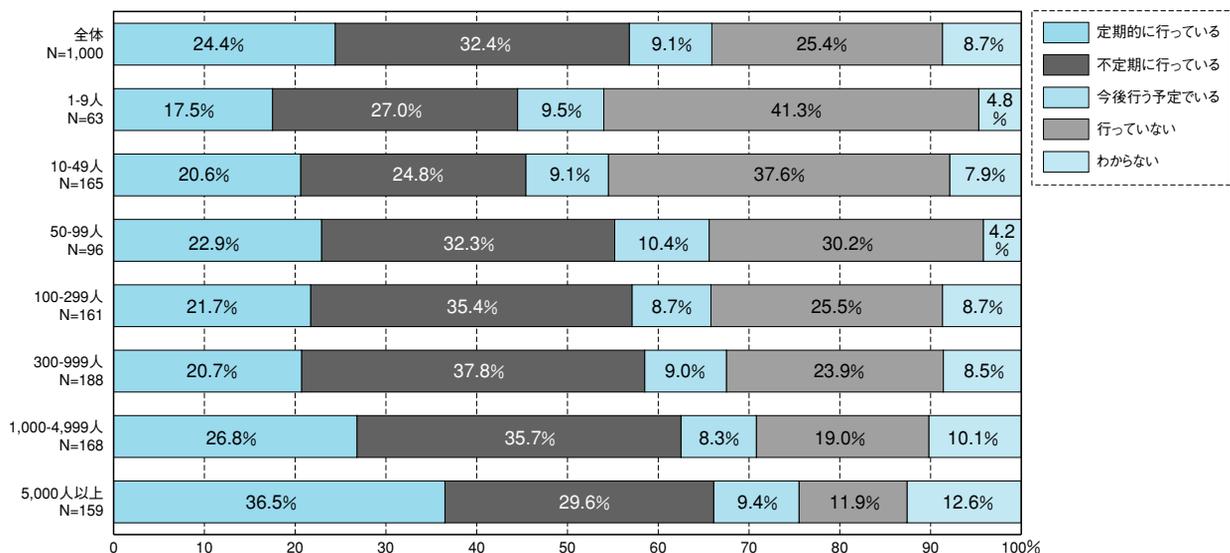


アクセス誘導対策

アクセス記録の収集・解析は6割弱、大企業ほど積極的

資料3-1-5 アクセス記録の収集・解析状況 [従業員規模別]

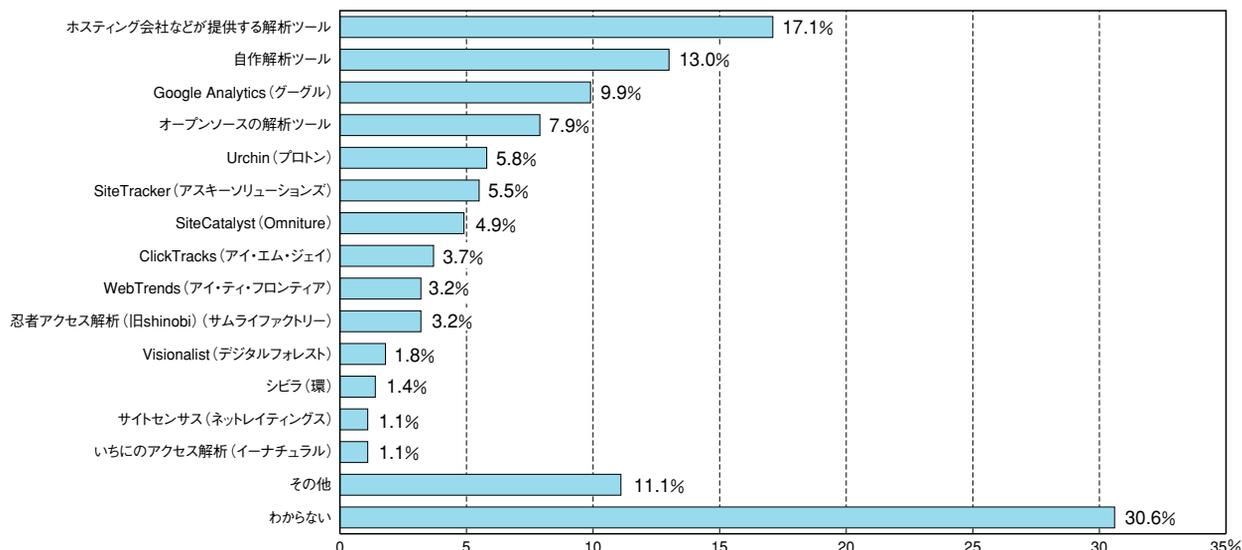


マーケティングやセキュリティ上、重要な情報となるアクセス記録を収集・解析しているのは6割弱で、大企業ほどその比率が高い傾向がある。定期的に行っている企業の比率も、1-9人の規模以外では20%を超え、高い。

©Impress R&D,2007

トップは「ホスティング会社などが提供する解析ツール」

資料3-1-6 アクセス解析ソフトの種類 (複数回答) N=568



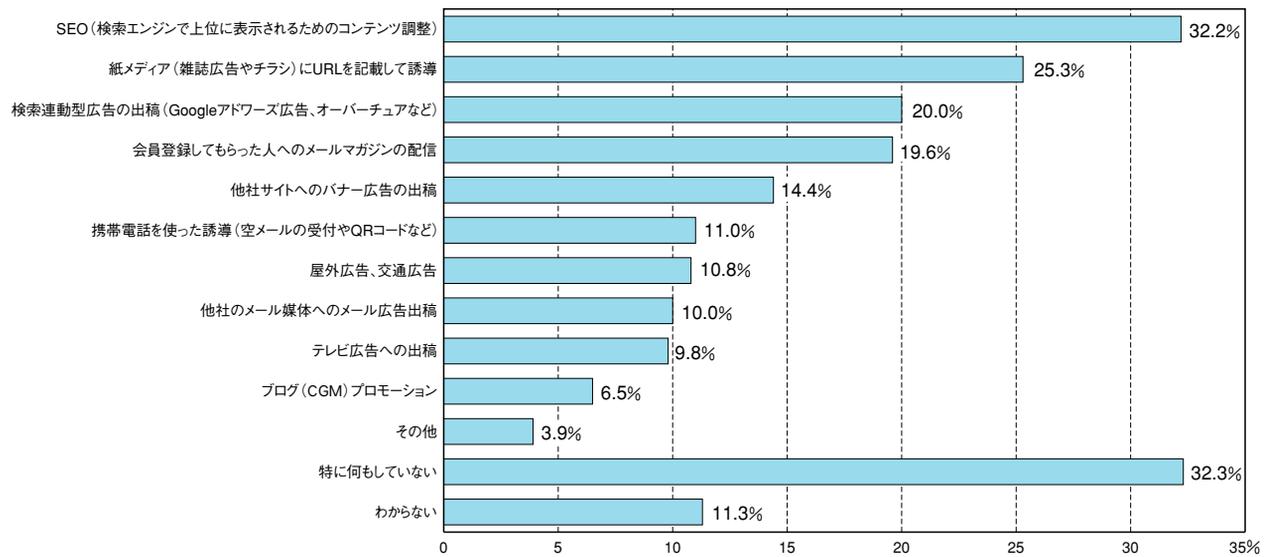
アクセス記録の収集・解析を行っている企業の主なアクセス解析ソフトをみると、「ホスティング会社などが提供する解析ツール」が17.1%でトップとなっている。次いで「自作解析ツール」が13.0%、無料で提供されている「Google Analytics (グーグル)」も9.9%となっている。

©Impress R&D,2007

アクセス誘導対策

実施している対策は、「SEO」「紙メディア」「検索連動型広告の出稿」

資料3-1-7 実施しているアクセス誘導対策（複数回答） N=1,000



実施しているアクセス誘導対策をみると、「SEO（検索エンジンで上位に表示されるためのコンテンツ調整）」が32.2%でトップ、次いで、「紙メディア（雑誌広告やチラシ）にURLを記載して誘導」「検索連動型広告の出稿（Googleアドワーズ広告、オーバーチュアなど）」となっている。

©impress R&D,2007

従業員規模にかかわらずSEO対策がトップ

資料3-1-8 実施しているアクセス誘導対策（複数回答） [従業員規模別]

	全体 N=1,000	1-9人 N=63	10-49人 N=165	50-99人 N=96	100-299人 N=161	300-999人 N=188	1,000-4,999人 N=168	5,000人以上 N=159
SEO (検索エンジンで上位に表示されるためのコンテンツ調整)	32.2%	31.7%	34.5%	26.0%	29.8%	29.8%	31.0%	40.3%
紙メディア (雑誌広告やチラシ) にURLを記載して誘導	25.3%	19.0%	21.2%	16.7%	26.1%	26.6%	29.2%	30.8%
検索連動型広告の出稿 (Googleアドワーズ広告、オーバーチュアなど)	20.0%	12.7%	15.8%	17.7%	19.3%	18.6%	20.2%	30.8%
会員登録してもらった人へのメールマガジンの配信	19.6%	14.3%	13.9%	13.5%	19.3%	19.1%	21.4%	30.2%
他社サイトへのバナー広告の出稿	14.4%	7.9%	9.1%	12.5%	8.7%	16.5%	16.1%	25.2%
携帯電話を使った誘導 (空メールの受付やQRコードなど)	11.0%	3.2%	7.3%	6.3%	9.9%	10.1%	14.9%	18.9%
屋外広告、交通広告	10.8%	1.6%	4.8%	5.2%	7.5%	12.2%	10.1%	26.4%
他社のメール媒体へのメール広告出稿	10.0%	0.0%	5.5%	8.3%	7.5%	9.0%	13.7%	19.5%
テレビ広告への出稿	9.8%	1.6%	2.4%	5.2%	3.1%	9.6%	13.7%	26.4%
ブログ (CGM) プロモーション	6.5%	11.1%	9.7%	4.2%	5.0%	4.3%	4.8%	8.8%
その他	3.9%	3.2%	4.8%	3.1%	4.3%	4.3%	6.0%	0.6%
特に何もしていない	32.3%	36.5%	40.0%	45.8%	34.8%	33.0%	24.4%	19.5%
わからない	11.3%	9.5%	7.9%	5.2%	9.3%	10.1%	16.7%	17.0%

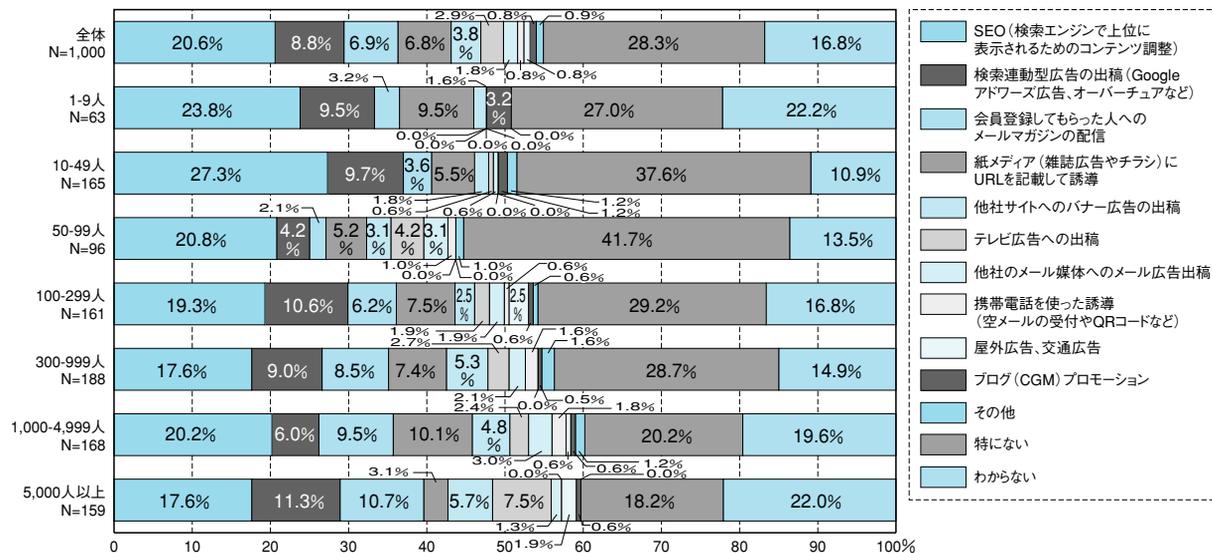
©impress R&D,2007

従業員規模別にアクセス誘導対策をみると、どの企業規模でも「SEO（検索エンジンで上位に表示されるためのコンテンツ調整）」がトップ。「検索連動型広告の出稿（Googleアドワーズ広告、オーバーチュアなど）」は大企業ほど実施比率が高いが、一方「ブログ（CGM）プロモーション」は小規模な企業のほうが実施比率が高い。

アクセス誘導対策

効果が高いアクセス誘導対策は「SEO」「検索連動型広告の出稿」

資料3-1-9 効果が高いと思うアクセス誘導対策【従業員規模別】

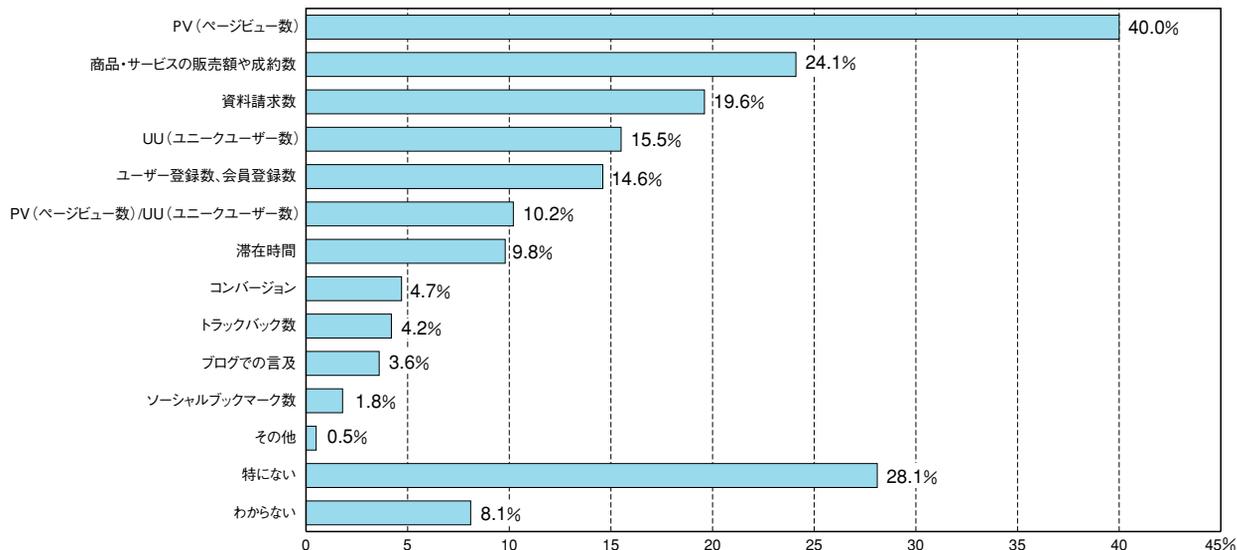


効果が高いと思うアクセス誘導対策をみると、「SEO (検索エンジンで上位に表示されるためのコンテンツ調整)」がトップ、「検索連動型広告の出稿 (Google アドワーズ広告、オーバーチュアなど)」が2位となる。実施している対策 (資料3-1-7) と比較すると、「紙メディア (雑誌広告やチラシ) に URL を記載して誘導」は実施比率は高いが、効果はあまり感じていないことがわかる。

©impress R&D,2007

ウェブサイトの効果はPVで判断が40%

資料3-1-10 ウェブサイトの効果の判断指標 (複数回答) N=1,000



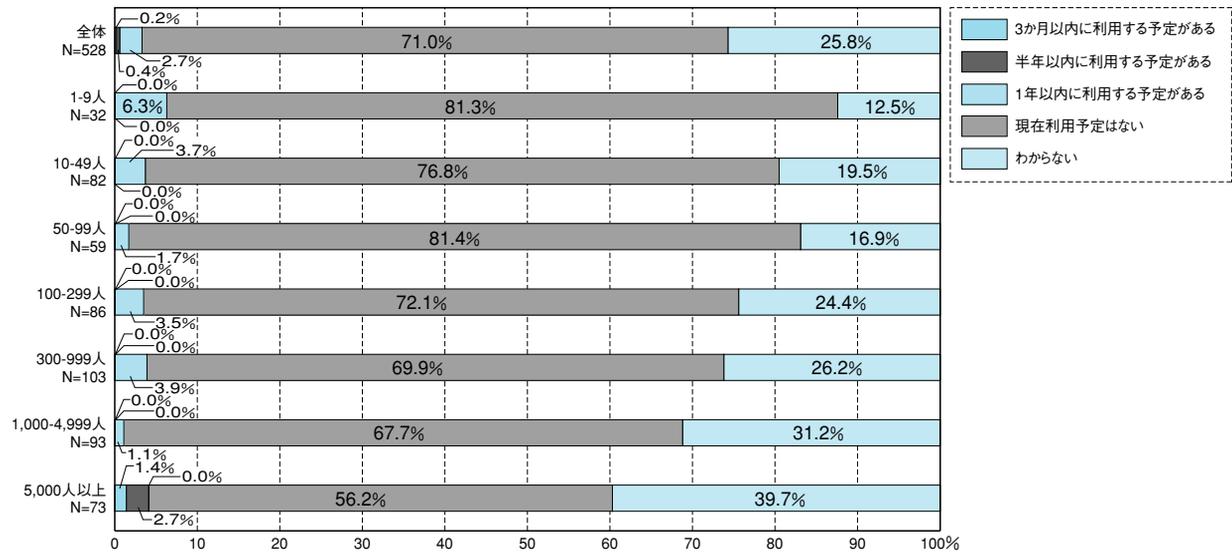
ウェブサイトの効果を判断する指標は、「PV (ページビュー)」が40.0%と最も高く、基本となっている。一方で、ウェブサイトではウェブサイト訪問者が訪問後に何をすることが重要であることから、2位には「商品・サービスの販売額や成約数」の24.1%、3位には「資料請求数」の19.6%と、売り上げに直結する項目が続いている。

©impress R&D,2007

アクセス誘導対策

検索連動型広告の導入意向は3.3%と導入には消極的

資料3-1-11 検索連動型広告の導入予定【従業員規模別】

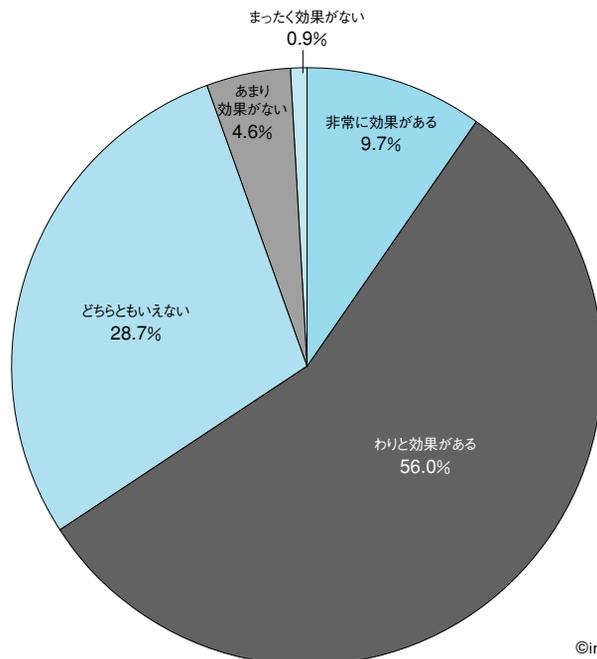


検索連動型広告を実施していない企業の今後の導入意向をみると、利用予定がある比率は全体で3.3%であり、利用には消極的である。どの従業員規模でも、利用意向に大きな違いはみられないが、大企業の担当者ほど担当業務が細分化されていくことから、「わからない」の比率が高くなる。

©impress R&D,2007

65.7%が検索連動型広告に効果を感じている

資料3-1-12 検索連動型広告の効果 N=216



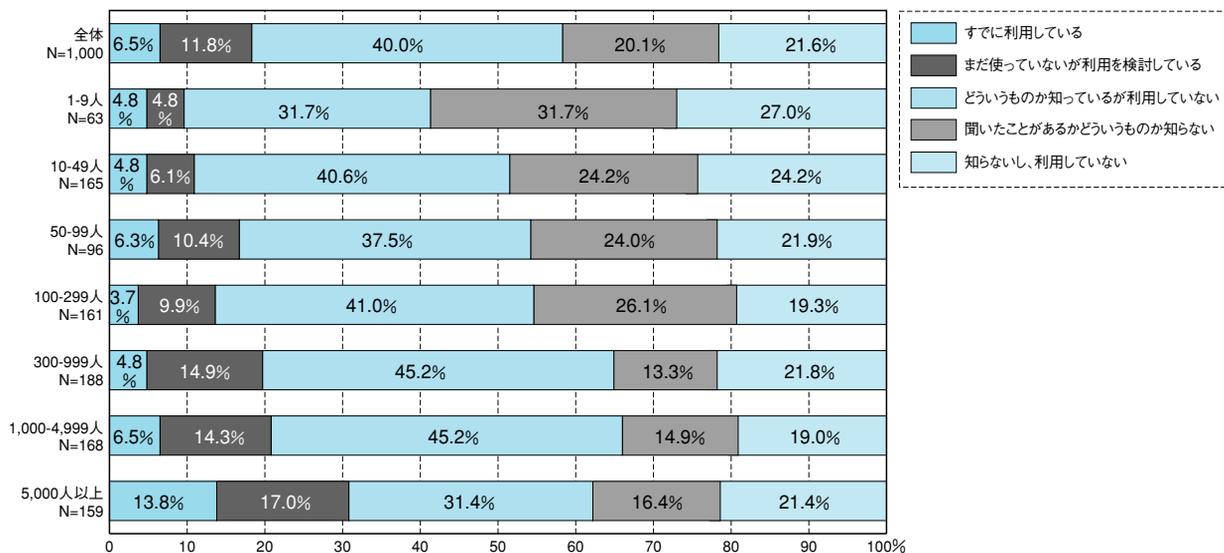
検索連動型広告を導入している企業のうち「Googleアドワーズ広告」と「スポンサードサーチ」に広告を出しているサンプルに対してその効果を聞いてみると、「非常に効果がある」が9.7%、「わりと効果がある」が56.0%と、65.7%が効果があると回答している。

©impress R&D,2007

アクセス誘導対策

コンテンツ連動型広告の認知度は78.4%、利用率は6.5%

資料3-1-13 コンテンツ連動型広告の認知 [従業員規模別]

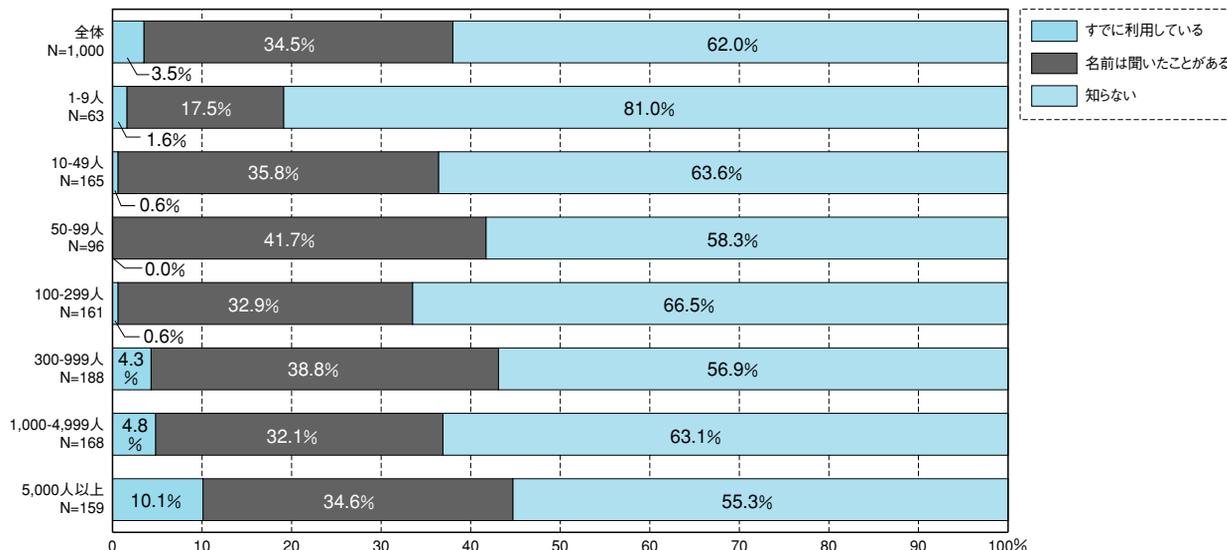


コンテンツ連動型広告の認知をみると、「聞いたことがあるかどういものか知らない」まで含めた認知度は78.4%、サービス内容を理解しているのは58.3%、実際に利用しているのは6.5%である。ただし、利用意向は11.8%とあまり高くなく、その効果を認識していない企業が多いとみられる。

©impress R&D,2007

ペーパーコール広告の認知度は38.0%、利用率は3.5%

資料3-1-14 ペーパーコール広告の認知 [従業員規模別]



ペーパーコール広告の認知をみると、「名前は聞いたことがある」まで含めた認知度は38.0%と半数以下であり、実際に利用しているのは3.5%にとどまっている。企業規模別にみると、大企業でその利用率が高く、5,000人以上の企業では利用率が10.1%と高い。

©impress R&D,2007



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp