

# CAR Cyber Area Research Navigation

2008  
April  
Vol. **5**

花曇、花冷え、花の雲、花明かり  
桜の季節は、花のつく言葉に事欠きません。  
これほどまでに万民に愛でられてきた桜。  
今年はどこでお花見しますか？

撮影地：南伊豆

## トピック Topic

### ➔ らくらくログ解析だからわかるユーザーの「接続環境」って？

サイバーエリアリサーチが提供する「らくらくログ解析」は、簡単・迅速・高機能なアクセスログ解析。しかも、IPアドレスの位置情報と接続環境のデータであるIP GeolocationデータベースSURFPOINT™搭載だから、「アクセスユーザーがどこから来ているのか」まで解析ができます。

今回は「ユーザーの利用環境」メニューの「接続環境」についてご紹介します。解析条件を指定して集計すると、「専用線経由」と「プロバイダ経由」の割合が表示されます。「専用線経由」は企業からのアクセスが多く、「プロバイダ経由」のユーザーの多くは一般家庭からのアクセスだと考えられます。したがって、企業ユーザーと一般ユーザーのおおよその割合を確認することが可能です。

企業ユーザー向けのサイトでは専用線経由、一般ユーザー向けサイトではプロバイダ経由のアクセスが多いはず。サイトの想定したターゲットに合致した来訪状況なのか調べ、サイトの見直しをしてみよう。

さらに、専用線が多いサイトでは「組織別アクセス状況」をみて、来訪している組織をチェック。プロバイダ経由が多いサイトでは「都道府県別アクセス状況」で、ユーザーの地域をチェック。サイトの改善やマーケティングの情報としてご活用下さい。らくらくログ解析にしかわからない情報です。

\*自社のアクセスログについて詳しく知りたいお客様には、有料ではございますが定型コンサルティングレポートもご提供いたします。お問い合わせ：info@arearesearch.co.jp

**お知らせ** 詳細は、サイバーエリアリサーチのHP [http://www.arearesearch.co.jp/information/0804\\_seminar.html](http://www.arearesearch.co.jp/information/0804_seminar.html) からご覧いただけます。

#### ■ セミナー情報：「アクセス元の地域自動判定で売上UPを実現」

～Webエリアマーケティングセミナー開催～

Webサイトから、全国の顧客に効率よくプロモーションをする方法とは？

IP Geolocationを使った効果的なプロモーションについて実例を交えてご紹介します

日時：2008年4月16日(水)14:00-17:00

場所：大阪商工会議所403会議室 (大阪市中央区本町橋2番8号)

プログラム：

1. IP GeolocationデータベースSURFPOINTのご紹介
2. な、なんと！ 受注が10倍に!?: IP Geolocationを使ったWebページの実例 (大和ハウスグループ)日本住宅流通株式会社 WEB推進室
3. 顧客をひきつける広告の地域配信：地域別プロモーションとクリック率の関係

#### ■ Webマーケティングフェア出展

「アクセス元の地域自動判定で売上アップ」をキーワードに、手軽にWebサイトでのエリアターゲティングを実現する

「どこどこJP」をご紹介します。

日時：2008年5月14日(水)-16日(金)

10:00-18:00(最終日のみ17:00終了)

場所：東京ビックサイト

詳細：http://www.arearesearch.co.jp/information/08expo\_web20.html

## CAR STAFF 提案からサポートまでお客様のために東奔西走

### 「東京営業部」Part1

CAR製品をお客様にご提案にあがる東京営業部の佐野さん。何事にもひたむきに取組むCAR一番の若手です。真摯な対応でお客様のご要望にお応えできるよう修行中です。まじめそうな外見ですが、実はドラマーです。白熱した演奏でメガネを飛ばしてしまうこともあるという佐野さんから、お客様への思いを一言：「必死のあまり、汗でメガネがずり落ちそうな私です。お客様のご要望にお応えしつつ、次のステップまでご提案できるよう尽力してまいります」



営業担当 佐野真規

# Geo Targeting

## 地域判定と売上げの知られざる関係 ～付近の店舗紹介の効果で受注額が最大10倍に！～

P Geolocationデータ「SURFPOINT」は、IPアドレスとその利用地域やネットワーク接続環境などを関連付けたIPアドレスデータベースです。インターネットのユーザビリティ向上・マーケティング・コンプライアンス・不正防止など、多様な目的で利用されています。

不動産仲介業を展開する日本住宅流通様では、2007年5月からSURFPOINT-Enterprise for WebServersをご導入頂いています。SURFPOINTによる地域別のコンテンツ切り替えを始めたところ、地方での売上げが大幅に増加したということです。



### 日本住宅流通株式会社

日本住宅流通株式会社 <http://www.jyutaku.co.jp/>

日本住宅流通株式会社様は大和ハウスグループの不動産仲介会社で、不動産売買・買取・賃貸など不動産流通にかかわる各種サービスを展開しておられます。不動産に関するあらゆるご相談に対応する総合不動産会社です。



総合企画部WEB推進室 谷 英司様

### SURFPOINT™ 導入メリット

- ◆ 付近の店舗表示の効果で地方の売上げが急増した
- ◆ サイトのユーザビリティが向上した
- ◆ 使える可能性が広く、新しいサービスの創出が可能になった
- ◆ 他がやっていないサービスを提供でき、他社サイトとの差別化ができた

## ➔ SURFPOINTのご利用用途は？ ～“使える可能性”が広いデータ～

### Q 地域判定を行おうとしたきっかけは何でしょうか？

A 関西を中心にネットからの受注が増え、地方への拡大策を模索していた時期に、展示会でSURFPOINTを知りました。説明を聞いたその場で、Webサイト上で地域別の物件表示を思いつき、すぐに取り入れたいと思いました。

### Q 現在のSURFPOINTご利用状況についてお聞かせ下さい。

A 以下の用途に利用しています：

- ◆ 付近の店舗の表示
- ◆ 近くの物件の表示
- ◆ Google Mapsとの組み合わせで「不動産まる見えマップ」や「地価動向マップ」の表示

サービスを受けていることをユーザーに感じさせることなくユーザビリティを向上する、という点でSPIはとて優れていると思っています。

導入してから分かったことですが、リダイレクトさせるファイルはhtmlファイルだけでなく、jpg等の画像ファイルやjsなどjavaスクリプト、cssなどスタイルシート定義ファイルなど何でもできることが素晴らしいです。都道府県ごとにスタイルシートが変更できれば、桜前線北上とともにページを春っぽくさせるとか考えられます。この“使える可能性の広さ”が気に入っています。

### Q サイト構築時に参考になるサイトがなく大変だったと伺いましたが、他に難しかったところがありましたか？

A バーチャルドメインで1台のサーバーで複数のドメインを運用しており、地域判定を効かせたくないドメインにも効いてしまったのですが、最終的には地域判定モジュールをカスタマイズしていただいて、効かせたいドメインだけに効かせることができました。また、精度の確認が簡単できないため、お試し期間中に動作確認のために出張先の東京からサイトにアクセスして確認したこともありました。



## ➔ SURFPOINT導入の効果は？ ～売上額が最大で前年比10倍！～

### Q ご導入頂いてからのご感想/効果はいかがでしたか？

A 効果がとても顕著に現れました。

今期はネットからの受注が大幅に伸び、当初は不可能だと思っていた受注目標を達成できそうな勢いがあります。

特にトップページで付近の営業所を表示したことが効果的だったと感じています。

サイトに来た方に、近くに店舗があることを知らせることができるようになった結果、それまで主力だった関西地方のみでなく、弊社の知名度が低かった地方や関東での契約件数が大幅に伸びました。

## ➔ これからのWebサイトとSURFPOINT ～今後もSURFPOINTを取り入れたサイト作りを～

### Q 御社のウェブサイト構築において、最も大切にしている点は何ですか？

A 独自性を最も大切にしています。

限られた広告予算の中でできることを考え、他にないサービスを提供するなどしてサイトに工夫を凝らすようにしています。その点で同業他社がやっていないSPIによる地域判定は大きな存在です。

### Q 今後Webサイトにおける施策や志向など具体的に何かお考えでしょうか？

A 今後は東京方面にもっと力を入れたいと考えている為、関東/関西向けのサイトの切り替えという面で、地域判定は必須だと考えています。

サイト上では、今後も新しいことを積極的に始めたいと考えています。例えば：

- ◆ 地域ごとのキャンペーンの地域配信
- ◆ サテライトサイトの作成
- ◆ 携帯サイトの強化
- ◆ サービスのより詳しい紹介 などです。

\*日本住宅流通様のWEB推進室では、営業エリアに関係なく同業者様はもちろん他業界のウェブ担当者様との情報交換を積極的に行っていらっしゃいます。情報交換をしていただける会社様がいっぱいいたら、メールにてご連絡ください。

メール宛先 [tani@nir.jyutaku.co.jp](mailto:tani@nir.jyutaku.co.jp) 日本住宅流通(株)WEB推進室 谷様

### 編集後記

木々の芽が開くのを眺めるのが楽しい季節です。北海道よりもっと北国に住んでいたとき、植物が芽吹くのは6月も終わる頃。それまで新緑が待ち遠しくてたまりませんでした。日本の国土の2/3以上は森林。北欧に次ぐ世界第三位の森林王国です。暖かくなってきたら、お弁当をもって野外に繰り出すのもいいですね。(木)



今月は春霞でなかなか富士山が現れません。かわりに伊豆の早咲桜をお楽しみください。

CAR社長blogの富士山観察webカメラ  
<http://blog.arearesearch.co.jp/ceo/>

# CAR Navigation

いよいよ夏本番です。  
暑くあってこそ夏。  
休日には空調から抜け出して、  
海に山に暑さを満喫しに出かけてみてはいかがでしょう？

## トピック Topic

### ➡ 「らくらくログ解析」セミナー開催

7月16日に名古屋にて「らくらくログ解析」セミナーを開催しました。  
弊社代理店の株式会社三晃社をゲストスピーカーとして、らくらくログ解析の有効活用法について事例を交えてご紹介しました。  
おかげさまで大勢の皆様にお越しいただき、盛況のうちに終了しました。

### ➡ JWord株式会社様がCARのIP Geolocationデータを活用したエリアターゲティング広告サービスを開始!

「SURFPOINT」が、JWord株式会社様 (<http://www.jword.jp/>) のエリアターゲティング広告サービス「ご当地ワード」に採用されました。 (<http://gotouchiword.jp>)  
「ご当地ワード」は広告主がエリアを指定してキーワードを購入できる広告サービスです。  
「SURFPOINT」によって検索ユーザのインターネット利用地を識別し、広告掲出の対象ユーザを地域別に絞って効率的な広告効果を得ることが可能になりました。

## お知らせ らくらくログ解析に「社内ポータルサイトアクセス解析カスタマイズサービス」登場!!

### ➡ 社内IPアドレスやLDAP\*と連携し、ポータルサイトの利用状況を解析するカスタマイズサービス。

貴社の社内ポータルサイトは、有効に活用されていますか？  
業務の効率化や情報の集約の実現を目的に導入される社内ポータルですが、業務改善のためには、現状の分析が不可欠です! 「社内ポータルサイトアクセス解析カスタマイズサービス」は、社内ポータルサイトの活性化や有効利用のための第一歩をご提供します。

- 社内ポータルは実際にどれだけ利用されているのか?
- 社内ポータル上の情報はどの程度社員に見られているのか?
- どの事業所でうまく利用されているのか?
- 優秀な社員のサイト活用傾向は? など、

お客様の独自データベースと連携することで、これまで見ることが出来なかった情報をご提供します。  
既存システムを利用するので、安価にスタートアップでき、ご要望に合わせた柔軟なカスタマイズが可能です。  
ぜひ一度ご相談ください!

**お問合せ先: (Mail) [info@arearesearch.co.jp](mailto:info@arearesearch.co.jp) (Tel) 03-3243-1070 / 055-991-5544**



\*LDAPはインターネットやイントラネットなどのTCP/IPネットワークで、ディレクトリデータベースへのアクセスをするためのプロトコルです。



CAR  
STAFF

### Webマーケティング支援部

企画担当課長 室園 拓也

## “らくらく”をお届けします

Webマーケティング支援部の企画担当課長の室園さん。CARさっての情報通なアイデアマンで、面白いものをよく見つけてきます。週に二度は脳細胞をアルコール消毒し、時々記憶までも消し去っているとか??

社会人の皮をかぶったやんちゃ少年の室園さんから一言:

「アイデアの具現化。これが最大のテーマです。ネットベンチャーだからできる事をもっとやりたいですね。ちなみに、IP検索サービスのIPひろばですが、年内にはソーシャルブックマーク数日本一を達成します!」

## 今までまったく分からなかったことが分かるデータ

# SURFPPOINT™

### ～「エリア」を切り口にした効果測定を マーケティングに活用～

“今までまったく分からなかったことが分かるデータであることをご評価頂いています”

#### 導入メリット

- ◆今までまったく分からなかったエリア情報の提供が可能になり、マーケティングに有用な情報としてエンドユーザーから評価いただいている
- ◆ユニークな機能の追加によって、代理店にとっても魅力的なツールにすることができた
- ◆LPOのターゲティングの一種としてエリアターゲティングを実現した

### 株式会社アクティブコア

<http://www.activecore.jp/>

行動ターゲティングソリューションを中心としたビジネスを展開するアクティブコア様では、2007年8月からSURFPPOINT-Enterpriseをご導入いただき、エリアによる効果測定とLPOのターゲティングサービスをご提供しております。今まで分からなかったWebユーザーのエリア情報の提供は、エンドのクライアント様にも高いご評価を頂いているそうです。

#### 【会社プロフィール】

株式会社アクティブコア様は「行動ターゲティング」にフォーカスした事業を通じて、インターネット上の情報に時間・アクションを関連付けて価値を生み出すビジネスを展開されています。

## ➡ SURFPPOINTのご利用状況は？

Q 現在のご利用状況について教えてください。

A. ad insightとac cruiserで導入しています。

ad insightは、“サイト内行動ターゲティング”的なLPOを実現するサービスです。サイトに来訪したユーザーの行動レベル(初回訪問・再訪・注文後の再訪など)に応じてコンテンツを切り換えることも可能です。このLPOのターゲティングの一種としてエリア情報を取り入れています。

ac cruiserは、広告効果測定とWebサイト効果測定を同時に実現するサービスで、エリア別の効果測定にSURFPPOINTを利用しています。別の切り口とエリアを組み合わせたいとの要望もあるので、今後そういった要望にも応えていきたいですね。

Q エリア情報に着目したのは何故ですか？

A. エリアでのターゲティングへの要望は以前からあり、ac cruiserのお客様からエリア別の効果測定の要望を受けたこともありました。

また、広告/Web制作代理店側としても、熾烈な顧客への売り込み競争で生き残る為、他社との差別化ができるユニークなツールを求めていますので、地域性に着目したツールへのニーズは必ずあるものと考えました。



代表取締役社長 山田 賢治 様

## ➡ 高精度の地域データSURFPPOINT

Q SURFPPOINTをどのようにしてお知りになりましたか？

A. ad insightのターゲティング設計時に、一つだけ自力ではどうしてもできないものがありました。それがエリアターゲティングです。

当初は海外のフリーデータを使うことを考えており、実装テストまで行いました。ところが検証の結果、判別精度が5割以下であることがわかりました。また、国が日本判定にもかかわらず海外都市に判定されたり、都市名がアルファベット表記で分かり難く、綴りに間違いもあるなど問題が多かった為採用には至りませんでした。

そこで高精度なデータを探す中で、SURFPPOINTに行き着きました。CARの名前は以前から耳にした事があり、同業他社がデータを使っていることも知っていました。実績があるため精度については信用が置けましたし、お試し期間などの融通も利かせていただけました。

Q 実際にSURFPPOINT導入にあたって難しかったところなどはございましたか？

A. すでに他社のデータで導入テストをしておりましたので、特に問題はありませんでした。精度をテストした結果、SURFPPOINTでは海外アクセスや企業からのアクセスを含んでも7割程度の判定率があることがわかりました。6割から7割程度が分かれば、マーケティング上の傾向把握には十分ですし、お客様には「今までまったく分からなかったことがわかる」データであることを評価していただいています。

## ➡ 地域情報と今後

Q エリアターゲティングの今後はどうなっていくのでしょうか？

A. 日本ではまだまだLPOの認知度が低いと感じています。ただ、こちらから提案していくと、興味を持たれる方はたくさんいますので、LPOのニーズはあります。ターゲティングは今後、多くの属性を掛け合わせたものが主流になると考えています。エリアはユーザーの個人属性として重要情報ですので、このターゲティングの属性の一つとして使われていくのではないのでしょうか。

Q 御社の今後の方向性をお教えてください

A. 当社は、Web上でのユーザーの行動データにより、企業とユーザーをつなげるコアを目指しています。Webサイトを提供する企業にとっては事業戦略上の便宜を提供し、インターネットユーザーにはインターネット利用上の利便性をご提供するサービスの実現を目指しています。その中で、重要なアイテムの一つとしてエリア情報があると考えており、上手に活用していきたいと思っています。

#### 編集後記

“夏”といえば思い浮かぶものはなんですか？ 私はくっきり浮かぶ雲と高山植物のお花畑に夏を感じます。高山の短い夏に咲き乱れる花は、可憐ながらも厳しい環境を生き抜く強かな生命力を内包しています。何度見ても、その美しさと強さに感動。心の中に持ち続けたい風景です。(木)