

【スポーツツーリズム・ムーブメント創出事業】第3回 官民連携協議会

スポーツ庁制作動画プロモーションの進捗状況について



スポーツ庁

Jtb Communication Design

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1月28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！ 406

シェア 205

視聴回数 1.5万回

YouTube

視聴回数

202万回

武道ツーリズム

2018年12月20日
配信スタート



Facebook

いいね！ 4,110

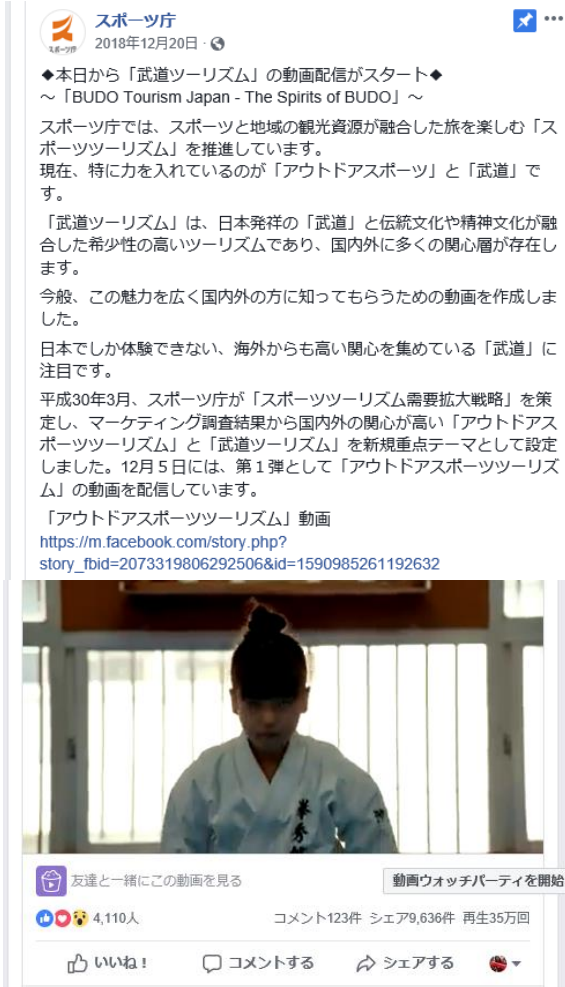
シェア 9,636

視聴回数 35万回

YouTube

視聴回数

324万回



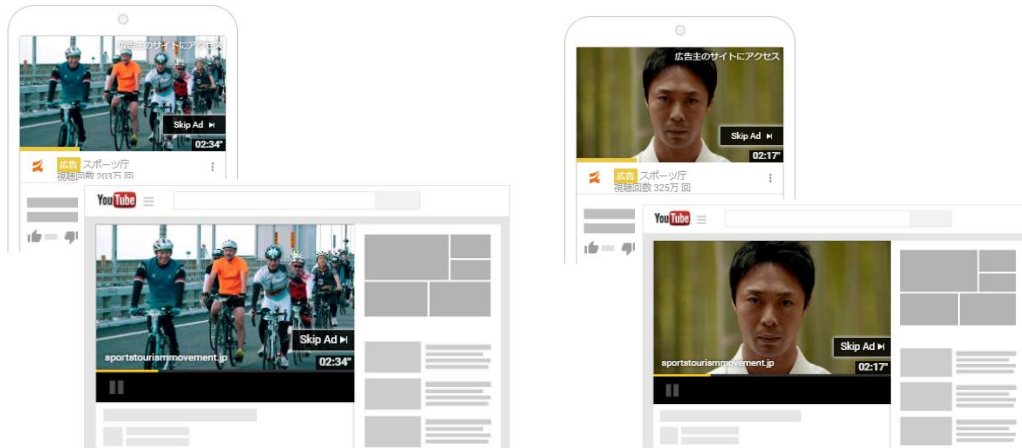
● 武道ツーリズム動画	
いいね!	4,110人
コメント	123件
シェア	9,636件
再生	35万回
● アウトドアスポーツツーリズム動画	
いいね	406人
コメント	4件
シェア	205件
再生	1.5万回

※1月28日現在

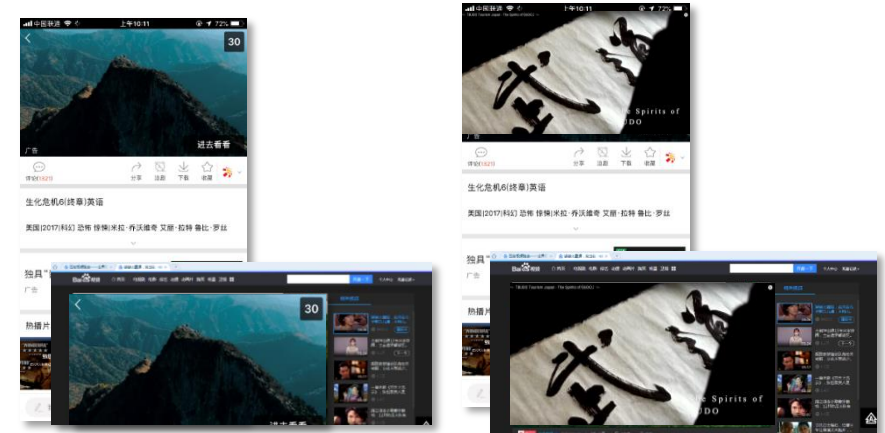
- ・通常のスポーツ庁の投稿 1 件が数十件～数百件の「いいね」「シェア」を獲得するのに対し、「**武道ツーリズム**」の投稿は通常より格段に関心が高い結果となっています。
- ・シェアしている人の多くは外国人で、シェア時のコメントは概ね好意的。「日本に体験するために行ってみたい」「日本と日本の文化はとても美しい」「スポーツ庁は良い動画作って武道観光を行っている」等

- 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



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 視聴率から、国・地域別として**アメリカ⇒香港⇒台湾⇒フランス⇒日本**の順に反応が高いといえる。（中国除く）

※「視聴率」とは、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。

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。

※「平均視聴単価」とは、1視聴あたりの広告費用のことで投下費用÷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。

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。

※「クリック率」とは、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。これが高いほど、より詳細な情報を集めていたユーザーが多いといえる。

アメリカ

- 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。**

香港

- 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。**

台湾

- 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。**

フランス

- 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。**

日本

- 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。**

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。