

## ネット広告効果測定ツール「WebAntenna(ウェブアンテナ)」、 100 万件以上の広告クリエイティブの効果測定に対応、 および代理店ユーザの権限強化

ネットマーケティング支援を行う株式会社ビービット(東京都千代田区、代表取締役:遠藤直紀 以下ビービット)は、提供するインターネット広告効果測定ツール「WebAntenna(ウェブアンテナ)」(以下「ウェブアンテナ」)のバージョンアップを 2010 年 12 月 4 日に行い、業界随一の規模となる 100 万件以上の広告クリエイティブの測定に対応するとともに、代理店ユーザの設定機能の強化を行いました。本機能改良により、煩雑化・膨大化するネット広告成果管理業務の効率化の実現に寄与します。

### ■リリースの概要

今回のバージョンアップによって、以下 2 点の機能改良を行いました。

- ① 100 万件以上の広告クリエイティブ計測に対応
- ② 代理店ユーザの権限強化

以下に各機能改良の詳細をご説明します。

### ① 100 万件以上の広告クリエイティブ計測に対応

#### ◆リリース詳細

「ウェブアンテナ」で計測可能な広告クリエイティブ数を 100 万件以上に大幅増強しました。100 万件以上の広告クリエイティブへの対応は業界随一の規模となります。

表1:広告クリエイティブ登録数の上限値一覧

	バナー広告	テキスト広告	メール広告	リスティング 広告	アフィリエイト 広告
最大クリエイティブ数 (1 広告主あたり)	各広告種別合算で 100 万件以上 (※50 万件以上は追加費用有)				

#### ◆リリースの意義

ネット広告の重要性が増し、その市場規模が拡大するに伴って、広告出稿数も増加の一途を辿っています。特にリスティング広告では、キーワードの組み合わせにより、クリエイティブ単位での出稿数は時として 100 万の単位に到達することがあります。「ウェブアンテナ」ではこのような現状にいち早く対応すべく、クリエイティブ登録数を 100 万件以上に拡大し、広告管理および効果測定業務の効率化を実現しました。本登録件数はネット広告効果測定ツール市場、随一の規模となります。

本リリースにより、これまでリスティング広告のみ Excel や他ツールを使うなど、計測可能広告数の制約により別管理としていた業務をウェブアンテナ上に一元化することが可能となります。また、ウェブアンテナの代理店権限を活用することで、広告クリエイティブ設定業務は広告代理店に切り出すこともできるため、100 万件規模の広告出稿であっても広告主側の作業負荷は殆ど不要です。

## ◆費用

- ・ 1 広告主アカウントあたり、クリエイティブ登録数 50 万件まで無料
- ・ 50 万件を超える登録数に対しては、別途オプション料金を課金  
(金額や課金条件等、詳しくはお問い合わせください)

表 2:クリエイティブ登録数に関する料金表

クリエイティブ登録数	金額(税抜・月額)
0 ～ 500,000 クリエイティブ	0 円
500,001 ～ 1,000,000 クリエイティブ	別途オプション料金課金 (金額や課金条件は別途お問い合わせ下さい)
1,000,001 ～ 1,500,000 クリエイティブ	

## ② 代理店ユーザの権限強化

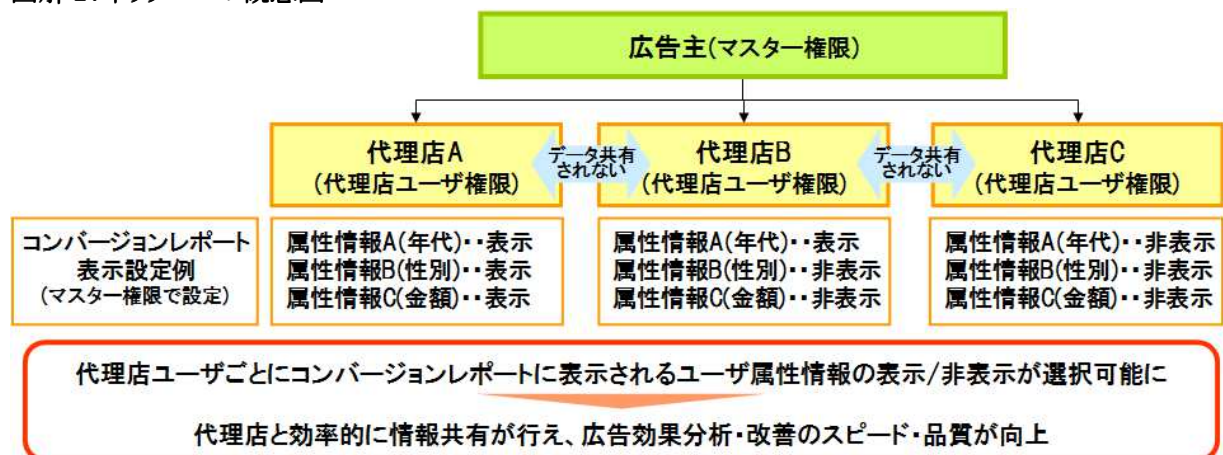
### ◆リリース詳細

「ウェブアンテナ」には、「コンバージョンレポート\*1」と呼ばれる、コンバージョンしたユーザの「自社サイトとの接触履歴(広告・自然検索)」およびコンバージョンしたユーザの「属性情報\*2」を表示する機能があります。このコンバージョンレポートの属性情報は、これまで広告主ユーザにのみ表示されていましたが、今回のバージョンアップでは、代理店ユーザに対しても表示/非表示を選択できるよう権限強化を実現しました。

図解 1:コンバージョンレポートで取得できるユーザ属性情報の例

	コンバージョン直前の 接触履歴	ユーザ属性情報 A (年代)	ユーザ属性情報 B (性別)	ユーザ属性情報 C (購入金額)
ユーザ①	Yahoo!JAPAN ブランドパネル	30 代	男性	1,000 円
ユーザ②	Google 自然検索 「寝不足 サブリ」	40 代	女性	3,000 円
ユーザ③	自社メルマガ 12 月 1 日号	40 代	女性	2,500 円

図解 2:本リリースの概念図



\*1 コンバージョンレポートとは

ウェブアンテナにて提供するコンバージョンしたユーザと広告・自然検索・自社サイトとの「接触履歴」、およびユーザの「属性情報」などを一覧化したデータ。ウェブアンテナの「コンバージョンレポート」画面から CSV 形式でダウンロードできる。

・接触履歴: ユーザが自社情報(広告やランディングページ、自社サイト)に最初に接触してから最終的にコンバージョンするまでの間に、いつ・どの媒体の・どのような広告に・どのような順序で接触したかという履歴情報

- ・属性情報:コンバージョンの際にユーザ自身が入力したデータ(例:性別、年齢、購入アイテム、住所等)や、自社サイト側でユーザを識別するために付与する情報(資料請求 ID 等)。本情報を表示するには、追加サービス「コンバージョン属性」のお申し込みが必要です。

\*2 ユーザ属性情報を取得・表示するには、追加サービス「コンバージョン属性」のお申し込みが必要です。

## ◆リリースの意義

広告主が代理店とコンバージョンしたユーザ情報を共有するには、自社データベースとの紐付けなど別途集計作業が必要なが多く、広告主にとって大きな業務負担となっていました。今回の新機能リリースにより、このような広告主側の集計作業を削減し、業務の効率化と情報共有スピードの向上が実現可能となります。

また代理店にとっては、コンバージョンしたユーザの属性情報、すなわちコンバージョンの質に関する情報がタイムリーに共有されることで、コンバージョンの量や獲得単価といったボリュームだけでなく、その質を併せて評価・分析できるようになり、より効果的な広告出稿計画の提案が可能となります。

## ◆費用

・本新機能のご利用は無料

＊ただし、ユーザ属性情報の取得には、追加サービス「コンバージョン属性」のお申し込みが必要です。

## ■今後の見通し

「ウェブアンテナ」では今回の機能追加に限らず、インターネットマーケティング領域において、ソフトウェア・サポートサービスの両面から、企業がマーケティングデータを適切に活用し、成果を上げられるよう支援する活動を行っていきます。

以上

---

## ◆ 広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」 <http://www.bebit.co.jp/webantenna/>

広告主および広告代理店の業務効率を上げ、その効果改善に貢献すべく、インターネット広告、自然検索(SEO施策)の効果測定に対応したツール。2008年2月のPC版サービス開始より、サントリー酒類、NTTコミュニケーションズ、セコム、マネックス証券等、幅広い業界で累計200社以上の導入実績を持つ。

---

## ■ 株式会社ビービット <http://www.bebit.co.jp/>

設立 : 2000年3月

代表取締役: 遠藤直紀

事業内容 : ユーザ中心アプローチによる企業のネットマーケティング支援

独自のネットマーケティング方法論「ユーザ中心 PDCA」やウェブサイト設計手法「ビービット UCD (User Centered Design)」を用い、ユーザ行動や心理を科学的アプローチで解明し、企業のネットマーケティングを支援。三井住友銀行、ホンダ、NTTドコモ、ベネッセといった大手企業その他、マネックス証券、Yahoo! JAPAN等のネット先進企業など、数々の企業ウェブサイトが成功へと導いている。インターネットマーケティングのコンサルティング経験を元に開発したインターネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」を提供。

---

## ■ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社ビービット 担当 三宅 ([wa\\_support@bebit.co.jp](mailto:wa_support@bebit.co.jp))

〒102-0071 東京都千代田区富士見 2-14-37 FUJIMI EAST 1 階

TEL: 03-5210-3891

FAX: 03-5210-3895