

**e-ビジネス情報技術講座
第6回
インターネットマーケティング**



**講師:片岡 信弘
教科書 第6章**

ポイント

- インターネットによるマーケティングの変貌
- インターネット広告の仕組み
- 検索サービスを活用したマーケティング手法
- ネットショップ内におけるプロモーション
- 消費者の情報共有手段

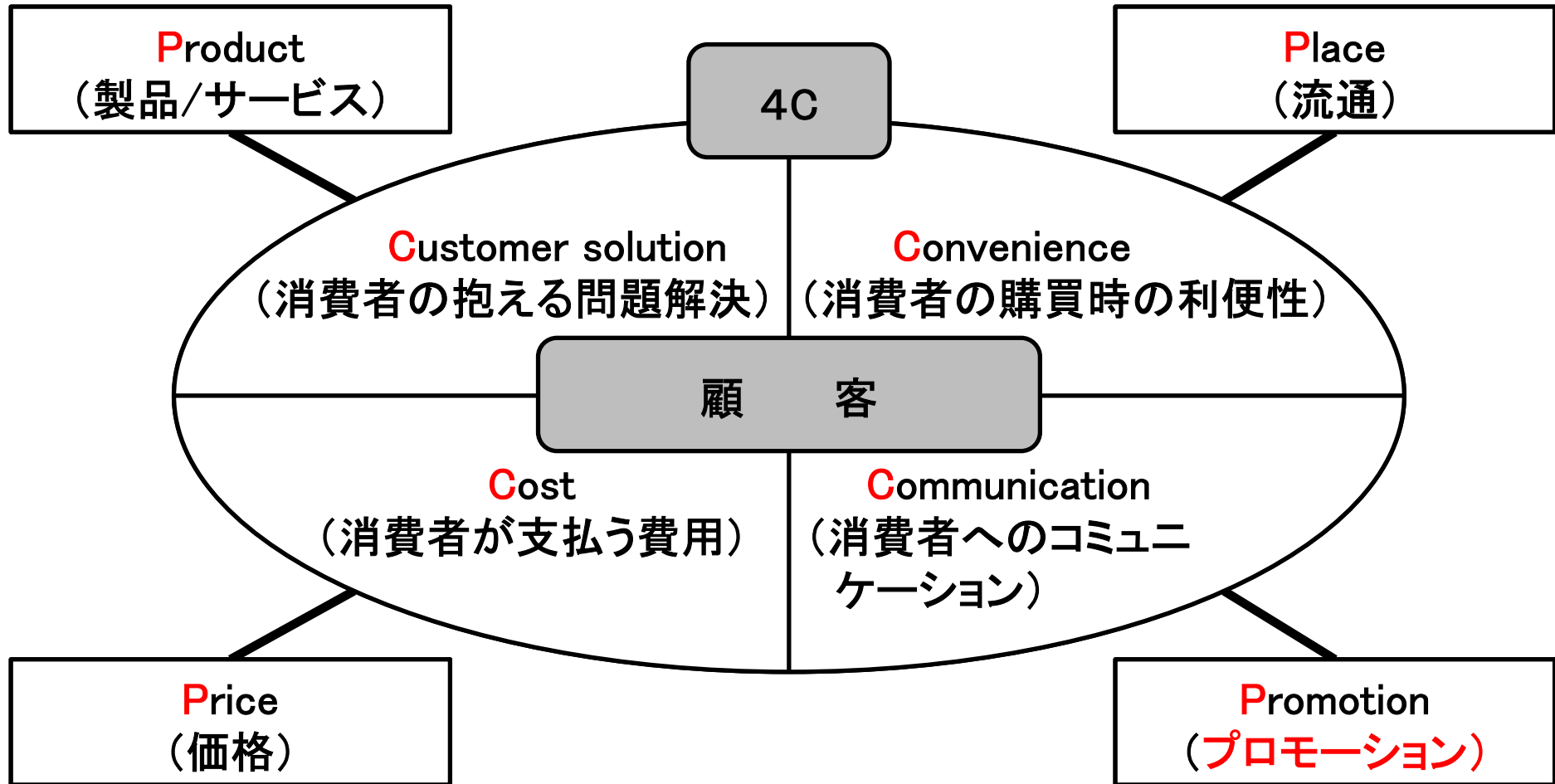
6.1 マーケティングとインターネット

インターネットがマーケティングを大きく変えた。

マーケティングとは

- 消費者との関係の**創造と維持活動**
- 複数の手法や活動を統合的に展開することによって実現される

図6.1 マーケティング4P 4Cのカテゴリー P65



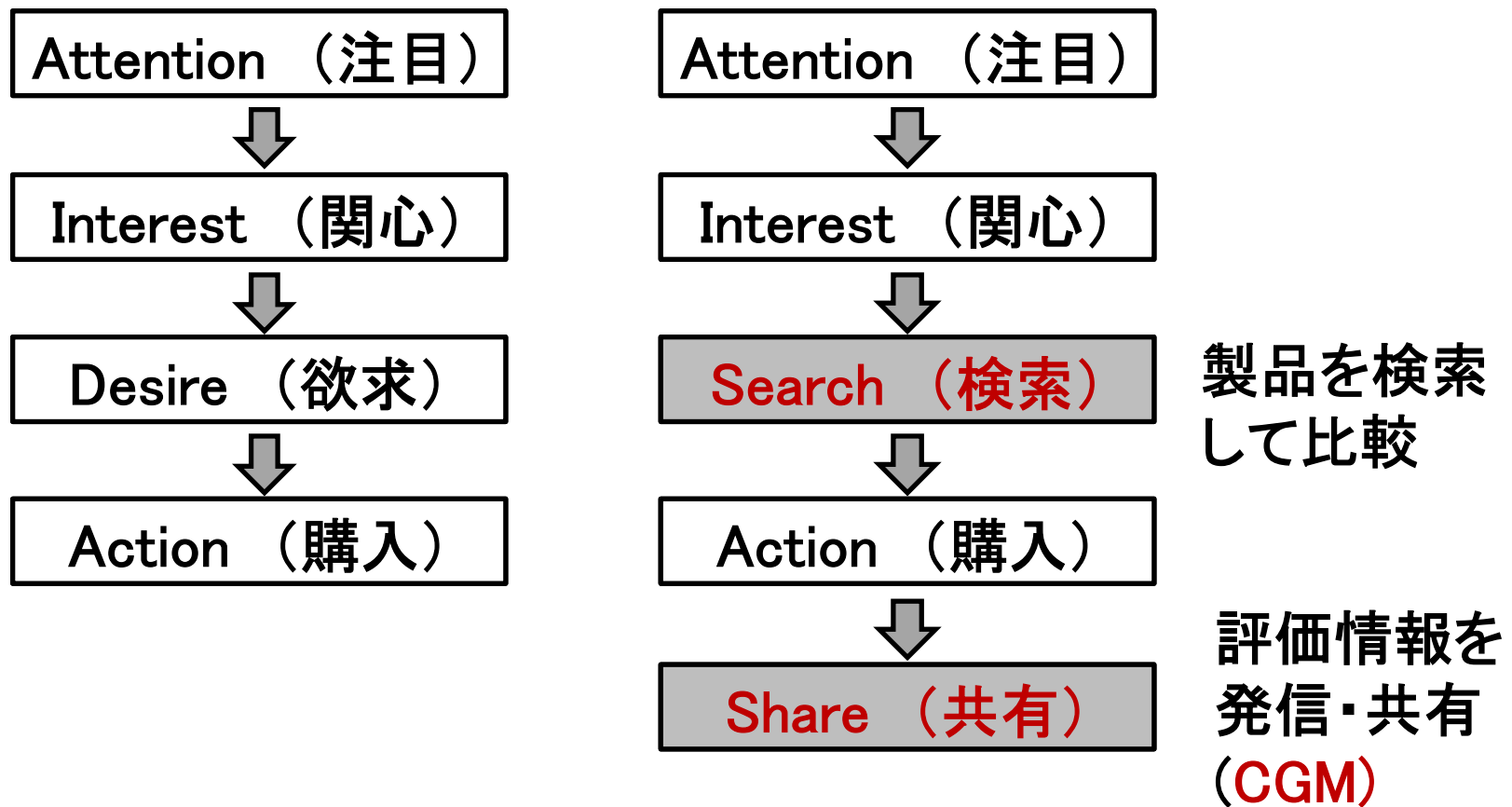
次ページインターネット
による4P変化は何か

4Pのインターネットによる変化

- Product(製品):
 - ◆ デジタルコンテンツ普及, **CGM**を活用した製品企画の進展
- Price(価格):
 - ◆ 消費者の価格に対する情報増加 事例 価格.com
- Place(流通):
 - ◆ インターネットを活用した流通経路の普及
- **Promotion(プロモーション)**:
 - ◆ インターネット広告や, ネットショップにおけるプロモーションなど, さまざまな手法が増加

図6.2 消費者の購買行動の変化 p66

AIDA(アイダ)モデルからAISAS(アイサス)モデルへ



企業側の対応

- マーケティングの手法の変化
- 消費者の**多様性への対応**
 - ◆ 市場細分化マーケティングの展開
 - セグメンテーション化
 - 市場を何らかの共通点でグループ化して対応
 - ◆ インターネット活用(広告)により**個々の消費者に向けた個別のプロモーション展開**が可能となった

6.2 インターネット広告

インターネット広告は**ターゲティング**を従来広告よりはるにやりやすいため大きく伸びている。

現在のインターネット広告の総額は？

第1回 講義参照

インターネット広告における**ターゲティング**

■ ターゲティング

- ◆ 市場細分化マーケティングにおける標的市場の設定

(1) **検索連動型広告**

- ◆ 検索キーワードに連動した広告を表示
- ◆ 広告主はキーワードの検索結果に広告を表示する権利を運営会社から購入
- ◆ クリックされる度に料金が発生する仕組
- ◆ 広告の価格は入札により決定される

検索連動型広告 「サイバー大学」で検索

サイバー大学 × + 条件指定

約2,610,000件 katao

検索ツール ▾

[サイバー大学 評判](#) [サイバー大学 学費](#) [サイバー大学 ログイン](#) で検索

サイバー大学に関連した広告

[SoftBankのサイバー大学／公式 - \(先着150名様\)今だけ入学金0円](#)

広告 [cyber-u.ac.jp/3つのコース/大卒資格を取得](#)

文科省認可。驚きの卒業率(79.7%)働きながら大学卒業。通学の必要一切なし
スキマ時間を有効活用・大学説明会も予約受付中・社会人も多く在籍・第一線で活躍する教員
通学不要で卒業できる - スグ使える実践的授業 - 学びやすい学費 - 分かりやすい授業

[ソフトバンクのサイバー大学なら - 入学金0円、タブレット無料配布](#)

広告 [www.nenci.biz/](#)

通学不要の完全インターネット大学。まずは無料の資料請求！(約1分で完了)
文部科学省認可の通信大学・24時間いつでも受講可能・奨学金で学費サポート・入学時の学力試...
通学の必要が一切なし - 資料請求は1分で完了 - 驚きの卒業率(約8割)

[ビジネス・ブレイクスルー大学 - BBT大学\(公式ホームページ\)](#)

広告 [www.bbt.ac/BBT大学/公式HP](#)

自ら学ぶ姿勢を支援。実践的な学びのあり方を実現した、全く新しいカタチの大学

サイバー大学

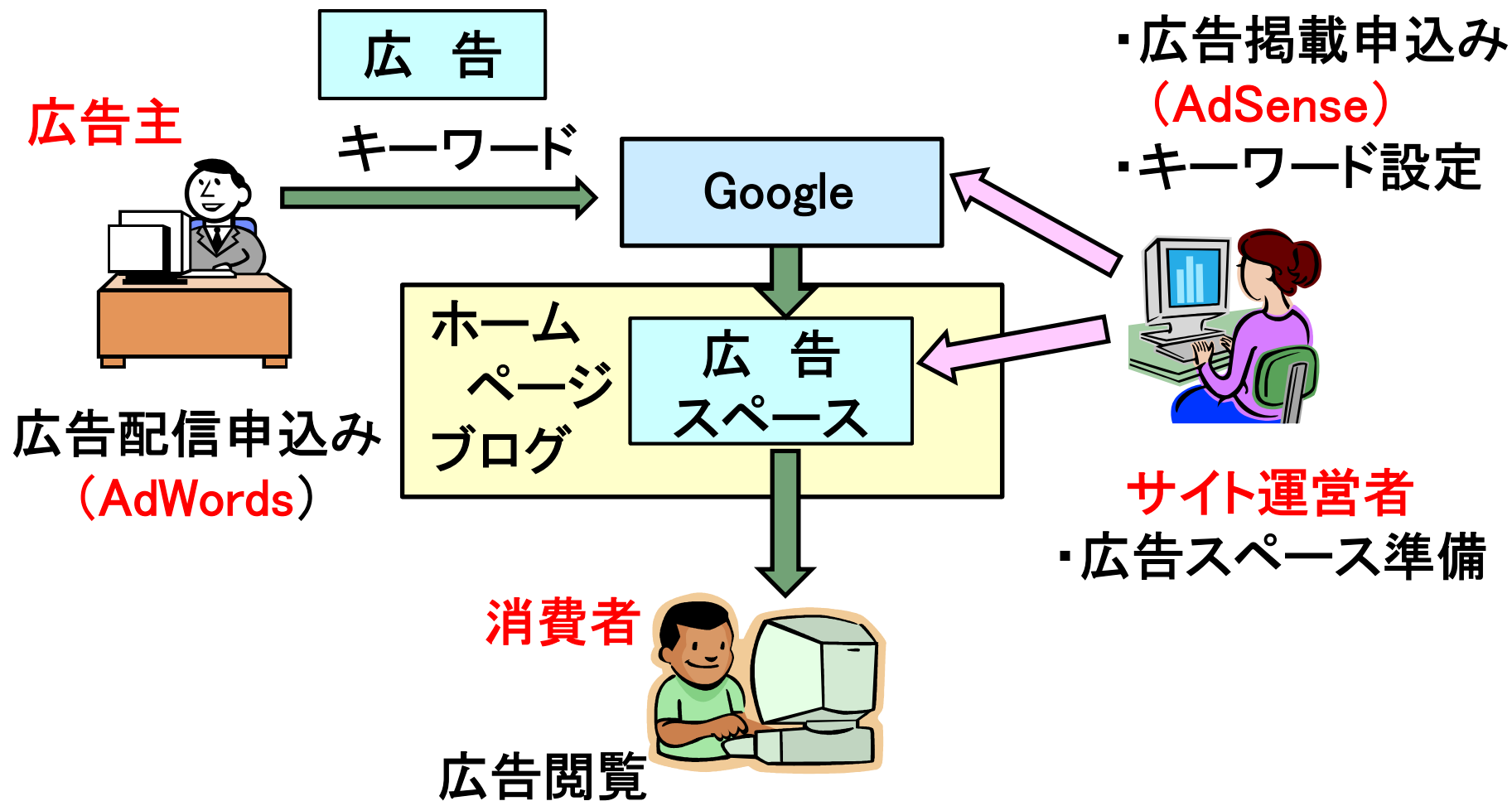
設立: 2007年4月
サイバー大学は、福岡県福岡
3丁目2番1号 シーマークビル
日本の株式会社立大学であ
された。大学の略称はサイバ

(2)コンテンツ連動型広告

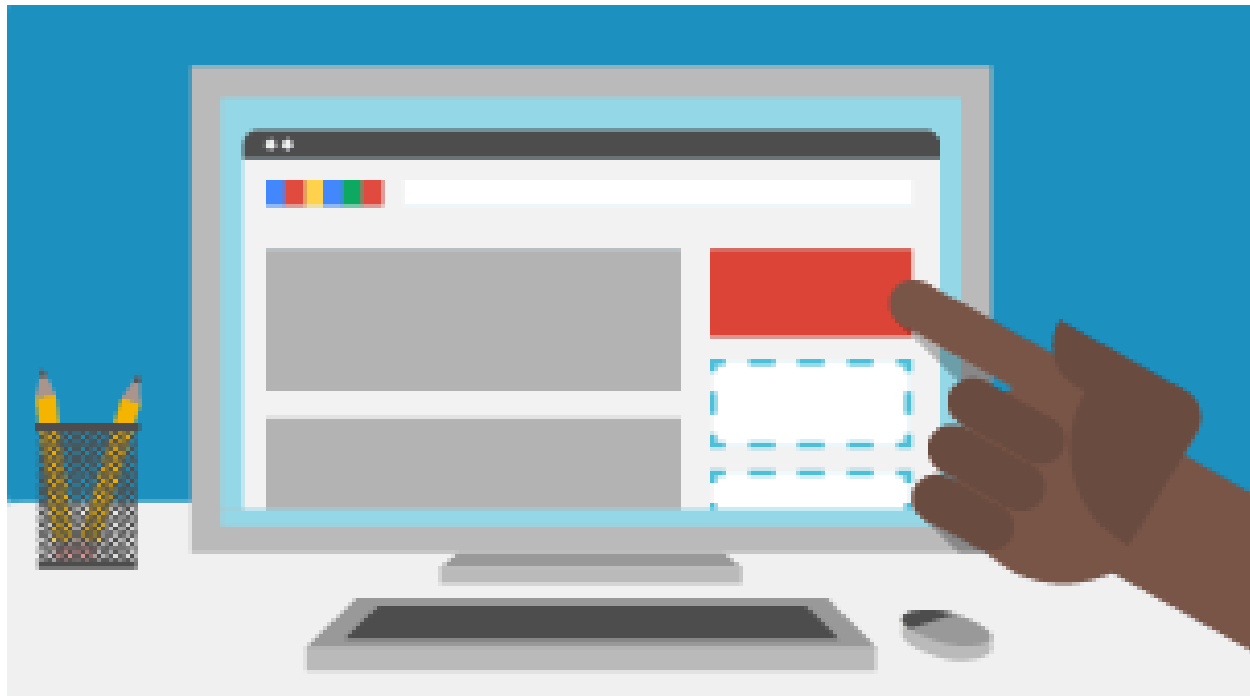
- 表示されたページの内容と、あらかじめ掲載を依頼されていた複数の広告をマッチングして広告を表示
- Google AdWords/AdSense
 - ◆ AdWords/
 - 広告主が広告をGoogleに依頼
 - 広告とマッチングのためのキーワードを指定
 - ◆ AdSense
 - HP所有者が、広告を掲載することをGoogleに申し出る

図6.4 AdWord と AdSense

P63



AdSense 広告指定方式



1. 広告表示を有効にする

サイトに広告コードを貼り付けて広告表示を有効にし、
広告を表示する場所を指定します。

(3)属性ターゲティング広告

- **デモグラフィック ターゲティング**
 - ◆ 性別, 年齢, 職業などの個人の属性に応じて広告を表示
 - ◆ 化粧品の広告であれば, 女性のユーザには口紅の広告を配信
- **エリア ターゲティング**
 - ◆ 住んでいる地方, 地域などの地理的情報による
 - ◆ 住宅の広告であれば居住する地域の住宅の広告
- **サイコグラフィック ターゲティング**
 - ◆ 趣味, 興味・関心, 嗜好などの心理的情報による
 - ◆ 旅行が趣味であれば旅行用品や旅行案内の広告を配信

(4) 行動ターゲティング広告

- 複数ページに渡る消費者閲覧履歴から表示する広告を決定
 - ◆ 自動車に関する多数ページを閲覧している場合
 - ◆ 自動車やカー用品に関連する広告掲示
- 属性ターゲティングとの組み合わせで有効性拡大事例
 - ◆ 年齢, 性別を加味した行動ターゲティング広告は, ターゲティングを行わない場合の 4.5 倍
 - ◆ 行動ターゲティングだけの場合の 1.9 倍

(5)エリアマーケティング 番外

- 事例1 新聞折込広告を特定エリアに配布
 - ◆ その地域グルナビ店の新聞折込チラシをQRコード付きで配布
 - ◆ 効果:グルナビ店のHPアクセスが3倍に上昇
- 事例2 ネット印刷ベンチャーラクスルのチラシの効果を実前に検証システム
 - ◆ 2つのデザイン案を試作しインターネットアンケートにかけて効果をはかる

2015/06/04 WBS 折り込みチラシの“新”活用術より

6.2.2 インターネット広告の課金戦略

インターネットの広告の課金方式は様々なものがあり、上手く組み合わせると費用対効果が大きい

インターネット広告の種類

■ 期間保証型広告

- ◆ 広告の一定期間掲載を保証
- ◆ 広告効果高い時間帯の指定も可能(夜間や週末)
- ◆ 表示回数の多いトップページ広告枠などに利用.

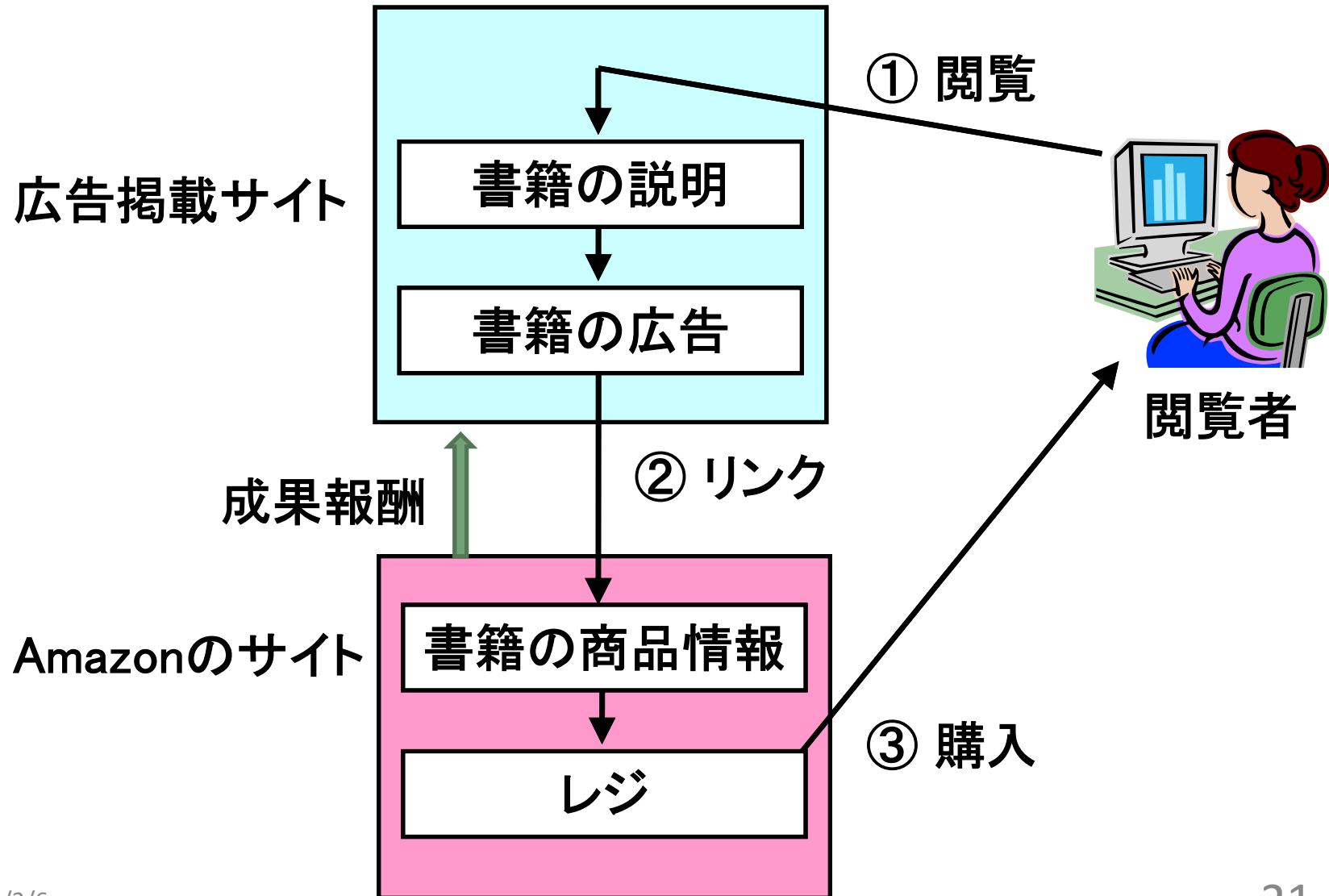
■ インプレッション保証型広告

- ◆ 広告が設定された表示(インプレッション)回数に達するまで掲載を続ける形態
- ◆ 広告によりユーザが商品やサービスの存在を知る効果を期待

インターネット広告の種類その2

- **クリック保証型広告**
 - ◆ 設定されたクリック回数まで掲載を続ける形態
- **クリック課金型広告**
 - ◆ クリック数に応じて課金される形態
 - ◆ インプレッション保証型広告よりも費用対効果が明確
- **成果報酬型広告**
 - ◆ コンバージョンの回数により課金される広告
 - コンバージョン: 広告で獲得できる最終的な成果
 - ネットショップの商品販売, インターネットコミュニティの会員登録など
 - ◆ **アフィリエイト広告**
 - 一般消費者による広告

図6.5アフィリエイト広告 (amazonアソシエイト・プログラム) P70



6.3.検索エンジンマーケティング

消費者の行動様式がAISAS
になり検索が商品探索の重
要な要素となった

SEM (Search Engine Marketing: 検索エンジンマーケティング)

- 検索サービスの結果から自社のサイトへのアクセスを増やす手法
 - SEMの対象
 - ◆ キーワードによる検索結果
 - **上位**に表示されることが重要
 - 検索連動型広告
 - ◆ お金を支払いしかるべき場所に表示
 - ◆ 表示位置は保証
- (注) 検索エンジンに関しては次回で行う

Chromeで「マンション」検索

首都圏の新築マンションなら - 日本最大級の不動産サイトSUUMO

[\(広告\) www.suumo.jp/ ▼](http://www.suumo.jp/)

都心アクセス/4LDKで4000万円台など、理想の最新マンションをスーモで！

住まい探しはSUUMO・憧れの新築・スーモ首都圏・テーマで検索・豊富な物件数・価格で検索

サービス: 販売前の最新マンション, カンタン資料請求, 価格や入居時期をチェック

予定価格3,999万円以下・100m2以上の広々マンション

首都圏の【新築マンション情報】 - 人気エリアの物件が2000万円から

[\(広告\) www.athome.co.jp/ ▼](http://www.athome.co.jp/)

駅徒歩5分以内・日当たり良好・防犯充実の人気物件多数！理想の新築マンションを探す

人気路線沿線から探す・人気物件を一括資料請求・新着物件情報が豊富・ランキングから探す

設備: ゲストルーム, 託児所, フロントサービス, ディスポーザー

新規掲載されたマンション・タワーマンション・4000万円台の物件・駅徒歩5分以内・駅直結

LIFULL HOME'S/マンション - «総物件数NO.1のLIFULLHOME'S»

[\(広告\) www.homes.co.jp/マンション/こだわり検索 ▼](http://www.homes.co.jp/マンション/こだわり検索)

見学予約可、ペット可、駅徒歩5分などのこだわり条件検索

総掲載物件数No.1/HOME'S・新築マンションならコチラ・日本最大級/住宅情報サイト

資料請求・見学予約 - ¥0 - 総掲載物件数NO1サイト・もっと見る ▼

新築マンションなら東急リバブル

[\(広告\) www.livable.co.jp/ ▼](http://www.livable.co.jp/)

人気の新築物件を多数掲載！エリア、条件からカンタン検索

【SUUMO】藤沢市の賃貸(賃貸マンション・アパート)住宅のお部屋探し...

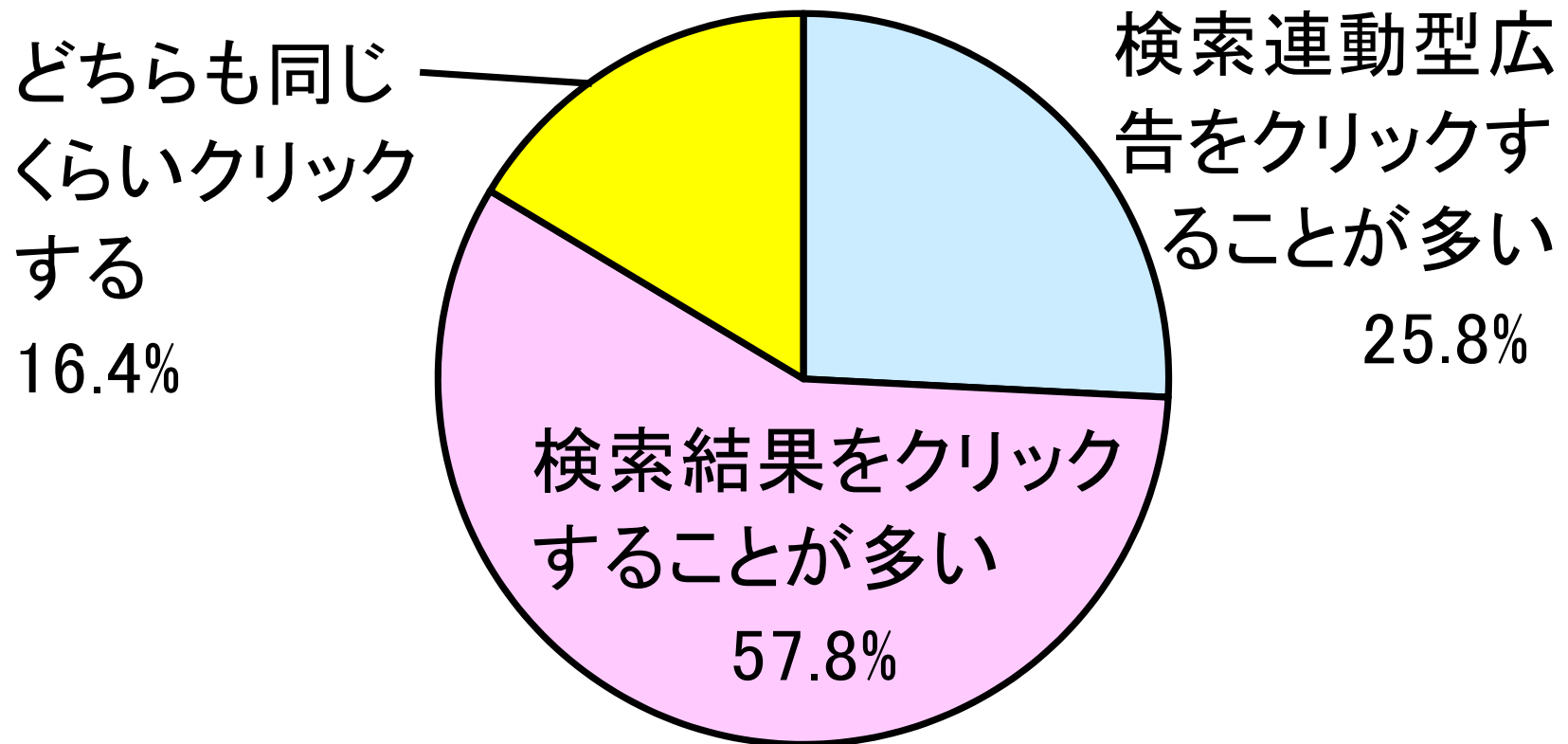
suumo.jp > 賃貸 > 神奈川県 ▼

【SUUMO(スーモ)賃貸】藤沢市でアパート・賃貸マンションを借りるならリクルートの賃貸情報サイトSUUMO(スーモ)にお任せください。全国の賃貸住宅・貸家の物件情報からさまざまな条件を指定して検索！豊富な賃貸物件情報からあなたにピッタリの住まい...

【SUUMO】神奈川県の中古マンション購入情報

suumo.jp in マンション > 関東 > 神奈川県 ▼

図6.6 検索結果と検索連動広告のクリック割合p71



広告と検索結果の区別は可能？

口コミサイト

- 広告は商品の特徴が良く分かる半面, 実際に使用した感想や, 他の商品と比較, マイナス面が見えにくい
- ネットショップは, 実際に手にとって見ることができないため, 第三者の評価が重要視される
- 購入者の商品に関する口コミ情報の掲載に特化した口コミサイトが登場
- **意図的な情報操作**や偏った情報が書き込も存在. 利用に際しては, 複数の情報源を利用などの注意が必要

図6.7 口コミサイト p72

化粧品のことなら！ みんなのクチコミサイト@cosme(アットコスメ)におまかせ！

My@cosme サイトマップ アットコスメとは ヘルプ

みんなのクチコミサイト
@cosme

ただいまのクチコミ **8,498,946** 件

最新クチコミへ

クチコミする

総合 商品 クチコミ ブランド

👑 ランキング

🍷 ブランドの新作情報

🗨️ コスメ美容のQ&A

🔍 @cosme検索

📁 コスメ美容カテゴリ

- ・ [スキンケア・基礎化粧品](#)
- ・ [メイクアップ](#) ・ [ベースメイク](#)
- ・ [毛穴](#) ・ [ニキビ](#) ・ [うるおい](#)
- ・ [アンチエイジング](#) ・ [美白](#)

📄 コスメ美容のお仕事

🏪 アットコスメのお店

🛒 今すぐショッピング

🌟 スペシャルコンテンツ

2021/3/6

🆕 新着

👑 ランキング

🏷️ ブランド

❓ Q&A

📰 ニュース

🛒 お買物

- ▶️ [【お買物】【福岡店】テンションMAXな7日間集中ケア](#)
- ▶️ [【お買物】クチコミ評価順★今買えるBBクリームをチェック！](#)
- ▶️ [【ニュース】クチコミ多敵！プチプラコスメ特集！！](#)
- ▶️ [【ランキング】みんなの“バンド目”対策教えて♪ 第5位に](#)
- ▶️ [【ニュース】ロクシタン★ プラムの花が香るトワレ新登場](#)
- ▶️ [【ニュース】美容のプロ直伝のいたわりクレンジングって？](#)
- ▶️ [【ニュース】誰でも参加できる集中スキンケアイベントスタート](#)

【注目】今だけ試せる本気コスメ！

[新着情報をもっとみる](#)

Brand Collection ブランドからの新作情報 ▶️



荒れやすい肌に！新製品Present☆



殿堂入りアイテムからアイクリーム誕生



@cosme

ログイン

メールアドレス

パスワード

次回から

27

@cosme

6.4 ネットショップ内におけるプロモーション

ワントゥワン・マーケティング

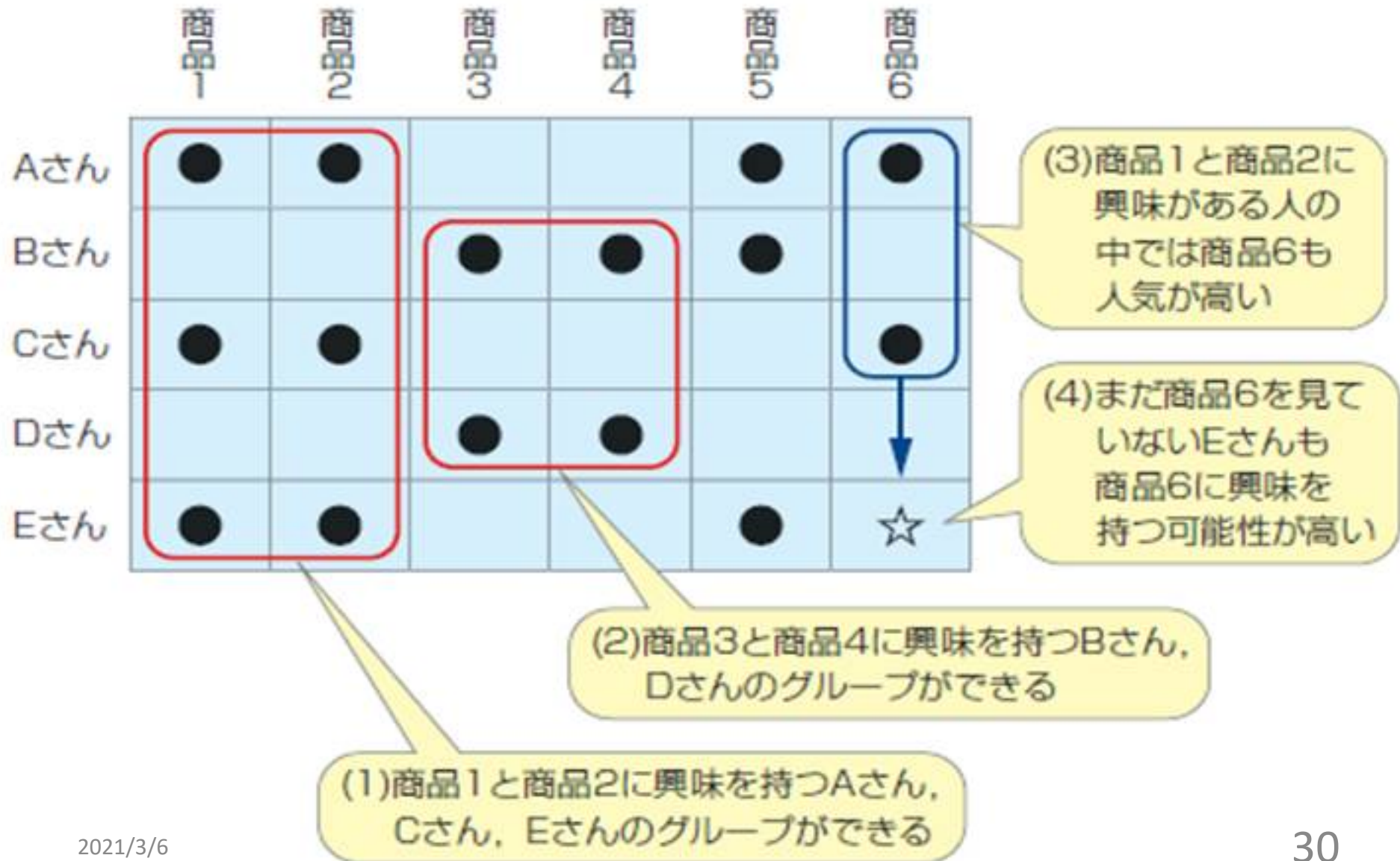
■ マイストア

- ◆ 会員登録により消費者を識別し個々の消費者毎に異なるページを表示する
- ◆ Amazonのマイストアでは 1-Clickができる

■ レコメンデーション

- ◆ 自社サイトを訪問した消費者に対して最適と想定される製品を勧める仕組み

図6.10 協調フィルタリングを応用したリコメンデーション P76



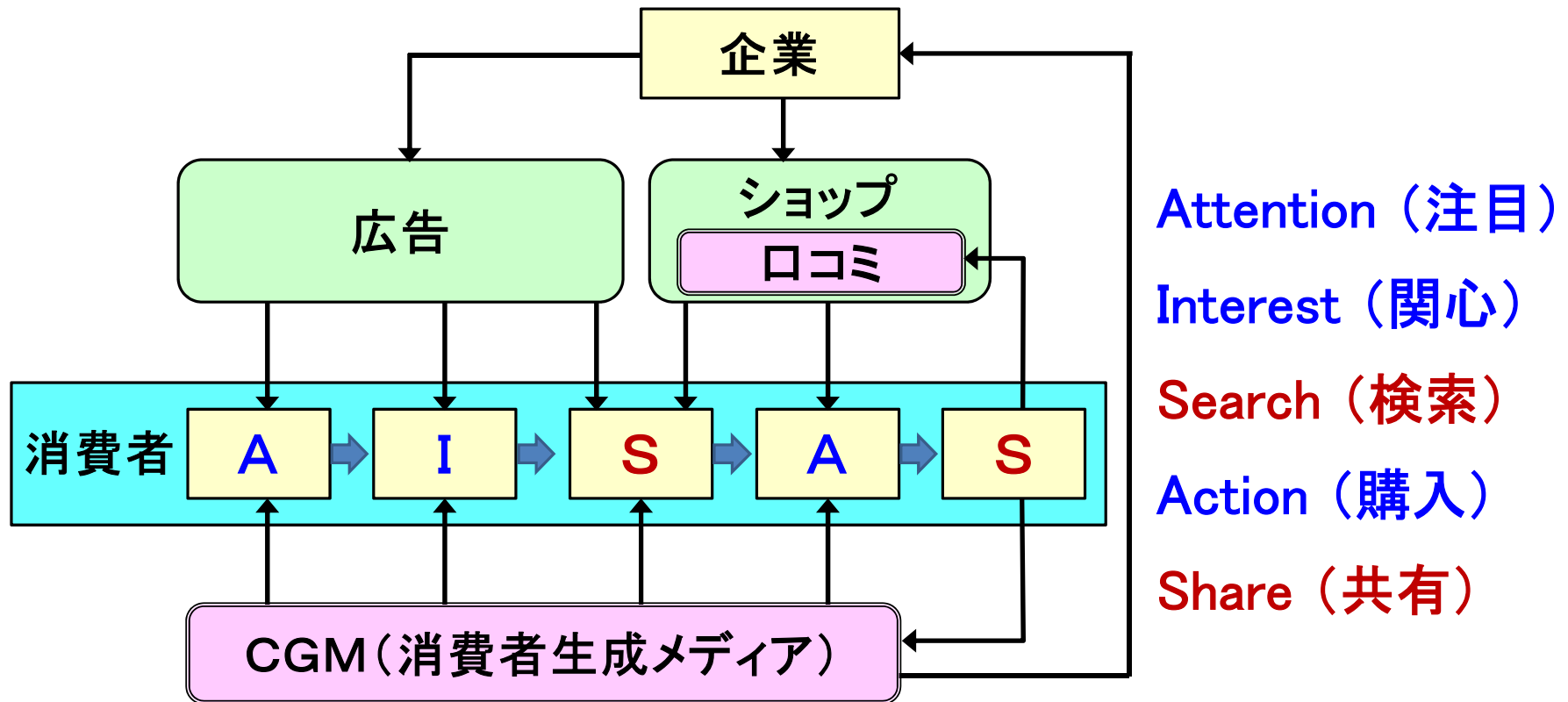
6.5 消費者と企業の情報共有

消費者発信メディア(CGM)は消費者の情報共有のみならず
企業も商品開発に活用する

インターネットマーケティングにおける情報の流れ

- 消費者の購買行動での情報を参照
 - ◆ A(注目), I(関心), S(検索), A(購入)各段階で企業側からの情報, CGMによる消費者側からの情報を参照
- S(共有)で情報を発信(CGM)
 - ◆ 次の消費者の購買行動に影響
- CGMは企業においてマーケティングに活用
 - ◆ 情報を分析して消費者の行動を理解
 - ◆ 製品戦略に活用
 - ◆ @cosemでは消費者特性や商品特性を分析データを提供

図6.11 インターネットマーケティングにおける情報の流れ p76



まとめ

- インターネットによりマーケティングを大きく変化した
- インターネット広告は**ターゲティング**がやり易い
- インターネットの広告の課金方式は様々のもがあり
上手く**組み合わせ**て利用すると費用対効果大きい
- 消費者行動様式がAISASになり**検索**が重要な要素
- 消費者発信メディア(CGM)は企業の**商品開発**に活用

FIN