

## ビービットのネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」、 携帯版が検索サイト・ソーシャルメディアの効果測定に対応

株式会社ビービット(本社:東京都千代田区、代表:遠藤直紀)の提供するネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」は、新機能として、携帯(フィーチャーフォン)向け検索サイト・ソーシャルメディア経由の効果測定、および広告・検索・ソーシャルを含めた間接効果の測定機能を提供します。本機能は2011年10月15日(土)に提供を開始します。

### ■リリースの背景

スマートフォンの普及が急速に進む中、日本国内の携帯電話市場において一般携帯電話(フィーチャーフォン)の利用者数は圧倒的に多く、メイン端末としての利用は一般携帯電話が約93%、スマートフォンが約7%と、依然として大きな存在感を持っています。さらに、2010年のモバイルコンテンツ市場(スマートフォン市場を除く)は6465億円(前年比117%)、モバイルコマース市場は1兆85億円(前年比104%)<sup>※</sup>と、引き続き活況を呈しており、携帯向けコンテンツ、物販・サービス提供企業にとって、自社サイトへの集客・売上を拡大すべく、キャンペーンの実施および効果測定は重要な課題となっています。

従来の携帯サイト向け効果測定ツールは広告の直接的な貢献のみを計測するものが多いため、広告以外の集客経路のボリュームが把握できない、間接効果が測定できないなどが、広告主に共通した主な課題でした。しかし、現在の携帯端末の普及・市場成長を鑑みると、広告主にとって、上記はこれまで以上に看過できない重要な課題になっているため、今回の「ウェブアンテナ」携帯版の機能強化に至りました。

図:バージョンアップ後の「ウェブアンテナ」画面

PC 携帯 ゲスト株式会社 ゲスト様 レポート 設定 ログアウト

WebAntenna 期間設定 2011/09/04 ~ 2011/09/10 設定 昨日 本日 先週 今週 先月 今月 3ヶ月 回数単位 ユニークユーザ単位

総括 パナー テキスト メール リスティング アフィリエイト 自然検索 その他流入 コンバージョンレポート

キーワードから 検索 表示項目オプション 自然検索、外部サイト(ソーシャル)に対応

CSV出力 合計 日 曜日 キーワード(キャリア別)単位

検索エンジン	キャリア	キーワード	クリック数	直接CV (合計)	会員登録 直接	申し込み 直接	資料請求 直接
Google	docomo	ネット広告 効果	31	3	2	1	0
iMenu検索	au	WebAntenna	9	9	1	0	1
au one検索	docomo	ユーザビリティビービット				0	0
au one検索	docomo	ネット広告 効果				0	0
Yahoo!	docomo	ネット広告 効果	22	2	1	0	1
Yahoo!	docomo	ウェブアンテナ	33	2	1	1	0
Bing	docomo	ネット広告 効果	31	2	2	0	0
Bing	docomo	インターネット 広告効果	34	2	1	0	1
iMenu検索	docomo	ビービット	23	1	1	0	0
iMenu検索	SoftBank	ビービット	9	1	0	0	1
合計			2,621	58	36	12	10

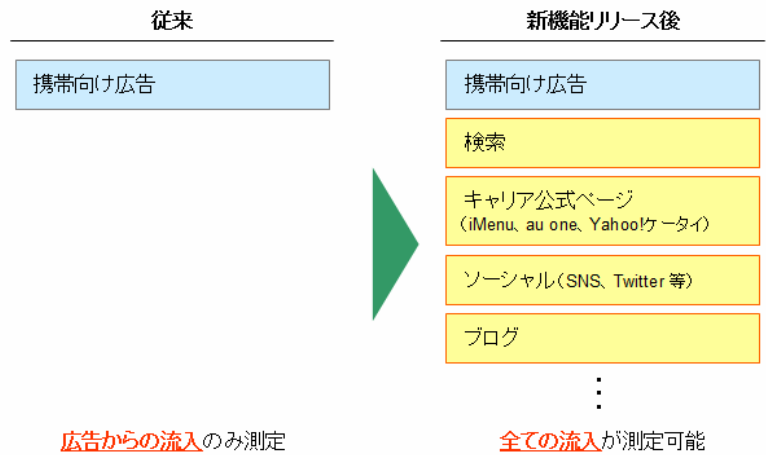
キャリア公式ページ含む、各種検索エンジンに対応  
キャリア別集計も可能

## ■新機能の概要

### (1) 測定領域の拡張

以下の流入経路が測定可能になります。

- 自然検索流入
  - ✓ キャリア公式ページが提供する検索機能からの流入
  - ✓ Google、Yahoo!など検索サイトからの流入
- キャリア公式メニューからの流入  
(iMenu、au one、Yahoo!ケータイ)
- SNS、Twitter
- ブログなど一般サイト
- お気に入り

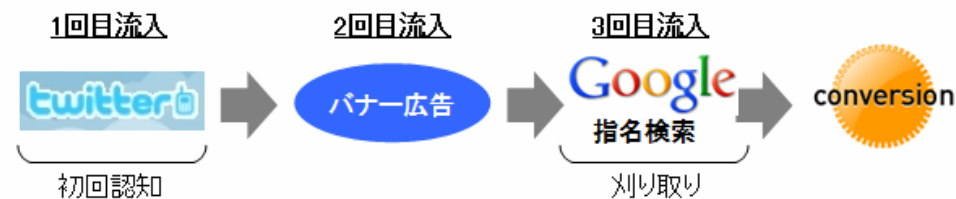


### (2) 広告・検索・ソーシャル全体での間接効果の測定

携帯デバイス上での全施策(広告・検索サイト・ソーシャルメディア)を対象にして、間接効果を測定できます。さらに、いつ、どの施策に、どのような順番で接触したのかという詳細情報も取得可能です。

#### 間接効果の測定例

最初、Twitter から流入して商品の存在を知り、途中、広告経由での情報収集を経て、最終的には商品名の指名検索でコンバージョンに至った。この場合、Twitter は初回認知に貢献したと評価できる。



## ■リリースの意義

本バージョンアップに伴い、利用企業には次のようなメリットが生まれます。

### (1) 予算配分の最適化

従来は不可視であった領域の成果が可視化され、集客施策ごとの成果が明確になるため、プランニング時の最適な予算配分が可能になります。さらに、サイト来訪ユーザのボリューム感および伸びしろの把握ができることから、集客施策改善のインプットとして利用することも可能です。

### (2) コミュニケーションの最適化

ユーザの接触タイミング・接触媒体に応じたプランニング・クリエイティブ制作が可能になり、コミュニケーションの最適化に役立ちます。

## ■ネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」の特長

「ウェブアンテナ」はネット広告・自然検索・ソーシャルメディアからの流入数、獲得数を測定することで、幅広くウェブキャンペーンの効果を把握できるツールです。PC・携帯に対応しています。

大手企業様・ネット先進企業様を中心に、300社以上の導入実績がございます。

詳細は別紙をご参照ください。

## ■費用

初期費用：10万円（携帯版のみ。PC版の導入は無料）

月額費用：

本機能は追加オプションとなり、測定プランに応じて費用が異なります。

- 自然検索の測定 5万円
- ソーシャルなど他サイトの測定 10万円

※オプションご利用数に応じた割引をご用意しています。

## ■今後の見通し

企業と顧客との接点が多様化し、今後、デジタルマーケティングがより広範かつ複雑化することが予想されます。「ウェブアンテナ」は、企業がマーケティングデータを適切に収集・活用し、成果を上げられるよう、ソフトウェア・サポートサービスを通じた支援を行っていきます。

以上

---

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

概要：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）、ソーシャルメディア等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300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：ユーザー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「ユーザー中心 PDCA」やウェブサイト設計手法「ビービット UCD (User Centered Design)」を用い、ユーザー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、富士通、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を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

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

住所：〒102-0073 東京都千代田区九段北 4-2-1 市ヶ谷東急ビル 7 階

TEL：03-5210-3894

FAX：03-5210-3895

---

i コムスコア発表、2011年2月。

[http://www.comscore.com/jpn/Press Events/Press Releases/2011/2/Smartphone Adoption Continues to Grow in Japan](http://www.comscore.com/jpn/Press%20Events/Press%20Releases/2011/2/Smartphone%20Adoption%20Continues%20to%20Grow%20in%20Japan)

ii 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム発表、2011年7月。

---

[http://www.mcf.to/press/images/mobilecontent\\_market\\_scale2010.pdf](http://www.mcf.to/press/images/mobilecontent_market_scale2010.pdf)