

サイト内行動や検索ワードが一目瞭然

特集2

即効使える! アクセス解析ツール



アクセスログにはユーザーの嗜好やサイトの問題点などが詰まっており、ウェブにおける広告価値が高まるにつれ、アクセスログへの注目が断然増している。しかしアクセスログを漠然と見ているだけでは、その中身がよくわからない。そこで目的に応じた解析ができる“アクセス解析ツール”の活用が鍵となってくる。

text : 大澤文孝 + 井上繁樹
illustr : MIZUTANI DOKU

マーケティング担当者から個人のアドセンス利用まで 注目が高まるアクセス解析

アクセスログは、いつどこからどのようなコンテンツを参照したのかを記録したものにすぎない。元来は、技術的に不正なアクセスがないかを調べたり、回線帯域が足りているかなどを調査したりする目的で使われた。しかしアクセスログは、ウェブサイトにとって、ユーザーの状況を知る唯一の手がかりであり、アクセス解析をすれば、現在サイトが抱える問題点を知り、今後の対応を決めるための重要な指針となる。

もっとも簡単な解析は、コンテンツごとにアクセス数で集計するというものだが、ただアクセス数が増えていると漠然と喜んだり、アクセス数が少ないと嘆いたりしても始まらない。むしろ、「なぜ増えたのか」「なぜ減ったのか」を知ること

がある。その「なぜ」の部分を知るために必要となるのが「どのページから入り、どのページから出て行ったのか」というユーザー行動の調査だ。

特に、どのページから入ってきたのかという入口は、今後のサイト運営を決めるうえで、貴重な情報だ。ユーザーの多くは、検索エンジンの結果や自社が出したウェブ広告、メール広告などのリンクをたどってサイトに到達する。そこで、リンク元を調べれば、広告効果があったかどうかを調べられる。

検索エンジンの結果で到達した場合には、その結果に、まさにユーザーが求めようとしているキーワードが含まれている。キーワードから訪れたユーザーの滞在時

間が極端に短く、すぐに他のサイトに行ってしまうようであれば、興味のある情報がないというだけでなく、そのページから他のページへのリンクが張られておらず、メインとなるコンテンツへ誘導できていないなど構造的な問題があるのかもしれない。

このような、「入口」「出口」「滞在時間」などの情報を得るには、アクセス数を単純にカウントするのではなく、ユーザーごとに分類して集計するアクセス解析ツールが必須となる。

アクセス解析ツールの解析機能は年々高度になっている。このため、元は同じアクセスログでも、利用するアクセス解析ツールによって、何がわかるのかが異なる。そこで、目的に合ったアクセス解析ツールを使うことが重要だ。

アクセス解析の想定される利用シーン

【技術的な要因】

- ・アクセスピーク時の帯域を調べ、回線増強の必要性などを把握する
- ・アクセス数が減る時間帯にメンテナンス作業の予定を立てる
- ・不正なアクセスや本来見えてはならないコンテンツにアクセスされていないかを調べる

【マーケティング的な要因】

- ・ウェブの広告効果を調べる
- ・メールリストやメールマガジンなどによる広告効果を調べる
- ・検索エンジンのキーワード効果を知る
- ・ユーザーがどこから訪れているのかを知り、訪れているユーザーの嗜好を知る
- ・ECサイトであれば、購買率がどの程度なのかを知る

Google アドワーズ画面。アクセス解析の結果、ヒットの多い検索キーワードでこのようなウェブ広告に登録すれば、サイトの訪問者がいっそう増えるだろう。

このスクリーンショットは、Google AdWordsのウェブ広告管理画面を示しています。検索キーワード、競合の広告、および自分の広告の表示状況が確認できます。



Urchin V5.6の画面。サイトを訪れたロボット型検索エンジンをヒット数順で並べて一覧表示したもの。実際に来訪者が利用した検索エンジンとその数を調べることもできる。

別アクセス解析ツールのメリット・デメリット



目的に合ったツールを選ぶために

タイプ別アクセス解析ツールのメリット・デメリット

アクセス解析ツールには、解析サーバーでリアルタイムにアクセス解析をするもののほか、ウェブサーバーで記録したアクセスログをあとから専用ソフトウェアを使って解析するものなどがある。ここでは、アクセス解析の仕組みと特徴について解説しよう。

アクセス解析の主流は

サーバーログ取得とウェブビーコン

ウェブサーバーで記録されるアクセスログを、アクセス解析ツールを使って解析するのが、すべての基本だ。自社のサーバーですでにアクセスログを記録しているのであれば、アクセス解析ツールさえ用意すればいいので、手間がかからない。

自社でアクセスログを記録しない場合には、ウェブビーコン(スクリプト)を使う方法がとれる。ウェブビーコンの多くは、ASP型のアクセス解析ツールのサービスとして提供される。

ウェブビーコンとは、コンテンツに埋め込まれた透明な画像やJavaScriptなどのことだ。ユーザーが該当コンテンツを読み込むと、ウェブビーコンを提供するサーバーに自動的にアクセスして、そこでログを記録する方法だ。ウェブビーコンは、事前のサーバー設定は必要ないが、各ウェブページのHTMLにウェブビーコンを埋め込む作業が必要になる。またウェブビーコンは、HTMLメールに埋め込んで、ユーザーがそのメールを読んだかどうかを調査する場合で使われることもある。

高度な解析ができる

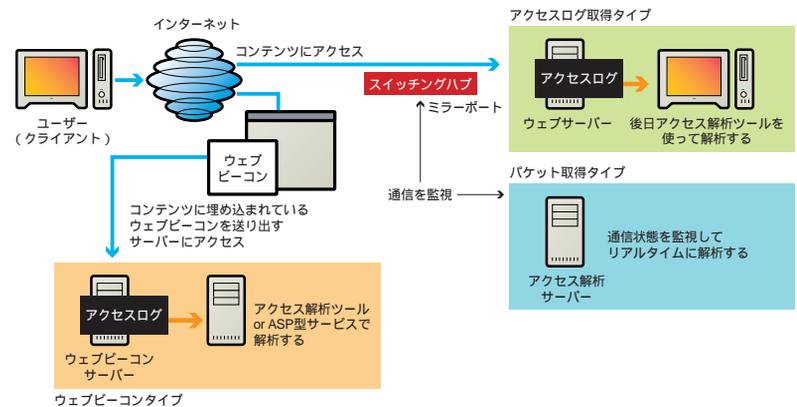
パケット取得型の解析ツール

アクセスログやウェブビーコンでは、IPアドレスやCookieでユーザーを特定するため、厳密ではない。なぜなら、携帯電話やプロキシを利用した環境(たとえば会社からのアクセスなど)では、異なるユーザーが同一IPアドレスで接続することもあるし、ユーザーによってはCookieを無効にした状態でアクセスしていることもあるからだ。

より厳密で高度な解析をしたいのであ

れば、パケット取得型のアクセス解析がよい。パケット取得方式では、ウェブサーバーと並列してアクセス解析用のサーバーを導入し、ユーザーの接続を監視する。これにより、ユーザーを厳密に特定でき、滞在時間も含めてより厳格な測定ができる。また、通信中のユーザーの監視やアクセス解析のリアルタイムなレポート表示機能をサポートしているアクセス解析ツールもあり、そのようなツールに乗り換えている企業も徐々に増えている。

アクセス解析3タイプの仕組み



アクセス解析タイプ別の特徴

タイプ	ユーザーの特定	メリット	デメリット
アクセスログ取得	IPアドレス	<ul style="list-style-type: none"> 既存のアクセスログも解析できる すでにアクセスログを記録しているならば、サーバーの環境を変更する必要はない 	<ul style="list-style-type: none"> IPアドレスでユーザーを判断するため、正確さに欠ける 1コンテンツごとの集計であり、リンク構造を意識しないので、ユーザー行動調査には不向き サーバーでアクセスログを記録しておく必要がある
ウェブビーコン(スクリプト)	IPアドレスまたはCookie	<ul style="list-style-type: none"> 自社サーバーに変更を加える必要がない HTMLメールと併用して、ユーザーが読んだかどうかの判定もできる 	<ul style="list-style-type: none"> 各コンテンツにウェブビーコン(スクリプト)の埋め込みが必要 IPアドレスまたはCookieでユーザーを判断するため、正確さに欠ける Cookieを使えばリンク構造を意識した調査も可能だが、近年はユーザーがCookieを無効にしていることも多く、正確ではない
パケット取得	コネクション(接続)単位	<ul style="list-style-type: none"> コネクションでユーザーを特定するので、正確なアクセス解析ができる ウェブサーバーに負担をかけない 	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサーバーに併設するアクセス解析専用サーバーが必要 他のタイプに比べて高コストになりがち



ユーザーの行動が丸ごと見える！

情報の宝庫になるアクセスログ

アクセス解析に使われる基礎データとなるのが、アクセスログだ。アクセスログにどのようなデータが記録されているのかを知ること、アクセス解析ツールが提供するレポートの意味を、より正確に理解できるようになるはずだ。

ログの基本は

URLとアクセス日時

ログは、「いつ」「どのURLのコンテンツが」「どこから」要求され、その結果、「成功したのか否か」という基本的な1行の集まりだ。ログの基本的な書式は、「CLF」(Common Log Format)と呼ばれる。

CLF形式のログを日付ごとに集計すれば、1日、1週間、1か月といった単位で、どれだけの変更があったのかという、いわゆるページビュー(PV)を計算できる。

実際にアクセスが成功したか否かという情報は、数字3桁のステータスコードで表示される(A)。

成功した場合には、「2XX(多くは200)」

または「3XX」のステータスコードが入る。「4XX」は認証エラーを、「5XX」はサーバーエラーを指す。

アクセス解析をして4XXが多ければ何者かが侵入を試みていることが考えられるし、5XXが多ければ、CGIエラーが発生している可能性がある。

RefererとUser-Agentで ユーザー情報と行動がわかる

基本的なログ情報だけでは、ユーザーの行動調査やユーザーが利用するブラウザ環境などを調べることができない。そこで、さらに追加の情報を記録しておくのが一般的だ。

そのための代表的な書式として、フリーのウェブサーバーであるApacheで使われる「コンバインドログ形式」と、Windows 2000 Server、Windows Server 2003で使われる「W3C拡張ログフォーマット」がある。コンバインドログ形式は、CLFの後ろに、RefererとUser-Agentという値を加えたものだ。

Referer(B)はユーザーが直前に見ていたページを指す。リンクをクリックして訪れたのであれば、リンクが存在したページのURLだ。このとき検索エンジンから来たのであれば、Refererには検索エンジンに入力した検索キーワードが「%XX%XX...」というようにURLエンコードと呼ばれる形

【コンバインドログ形式の例】

```
192.168.100.105 - [01/Apr/2004:18:49:51 +0900] "GET /docs/01.html HTTP/1.1"
  A ステータスコード   B Referer   C User-Agent
  200 7492 "http://www.example.jp/" "Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1)"
  D ident   E 認証ユーザー名
```

式で変換された値が含まれる。そこで、この文字を元に戻すと、ユーザーがどのようなキーワードで検索してページを訪れたのかがわかる。

Refererはまた、自社内のサイトについて調べれば、ユーザーがどのような順序でページをたどっているかという行動調査を示す指針ともなる。実際、アクセス解析ツールでは、ユーザーごとにRefererを抜き出して再構成することで、行動調査を求める基準に使っている。

User-Agent(C)は、ユーザーが使っているブラウザの種類を示す。ここにはOSの種類も含まれている。また、検索工

エンジンのロボットが巡回してきたときには、User-Agentにその検索エンジンの種類が入るので、いつ自分のサイトに検索エンジンのロボットがやってきたのを知ることができる。

ただし、RefererやUser-Agentは、ブラウザが意図的に送信してきた情報だ。ユーザー(クライアント)がセキュリティ対策ソフトをインストールしている場合には送信されていないこともあるので、かならずしも信頼のおける情報ではない。

アクセスログの書式はカスタマイズでき、さらに他の付加的な情報も記録できる。しかしCLF、コンバインドログ、W3C

拡張以外の書式にはアクセス解析ツールが対応していないこともある。

ログだけではユーザーの特定や 滞在時間の判定ができない

ログには、ユーザー情報として、「ident」(D)と「認証ユーザー名」(E)という2つの情報が含まれる。しかしidentをサポートしているブラウザは皆無だ。そして認証ユーザー名は、ページに認証機能を付けて、ユーザーIDとパスワードを使ってアクセスさせたときにしか有効ではない。このため、事実上、「ident」と「認証ユーザー名」には、「-」という値が入っており、ログ

見るアクセスログ

情報からは、ユーザーの特定ができない。

したがって、誰がアクセスしてきたのかという情報は、IPアドレスだけが頼りとなる。しかしIPアドレスは、プロキシ環境やNAT環境では複数の人によるアクセスであっても同一のIPアドレスになるため、ユーザーを識別する情報にはならない。

そこでアクセス解析ツールでは、より精度を高めるために、IPアドレスとUser-Agentとを組み合わせることでユーザーを識別している。またさらにCookieやJavaScriptを使ったり、パケット取得方式ではコネクション情報を用いたりすることもある。

またログ情報だけでは、原理的に行動履歴や滞在時間を正確に知ることはできない。なぜならウェブというものは「1つのコンテンツを取得したらそこで切断される」という仕組みで成り立っており、明確なアクセスの開始と終了という概念がないからだ。

このことから、アクセス解析ツールでは30分程度の間隔でデータを区切り、最初にアクセスしてきたページを入口、最後にアクセスしたページを出口として判定すると、たどられたURLのパス情報から行動を推測するなどの工夫をし、より正確な情報が得られるようにしている。このため、行動調査や滞在時間は独自性があり、アクセス解析ツールを選ぶときの基準にもなるだろう。

**生ログは必要！
データ保存期間も確認しよう**

アクセスログは、クライアントがアクセスしてくるたびに記録されるため、アクセス数が多いサイトでは膨大な量になる。このため、1週間単位で過去のログを消してしまう構成をとるサイトもある。しかしアクセスログを解析したいならば、古いログを削除してはならない。ログは長期的に見てこそ意味があるので、過去半年～1年くらいは保存しておいたほうがいいだろう。また、アクセス解析ツールを利用していたとしても、個別のログ情報を追って参照する可能性もあるし、解析ツールでは読み解けない部分を調査するためにも、解析結果だけでなく生ログも一定期間は残しておきたい。

アクセスログから見てくるもの

【生ログ】

```
192.168.0.100 - - [01/Apr/2004:18:50:08 +0900] "GET /02.html HTTP/1.1"
200 3121 "http://www.example.jp/" "Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1)"
192.168.0.1 - - [01/Apr/2004:18:50:10 +0900] "GET /07.html HTTP/1.1"
200 3921 "http://search.yahoo.co.jp/bin/query?p=%a5%b5%a5%f3%a5%d7%a5%eb&hc=0&hs=500&h=p"
"Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1)"
192.168.0.100 - - [01/Apr/2004:18:50:14 +0900] "GET /05.html HTTP/1.1"
200 4123 "http://www.example.jp/02.html" "Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1)"
192.168.0.2 - - [01/Apr/2004:18:50:18 +0900] "GET /05.html HTTP/1.1"
200 4123 "-" "Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1)"
192.168.0.100 - - [01/Apr/2004:18:50:18 +0900] "GET /04.html HTTP/1.1"
200 8131 "http://www.example.jp/02.html" "Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1)"
192.168.0.1 - - [01/Apr/2004:18:50:20 +0900] "GET /menu.html HTTP/1.1"
200 5102 "http://www.example.jp/07.html" "Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1)"
192.168.0.2 - - [01/Apr/2004:18:50:25 +0900] "GET /09.html HTTP/1.1"
200 6012 "-" "Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 6.0; Windows NT 5.1)"
```

ユーザー(ここでは単にIPアドレス)ごとに分類して並べ替える

【192.168.0.100のユーザー】

```
"GET /02.html HTTP/1.1" 200 3121 "http://www.example.jp/"
「ページトップから02.htmlがたどられた」
"GET /05.html HTTP/1.1" 200 4123 "http://www.example.jp/02.html"
「02.htmlから05.htmlがたどられた」
"GET /04.html HTTP/1.1" 200 8131 "http://www.example.jp/02.html"
「02.htmlから04.htmlがたどられた」
```

【192.168.0.1のユーザー(検索エンジンからたどってきたユーザー)】

```
"GET /07.html HTTP/1.1" 200 3921 "http://search.yahoo.co.jp/bin/query?p=%a5%b5%a5%f3%a5%d7%a5%eb&hc=0&hs=500&h=p"
「ヤフーで「サンプル」というキーワード(%a5%b5%a5%f3%a5%d7%a5%ebの解析結果)で検索され、その結果、07.htmlが参照された」
"GET /menu.html HTTP/1.1" 200 5102 "http://www.example.jp/07.html"
「07.htmlからmenu.htmlがたどられた」
```

【192.168.0.2のユーザー(Refererを送信してこないユーザー)】

```
"GET /05.html HTTP/1.1" 200 4123 "-" 「05.htmlがたどられた」
"GET /09.html HTTP/1.1" 200 6012 "-" 「09.htmlがたどられた」
```

ユーザー行動(ページ遷移)を把握できるアクセス解析ツール



パケット取得型のアクセス解析ツール「RTmetrics」のページ遷移(クリックストーム)画面。トップページ 製品トップ サービストップとユーザーが移動している様子がわかる。

「Visionalist」のページ遷移画面は、樹形図で構成され、ユーザーが目的のページへどのように移動したかがわかる。



ASP型アクセス解析サービス「WebMT」のページ経路画面。「目的ページへの経路」のほか「目的ページからの経路」検索エンジンあるいは広告から到達したのかがわかる「外部経路」を色豊かに表示する。

解析ツールの定番“ Analog ”



レンタルサーバーやASPで手軽に始める

解析ツールの定番“ Analog ”と“ Webalizer ”でわかること

アクセス解析ツールは、レンタルサーバーの低価格プランでも標準で提供されることが多くなった。なかでも、もっともポピュラーに利用される Analog はフリーのソフトウェアなので、自分でインストールして使うこともでき、愛用者も多い。

Analog はアクセス数の解析よりも「統計」を知るツール

Analog はアクセス解析ツールというよりも、アクセスログ統計ツールだ。どこからいつアクセスされたのかを項目ごとに集計し、そのレポートを1つのファイルとして出力する機能を持つ。

Analog では、「全体の概要」「月別レポート」「曜日別集計」「時間別集計」の部分に、アクセス数が表示される。これらの情報を見れば、日々アクセスが増えているのか減っているのかなど、アクセス状況の概要がわかる。

アクセス数は、「リクエスト数」と「ページ数」の2つに分けられる。前者は画像やCSSなどすべてのファイル要求の総数、後者はページだけの総数だ。「ページ数」は、いわばページビューに相当する。

ただし何をページと見なすのかは Analog の設定によって異なる。初期設定では、拡張子が.htmlのものだけをページと見なす。CGIなどを使って動的にページを構成している場合には、それらの拡張子を追加しておかないと正しい結果を得られないので注意しよう。

クライアントの環境と人気のあるコンテンツを調べる

「ドメインレポート」と「組織別レポート」には、アクセスしてきたクライアントごとの集計が表示される。これによって、どのプロバイダーや企業からのアクセスが多いのかを調べられる。また「OSレポート」の部分には、ユーザーが利用しているブラウザの種類が統計が表示される。

このほか、アクセス解析で一番知りたい情報は、公開しているコンテンツのうち、どれが人気が高いのかという点だろう。Analog では、コンテンツごとのリクエスト数が、「リクエストレポート」として表示される。また、ディレクトリーごとのアクセス数は、「ディレクトリレポート」として表示される。

ただし、初期設定では、リクエストレポートには、画像やCSSなど、すべてのファイルの種類が含まれてしまうので、どのページの人気が高いのかは一見してわからない。このため、実際に利用するときには、リクエストレポートに表示する項目を、.htmlファイルだけなどと絞り込んだほうがいだろう。

アクセス解析の導入別種類と導入方法

【ソフトウェア型】

事前に記録したアクセスログを読み込ませて解析する。多くの場合、結果はHTMLファイルとして得られることが多いが、アプリケーションによっては、他の形式にすることもできる。サーバーにインストールするもののほか、クライアントで動かすソフトウェアもある。

【ASP型】

アクセス解析サービスのみ提供。期限や項目を入力して、その条件で集計する。ウェブビーコン方式の場合には、事前に解析対象ページへのタグの埋め込みが必要だが、一度設定してしまえばリアルタイムで集計できる。ウェブビーコン方式でなければ、ウェブサーバーのアクセスログも併せてアップロードする(自動でアップロードされることも多い)。

【ホスティング型】

レンタルサーバーの機能として提供。サーバー側で設定されているので、ユーザーは事前設定が不要。管理ページなどにログインし、期限や項目を選択すれば、アクセスログの解析結果が表示される。更新されるタイミングは、1日1回やリアルタイムなど、サービスによって異なる。

主なレンタルサーバーと利用できるアクセス解析ツール

サービス名	URL	アクセス解析ツール	ログ保存期間	解析データ参照期間
smartSQUARE	http://www.smartsquare.ne.jp/	Analog	99日間(標準設定: 45日間)	制限なし
ネクストウェブ パーチャルウェブ	http://www.next-web.ad.jp/	Analog	1週間	制限なし
ロリポップ	http://lolipop.jp/	Analog	1週間	制限なし
AT-LINK専用サーバ・サービス	http://www.at-link.ad.jp/	Analog / Easy LogAnalyze(オプション)	制限なし(標準設定: 4週間)	制限なし
C'S SERVER Professional	http://www.cssv.jp/	Analog, Webalizer	2週間	制限なし
Servance VDS共用サーバサービス	http://www.servance.jp/	Webalizer	12か月	12か月
WADAX ブロンズ/シルバー/ゴールド	http://www.wadax.ne.jp/	Webalizer	4週間	制限なし
WebARENA Suite2	http://web.arena.ne.jp/suite2/	Webalizer	12か月	12か月
OCNホスティングサービス メール&ウェブ	http://www.ocn.ne.jp/hosting/	Urchin	制限なし	制限なし
ラビッドサイト Virtual Private Serve	http://vps.rapid-site.jp/	Urchin, Analog	制限なし	制限なし
アイフル Virtual Server	http://isle.jp/	Urchin(一部プランはオプション)	制限なし	12か月

「制限なし」の場合でも、ディスク容量の制約は受ける

アクセスログの取得 & 解析



カウント方法やログ保存形態

アクセスログの取得 & 解析にまつわる盲点

アクセス解析ツールでは、仕組みによって、解析した値が信用できないこともある。このため、解析結果を鵜呑みにせず、判断材料の目安として捉えるといい。またアクセスログには個人情報が含まれるので、その保管にも注意する必要がある。

ユニークユーザー数の概念の確認

ユニークユーザー数は、同じユーザーの重複アクセスを排除し、実際に何人のユーザーが訪れたのかを示す数のことだ。すなわち同じユーザーがコンテンツを何度参照しようとも、それを「1回」と数える方法だ。同じユーザーかどうかの判定には、IPアドレスやCookie、さらにはブラウザの種類を示すUser-Agentを組み合わせた値が使われる。また、パケット取得型の解析ツールの場合には、コネクション(接続)情報も判断材料とされることがある。

しかし同一ユーザーかどうかの判定は、実際には曖昧だ。そもそもプロキシサーバーを利用した会社や、回線を共有する共同住宅などで使われるNAT環境では、そこからのアクセスがすべて同一のIPアドレスと見なされるため、ユーザーの判別ができない。そして何を基準として同一ユーザーと見なすかの業界基準もなく、アクセス解析ツールによってまちまちだ。したがって、同じアクセスログを解析しても、解析ツールによって値が異なり、おおよその目安にしかならない。



同じユーザーが何回アクセスしても、「1回」と数える

【同一ユーザーの判定】

- ・IPアドレス
- ・Cookie
- ・User-Agent
- ・コネクション情報
- ・前回アクセスしてから今回アクセスするまでの時間
- ・JavaScriptが送信するデータ

など、区別の方法は解析ツールによって異なる。

携帯電話からのアクセスはカウントできないツールが多い

携帯電話からのアクセスは、携帯電話キャリアのプロキシサーバーを経由してインターネットにアクセスされる。プロキシサーバーは複数あり、接続のたびに異なるものが使われることもあるので、複数ユーザーが同一ユーザーに見えるばかりか、同一ユーザーがあたかも複数ユーザーのようにも見えてしまう。このためアクセス数のカウントはできても、ユニークユーザーの特定や行動調査ができない。

しかし携帯電話は、個体を識別する特別なIDを接続時に送信する。そこで、そのIDを調べる機能を持つアクセス解析ツールを使えば、ユーザーの特定が可能になる。個体の識別IDは、IPアドレスやCookieと違い、完全にユーザーを特定するものなので、パソコンからのアクセスを解析するよりも、ずっと正確だ。

主なアクセス解析ツール一覧と取り扱い項目

概要	製品・サービス名	アクセスログ取得方式						
		アプリケーション				サーバーインストール		
		ClickTracks	eIQ LogAnalyzer Version 4.0	SiteTracker 7	Urchin V5.6	WebTrends Log Analyzer Standard Edition v8.1c	Analog 5.32	Webalizer 2.0.1
提供企業	アイ・エム・ジェイ	アイ・エス・ティ	アスキーソリューションズ	プロトン	アイ・ティ・フロンティア	Stephen Turner氏	Bradford L.Barret氏	
URL	http://www.clicktracks.jp/	http://www.itstinc.co.jp/eiq/	http://www.sitetracker.jp/	http://www.proton.co.jp/software/urchin2/	http://sirius.itfrontier.co.jp/webtrends/	http://jp.analog.cx/ (日本Analogユーザ会)	http://www.mrunix.net/webalizer/	
価格・料金	Windows XP対応。1ライセンス89,250円(シングルユーザーバージョン)	Windows 98/Me/NT4.0 SP3/2000/XP対応。102,900円(バージョンアップキャンペーンあり)	Windows/UNIXサーバー/Mac OS X対応。プロフェッショナル版:102,900円	Windows NT4.0/2000/XP, Redhat 7.2/7.3/8.x/9.0/Enterprise 3.0, FreeBSD 4.x/5.2, Solaris 8/9(SPARC)・8/9(x86), MacOS X 10.2x/10.3x対応。260,400円(-)	Windows NT SP3/98/2000/XP/2003対応。98,000円	フリーソフトウェア	フリーソフトウェア GPL	
試用	サイトからダウンロード可	サイトからダウンロード可	サイトからダウンロード可	サイトから問い合わせ可	サイトからダウンロード可	-	-	
基本解析	時刻別、日別集計							
	ページ別集計							
	リモートホスト、ドメイン別集計							
	都道府県別集計		x	x	x		x	x
	ユーザーエージェント、OS別集計							
	リファラー別集計							
	画面解像度、色数別集計	x	x	x		x	x	x
	Cookie、ActiveXのオン・オフ集計	x	Cookie /ActiveX	x	Cookie /ActiveX	x	x	x
	ユニークアクセス集計						x	
	特定ドメイン除外							
広告効果測定					オプション	x	x	x
行動分析	特定ユーザーの追跡		x		x	x	x	x
	閲覧時間集計						x	x
	アクセス経路解析						x	x
	ユーザー導線のビジュアライズ		x	x		x	x	x
検索エンジン	検索エンジン別参照数集計							
	キーワード集計							
解析	キーワード別行動履歴の統計解析		x		CTMのキーワード別クリック解析	x	x	x
	エラーリクエスト集計	x						
ASPサービ	解析可能ページ数	-	-	-	-	-	-	-
ス内容	ログ保存期間	-	-	-	-	-	-	-
レポートのカスタマイズ	解析したい内容をあらかじめ設定し、ピックアップ表示可	全解析項目から表示させたものだけを選択	レポートを条件抽出やクロスタブ集計にてグループ化し、目的のレポートを見やすくする	x	50種類以上のレポートから選択して表示。見栄えも変更可能	環境設定ファイルを書き替えることによりカスタマイズ可能	環境設定ファイルを書き替えることによりカスタマイズ可能	
その他の特徴	ページのイメージ上にクリック率を表示。直感的に理解しやすい	アクセスログ解析の指南書「秘伝の書」が付属。組織DB用のユーザーDB機能を追加	ストリーミングの回線品質調査、動画・音楽の視聴時間の計測が可能	特定ユーザーの追跡はIPによる絞り込みでは可能。1年目の保守料込み	上位製品はスクリプト利用タイプにも対応。Flashコンテンツ解析が可能	ソースで入手可能。多くのレンタルサーバーで採用されている	ソースで入手可能。Analogと比較するとグラフの見栄えに定評がある	

解析にまつわる盲点

DNS逆引きのタイミングや取得情報はさまざま

アクセスログに記録されるのは、ユーザー(クライアント)のIPアドレスだ。IPアドレスからドメイン名を調べ、どの組織からアクセスされているのかを調べるには、IPアドレスと組織を関連付ける「DNSの逆引き」をする。DNSの逆引きは、アクセスログの記録時にすることもできるが、逆引きにはかなりの時間がかかるので、ウェブサーバーのパフォーマンスを低下させる要因となる。よって、逆引きは、アクセスログの記録時ではなく、アクセスログの解析時にまとめて行うべきだ。ほとんどのアクセス解析ツールは、一度逆引きした結果をキャッシュして再利用することで、逆引きにかかる時間を短縮する機能を備えている。

また、なかにはIPアドレスと地域や回線種別などを結び付けるデータベースを備えているアクセス解析ツールもある。このような解析ツールを使えば、クライアントがどの地域から、どのような回線でアクセスしてきているのかまでわかる。

ASP型・ホスティング型ではログ管理方法に注意

アクセスログは、いつどこから誰がコンテンツを参照したかという記録であり、個人情報的一种だ。アクセスログの管理は厳重にし、流出事故などがあってはならない。ASP型・ホスティング型の場合には、セキュリティ設定が施されていないディレクトリーにアクセスログを記録したり、解析結果ページを置いたりしないように注意したい。また、各サービス事業者のセキュリティポリシーもあらかじめ確認しておこう。

タブブラウザでは滞在時間が調査できない

アクセスログ取得方式の解析ツールやウェブビーコン埋め込み方式では、IPアドレスやCookieによってユーザーの行動を追跡し、最初のアクセスから最後のアクセスまでの時間を計測したものが滞在時間となる。それに対し、パケット取得方式では、コネクションが張られていた時間を計測する。

このためユーザーがブラウザのウィンドウを開きっぱなしにして別の作業をしたり、複数のブラウザを起動したりといった場合には、滞在時間、さらには入口や出口の判定が曖昧になる。特にタブブラウザを使っている環境では、ユーザーがページを開きっぱなしのまま放っておいたり、同じコンテンツを別のタブで開き、コネクションが複数張られたりすることが多いので、入口、出口、滞在時間は、大まかな情報であるとおいておいたほうがよいだろう。またユーザーがウェブの自動巡回ツールなどを使った場合には、滞在時間は極端に短い値となる。

パケット取得方式ではミラーポートが必要

パケット取得方式のアクセス解析ツールでは、ウェブサーバーとログ解析サーバーを並列して接続する。このときスイッチングハブを使うと、各ポートが切り離されているため、ログ解析サーバーがウェブサーバーに流れるデータを取得できない。そこで、全ポートの通信内容を映し出す「ミラーポート」と呼ばれるポートに接続する必要がある。ミラーポートを備えていない場合には、スイッチングタイプではないハブを用いてもよい。

アクセスログ取得方式	ウェブビーコン(スクリプト利用)方式					ASP型(廉価版)			パケット取得方式
ホスティング型	ASP型					EZBBS.NET Analyzer	infoseek アクセス解析	忍者TOOLS アクセス解析	住友商事Webアクセス解析サービス(RTmetrics)
Easy LogAnalyzer	Visionalist WEB解析	WebMT	サイトインテリジェンス	シビラ	インサイドウェブ	楽天	忍者システムズ	住友商事	
AT-LINK専用サーバーサービス	デジタルフォレスト	インフェイス	アイオイクス	環	インサイドウェブ	楽天	忍者システムズ	住友商事	
https://www.at-link.ad.jp/	http://www.visionalist.com/web/	http://webmt.inphase.jp/	http://www.ioix.com/	http://kan.co.jp/	http://ax.ezbbbs.net/	http://analyze.www.infoseek.co.jp/	http://www.shinobi.jp/s-access.html	http://www.access.rmetrics.com/	
初期費用31,500円 -、月額9,975円 (3万PVまで)	月額52,500円 (15万PVまで)	アクセス解析Package Lite: 月額50,000円 -、WebマーケティングPackage: 月額350,000円 (利用するパッケージにより異なる)	月額50,000円 (10万PVまで)	1年16,000円/月3000円/月、1年60,000円/月3万PV、1年200,000円/月(30万PV)など保存期間や月間ログ数との契約	無料 / 月額3,570円 -	無料 / 初期費用1,050円、月額3,150円	無料 / 初期費用1,260円、月額3,717円	初期費用300,000円、月額300,000円/月 解析対象サイト20個まで/トラフィック帯域10Mbps以下の場合)	
1か月無料試用あり	サイトから問い合わせ可	1か月無料試用あり	1か月無料試用あり	1か月無料試用あり	1週間試用あり	-	-	サイトより問い合わせ可能	
				後日実施予定					
			x	x		x	x	x	
x				x				x	
x			x	x		x	x	x	
					x /	x			
x				オプション		x			
x				オプション		x			
x				オプション	x /	x			
x				オプション	x	x		オプション	
x				x		x			
x	x	x (開発中)	x	x	x	x	x	x	
制限なし	制限なし	制限なし	制限なし	制限なし	100	1 / 50	100	-	
4週間(1週間ごとに循環)	2年間	半年~1年(50万PV/月)	1年	2年以内で設定可能	3日) / 4か月	2日 / 1か月)	4か月	-	
x	x (製品版は可能)	オプション対応	表示項目、表示形式をユーザーがカスタマイズ可能	x	表示項目、表示形式をユーザーがカスタマイズ可能	x	x	解析したい内容をツールの設定に落とし込んで閲覧ユーザー向けにカスタマイズ可能	
ユーザーの接続環境(光、ADSL・CATVなど)別集計、企業・ホームユーザー別内訳解析などが可能	製品パッケージ版では、パケット取得タイプのアクセス解析が可能	アクセス頻度やユーザー環境などアクセス解析で得たデータからの絞り込みでメール配信可能。 月額5万円	ウェブページの自動サムネイル表示機能。都道府県別集計は個別相談	ログの見方をアドバイスする機能付き。複数ドメイン、SSL対応。オプションでさまざまな解析機能を追加可	レポートに表示されるカレンダーは曜日情報を持つ。 解析結果は4か月閲覧可	有料版の解析結果は4か月間閲覧可能 PV・ユニークアクセスの過去の解析結果は4年間)	個別ログでのCookie状態計測可能。400ページの解析が可能な有料プランあり	ダイナミックページのパラメータ分析や携帯サイトのユーザー履歴も解析。設定代行とコンサルを含む	

簡単操作で充実の解析サービスをレンタルサーバーの1機能で提供

Easy LogAnalyzer

(URL) <http://www.at-link.ad.jp/>

AT-LINK専用サーバ・サービスには、標準で装備された「Analog」のほか、簡単な操作とわかりやすい表示の「Easy LogAnalyzer」の2種類のアクセス解析ツールが用意されている。Easy LogAnalyzerはオプション提供だが、豊富な解析項目でアクセス数向上に役立つ解析ツールだ。



ページビューを月別に表示させた画面。サイト訪問者のページごとの関心度がわかる。

3つの基本操作とわかりやすいレポート画面で使い勝手は抜群

AT-LINK専用サーバ・サービス(at+link)が提供するアクセス解析ツール「Easy LogAnalyzer」は、多くのレンタルサーバーが採用する「Analog」とは比較にならないほどの使いやすさとわかりやすさを誇る。たとえば、Easy LogAnalyzerのレポート画面は、次の3つの基本操作で多彩な解析結果を表示する。

- 1) アクセス数、検索キーワード解析、都道府県解析など、15の豊富なメニューから知りたい項目を選択する。
- 2) アクセスログの解析期間を指定する。
- 3) 解析結果が、見やすくまとまった一覧表で表示される。この結果をCSV形式のファイルとしてダウンロードできるため、ローカルで独自の解析も可能だ。

Easy LogAnalyzerは、解析対象サーバーのログファイルをFTPで自動的に取得するため、利用者は上の3つの操作を行うだけでいい。レンタルサーバーの1機能としての提供なので、面倒なソフトウェアのインストール作業ももちろん不要。アクセス解析機能も含めてサーバーごとアウトソーシング

できるため、中小企業でも導入しやすい。

なお、レンタルサーバーという性質上、アクセスログを社外で保管することになるが、at+linkはセキュリティ対策メニューが充実しているほか、セキュリティ維持に関する内部の体制も整っている(情報漏洩事故歴ゼロ)。

ベーシックなものから接続環境別アクセス数まで豊富な解析項目

Easy LogAnalyzerは、別表に示した15の項目の中から解析したい項目を選んで個別に結果を表示することができる。たとえば、商品やサービスごとにページを作成している場合は「ページ別アクセス数」で、それぞれの関心度をチェックできる。「接続環境別アクセス数」では、ダイヤルアップ接続かブロードバンド回線かのみならず、専用線、ISDN、ADSL、CATV、FTTHなどの回線の種別まで詳細にわかる。「検索キーワードランキング」では、どのようなキーワードで検索してサイトを訪れたのかがわかるため、SEO(検索エンジン最適化)にはうってつけだろう。

また、Easy LogAnalyzerには共用コー

スと専用コースが設けられ、専用コースなら有償でカスタマイズも可能だ。各コースはアクセス数により料金が異なり、申し込み件数に達した時点でユーザーに通知して、当月処理をそこまでで止めるか、一段ないしは二段上の階層まで解析を進めるのかといった選択が可能だ。なお、現在Easy LogAnalyzerを1か月無償で利用できるキャンペーンを実施しており、at+linkユーザーならこの機会にぜひ試してみたいだろう。

Easy LogAnalyzerで解析可能な項目

月別アクセス数	エンリーページ別
日別アクセス数	アクセス数
ページ別アクセス数	直前閲覧サイト
時間帯別アクセス数	検索キーワードランキング
接続環境別アクセス数	検索エンジンランキング
地域別アクセス数	リクエスト元のOS
ISP別アクセス数	リクエスト元のブラウザ
組織別アクセス数	

Easy LogAnalyzer利用料金

共用コース(解析サーバーは共用)		
アクセス数/月	初期費用	月額
~3万PV	31,500円	9,975円
~5万PV		15,750円
~10万PV		25,200円
~30万PV		33,600円
~60万PV		58,800円
カスタマイズ	不可	

専用コース(解析サーバーは専用)		
アクセス数/月	初期費用	月額
~100万PV	315,000円	52,500円
~200万PV	420,000円	73,500円
カスタマイズ	可能(有償)	

1か月間 運用開始日~運用開始翌月末 無償キャンペーン実施中

問い合わせ先

AT-LINK専用サーバ・サービス

TEL 03-5785-0555

(営業日9:30~23:00・休業日0:00~24:00)

pr-info@at-link.ad.jp



接続環境別に「ページビュー」「ユニークユーザー数」「訪問者1人あたりのページビュー」を解析した結果の画面。



サイト訪問者がどのようなキーワードで検索してサイトを訪れてきたのかが、使用キーワードの多い順に並んでいる。

サービス



ROI解析画面。サービス紹介のページを閲覧して問合せページに行ったユーザーは7だが、問合せが完了したユーザーは0であったことがこの画面でわかる。

トップページからの経路分析の例。トップページからケーススタディーのページへ約30%、プロダクトのページへ約24%のユーザーが移動していることがわかる。

月1回のコンサル込みで要求に応じた解析内容の変更が可能 住友商事Webアクセス解析サービス

(RTmetrics)
(URL) <http://www.access.rtmetrics.com/>

住友商事の「Webアクセス解析サービス」は、アクセス解析ツールにバケット取得方式のRTmetricsを採用する。オンラインショップのユーザー行動分析や携帯電話向けサイトの動向も解析できるとともに、基本料金内で月1回のコンサルティングサービスまでも提供し、e-businessの売り上げアップを総合的に支援する。

数のサービスを提供している携帯コンテンツプロバイダーへの導入が相次いでいる。

バケット取得型の解析ツールが支持される理由

RTmetricsは、ウェブサーバーのアクセスログを解析するのではなく、バケットを取得して独自に解析するツールだ。他のツールからの乗り換えという形で急速に採用されているのは、次の2つの利点があるからだ。

1) 拡張性に優れ既存システムの変更が不要

ウェブサイトが大きくなるにつれ、ログの容量が増加し、解析ツールが機能しなくなったり、機能したとしても解析結果を導き出すまでに人手と時間が多かかたりすることはよくある。特に複数のサーバーで運用しているサイトはログを使うと問題が多発するようだ。バケット取得型の場合、ツールをインストールしたサーバーをスイッチのミラーポートに接続するだけで解析を開始する。RTmetricsは1日数千万PVのサイトにも対応し、拡張性には絶対的な自信を持つ。

また、スイッチでバケットを取得するので、複数のサーバーで運用されているサイトやデータセンターが複数で運用されているサイトにもまったく問題なく導入できる。

2) ログには残らない情報の解析が可能

動的にページを生成させているサイトで問題になるのが、データの送信時(ポスト)に解析処理を行うために必要となる値(引数)を渡しているような場合だ。この場合、ログだと同じページをユーザーが推移しているようにしか見えず、経路分析がまったくできない。しかし、バケット取得型ではバケットを直接解析しているので、引数をどのような形で渡そうとも関係なく解析が可能だ。また、携帯コンテンツプロバイダーには端末識別IDなどを使って経路分析をしたいというニーズがあるが、これもログのみを使った解析だと不可能だ。

このような理由からショッピングサイトや複

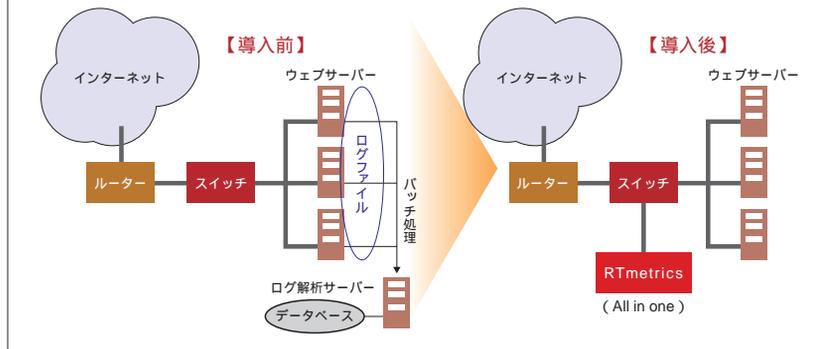
コンサルティングと設定代行まで含んだ統合的な解析サービスの提供

RTmetricsを単体で販売するうち、「具体的にどのようなアクセス解析を実施すればよいのか」「アクセス解析で得た結果をどのように展開すればよいのか」といった顧客の声が多くなってきた。このため住友商事では、コンサルティングを含めた「Webアクセス解析サービス」として展開している。アクセス解析サービスには、毎月行われる解析内容に関する打ち合わせや、それに基づく設定代行が含まれる。顧客にとってみれば、アクセス解析作業をアウトソーシングしたようなイメージで、解析結果を取得するのに手間ひまをかけるのではなく、解析結果を見て次のアクションを考えることに集中できる。

アクセス解析を売り上げアップに結び付けたいオンラインショップや携帯コンテンツプロバイダーには断然おすすめサービスだ。

RTmetricsの構成

RTmetricsでは、ウェブサーバーのハブのミラーポートに専用解析サーバーを接続するだけ。バケット取得方式のアクセス解析ツールのため、サーバーの設定変更などは一切不要だ。



RTmetrics利用料金

初期費用: 30万円
月額利用料: 30万円 - (解析対象サイトは20個まで設定可能 / トラフィック帯域は10Mbps以下の場合)

稼働環境

CPU	Pentium 2.4GHz
空きメモリー	1GB
ハードディスク容量	80GB (RAID)
対応OS	Redhat Enterprise 2.1/3.0

問い合わせ先

住友商事株式会社

TEL 03-5166-5293

FAX 03-5166-6240

rt-info@sumitomocorp.co.jp

大規模サイトでもコストパフォーマンス抜群の解析ツール

Urchin V5.6

(URL) <http://www.proton.co.jp/software/urchin2/>

Urchinは、拡張性に優れたアクセス解析ツールだ。ベーシックライセンスのみでURLを100個まで対応可能なコストパフォーマンスの高さと解析内容の豊富さが評価され、多くのISPでも採用されている。最新バージョン5.6では、ウェブ広告の費用対効果測定などに最適な追加モジュールを用意する。



Urchin V5.6のメイン画面。表示されている円グラフは、検索エンジンごとの参照ランキングだ。このサイトの場合、MSNからのアクセスが40%を占めていることがわかる。

小規模サイトから大規模サイトまで ベースライセンスのみで対応

Urchin V5.6のベースライセンスは、1年分の保守料込みで26万400円。複数のドメインを運用する場合にも、100プロファイルまではこのベースライセンスのみで運用できる。このライセンスでは、期間ごとのトラフィック解析、人気ページ、ユーザーが他のサイトに移動する直前に見ていたページ比率表示、リファラーの集計、利用者のドメイン集計、検索エンジンからのヒットの一覧など、多様な数値解析が行える。期間を指定してデータを集計できるので、サイトリニューアルの前後でユーザーの行動にどのような変化が見られるかなど、的確な分析が可能だ。

解析対象のログファイルは、FTPまたはHTTPでウェブサーバーから自動的に取得するため、ウェブサーバーにUrchinをインストールしなくてもよい。解析結果を共有したい場合は、専用の解析サーバーを用意してインストールする方法がおすすめだ。

また、Urchinは解析スピードの速さが特徴で、販売元のプロトン社によると、他社製品に比べて約8倍のスピードで解析できるとのことだ。巨大なログファイルを解析する

のに一晩かかるといったことはない。これは、Urchinの開発元がデータベースを得意とするメーカーであること、処理速度のボトルネックになるDNSの逆引き処理を最適化することで、解析速度を大きく改善しているためだ。

拡張モジュールを追加して

Eコマースやキャンペーン効果を解析

Urchinでは、JavaScriptを利用するUTM (Urchin Traffic Monitor)により、通常はカウントされないキャッシュからのアクセスも解析可能だ。このため、初めての訪問なのかリピーターなのか、および使用頻度を正確にカウントできる。さらに拡張モジュールの「Eコマースモジュール」を使えば、ショッピングサイトの製品売り上げや検索キーワードと関連付けた分析が可能になる。また、「キャンペーントラッキングモジュール」を用いると、ウェブ広告や電子メールに埋め込んだリンクのクリックからオンラインショップの購入ページに到達する流れや購入数を集計できる。

オンラインショップでは、個々のページビューなどの静的な解析よりも、どの検索サイ

ト、あるいはどの広告をクリックしたユーザーが購買意欲を持っているかを知ることが重要だ。購入に結び付く経路を見つけて分析することにより広告宣伝効果を高め、ひいては売り上げアップにつながる。

また、ウェブサーバーをロードバランシング(最適化)している場合の「ロードバランシングモジュール」や「100プロファイル追加モジュール」も用意されているので、サイトの大規模化にも柔軟に対応できる。

Urchin V5.6 価格表

	価格 *1	年間保守料 *2
Urchin V5.6 (ベースライセンス): A	260,400円	31,500円
100プロファイル追加	123,900円	21,000円
ロードバランシングモジュール	157,500円	26,250円
Eコマースモジュール: B	157,500円	26,250円
キャンペーントラッキングモジュール(CTM): C	907,200円	151,200円
Suiteパッケージ (ABCのパッケージ)	1,234,800円	205,800円

*1 購入後1年間の保守サービスが含まれる
*2 年間保守は、1年単位で更新可能

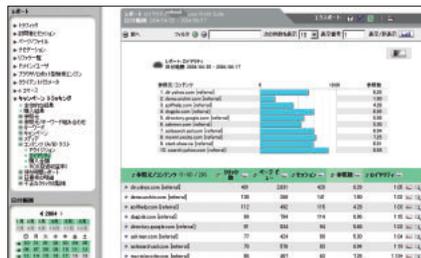
稼働環境

CPU	500MHz以上 (Pentium 1GHz, UltraSPARC 500MHz、同スペックのPPC、MIPSなどを推奨)
空きメモリ	128MB以上 (256MB以上を推奨)
ハードディスク容量	500MB (2GB以上を推奨)
対応OS	Windows NT4.0/2000/XP/2003, Linux Redhat 7.2/x86/x9/x/ Enterprise3.0, FreeBSD 4.x/ 5.2, Solaris 8/9 (SPARC) 8/9 (x86), Mac OS X 10.2/x/10.3

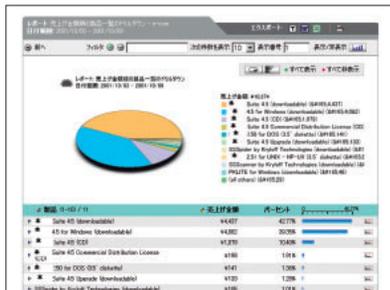
問い合わせ先

株式会社プロトン

営業本部 第4営業部 第2課
TEL 03-5337-6430
sales@sb.proton.co.jp



CTMの解析結果では、広告効果を評価するための指標が参照できる。「ロイヤリティ」とは、訪問者がどのくらいサイトに興味を持ったかを示す指標だ。



「Eコマースモジュール」の製品別売り上げ金額の集計画面。検索キーワードごとの集計なども可能なため、売り上げアップのためのSEOが容易になる。

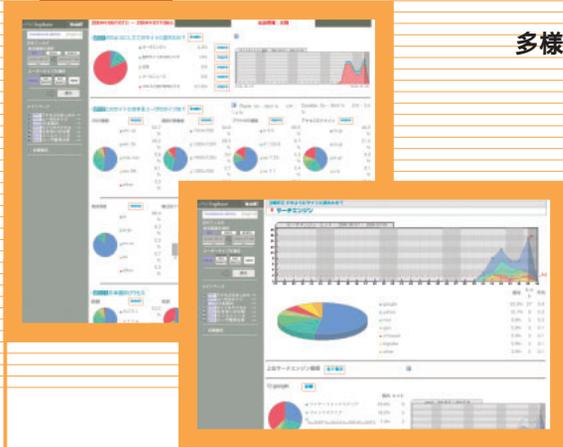
ASP

多様なOneToOneアプローチを実現するウェブマーケティングツール

WebMT

(URL) <http://webmt.inphase.jp/>

WebMTは、ターゲット別メール配信などウェブマーケティングを行うためのさまざまな機能をモジュールとして備えたASP形式で提供される「攻め」のアクセス解析サービスだ。そのわかりやすいユーザーインターフェイスは専門知識が不要で、サイト訪問者の動向が手に取るようにわかる。



ログイン直後に表示される総合分析画面では、期間やユーザータイプを指定した解析結果が一望できる。

サーチエンジン分析の詳細では、アクセスのきっかけとなったサイトの割合やその検索キーワードが表示される。

わかりやすいGUIで 的確な分析が可能

WebMTは、アクセス解析というカテゴリーに閉じこめてしまうとその本質を見誤る。企業のホームページをウェブマーケティングツールという攻めの武器に変えることのできるサービスだ。ASP形式で提供され、アクセス解析を元にしたウェブマーケティングを行うためのさまざまなモジュールがパッケージ化されて用意されている。したがって

ユーザーは、月額利用料を支払う形でまずは基本的なパッケージを導入し、効果を見ながら段階的に機能を追加したり、必要とされるモジュールを組み合わせたりできるので、無駄のない投資が可能だ。

また、わかりやすいユーザーインターフェイスも特筆したい。きれいに色分けされた円、折れ線、棒の各グラフが多用された画面は、専門的な知識をほとんど必要とせず、サイト訪問者の動向が手に取るようにわかる。総合分析トップ画面から入る各項目の詳細な分析結果も非常に整理されている。

モジュールの組み合わせで 最適なソリューションを提供

WebMTの機能は別表のようにモジュールで整理され、「アクセス解析Package Lite」では、「M001：サイトへのアクセス分析」「M002：ユーザーのタイプ分析」「M003：サ

イトの使用状況分析」が利用できる。「アクセス解析Package」は、これにアクセス元の都道府県、使用回線の種類などを分析できる「M002A」まで含んだものだ。

さらに月額15万円で「CRM Package Lite」を追加すると、「M004：引き合いの分析」が行える。これはウィザード形式で簡単に申し込みフォームやアンケートフォームを作成できるうえに、自動的に入力データをデータベース化するものだ。この機能を利用してサイト訪問者のメールアドレスを取得できれば、アクセス解析で得た、都道府県、使用回線、訪問日時などでユーザーを絞り込めるので、ターゲット別メール配信が可能になる。また、アクセス情報やフォームに入力した内容によりユニークユーザーを個人単位まで絞り込めるため、そのユーザーがどこから来てどのページをよく見ているかなどを詳細に分析できるし、パーソナライズされたウェブサイトの提供などのアプローチも行える。このあたりが、ウェブマーケティングツールと呼ぶにふさわしいところだろう。



アクセス元のIPアドレスから都道府県名や使用回線の種類、会社情報も分析できる。

WebMTのモジュールと機能

モジュール	機能
M001	サイトに対するアクセスを分析。「サーチエンジン」「他サイトからのリンク」「メールニュース」「広告・バナー」「直接入力」の各カテゴリ別に詳細に分析
M002	ユーザーの環境を分析。OSやブラウザの種類、アクセス元ドメイン、使用言語、日別・時間別トラフィック、Flash・Cookieの有無などを分析
M002A	アクセス元の都道府県・国名に加え、IPアドレスから使用回線の種類を分析
M003	サイトの使用状況を分析。滞在時間・ページごとの閲覧数、各ページに対する到達方法などを分析
M004	ウィザード形式で簡単に申し込みフォームとアンケートフォームを作成可能。入力データは自動的にデータベース化され、詳細な統計分析を行える
M005	M001～M004で取得したデータを元に、特定のユーザーグループを作り、そのグループにメールニュース配信・効果測定が行える
M006	M001～M005で取得したデータに対する分析結果を特定のユーザーグループで絞り込める

上記のほか、M007*サイトのユーザービリティ分析、M008*サイト内検索・分析、M009*サーバエラー分析、M010*パーソナライズドウェブ作成の各モジュールを開発中

WebMT利用料金

パッケージ名称	含まれるモジュール	月額利用料*1
アクセス解析Package Lite	M001-M003(M002Aを除く)	5万円～
アクセス解析Package	M001-M003	10万円～
アクセス解析Package Pro	M001-M003、M006	15万円～
CRM Package Lite	M004	15万円
CRM Package *2	M004、M005	25万円
アクセス解析Package + CRM Package Lite *2	M001-M005	30万円～
WebマーケティングPackage *2	M001-M006	35万円～
Webコンサルティング	-	15万円～

*1 サイトの規模によって変動(1か月50万ページビューのサイトで半年～1年間のデータ保持の場合の料金)

*2 メール配信回数は無制限(一度に送る配信数には制限あり)

上記以外に初期費用(10万円～)が別途必要。データベースをクライアント自身で持つプランもある

問い合わせ先
株式会社インフェイズ
TEL 06-6343-9820
webmt@inphase.jp



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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が、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の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。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp