

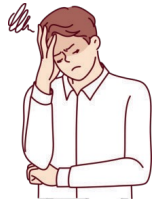
Web Marketing

- ✓ 寄附への直接行動へ結びつきやすい
- ✓ 明確なターゲティングに継続的なPRが可能
- ✓ コスト効率がよく、シェアコメントでのリーチ拡大

ポータルサイト外からポータルサイト内広告まで一気通貫したWeb広告運用が可能です。

「まずはテストマーケティングをして、うちの自治体の指標を知りたい」「競合自治体との差別化をしていきたい」「Webを活用した面白い試みをしたい」など事例を踏まえたご相談を承っていますので、まずはお気軽にご相談ください！

こんなお悩みありませんでしょうか？



こんな課題ありませんか？



- ・ Web広告って何をしたらよいの？
- ・ Web広告をやってみたけど、良かったの？ 悪かったの？
- ・ ポータルサイト内広告の単価が高い

ふるさと納税のWeb広告は、
広告の「目的」と「ターゲット」を明確に！
寄附者のさまざまなシチュエーションと
返礼品ごとに、的確な広告を配信することで
コストパフォーマンスを最大化が可能です！



[Web広告の課題、解決します！]

- ✓ 返礼品ごとのきめ細やかなマーケティング分析とターゲティング設定
- ✓ 返礼品ごとに統一感をもたせ、消費者の趣向に合わせたクリエイティブの制作
- ✓ 上記実績と経験値から実現する低単価配信。
- ✓ 業界トップクラスのコストパフォーマンス


2017年～
実績延べ
100自治体

前年対比
寄附額増
96%

次年度継続率
90%以上

平均バナー
広告単価
12円

Web広告 課題解決への「鍵」

競争の低いポータルサイト外で、どれだけ貴自治体の
「すりこみ」を行いポータルサイトへ誘導するかが **鍵** 

<消費者のシチュエーション>

貴自治体の
返礼品・地域に
興味のある人

競合自治体の返礼品
・地域に興味のある人

ふるさと納税はやってないが
貴自治体の返礼品ジャンル
・地域に興味のある人

ポータルサイト外広告



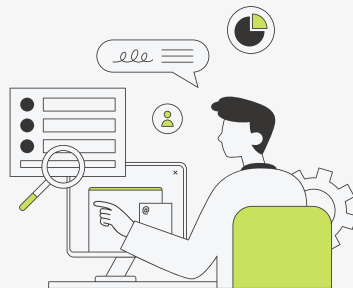
競争性
低

貴自治体の返礼品・地域を探している人、
見ている人に的確にリーチし、取りこぼしを防ぐ

競合自治体の返礼品・地域を探している人、
見ている人にリーチしリプレースを狙う

ECモールサイトやメーカーサイトを見ている人に
リーチし、ふるさと納税での購入を想起させる

ポータルサイト内広告



貴自治体の返礼品・地域ページへ
直接誘導することが鍵

競争性
高

「市自治体」 + 「返礼品名」での「指名検索」を増やす

ポータルサイト内の寄附率は上がる
単価が高騰している検索連動広告などの、各種ポータル
サイト内広告のコストを圧縮し、転換率の上昇を可能に

Web広告 寄附金を増やすポイント

POINT

- 「寄附をする可能性の高いシチュエーションの人」をどれだけ炙り出せるか
- 競合やECモールなど「返礼品・地域を取り巻くマーケティング」ができているか
- 上記を鑑みた、「魅力とイメージを残すクリエイティブ」をどれだけ作れるか

ポータルサイト外広告 プラットフォームの種類



各ポータルサイト

Web広告 プラットフォーム概要

検索連動型広告 リスティング広告

検索連動型広告 リスティング



検索内で、検索結果とともに表示される広告です。
検索キーワードに連動して広告表示ができるため、
**製品やサービスに関心を持っている可能性
の高いユーザー**に広告表示が可能です。

Point.1
見込客に効果的にアプローチが可能

Point.2
「Yahoo! JAPAN」や「Google」検索
の目立つ位置に広告掲載

Point.3
ターゲティングによるセグメント配信
が可能

※時間帯・曜日・エリア別の配信設定ができるため、ターゲットをより限定したコスト効率の良い運用が可能となります。

【Yahoo! 表示イメージ】



【Google 表示イメージ】



ディスプレイネットワーク広告①

ディスプレイ ネットワーク広告



Webサイトやアプリの広告枠に表示する、
画像やテキスト形式の広告です。

幅広い層に対して商品やブランド告知をし、
認知を促すことによって
興味や関心を喚起したいときに使います。

	Yahoo	Google
自社サービスの配信先	Yahoo自社サービスサイトが中心	なし
提携先の配信	アメーバブログ、 Yahoo知恵袋、 NAVERまとめ、 クックパッド、 ニコニコ動画など	ライブドアブログ、 教えてgoo、食べ ログ、ピクシブ、 Youtubeなど
提携サイトの特徴	法人のみ	個人運用ブログも 対応

【Yahoo! 表示イメージ】



【Google 表示イメージ】



ディスプレイネットワーク広告②

Googleディスプレイ広告 カスタムintent

「指定したページを閲覧した人」「指定したキーワードを検索した人」
にバナー広告を露出できます。



Facebook Instagram広告

ユーザープロフィールの詳細を生かして対象（ターゲット）を
年齢や性別、居住地区、興味関心などで
細かく絞り込み、効率的に配信できる広告メディアです。

Point.1

日常の情報収集段階で広告を配信できる

Point.2

各SNSの利用者特性に合わせ、かつ
ターゲットをセグメントしての配信が可能
特にFacebookは実名登録かつ様々な個人情報が登録される
ため、セグメント精度が高い。

【Instagram 表示イメージ】



【Facebook 表示イメージ】



※モバイル、デスクトップともに、**ニュースフィードへの掲載には、Facebookページ(企業ページ)が必須**となります。Facebookページの「管理者権限」をお持ちの方に広告配信の承認申請をさせていただきます。
※貴社Instagramアカウントを広告に連動させる場合は、InstagramアカウントのID、パスワードが必要となります。
※広告が掲載されるページの競合排除は出来ません。



位置情報データを活用して高精度のターゲティングを行い、

ネットワークやSNS上に広告を配信するDSP。

ターゲティング

ポリゴンや最小半径1mからの円指定で、**精緻なエリアを指定**して、その場所にいたユーザーにターゲティング可能。

配信イメージ

指定場所に行ったことある人に対して、国内最大級のネットワーク面(4,500億imp)のバナー枠で広告配信を実施。



指定場所に行ったことのある人

広告配信



LINE CPC広告

概要・特徴

最も利用者数が多く、情報
インフラとも言えるLINE。

広告のコストパフォーマンスも高く、**効率的**
に認知と寄附への導線を増やす。



Smart
Channel面



NEWS面



タイムライン面



マンガ面



BLOG面



ポイント面

TVtube



×



テレビでYoutubeを視聴する、**1,500万人以上**を対象とした動画広告を配信します。

Q1.そのの何がいの？



A1.日常的に見るテレビで配信できること！

Q2.テレビCMと何が違うの？



A2.低予算から配信できて、対象も細かく絞れること！

Q3.普通のYouTube広告と何が違うの？



A3.PC,スマホの画面に比べてテレビの大画面で見られる！

毎月の視聴者数

6,500万人以上 ※1

テレビでの視聴者数

1,500万人以上 ※2

リビングでテレビ視聴

約**975**万人 ※3

誰かと一緒にテレビ視聴

約**750**万人 ※4

つまり、

→家族とリビングで過ごすタイミングで動画広告配信



ユーザー嫌悪感が少ない、スキップ不可の広告FMT

広告スキップができない、テレビ由来のTVer独自の広告面

「興味関心」をフックとしたターゲティングが可能

アプリダウンロード数

7,250万

(2024年3月時点)

月間再生数 (TVer単体)

4.5億

(2024年3月時点)

費用概算



「プロモーションご予算」「貴市町村の返礼品や課題」に合わせて
最適なメディアプランをご提案いたします！

～45万円(税別)

こんな自治体様におすすめ！

- ・Web広告を試験的にやってみたい
- ・限られた予算で効率的に露出したい
- ・競合性の低い返礼品を取り扱っている

おすすめメディア数
1～2メディア

～300万円(税別)

こんな自治体様におすすめ！

- ・さらに寄附額を伸ばしたい
- ・Web広告のコスパをさらに上げたい
- ・競合性の高い返礼品を取り扱っている
- ・様々なWebメディアに掲載したい
- ・自治体の認知度も上げていきたい

おすすめメディア数
3～5メディア

300万円～(税別)

こんな自治体様におすすめ！

- ・寄附額を飛躍的に伸ばしたい
- ・Web広告のコスパをさらに上げたい
- ・競合自治体と圧倒的に差別化をしたい
- ・様々なWebメディアに露出したい
- ・自治体の認知度を飛躍的に伸ばしたい

おすすめメディア数
5メディア～

様々なふるさと納税Webプロモーションの豊富な実績とノウハウを元に
「広告シミュレーション」をお出しします。お気軽にご相談ください！