

金融機関向け位置情報を活用した ターゲティング広告のご紹介

BUYZO Targeting



2026年10月
グローリー株式会社
国内カンパニー 営業本部



金融機関のデジタル戦略の重要性

課題

デジタル化への対応

人手不足

支援力強化

広告戦略課題

- 若年層へのアプローチ
- 新聞購読率の低下



- 渉外のチラシ営業工数がない
- デジタル戦略構築の本部人材不足



- 新規顧客の獲得
- 顧客接点を増やしてFace to Faceでお客様と向き合いたい



解決策

グローリーの広告配信サービスBUYZO Targetingは新たな営業戦略ツールです

- スマートフォンの位置情報からターゲットを定めて広告配信ができます
- 特定の場所への訪問/非訪問ユーザーが狙えます
- 「商材×行動履歴」による多角的なアプローチ

貴社の
売上を倍增



<広告表示イメージ>



LINEトーク画面サンプル

クリックすると指定ページURLに遷移
規定により、直接PDFファイルを開かせることは出来
ません。審査通過後にファイルを変更し悪意のある内
容に変更されるのを防止するため。



配信実績

2026年4月時点 68ユーザーにご採用頂いております

金融機関名	配信期間	配信目的
地銀・第二地銀	2022年～2023年	・アプリ配信 ・県外店舗への定期預金
地銀・第二地銀	2022年～2023年	・フリーローン、教育ローン、住宅ローン
地銀・第二地銀	2023年	・マイカーローン ・フリーローン
信用金庫	2023年	・定期預金 ・インターネット支店開設、アプリリニューアル
地銀・第二地銀	2023年	・住宅ローン
地銀・第二地銀	2023年	・マイカーローン
信用金庫	2023年	・マイカーローン
農協	2023年	・貯金キャンペーン
信用金庫	2023年	・インキュベーションセンター入居者募集
地銀・第二地銀	2024年	・おまとめローン
信用組合	2023年	・定期預金
信用組合	2023年	・マイカーローン
信用金庫	2023年	・マイカーローン
信用金庫子会社	2023年	・貸し会議室募集
信用組合	2024年	・定期預金
信用金庫	2024年	・ローン商品

BUYZO Targetingによる広告配信イメージ

新規顧客の獲得や魅力発信に**スマホ広告**を採用する金融機関が増加中。

なかでも、**行動データを基にアプローチするグローリーのジオターゲティング広告**に関心があつまっています。

- ジオターゲティング広告とは : スマホ位置情報を活用し、特定エリアに限定してのユーザーの行動にあった広告を配信する手法です
- 行動ベースのターゲティング : 店舗訪問者や特定エリア滞在者など、行動に基づき広告配信が可能で、実際の来店者を狙えます

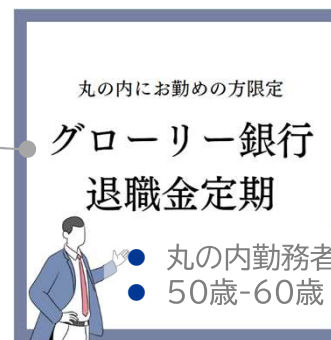
配信イメージ



- 25歳-60歳
- 過去1年間
- カーディーラー、自動車教習所
2回以上接触者



- ○○市居住者
- 25歳以上
- 過去1年間
- 店舗に接触していない人



- <出来ないこと>
- ・高層ビルの3階の勤務者
 - ・病院勤務者のうちお医者様だけ
 - ・組合員のみ

ユーザー属性とリアル行動で絞り込んだオンライン広告配信が可能

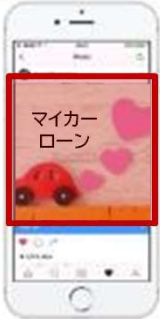
BUYZO Targetingの仕組み

- スマホの位置情報からターゲットを選定
- ターゲティングに使用する位置情報データは、スマホ内のアプリ位置情報の提供を許可したユーザーのみのデータを取得
- 取得データはアプリ利用時の「緯度経度」「日時」「広告ID※」



GPSの位置情報から取得した広告IDを活用して広告を配信

オンライン広告の配信イメージ

	SNS広告					ディスプレイ広告	
名称	Facebook	Instagram	X(旧Twitter)	LINE	YouTube	GDN(google)	YDN(yahoo)
リーチ	約2,600万人 /月間UU	約3,300万人 /月間UU	約4,500万人 /月間UU	約9,500万人 /月間UU	約7,000万人 /月間UU	インターネット利用ユーザーの 約90%にリーチ	
配信イメージ							
対象※1	30～50代 やや男性が多い	10～30代の若年層 女性が多い	10～40代 男女半々	40代を中心に幅広い世代 男女半々		幅広い世代	
特徴	ターゲティング精度が高い(FBは実名の登録制のため)	FBと同一プラットフォームを使用しているため、同じくターゲティング精度が高い	2次拡散が期待でき、リアルタイムの情報収集に利用される	圧倒的な利用者数で、他SNSではリサーチしづらい中年層/高年層にも強い	50%以上のユーザーは商品検索を行った後、YouTubeで更に商品の詳細を調べる 参照: Think with people: How online video empowers people to take action	「食ベログ」や「ライブドア」といった提携サイトの他、ニュースサイトなどGoogleアドセンスを利用している200万以上のWebサイトの広告枠に配信	月間で約700億PVを誇る日本最大級のポータルサイト「Yahoo!JAPAN」をはじめYahoo!ニュース・Yahoo!メールなどYahoo!が運営するサイトやサービスを中心に配信
配信対象年齢設定	1歳単位で指定可能		上下限選択式		上下限選択式		複数選択式
	[下限] ~ [上限] ・18歳 ~ ・65歳以上		[下限] ・13歳 ・18歳 ・21歳 ・25歳 ・35歳 ・50歳	[上限] ・24歳 ・24歳 ・49歳 ・54歳 ・ー ・ー以上	[下限] ・15歳 ・20歳 ・25歳 ・30歳 ・35歳 ・40歳 ・45歳 ・50歳 ・55歳 ・60歳 ・65歳	[上限] ・19歳 ・24歳 ・29歳 ・34歳 ・39歳 ・44歳 ・49歳 ・54歳 ・59歳 ・64歳 ・ー ・すべて	・18歳～24歳 ・25歳～34歳 ・35歳～44歳 ・45歳～54歳 ・55歳～64歳 ・65歳以上
参考クリック単価※2	135円	169円	181円 (2023/7配信月)	126円	4円	98円	115円 (2022/10配信月)

※1: 購買データに基づく配信のためイメージです ※2: 2021年3月～2023年5月実績平均のため、配信単価を保証するものではありません。

BUYZO Targetingが選ばれる理由

BUYZO Targeting <

選ばれる理由 01

格納している広告IDの母数が多い

携帯会社を横断
して広告IDを
取得できる

《国内最大級》
人口の少ない
地域にも有利



配信母数である「広告ID」を
9,000万ID取得

選ばれる理由 03

ターゲットの絞り込みが
細かく設定できる

ポスティングやインターネット広告の
場合、県・市・町単位の**広範囲の配布
/配信**となる



対象を絞り込んだ
アプローチ可能



選ばれる理由 02

対象者を細かく設定可能

一般的な
オンライン広告

グローリー



- 東京都千代田区居住
- 男性



- 東京都千代田区居住
 - 男性
 - 26歳～65歳まで
- +
- 過去半年間
 - 東京都内の住宅展示場に
3回以上接触した履歴のある
ユーザー

無駄なコストをカットし
費用対効果を向上

選ばれる理由 04

広告を見た人が店頭
来店したかの計測ができる

SNSへ広告配信



広告を閲覧した
スマホ広告IDを取得

広告ID
ABCDE

広告IDのスマホが店舗へ接触
したか検知することが可能



広告ID
ABCDE

金融機関におけるBUYZOジオターゲティング活用意義

■地域性と生活動線の重要性

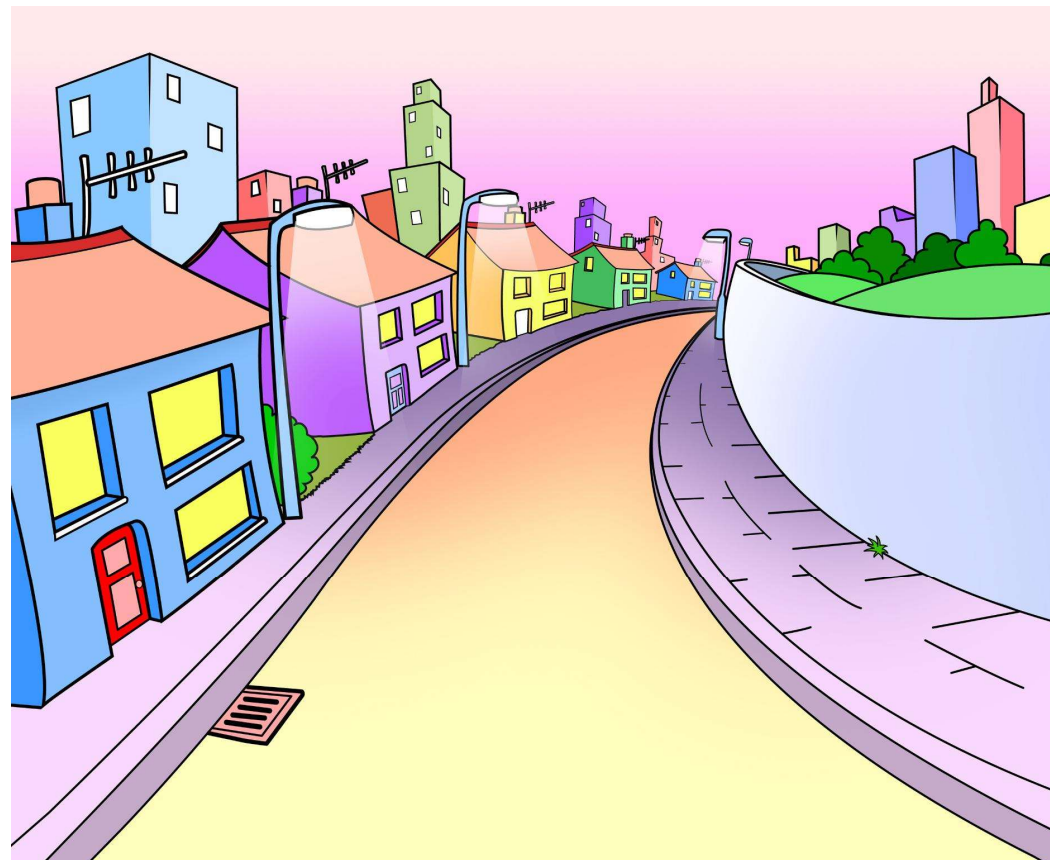
地域住民の生活に密着し、
地域性と生活動線に紐づいた広告配信ができます

■位置情報と行動履歴の活用

BUYZOは位置情報と行動履歴を組み合わせ、
顧客のニーズが高まる瞬間に広告配信を最適化
できます

■地域密着型広告の価値観

顔の見える金融を実現し、
地域密着型コミュニケーションが可能です



BUYZO Targeting 配信事例 <預金獲得>



近くにあるぞ
預けてみよう



配信目的と効果検証

赤網掛け部が獲得が難しい対象者

配信目的		対象者	効果測定
店舗 2キロ <u>圏内</u> の	新規	未来店者	口座開設数
	既存	生活者 (来店有無問わず)	預金残高
店舗 2キロ <u>圏外</u> の	新規	在住、在勤、在学 等々	広告配信数
	既存		広告からの申込数

効果的な広告配信は、何を目的として誰にどのように伝えるか、効果測定を明確しておき、PDCAサイクルをまわして最適化を行っていくことが必要です。

BUYZO Targeting 配信事例 <店舗出店>

- 移転開店「告知」にかかる業務効率化
- お知らせ(ポスティング)人員不足の解消

子育てママ



給食費の振込口座

近くに出店したなら取引を見直そうかな

バイトの口座。**就職で引越**
他県でも口座使えるの？

自金庫 経営層



期待のコンセプト店舗

地域の皆さんにご来店頂きたい！

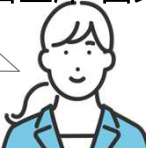
ポスティングの負担が減り
開店準備に集中できました

大学生



店舗移転の
お知らせ

自金庫 営業職



<デジタルちらし>

配信予算

想定配信人数	配信費用(税抜き)
3万～4万人	30万円
4万～5万人	40万円
5万～6万人	50万円

きっかけ
を与え
ファンを
獲得

出店エリアにお住まいの方

費用



サービス名称	サービス内容/用途	ご参考価格
BUYZOターゲティング広告	● スマートフォンの位置情報から行動履歴を取得し、施策対象者へのターゲティング広告発信が可能 ● Web閲覧ではなく実際に足を運んだリアル行動データ(GPS)を基とするサービス ● 広告媒体はLINE・Facebook等のSNSを目的に応じて選択可能 ● 広告URLクリック率などの効果検証が可能	最低出稿金額 30万円～ 配信管理手数料 5万円 ご契約単位 1施策 <費用に含まれるもの> ● 配信計画立案 ・ターゲット選定 ・地点調査 ・配信シミュレーション作成 ● 広告配信管理 ● 配信効果計測 ● 配信後レポート作成/ご報告 <費用に含まれないもの> □ 広告バナー(イラスト)製作費 □ コンサルティング

金融機関での広告配信例 シミュレーション

広告配信費用	30/50万円(税抜き)	性別	男性・女性	年齢	25歳～64歳
配信想定月	2025年8月	配信媒体	GDN(Google)		
配信目的	【目的】 移転開店告知とオープン記念定期預金の獲得			配信目標	認知 ☒ 獲得件数 xx件
ペルソナ(対象)	【営業エリア】〇〇県 ××市、△△市、□□市				

	ペルソナ	地点	接触期間	総取得 ID 数
①	新店舗とお取引可能性のある人	・営業エリアの居住/勤務者 かつ、 ・新店舗を中心に半径3キロ圏内に接触	[2024/6/30 ～2025/7/1] 1回以上	75,650 (≒人)
②	近隣金融機関から定期預金預け替え の可能性がある人 (夏ボーナス時の1年定期)	・営業エリアの居住/勤務者 かつ、 ・近隣金融機関(地銀、信金、JA)	[2024/6/1 ～2024/7/30] 1回以上	5,299 (≒人)

配信シミュレーション		※ 表中の数字は想定値CPC(Cost Per Click方式クリック課金型の広告)					≒デジタルちらしの 配布対象数		≒チラシを受取り 興味を示した件数		初回配 信結果 より設定	
媒体	予算	ご予算内配信ID数 ／総配信ポテンシャルID数	1IDあたり配信回数 (総表示回数)			クリック率	うち、広告クリック数 ＝サイト流入数	クリック単価		申込率 (CVR)	申込件数	
GDN	50万円	97,409	15回	1,461,134回	(回)	0.58%	8,475件	59円	→	0.1% ～ 0.5%	8件 ～ 42件	
		①										
Instagr am	50万円	33,333	10回	333,333回	(回)	1.00%	3,333件	150円	→	0.1% ～ 0.5%	3件 ～ 17件	
		①										

- 上記の数値はあくまでも想定数値となり、一切を保証するものではありません。
- 配信ボリュームとクリック率に合わせて、セグメント設定等を調整させて頂く場合がございます。
- 配信費用は端数四捨五入しております。

BUYZO Targeting 広告出稿の流れ

STEP2～STEP4配信開始までは**おおよそ1か月程度**

