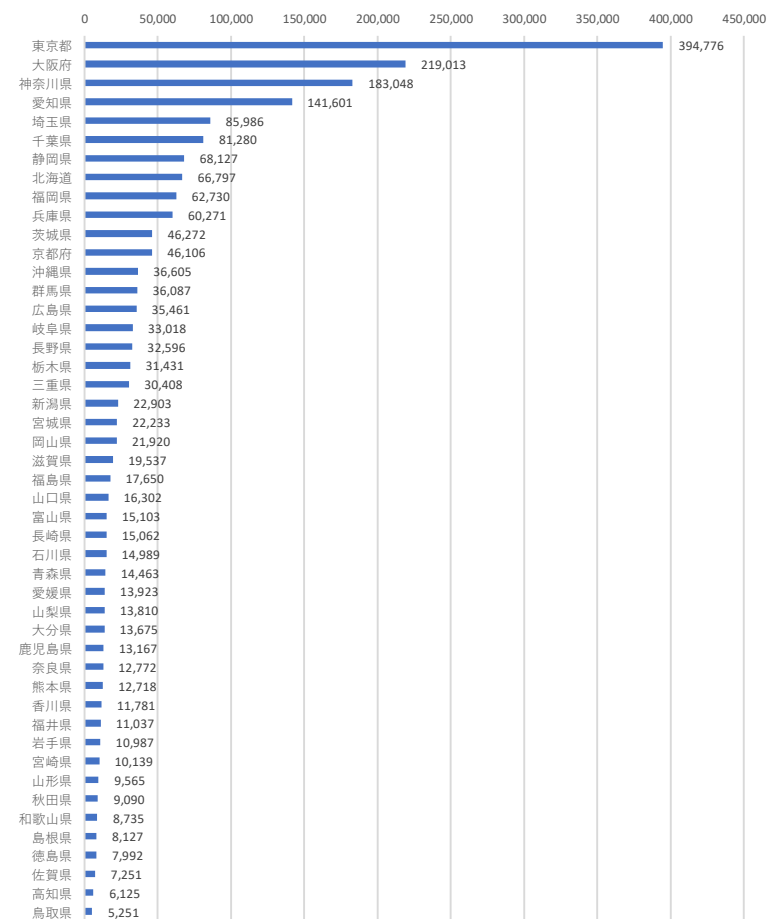
【地域別レポート】

表示回数は、東京都、大阪府、神奈川県（横浜）、愛知県（名古屋）の大都市を抱える地域が上位になっていました。視聴率は沖縄県、三重県、大阪府の順でした。



地域	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用
東京都	394,776	137,886	34.93%	¥1.46	¥200,714
大阪府	219,013	82,392	37.62%	¥1.32	¥108,480
神奈川県	183,048	68,306	37.32%	¥1.38	¥94,175
愛知県	141,601	50,776	35.86%	¥1.35	¥68,798
埼玉県	85,986	29,721	34.56%	¥1.42	¥42,334
千葉県	81,280	28,286	34.80%	¥1.41	¥39,787
静岡県	68,127	24,938	36.61%	¥1.35	¥33,662
北海道	66,797	19,544	29.26%	¥1.45	¥28,407
福岡県	62,730	21,103	33.64%	¥1.38	¥29,226
兵庫県	60,271	18,582	30.83%	¥1.46	¥27,105
茨城県	46,272	16,839	36.39%	¥1.38	¥23,284
京都府	46,106	16,189	35.11%	¥1.35	¥21,855
沖縄県	36,605	14,028	38.32%	¥1.33	¥18,727
群馬県	36,087	13,349	36.99%	¥1.34	¥17,927
広島県	35,461	11,821	33.34%	¥1.42	¥16,752
岐阜県	33,018	11,582	35.08%	¥1.37	¥15,831
長野県	32,596	10,970	33.65%	¥1.41	¥15,496
栃木県	31,431	11,617	36.96%	¥1.35	¥15,709
三重県	30,408	11,458	37.68%	¥1.34	¥15,361
新潟県	22,903	6,531	28.52%	¥1.49	¥9,734
宮城県	22,233	6,728	30.26%	¥1.45	¥9,747
岡山県	21,920	7,120	32.48%	¥1.44	¥10,274
滋賀県	19,537	6,777	34.69%	¥1.38	¥9,354
福島県	17,650	5,625	31.87%	¥1.43	¥8,068
山口県	16,302	5,332	32.71%	¥1.37	¥7,326
富山県	15,103	4,817	31.89%	¥1.41	¥6,785
長崎県	15,062	4,809	31.93%	¥1.40	¥6,736
石川県	14,989	4,771	31.83%	¥1.41	¥6,745
青森県	14,463	4,327	29.92%	¥1.44	¥6,242
愛媛県	13,923	4,269	30.66%	¥1.47	¥6,263
山梨県	13,810	4,831	34.98%	¥1.40	¥6,759
大分県	13,675	4,609	33.70%	¥1.39	¥6,394
鹿児島県	13,167	4,199	31.89%	¥1.42	¥5,980
奈良県	12,772	3,728	29.18%	¥1.49	¥5,545
熊本県	12,718	3,712	29.19%	¥1.53	¥5,673
香川県	11,781	3,880	32.94%	¥1.42	¥5,512
福井県	11,037	3,745	33.93%	¥1.40	¥5,252
岩手県	10,987	3,319	30.21%	¥1.45	¥4,807
宮崎県	10,139	3,289	32.44%	¥1.44	¥4,752
山形県	9,565	3,073	32.13%	¥1.48	¥4,547
秋田県	9,090	2,512	27.63%	¥1.53	¥3,847
和歌山県	8,735	2,572	29.44%	¥1.47	¥3,779
徳島県	8,127	2,623	32.27%	¥1.41	¥3,707
徳島県	7,992	2,636	32.99%	¥1.46	¥3,847
佐賀県	7,251	2,397	33.06%	¥1.42	¥3,407
高知県	6,125	1,986	32.43%	¥1.45	¥2,872
鳥取県	5,251	1,645	31.32%	¥1.50	¥2,465
合計	2,057,921	715,248	34.76%	¥1.40	¥1,000,047

表示回数



中国

百度视频广告

百度视频广告<中国>

ターゲット	表示回数	視聴回数	視聴率	平均広告 視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均 クリック単価
中国	587,384	587,384	100.00%	¥1.70	¥1,000,856	—	—	—

百度视频は百度が運営する中国最大級の動画コンテンツプラットフォームです。広告再生で課金され、スキップ不可のため表示回数＝視聴回数となります。

※WEBサイトへのリンク設置無し



- ・全体としてシミュレーション通り平均広告視聴単価1.7円での配信となりました。
- ・12月22日より配信する動画を切り替えました。
前半：アウトドア動画 後半：武道動画

配信期間がアウトドア動画15日間、武道動画15日間で配信を行いました。配信開始時間などの関係で**わずかに武道動画の方が多く**配信される結果となりましたが、平均視聴単価などに関しては全く同じです。

デバイス別では、**モバイル端末（Iphone,Android）がパソコンの約2倍の配信量**となりました。その他の要素に関しては、視聴率・視聴単価ともに全く同じ結果となりました。

百度视频広告<中国>



【動画別レポート】

配信期間がアウトドア動画15日間、武道動画15日間で配信を行いました。配信開始時間などの関係でわずかに武道動画の方が多く配信される結果となりましたが、平均視聴単価などに関しては全く同じです。

広告グループ	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価
アウトドア動画	287,868	287,868	100.00%	¥1.70	¥490,217	—	—	—
武道動画	299,516	299,516	100.00%	¥1.70	¥510,639	—	—	—

【デバイス別レポート】

デバイス別では、モバイル端末（iPhone,Android）がパソコンの約2倍の配信量となりました。その他の要素に関しては、視聴率・視聴単価ともに全く同じ結果となりました。

デバイス	表示回数	視聴回数	視聴率	平均視聴単価	費用	クリック数	クリック率	平均クリック単価
モバイル端末	395,027	395,027	100.00%	¥1.70	¥673,089	—	—	—
パソコン	192,357	192,357	100.00%	¥1.70	¥327,768	—	—	—
合計	587,384	587,384	100.00%	¥1.70	¥1,000,857	—	—	—

百度视频广告<中国>



【日別レポート】

中国では日毎の視聴回数にほとんど変動がなく安定した配信となりました。12月21日までアウトドア、12月22日より武道の動画が配信されましたが視聴回数には影響がありませんでした。

