

日本料理の調理技能認定制度の利用拡大に資する施策の実施

インド在住の数少ない「海外における調理技能認定制度」のブロンズ認定者であり、インド・ムンバイの5つ星ホテル内にある日本食レストラン「Wasabi」で日本料理人として活躍するAtusi Kohara Jr.氏に独自取材を行い、インタビュー記事を作成。本事業のランディングページに記事と認定制度の紹介動画を掲載し、制度及び認定者の認知と利用拡大を図った。



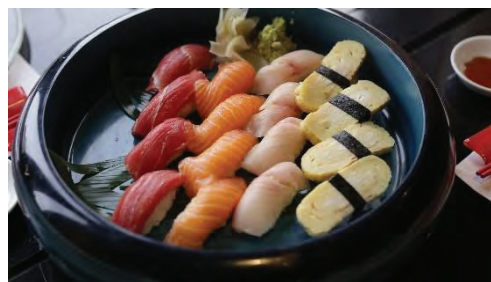
インタビューに応じてくれたAtusi Kohara Jr.氏



コハラさんが調理した本格的なにぎり寿司



Wasabi by MORIMOTOの寿司カウンター



コハラさんが調理した本格的なにぎり寿司



Atusi Kohara Jr.氏は、2021年に農水省補助事業「日本食・食文化普及人材育成支援事業」に参加し、オンラインによって日本料理の知識・技能を学んだ数少ないインド在住の認定者。

<https://indo-japan-foodculture-exchange.jp/atusikoharajr/>



Interview with Mr Atusi Kohara Jr., an Authentic Japanese Cuisine Chef Working at a five-star Hotel in India



Overview of a webpage we have created, featuring articles in both English and Japanese about our activities. We are supported by the JICA assistance through a grant-in-aid.

About Certification of Cooking Skills for Japanese Cuisine in Foreigner



This is to certify that Mr. Atusi Kohara Jr. successfully completed the full curriculum of the category Bronze based on the Guidelines for Certification of Cooking Skills for Japanese Cuisine in Foreigners.

As you said that you had online classes, so was there any difference between online and physical classes that you attended?

I had to attend it online but I think it is better. They were very interesting and I was able to learn a lot. I was able to learn a lot from the online classes. I was able to learn a lot from the online classes. I was able to learn a lot from the online classes.

Why did you choose to attend the classes? They were very interesting and I was able to learn a lot. I was able to learn a lot from the online classes. I was able to learn a lot from the online classes.

What do you think are the most important points in learning Japanese cooking techniques?

The most important thing is learning the basic techniques. You need to learn the basic techniques. You need to learn the basic techniques. You need to learn the basic techniques.



Have you noticed any changes in your awareness or in the reactions of your colleagues and customers, since you were awarded the Bronze last year?

Yes, I noticed that my colleagues and customers are more interested in Japanese food. They are more interested in Japanese food. They are more interested in Japanese food. They are more interested in Japanese food.

Did the certification help you in your career? I was able to learn a lot from the online classes. I was able to learn a lot from the online classes. I was able to learn a lot from the online classes.

Do you think that being certified as a Bronze chef, which is a Japanese government-recognized culinary skill, will lead to career advancement in the future for those who are involved in Japanese cuisine in other countries?

Yes, I think so. Being certified as a Bronze chef is a great achievement. It shows that you have a high level of skill. It shows that you have a high level of skill. It shows that you have a high level of skill.

【Atusi Kohara Jr.氏（ブロンズ認定者）インタビュー記事より（抜粋）】

—日本料理に興味を持ったきっかけは何ですか？

私にとっての日本料理は、家族と一緒に食べる時のものです。家族で集まって、おばあちゃんの家に行ったとき。私にとっての日本料理は、幸せのようなものです。家族と過ごした昔の時間を思い出させてくれる。それが私のインスピレーションの源です。

—インドの人たちは、日本料理をどのように捉えていると思われますか？

実は、インド人は日本料理というと、まず生魚や刺身寿司を思い浮かべるそうです。しかし、実際に店に来てみると、ベジタリアン向けの料理もあることがわかり、刺身だけではないことがわかります。そうすると、もっと日本食に興味を持ち、もっといろいろな料理を食べたくなるんです。

—インド人に人気のある日本料理や食材は何でしょうか？

そうですね、ひとつはプリのカルパッチョ、これは日本から取りよせたハマチを使っています。醤油で食べるベンガル風日本料理といったところでしょうか。

—コハラさんのお店「WASABI」では、どのようなメニューがあるのでしょうか？

ハマチ、黒タラの味噌漬けなど、好きな人が多すぎるメニューです。日本語で言うところの銀鱈です。あと、ほうれん草のごまあえもおいしいですよ。インド人に試してもらうために新しいフュージョンを作りました。

—現在、レストランではどのような日本の食材を使っているのですか？

醤油、みりん、昆布、酒など、日本料理を作るには日本の食材が必要ですから。魚もすべて日本産です。日本は品質が高いので、魚も日本から輸入するのは当然のことなのです。

—今、私たちは日印国交樹立70周年を記念して、日本食の普及に取り組んでいます。それについてどうお考えですか？

インドと日本は、これだけ違う国であっても、共通点も非常に多いので、とても重要な取組だと思っています。日本の家庭にはスープやライスなどの食材があります。インドの人たちがどのようにご飯やダルを食べているかを考えれば、同じことです。カレーは、日本でもとてもポピュラーな料理です。インドから日本にカレーが伝わり、彼らはそれをさまざまな方法で作っています。つまり共通点は多すぎるくらいあるのです。その友好関係をより強く、より緊密なものにしていけば、私たちのためになるはずですよ。

—今後、日本料理や日本産の食品がインドの人々に受け入れられるためには、どのような課題や有効な手段があるとお考えでしょうか？

インドでは今のところ、日本料理は日本料理店でしか味わえない料理なのです。インド人は生魚は怖くて食べられない。でも、生魚は悪くないということを伝えれば、もっとインド人に受け入れてもらえると思うんです。同じように、私がインドに来てインド料理を食べたときのこと、日本の食材と似ているものがありました。これは日本にもある野菜で、インドにもあるものです。カレラ（ゴーヤ）です。インドの人が知っていることに驚きました。

—日本料理の技術を習得する上で、最も重要なポイントは何だと思えますか？

日本料理を学ぶために一番大切なこと、それはコミットメント（ひたむきさ）です。学ぼうとする姿勢が必要です。学びたいと思えば、何でもできるようになるものです。自分が本当にやりたいことを一生懸命やれば、必ずできるようになります。

—オンラインクラスがあったとのことですが、オンラインによる研修とフィジカルな研修の違いはありましたか？

オンラインであっても、授業内容やプログラムはよく理解できました。コビッドのため、オンラインで受講することになりましたが、オンラインといっても、技術を教えてもらった後、オンラインで料理を作り、写真を撮って見せなければなりません。最終テストでは、魚の切り口を見せるストリーミングをしなければなりません。そうですね、オンラインであれば、とてもパーソナルですからね。物理の授業と似ていて、とても面白いんです。事務局は、仲田（雅博）さん、柳原（尚之）さん、村田（吉弘）さんといった伝説的なトップシェフを手配してくれました。その人たちのサイン入り賞状をもらって、話を聞くことができるなんて、すごいことですよ。

—昨年のブロンズ認定後、ご自身の意識や同僚、お客さまの反応に変化はありましたか？

そうですね。実は、賞状をもらった後、お客さんが私を見て「日本人ですね」と言うので、「私は日本人の息子で、正確には日本人ではないんです」と言うと、戸惑うんです。でも、日本料理の調理師免許を持っていると言うと、喜んで日本食を注文してくれるんです。上司はとても喜んでくれました。オンラインクラスにも参加しました。エグゼクティブシェフも喜んでくれました。資格取得前は、自分のベースメントが正しくなかったことがよくわかりました。その後、どこを直せば良くなるのかわかるようになりました。建物を想像してください、強い柱がなければ倒れてしまいます。認定証は、より高いレベルを目指すための強い柱になることがわかります。

—日本政府が公認する調理技術であるブロンズシェフの資格は、将来、海外で日本料理に携わる人のキャリアアップにつながると思えますか？

もちろんです。今、日本料理が世界的にとっても有名になっていることを考えてみてください。そして、様々な企業が日本人シェフを求めている。その時にこのブロンズ認定の証明書と認定団体のハンコがあれば、すごい効果がありますよ。自分のことを認めてくれているんだということを示せる。仕事に対するモチベーションも上がりますよね。

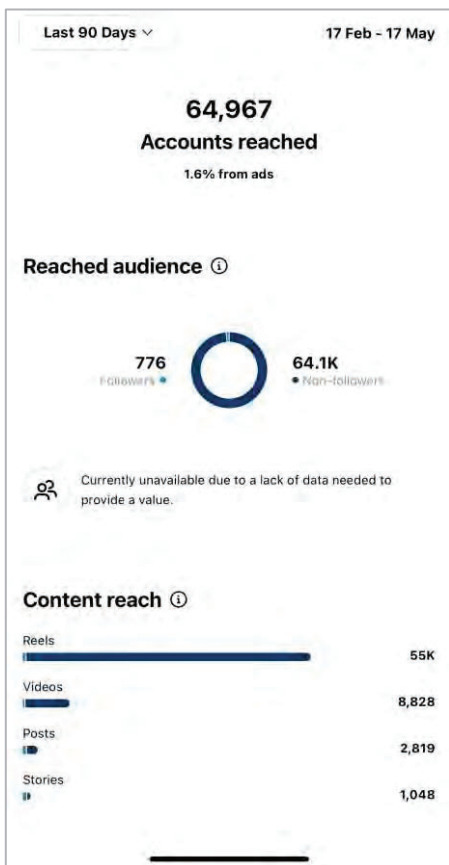
—ブロンズ認定の資格を持つコハラさんから、日本料理人を目指す若い人たちにメッセージやアドバイスがあればお願いします。

まず1つ目は、この仕事に就きたいなら、一生懸命がんばって立派な資格を取ること。海外で日本料理のホスピタリティの仕事をしたと思ったら、選択肢は少ないし、けっして簡単な仕事ではありません。この仕事に本当に好きでなければ務まらないのです。



- 公式アカウントリーチ数：64万9000
- エンゲージメント数：892
- フォロワー数：666人

【リーチ数】



- リール： 55,000
- ビデオ： 8,828
- 投稿： 2,819
- ストーリー： 1,048

〈リーチ数の高かったインフルエンサー例〉

情報量がリッチ、キャンペーンとの親和性高い、クリエイティティ高い、Z世代にも高評価されたコンテンツ

[食]

https://www.instagram.com/reel/CbzbRT5FN8K/?utm_source=ig_web_copy_link

[エデュケーション]

https://www.instagram.com/reel/Cbxq2RIhmXg/?utm_source=ig_web_copy_link

[ファッション]

https://www.instagram.com/reel/CcLE4Flj6eU/?utm_source=ig_web_copy_link

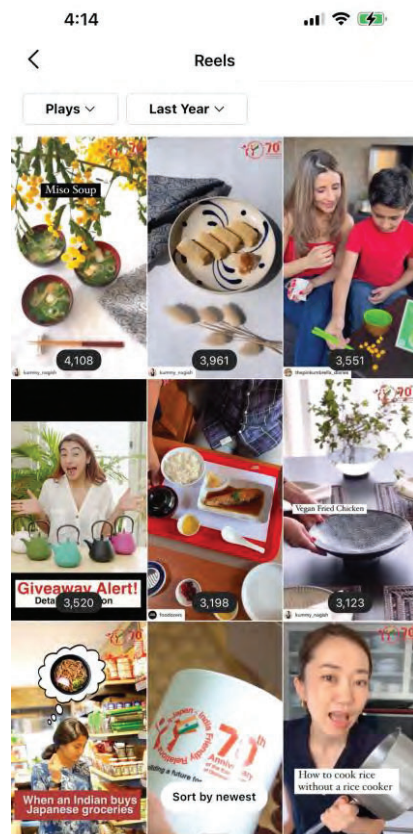
[メディア]

<https://www.instagram.com/things2doinbengaluru/>

<https://www.instagram.com/lbbdelhinc/>

【リーチ数（再生回数）の多かったReel動画】

- 公式サポーターによるレシピ系
- エンゲージメントの高いインフルエンサー投稿
- Giveawayのお知らせ
- インフルエンサーからのリポスト
- 日本食材店の訪問リール



【リーチ数】



■フォロワー数が伸びたタイミング

(3月24日)

- キャンペーン当初に使用したメディアインフルエンサーによる投稿時

(4月6日~14日)

- 他インフルエンサーのコンテンツ投稿開始時
- 公式サポーターKummyさんによるKummyさんのアカウントへ投稿開始時

(4月27日)

- 公式サポーターMayoさんによるMayoさんのアカウントへ投稿開始時

✓ フォロワー数が伸びる傾向の要因としては、情報カテゴリーに対して、インフルエンサーと親和性があるかという点に尽きる。

✓ メディアインフルエンサーや公式サポーターをフォローするフォロワーは、日本食・日本食文化にすでに興味関心がある層であり、情報親和性が高いといえる。

【エンゲージメント数の高い投稿】



(シェア数が高いもの)

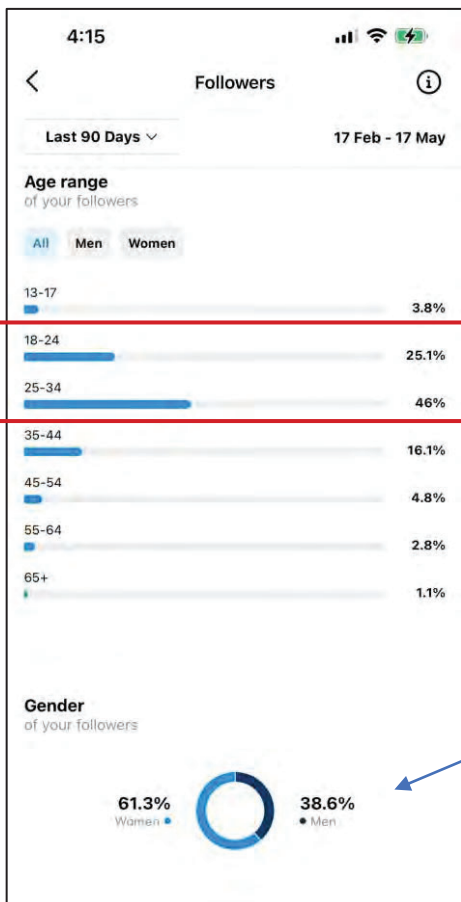
- ギブアウェイ
- ビーガン向けレシピ
- 日本食材デリバリーサービス店舗情報
- インフルエンサー投稿リポスト



(保存数が高いもの)

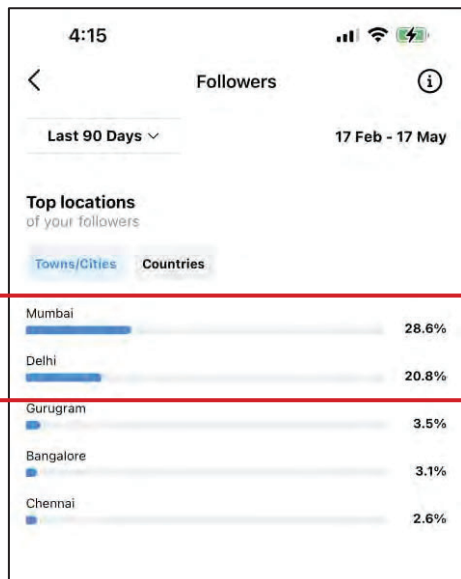
- 公式サポーターによるレシピ
- ギブアウェイ
- インフルエンサー投稿リポスト
- 日本食材店への訪問投稿

【フォロワー属性】



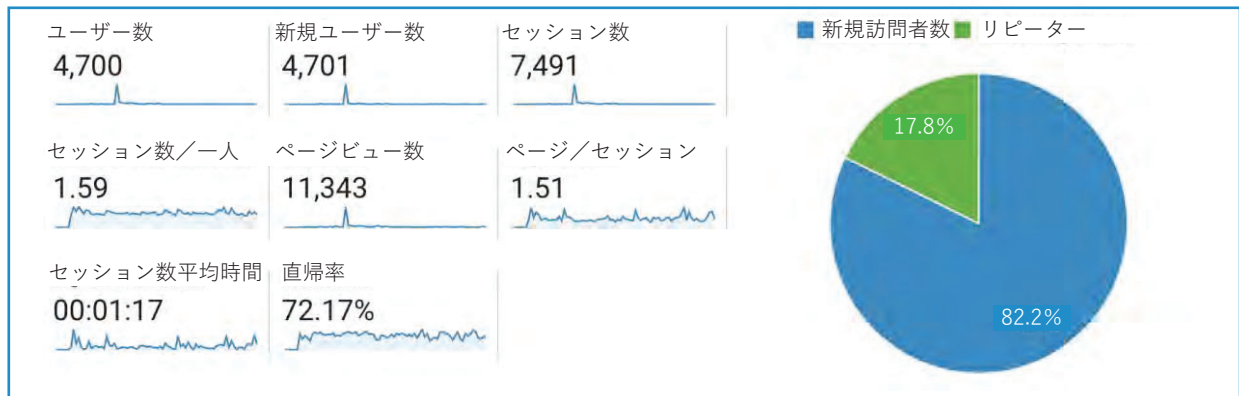
フォロワーには、ミレニアル世代（25歳～34歳）が46%を締め、続いてZ世代（18歳～24歳）が25.1%を占める。

性別は女性が約6割、男性が約4割となっている。

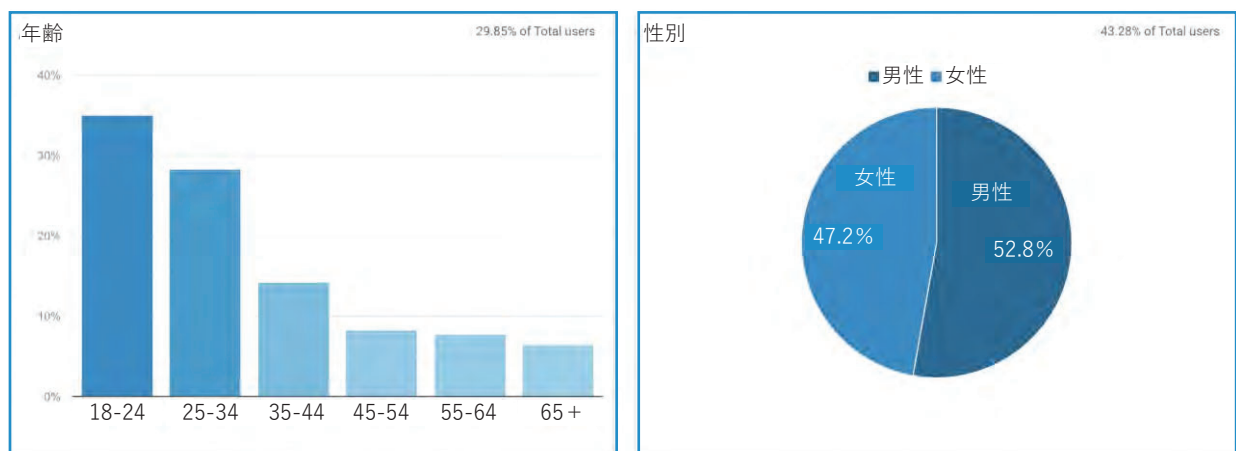


ムンバイ（28.6%）とデリー（20.8%）近郊地域での日本食・食文化への興味関心度の高さが伺える。

【サマリー】



【年齢・性別カテゴリー】



https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oi4XOpPipSwr_G-JM8mcys-u5VII23JKInmg4mhtkmU/edit?usp=sharing

【デバイスカテゴリー】

カテゴリ	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	セッション平均時間
モバイル	4,084	4,086	6,233	75.76%	1.33	00:00:50
デスクトップ	564	564	1,170	53.08%	2.54	00:03:46
タブレット	56	55	88	71.59%	1.25	00:00:12
	4,704	4,705	7,491	72.17%	1.51	00:01:17

【地域別訪問者数・セッション数・直帰率・ページ/セッション・滞在時間】

都市	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	セッション平均時間
デリー	813	770	1,287	68.53%	1.66	00:01:27
ムンバイ	694	686	1,010	73.96%	1.32	00:00:51
ベンガロール	646	634	1,096	78.47%	1.24	00:00:44
チェンナイ	418	412	573	77.66%	1.27	00:00:42
ニューデリー	149	139	195	63.08%	1.9	00:01:29
未設定	138	122	200	70.50%	1.86	00:02:06
グルガオン	127	118	206	51.94%	2.45	00:03:54
ラクナウ	121	116	179	78.77%	1.16	00:00:38
ノイダ	112	102	161	67.70%	1.38	00:00:59
コインバトール	111	101	199	80.90%	1.44	00:01:40
	4,999	4,705	7,491	72.17%	1.51	00:01:17

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vZL4Ftwmqz-pEh9vtlJE06m9lMeihCRqwF4BPRwrsro/edit?usp=sharing>

キャンペーン期間中のLP訪問数等の記事別訪問者数詳細データは下記の通り。レストラン、イベント、公式サポーターのページのページビュー数が高かった。

【キャンペーン期間中のLP訪問数等の詳細データ】

Page Title	Page Views	Unique Page Views	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate
Giveaway on March 2022 Participate and you could win exciting prizes! Indo-Japan Food Culture Exchange	6,131	5,270	00:03:43	5,244	77.79%
Indo-Japan Food Culture Exchange Cheers to 70th Anniversary of India-Japan	1,135	860	00:01:31	685	47.85%
Restaurants Indo-Japan Food Culture Exchange	409	302	00:00:39	147	43.45%
Indo-Japan Food Culture Exchange – Cheers to 70th Anniversary of India-Japan	323	266	00:01:55	229	73.80%
Online Event – “WASHOKU” DAY – on 25th March, at 10:00am – Indo-Japan Food Culture Exchange	300	230	00:04:03	198	75.76%
Online Event – “WASHOKU” DAY – on 25th March, at 10:00am Indo-Japan Food Culture Exchange	272	223	00:04:05	196	69.85%
Events Indo-Japan Food Culture Exchange	221	178	00:00:55	27	73.91%
Blog Indo-Japan Food Culture Exchange	214	130	00:01:13	25	31.25%
Kummy, Official Supporter Indo-Japan Food Culture Exchange	184	149	00:03:38	123	69.70%
Our Story Indo-Japan Food Culture Exchange	140	113	00:02:22	28	57.14%
Kuuraku curates Japanese cuisine with heartwarming Japanese ambience Indo-Japan Food Culture Exchange	138	100	00:05:52	50	71.70%
Japanese Cuisine Goodwill Ambassador Indo-Japan Food Culture Exchange	94	79	00:02:30	8	83.33%
Giveaway March Indo-Japan Food Culture Exchange	78	30	00:02:06	23	65.22%
ページが見つかりませんでした - Indo-Japan Food Culture Exchange	64	50	00:01:50	49	44.90%
All News Indo-Japan Food Culture Exchange	63	52	00:01:28	4	66.67%
Summer Special WASHOKU Recipes! A refreshing summer noodle – Cold Creamy Udon Indo-Japan Food Culture Exchange	61	59	00:02:11	45	100.00%
Page not found – Indo-Japan Food Culture Exchange	60	53	00:00:43	38	41.03%
Official Supporter Indo-Japan Food Culture Exchange	56	14	00:01:30	5	60.00%
contact Indo-Japan Food Culture Exchange	48	46	00:01:52	4	40.00%
March Indo-Japan Food Culture Exchange	47	6	00:01:59	2	0.00%
Like Spring Revives the Nature, Izumi Revives the Hunger Indo-Japan Food Culture Exchange	44	36	00:03:52	9	41.67%
Mayo, Official Supporter Indo-Japan Food Culture Exchange	44	24	00:01:59	14	71.43%
Summer Special WASHOKU Recipes! A skin-boosting Iced Matcha Latte to help protect your beauty from the sun Indo-Japan Food Culture Exchange	42	36	00:02:33	27	92.00%
Japanese Cuisine Goodwill Ambassador – Indo-Japan Food Culture Exchange	41	33	00:02:18	14	50.00%
Kofuku Spreads Happiness through its Scrumptious Food Indo-Japan Food Culture Exchange	41	36	00:02:54	3	33.33%
Blog – Indo-Japan Food Culture Exchange	39	28	00:00:45	7	0.00%
Events – Indo-Japan Food Culture Exchange	39	28	00:00:51	1	0.00%
Invitation to an Online Webinar Exclusively for Mega-Influencers in India. – Indo-Japan Food Culture Exchange	36	19	00:02:29	13	30.77%
Our Story – Indo-Japan Food Culture Exchange	33	29	00:03:03	13	61.54%
Win a gift by drawing for completing the survey! Indo-Japan Food Culture Exchange	31	25	00:00:26	7	42.86%
Four Characteristics of WASHOKU : Japanese Dietary Knowledge and Practice – Indo-Japan Food Culture Exchange	27	24	00:01:57	5	60.00%
Four Characteristics of WASHOKU : Japanese Dietary Knowledge and Practice Indo-Japan Food Culture Exchange	26	23	00:05:56	12	81.82%
Indo-Japan Food Culture Exchange	25	4	00:01:16	1	0.00%
The Significance of the Word “Five” in Japanese Cooking – Five methods(Go-Ho) – Indo-Japan Food Culture Exchange	24	16	00:01:13	9	66.67%
保護中: Invitation to an Online Webinar Exclusively for Mega-Influencers in India. Indo-Japan Food Culture Exchange	23	15	00:00:50	6	14.29%
Oyama is an Authentic, Fine-dining, Japanese Restaurant in Chennai Indo-Japan Food Culture Exchange	22	19	00:02:51	6	40.00%
Discovering and Learning the Similarities between Indian and Japanese Vegetarian Food Indo-Japan Food Culture Exchange	18	15	00:02:46	9	77.78%
Kuuraku curates Japanese cuisine with heartwarming Japanese ambience – Indo-Japan Food Culture Exchange	17	12	00:00:54	8	87.50%
Press Release The Secretariat of “Indo-Japan Food Culture Exchange” Announces the Most Awaited Giveaway Indo-Japan Food Culture Exchange	17	15	00:03:06	5	20.00%
All News – Indo-Japan Food Culture Exchange	16	11	00:00:21	2	0.00%
From Japanese Emperor Cup Winner Estate, Now SHIZURU is Winning People’s Heart Indo-Japan Food Culture Exchange	16	16	00:02:29	3	100.00%
MAIN DISH.in brings the Taste and Charm of Japan to India Indo-Japan Food Culture Exchange	16	14	00:03:39	5	80.00%
The Significance of the Word “Five” in Japanese Cooking – Go-Mi (Five tastes) – Indo-Japan Food Culture Exchange	16	10	00:02:17	3	50.00%
Sushi and More is Calling Out for Sushi Lovers Indo-Japan Food Culture Exchange	15	15	00:05:32	5	50.00%
保護中: “Enjoy our Differences” Online Lecture / Domo & Talk Session with Japanese Cuisine Goodwill Ambassador Indo-Japan Food Culture Exchange	14	7	00:01:15	5	0.00%
Our Journey Indo-Japan Food Culture Exchange	13	10	00:01:54	0	0.00%
Health Secrets. “Go-Syoku” (Five Colors) to Cherish in Japanese Food Indo-Japan Food Culture Exchange	12	10	00:02:01	3	33.33%
Press Release 70th Anniversary of the Establishment of Diplomatic Relations between Japan and India. Indo-Japan Food Culture Exchange	12	11	00:04:45	4	33.33%
Press Release 70th Anniversary of the Establishment of Diplomatic Relations between Japan and India. – Indo-Japan Food Culture Exchange	11	11	00:08:15	1	100.00%
WASHOKU online event will be held on March 25th – Indo-Japan Food Culture Exchange	11	10	00:01:52	3	33.33%
	11,062	8,991	00:02:26	7,381	72.35%

オリジナルデータ

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1b4eEbBHZv61xTePSbiJtMaxTR1Wm2fsOa8_hEGoZI08/edit?usp=sharing

- 広告表示回数：510226
- クリック数合計：27304

※各広告ごとのクリック数は以下の通り。

New Traffic Campaign - DTE_On

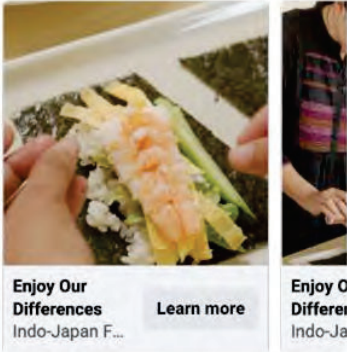
キャンペーン名	実績順位	広告名	広告費 (INR)	クリック数	クリック単価
New Traffic Campaign - DTE_On	1	Single Video - Sushi	19043.27	15315	1.2
New Traffic Campaign - DTE_On	2	Single Video - Tea	7111.42	5662	1.3
New Traffic Campaign - DTE_On	3	Carousel - Video (Sushi)	903.54	629	1.4
New Traffic Campaign - DTE_On	4	Carousel - Image (Sushi)	2235.89	1530	1.5
New Traffic Campaign - DTE_On	5	Carousel - Image (Tea)	72.27	32	2.3
New Traffic Campaign - DTE_On	6	Single Image (Sushi)	346.25	133	2.6
New Traffic Campaign - DTE_On	7	Carousel - Video (Tea)	18.06	6	3.0
New Traffic Campaign	1	Single Video - Sushi	3093.6	1590	1.9
New Traffic Campaign	2	Single Video - Tea	914.91	419	2.2
New Traffic Campaign	3	Carousel - Image (Sushi)	289.08	83	3.5
New Traffic Campaign	4	Carousel - Video (Sushi)	543.32	142	3.8
New Traffic Campaign	5	Single Image	133.39	16	8.3
New Traffic Campaign	6	Carousel - Image (Tea)	152.38	18	8.5
New Traffic Campaign	7	Carousel - Video (Tea)	4.19	0	NA

※各広告名称の詳細については、次ページに記載。

【広告名一覧】

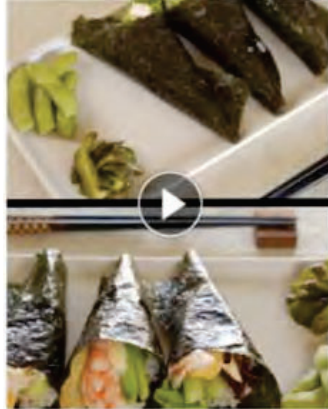
Carousel - Image (Sushi)

Explore & discover differences and mutual value between India 🇮🇳 and Japan 🇯🇵 .



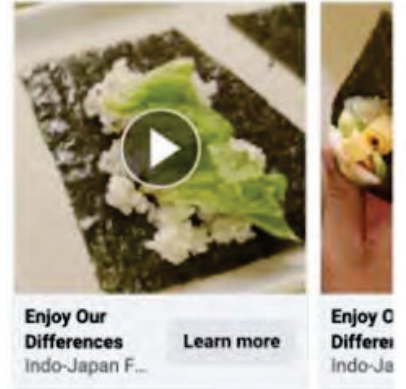
Single Video - Sushi

Explore & discover differences and mutual value between India 🇮🇳 and Japan 🇯🇵 .



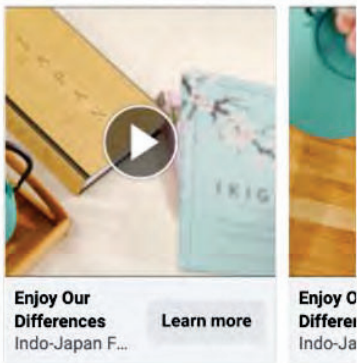
Carousel - Video (Sushi)

Explore & discover differences and mutual value between India 🇮🇳 and Japan 🇯🇵 .



Carousel - Video (Tea)

Explore & discover differences and mutual value between India 🇮🇳 and Japan 🇯🇵 .



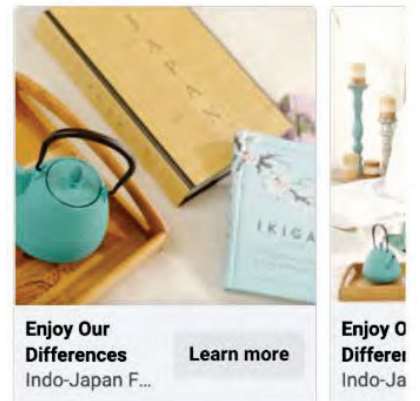
Single Image (Sushi)

Explore & discover differences and mutual value between India 🇮🇳 and Japan 🇯🇵 .



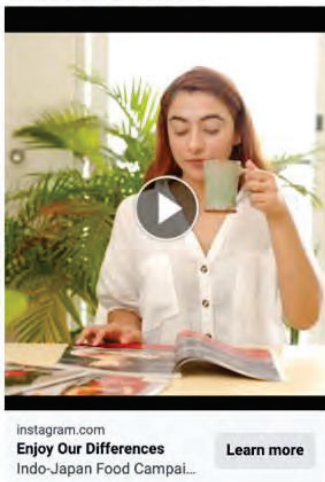
Carousel - Image (Tea)

Explore & discover differences and mutual value between India 🇮🇳 and Japan 🇯🇵 .



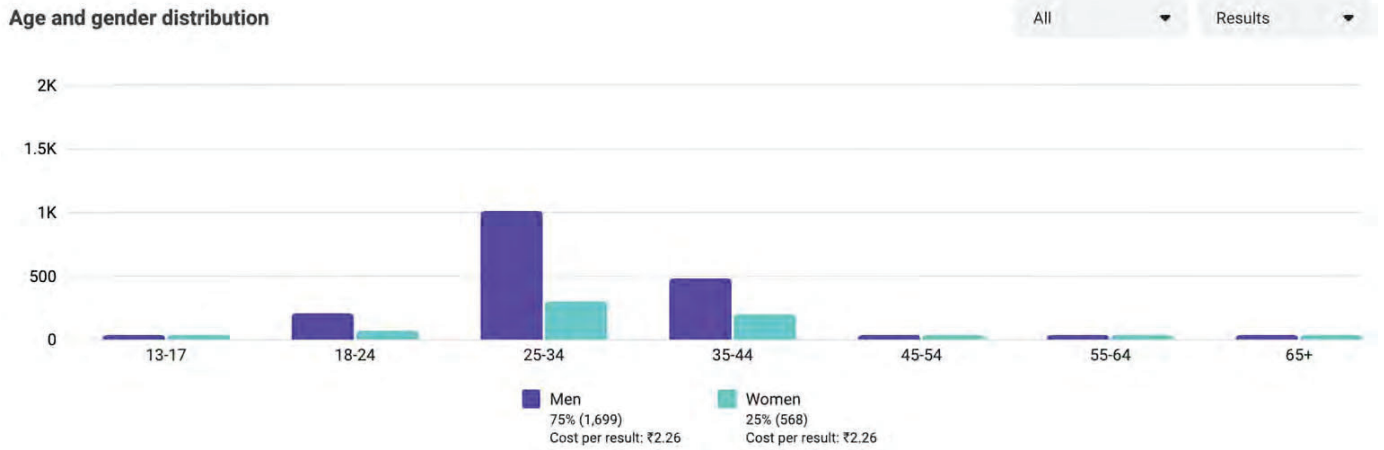
Single Video - Tea

Explore & discover differences and mutual value between India 🇮🇳 and Japan 🇯🇵 .



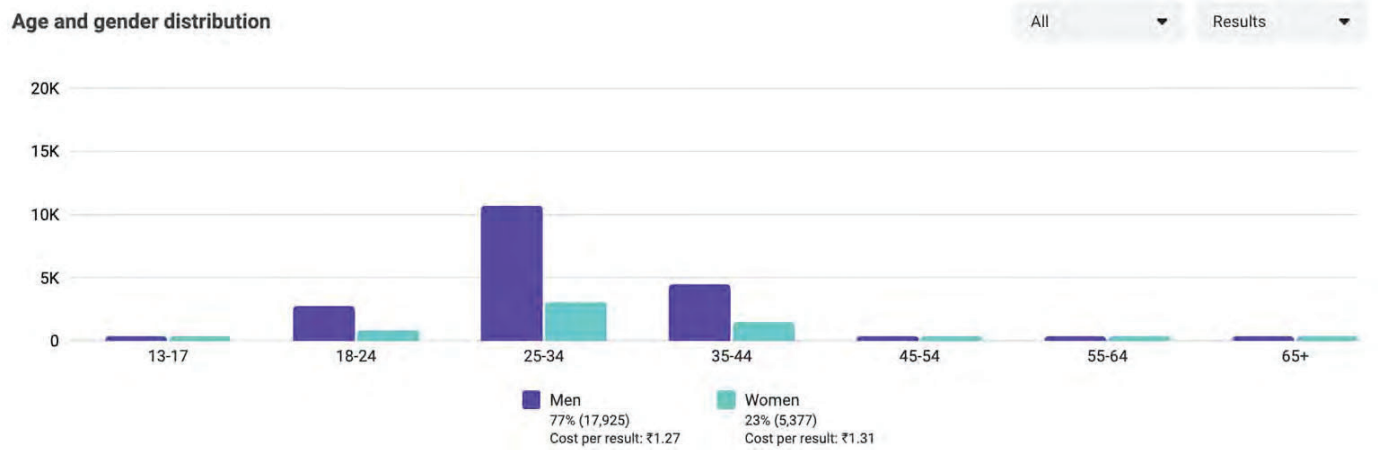
年齢・性別別の結果

キャンペーン名 New Traffic Campaign - DTE_On



年齢・性別別の結果

キャンペーン名 New Traffic Campaign



キャンペーン名	動画URI
Creative Test - A (Hindi x Delhi NCR)	https://www.youtube.com/watch?v=zzks7l48S9c
Creative Test - A (English x Mumbai)	https://www.youtube.com/watch?v=msC1NCpjuCc
Creative Test - A (Tamil x Chennai)	https://www.youtube.com/watch?v=CW-iXbyXgqo
Creative Test - A (Kannada x Bangalore)	https://www.youtube.com/watch?v=28M-tdXoDyA
Creative Test - B (English x Mumbai)	https://www.youtube.com/watch?v=b7Hp5i1o-hg
Creative Test - B (Kannada x Bangalore)	https://www.youtube.com/watch?v=kV2Q67ZomaQ
Creative Test - B (Tamil x Chennai)	https://www.youtube.com/watch?v=sal6fIOBYXo
Creative Test - B (Hindi x Delhi NCR)	https://www.youtube.com/watch?v=Sp5D01PfeFE
Creative Test - A (English x Delhi NCR)	https://www.youtube.com/watch?v=msC1NCpjuCc
Creative Test - A (Hindi x Mumbai)	https://www.youtube.com/watch?v=zzks7l48S9c
Creative Test - B (English x Delhi NCR)	https://www.youtube.com/watch?v=b7Hp5i1o-hg
Creative Test - B (Hindi x Mumbai)	https://www.youtube.com/watch?v=Sp5D01PfeFE

- インプレッション数： **615,704**
- クリック数： **6,958**
- コンバージョン数： **439** (コンバージョン率：0.9)
- コンバージョン単価： **1,509**

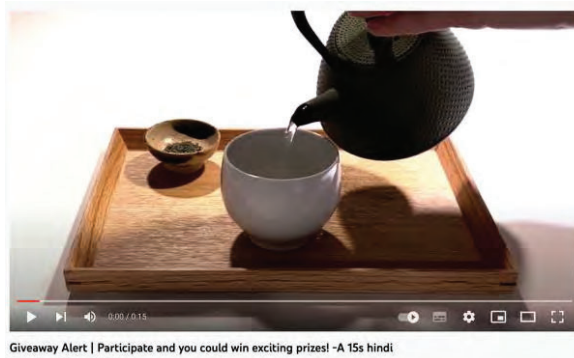
キャンペーン名	広告費 (INR)	インプレッション	再生数	平均CPV (Cost per View)	クリック数	CTR	Avg. CPC	コンバージョン (アンケート到達数)	コンバージョン単価
Creative Test - A (Hindi x Delhi NCR)	9,985	69674	9914	1.0	1481	2.1%	6.7	69	144.7
Creative Test - A (English x Mumbai)	9,981	65335	9185	1.1	914	1.4%	10.9	37	269.8
Creative Test - A (Tamil x Chennai)	10,004	68193	8500	1.2	893	1.3%	11.2	45	222.3
Creative Test - A (Kannada x Bangalore)	9,909	77817	9522	1.0	872	1.1%	11.4	51	194.3
Creative Test - B (English x Mumbai)	10,079	86779	11225	0.9	832	1.0%	12.1	57	176.8
Creative Test - B (Kannada x Bangalore)	10,121	80876	9933	1.0	747	0.9%	13.6	65	155.7
Creative Test - B (Tamil x Chennai)	9,928	86719	10805	0.9	695	0.8%	14.3	58	171.2
Creative Test - B (Hindi x Delhi NCR)	9,938	80294	10111	1.0	524	0.7%	19.0	57	174.4
Creative Test - A (English x Delhi NCR)	0	4	0	--	0	0.0%	--	0	0.0
Creative Test - A (Hindi x Mumbai)	0	4	0	--	0	0.0%	--	0	0.0
Creative Test - B (English x Delhi NCR)	0	3	0	--	0	0.0%	--	0	0.0
Creative Test - B (Hindi x Mumbai)	1	6	1	0.6	0	0.0%	--	0	0.0
Total	79,946	615,704	79,196	9	6,958	0.9	99	439	1,509

YouTube動画広告の成果については以下の通り。

【アンケートページへのクリック数他】

Campaign	Video URL	Cost (INR)	Impressions	Views	Avg. CPV	Clicks	CTR	Avg. CPC	Conversions
Creative Test - A (Hindi x Delhi NCR)	https://www.youtube.com/watch?v=zzks7l48S9c	9,985	69674	9914	1.0	1481	2.1%	6.7	69
Creative Test - B (Kannada x Bangalore)	https://www.youtube.com/watch?v=kV2Q67ZomaQ	10,121	80876	9933	1.0	747	0.9%	13.6	65
Creative Test - B (Tamil x Chennai)	https://www.youtube.com/watch?v=sal6f1OBYXo	9,928	86719	10805	0.9	695	0.8%	14.3	58

【広告A】 × デリー-NCR向け（ヒンディー）
 コンバージョン ウェブサイト訪問者数 69件
<https://www.youtube.com/watch?v=zzks7l48S9c>



【広告B】 × バンガロール向け（カンナダ語）
 コンバージョン ウェブサイト訪問者数 65件



【広告B】 × チェンナイ向け（タミル語）
 コンバージョン ウェブサイト訪問者数 58件
<https://www.youtube.com/watch?v=kV2Q67ZomaQ>

