

# CAR Vol.49 Navigation

富士山の伏流水が湧く楽寿園内の小浜池を水源とする源兵衛川は、「水の都・三島」を代表する湧水河川です。当社からも近く、初夏にはホタルも舞い、会社帰りに鑑賞したりと憩いの場所として人気のスポットです。

写真提供：静岡県観光協会

インターネット広告は難しい、複雑、費用が高い…。そんなイメージを払拭し、シンプルで簡単、リーズナブルに運用できるインターネット広告。お客様の想いを形にし、幅広く視覚的に見込み顧客へ届けます。「自社サービスをターゲットユーザーに知っていただきたい」という、極めてシンプルかつ不変の課題に対し、私たちが持つテクノロジーとあらゆる分野で培ったノウハウを通じて、地域社会にとって本当に価値のある、新しいインターネット広告、それが「どこどこad」です。



インターネット広告を もっと遠くに、もっと近くに。

Webサイト訪問者のIPアドレスから「組織」「エリア」「気象」「回線種別」を判定しターゲティングを行うことのできるオンライン広告配信サービスです。Cookieを利用せず、IP Geolocation技術という独自のテクノロジーを活用し、効果的なバナー広告の配信を実現いたします。

## CLIENT INTERVIEW

### 自治体の課題である域内・域外への広報にも対応するターゲティング広告。



三島市は静岡県の東部、富士南麓、箱根西麓の伊豆半島の付け根に位置しており、三嶋大社の門前町として、また東海道五十三次の11番目の宿場町として古くから栄えた街です。三島市内には、富士山の伏流水がいたるところで湧き出でて街中を流れ、「水の郷百選」にも選ばれた水の都です。

人口：109,895人、49,315世帯  
面積：62.02平方キロメートル  
(2019年6月30日現在)



三島市役所  
企画戦略部 政策企画課 住むなら三島戦略室  
松本 周 様

当社所在地である三島市にて、住む人を増やすための取り組みである移住・定住促進事業を担当されている松本様に「どこどこad」で自治体での活用方法をお伺いしてきました。ご担当の松本様は現在の部署に配属される前は全くWEBの知識がありませんでしたが、住むなら三島戦略室へ異動をされてからデジタルマーケティングに取り組みられています。



富士山のふもと、せせらぎの街、三島。  
東京まで新幹線で約50分、移住を考えるならご相談ください。  
<http://www.city.mishima.shizuoka.jp/cp/mpr10.html>

次のページに続きます >>>

# 「エリア」と「組織」でターゲットを絞り、限られた予算で効果的なアプローチを実現！

### 一導入された経緯を教えてください。

元々、Webニュースで三島市にIP GeolocationというWEBのテクノロジーを持っている企業があるのは知っていたので興味を持っていました。首都圏に対する移住情報の発信をどうしたらよいか悩んでいたのが、別の経緯でお話をさせていただく中でGeolocation Technologyさんに相談させていただき、移住先として三島を考えてもらうPRする手段として「どどここad」の利用を始めました。

### 自治体の課題であった域外への広報に活用。予算も自由に設定可能。

### 一課題と導入に踏み切った要因は何ですか？

移住の促進という事業の性質上、県外、特に東京への情報発信をどうやって行うかという課題がありました。自治体なので域内の広報は得意なのですが、域外への情報発信は東京にある相談センターでの対面や移住専門雑誌への記事出稿などは行っておりましたが、域外に向けた広報は未経験の分野で課題でした。そこで、「どどここad」であればエリア・業種でターゲットが区切ることができ、予算も自由に設定可能なため導入しました。

### 一ターゲットを教えてください。

三島市としては移住・定住のターゲット像を「三島から新幹線通勤で東京に通う人」ということを前から考えていました。地域としては三島から近い品川駅周辺エリアの「東京都港区・品川区」、また業種は高収入で新幹線通勤や在宅勤務もしやすいのではないかと想定される「情報通信産業」をターゲットとしてWeb広告を実施しました。



### 一実際の反応はいかがでしたか？

東京で移住関連のイベントを開催した時にバナー広告からのお申し込みをされた方がいて、実際に効果に繋がっていることを実感非常に驚きました。また、レポートで配信回数をしっかり追うことで業務の実施状況を把握する上でも有効だなと感じました。

### ホワイトリストと単価調整で狙ったサイトに広告表示。クリック率にも好影響！

### 一工夫されたことを教えてください。

限られた予算を効果的に使うためにも、別のエリアと比較してみるとどうなのか、業種も情報通信産業で大きくは区切っていましたが、別のセグメントを作ってみるとどうなるか、ということを実験的にやってみました。予算的には少額だったので有意な差とまでは言えないかもしれませんが、エリアとしては千代田区、新宿区、渋谷区の表示回数が多いことがわかりました。それから、広告サイトやゲームサイトの表示が多かったので、ホワイトリスト(\*)でフィルタリングを強化したことで改善しました。広告の流れる速さや単価を調整して、特に単価を上げて表示サイトを狙いについて表示サイトが変わったことを実感しました。エリアによる差も見えてきましたし、ホワイトリストを使った時と使わない時でクリックの差も見えてきたので、結果を見ながら改善をしていくことが大事だなと実感しました。

### 報告書作成に役立つレポート機能。

### 一活用している機能はございますか？

表示回数やクリック数、アクセス元の解析レポートはよく使っており参考に見ています。特に、レポート機能は職場への報告資料を作るのに役立ち、非常に使いやすくて良かったです。

### 初心者にも感覚的にわかりやすいインターフェイスとわかりやすいターゲット設定。

### 一どどここadのお勧めポイントは？

初心者にも非常にとっつきやすいユーザーインターフェイスで感覚的にわかりやすく使いやすいですし、業種・エリアで区切れるのもわかりやすい特徴で良かったです。フィルタリング機能をもう少し早く活用できれば良かったです。担当の方からも色々教えていただいて初めて知った情報も非常に勉強になり、どどここadの設定もアドバイスをいただきながら一緒にできました。非常に親身に相談に乗っていただき助かりました。

### 一どどここad、もしくは弊社に今後期待する事はございますか？

今後もこうやって親身に相談に乗っていただくことが一番です。デジタルマーケティングの取り組みが大事だと実感したので、今後も力を入れていきたいです。可能性のある分野だと思っているので規模を拡大していきたいですね。

(2019年6月26日取材/文 = 小泉佳之)

\* ホワイトリスト (配信先媒体設定のホワイトリスト機能)  
ホワイトリスト機能により、ご希望の媒体のみに配信することが可能になります。



三島市の移住を増やすため、新しいIT技術を勉強して頑張っていくと語る松本様



IPアドレスでターゲティングできるディスプレイ広告

<https://www.docodocoad.jp/>



企業向けプロモーションの最適化！

**BtoBターゲティング**

企業からアクセスしている人だけに広告を表示。業種・所在地・従業員数・上場区分などで更に絞り込むことで組織に対しても最適な情報を届けことが可能です。

地域住民へ協力アプローチ

**エリアターゲティング**

接続元のIPアドレスから地域を判定する事によって常に最新の位置情報を特定し、都道府県、市区町村や郵便番号を指定し広告を配信することが可能です。

その他ターゲティングメニューもご用意しております。お気軽にお問い合わせください。



株式会社Geolocation Technology

〒411-0036 静岡県三島市一番町18-22 アーサーファーストビル4F

Tel:055-991-5544 Fax:055-991-5540

<https://www.geolocation.co.jp/>