

# 『エリアターゲティング技術』って何？



地域によってチラシ内容を変えているのと同様に、  
サイトトップページもアクセスユーザーの地域によって自動で変化したら…？  
それを可能にするエリアターゲティング技術と利用事例の紹介

2009年11月16日

サイバーエリアリサーチ株式会社

**見せたい人に  
見せたいものを  
なるべく多く  
見てもらう**

The screenshot shows the Amazon.co.jp product page for an Apple MacBook Pro. The page includes a search bar with 'コンピュータ' (Computer) entered, a navigation menu with categories like '家電・カメラ' (Home Appliances/Cameras) and 'パソコン・周辺機器' (PC/Peripherals), and a product listing for the MacBook Pro. The product price is listed as ¥140,000 with a 17% discount to ¥28,800. A sidebar on the right offers options to add the item to the shopping cart or wishlist.

自分のイメージを掲載する

## アマゾンの 行動ターゲティング

### 詳しい仕様を見る

### この商品を見た後に買っているのは？



58%の顧客が、このページの商品を購入しています。  
Apple MacBook Pro 2.53GHz 13.3-inch MB991J/A  
¥140,000



15%の顧客が  
サンワサプライ MacBookプロテクトスーツ IN-MAC13BKを購入しています ★★★★★ (5)  
¥1,690



10%の顧客が  
FUJITSU ScanSnap S1500 FI-S1500を購入しています ★★★★★ (13)  
¥37,910



9%の顧客が  
Apple MacBook Pro 2.26GHz 13.3-inch MB990J/Aを購入しています ★★★★★ (4)  
¥122,000

1、エリア IPアドレス、登録時の住所

2、行動履歴 サイト内・サイト外

3、デモグラフィック 登録時の性別、年代など

4、検索キーワード

などなどなどなどなどなどなど……



## エリアターゲティングとは

2008年4月1日記事

<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/Keyword/20080411/298753/>

掲載記事  
抜粋

エリアターゲティングとは、Webサイト運用者や、バナー広告などを配信するアドサーバーの運用者が、Webサイト閲覧者の地理的な場所を識別して、特定の地域からのアクセスに対してだけ特別な情報を配信したり、地域に応じて異なる情報を配信し分けること。例えば実店舗を持つ企業が、商圈を限定して商品やサービスのネットプロモーションを展開する場合に、広告を配信する地域を絞り込むのが典型的な使い方である。

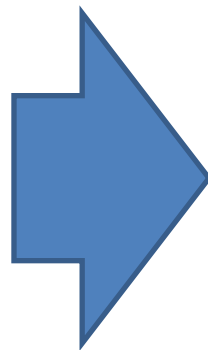
Webサイト閲覧者の地域の特定には、IPアドレスなどを利用する。ジオターゲティング、地域ターゲティングとも呼ぶ。

## ■エリアターゲティング(地域最適化)図



同じ日時に同じページにアクセスされたとしても、  
アクセス元の地域を判別して、  
その地域属性に応じたコンテンツをそれぞれに返す

- 登録時の情報  
(ex.郵便番号・都道府県)
- 検索キーワード  
(ex.「野菜 大阪」)
- 行動履歴  
(ex.長野県の店を見ていた)



ユーザの一部しか  
地域属性が分からない

- IPアドレス



全ユーザの  
地域属性把握が可能  
(PC)

# インターネット上の住所

IP＝「 Internet Protocol 」(通信の規約・規定)

「IPアドレス」とは？

インターネットやイントラネットに接続された  
PCやルータ等の通信機器1台1台に割り振られた  
番号。世界にただ一つの番号。重複がない。

IPアドレス例： 218.219.62.145



## IPアドレスから地域が分かるの？

プロバイダは、地域毎にIPアドレスの割り当て範囲を決めている場合が多い。

当社、サイバーエリアリサーチは、

そのIPアドレスがどの地域に割り当てられているか、

会社設立以来ずっと調査しデータベース化。

日本国内ではオンリーワン企業です。

### ■IPアドレスから地域を判定するサービス

# SURFPOINT™

データベース Webサーバーモジュール



ASPサービス(API形式で提供)

## ■ ユーザ位置情報

都道府県コード  
都道府県名ローマ字  
都道府県名日本語  
都道府県緯度  
都道府県経度  
都道府県判定CF値  
市区町村コード  
市区町村名ローマ字  
市区町村名日本語  
市区町村緯度  
市区町村経度  
市区町村判定CF値

国コード  
国名英語  
国名日本語

IPアドレス

※CF値とは？  
信頼度を表しています。詳しくはお問合せください。

## ■ 組織(企業)情報一覧

※2009年11月リリース予定  
Bフラグ  
社名・屋号  
本社郵便番号  
本社住所  
本社電話番号  
上場区分コード  
代表者名  
業種コード  
従業員数区分コード  
売上高区分コード  
資本金区分コード

どこどこサーバーへのリクエストにより  
これらの情報の中から任意の情報を取得できます。



## IPアドレスによる エリアターゲティング事例

サイトからの売上げ・資料請求を増やすには？

**見せたい人に  
見せたいものを  
なるべく多く  
見てもらう**



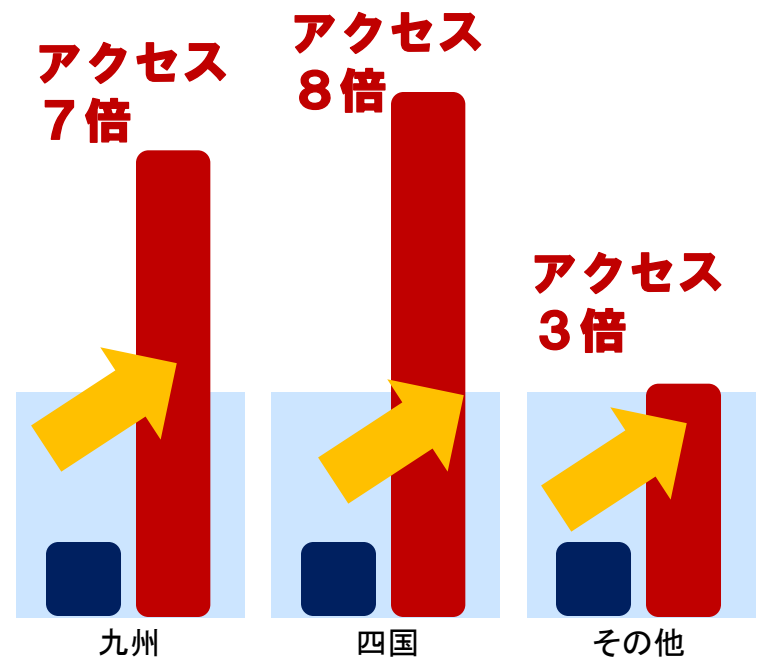
**地域の人に  
地域のことを  
アクセス多く  
見てもらう**

ANA 様

エリアターゲティング  
コンテンツローカライズ



ユーザに近い空港からの  
キャンペーン情報を表示。  
地方コンテンツへの  
誘導率が最大で8倍に！



何故、エリアターゲティングを導入したか？

ANA様がエリアターゲティングを導入した背景は？

**地域によって**  
**“売りたいもの”**  
**が違うから**

## ANA様がエリアターゲティングを導入した背景は？

- 1、元々、ログイン後のユーザに対してのターゲティングでその効果が分かっていた。
- 2、ログイン前のユーザや会員登録前のユーザにもターゲティングして、さらに効果を上げたいと考えていた。

## 株式会社ヤナセ 様

エリアターゲティング  
コンテンツローカライズ

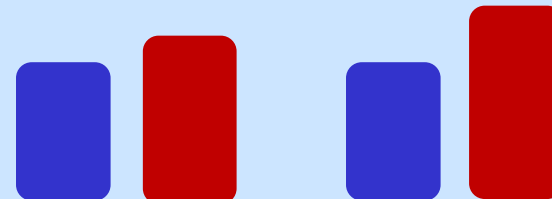


エリアターゲティングで  
トップから地域コンテンツへの  
誘導が可能に。  
アクセスは140%へ

導入による効果 (UU数の増加)

フェア・  
キャンペーン情報  
116-120%

店舗ブログ  
130-140%



何故、エリアターゲティングを導入したか？



ヤナセ様がエリアターゲティングを導入した背景は？

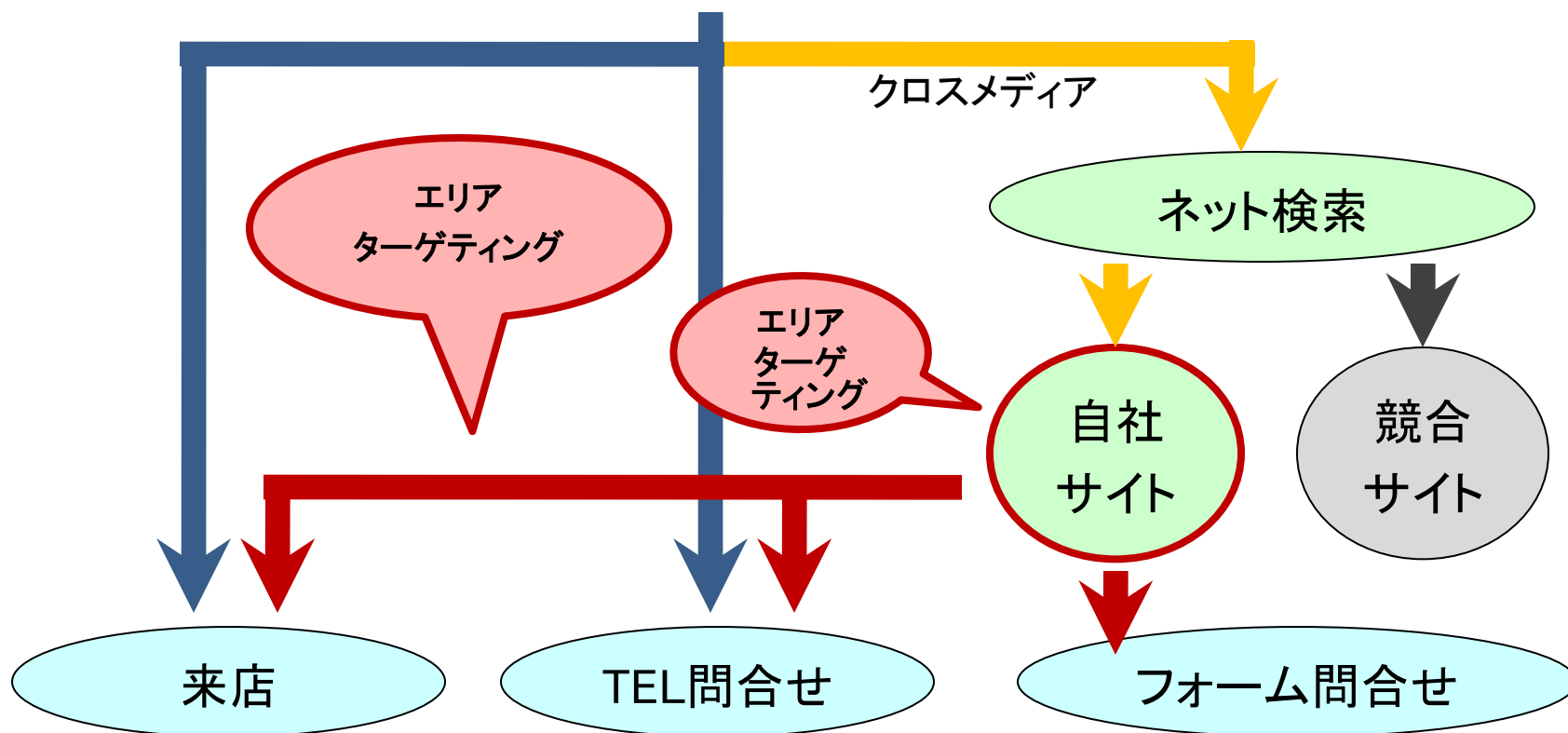
**地域によって  
“一押し”  
が違うから**

## ヤナセ様がエリアターゲティングを導入した背景は？

- 1、地域別に分かれた組織。それぞれの地域でキャンペーンを企画。
- 2、地域単位のキャンペーンは一番お客様に届けたい情報。  
下層ではなく、トップページに表示したい。
- 3、地域のチラシをきっかけにして、ウェブサイトアクセスするユーザ。  
その時の検索キーワードは「ヤナセ」が一番多く、  
検索キーワードからは地域属性が取れない。
- 4、地域毎のチラシとサイトが連動する(クロスメディア化する)ことで、  
相乗効果を生む。＝地域別クロスメディア

## 既存媒体の費用対効果を上げる

### 既存媒体 従来の広告



ネットとのクロスメディアを意識しないから既存媒体の費用対効果が下がる。  
従来の媒体とネットを融合して使うことで、総コストを下げつつ効果は増大できる。

## 日本住宅流通株式会社 様

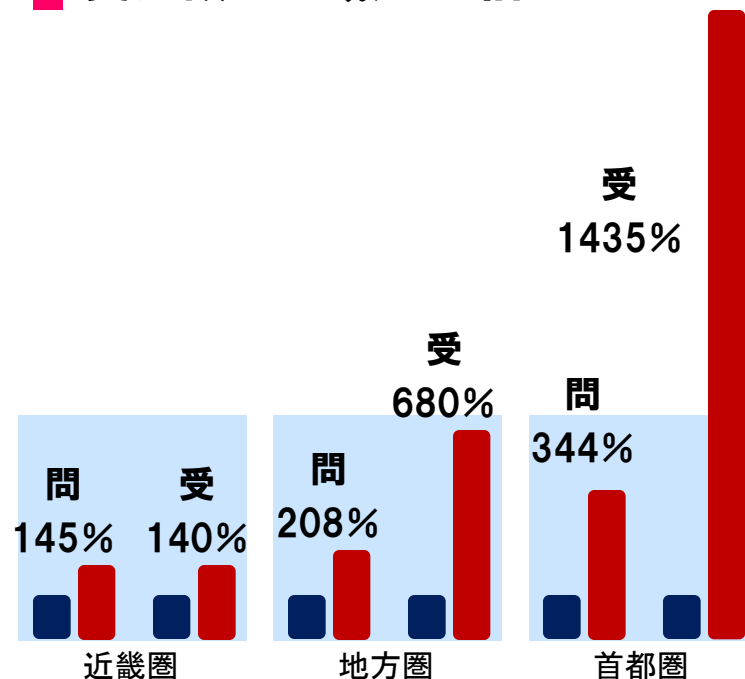
エリアターゲティング  
コンテンツローカライズ



近畿偏重



ユーザ地域別の表示で  
受注額が地域差10倍に!



何故、エリアターゲティングを導入したか？

日本住宅流通様がエリアターゲティングを導入した背景は？

**地域によって  
“売っているもの”  
が違うから**

## 日本住宅流通様がエリアターゲティングを導入した背景は？

- 1、地域別に分かれた組織。地域によって行っているサービスが違う。  
フェアも地域別の場合が。折込されるチラシも地域によって違う。
- 2、一番多い検索キーワードは「日本住宅流通」。  
折込チラシをきっかけにしてサイトへ流入していると考えられる。
- 3、トップページは近畿偏重。  
各地域で折込されるチラシとのチグハグ感を解消したい。
- 4、地域で配布したチラシの効果は、その地域で得られるようにしたい。  
地域別のクロスメディアを実現したい。
- 5、大手御三家より先にやってみたい。

## 日本住宅流通 様の今

The screenshot shows the homepage of Nihon Jyutaku Ryutu (Japan Real Estate Exchange). The main banner features 'THE OMIYA TOWERS' with a 'スペシャルサイトはこちらから' (Special site from here) button. Below the banner are three main search sections: '購入物件を探す' (Search for purchase properties) with filters for 'マンション' (Mansion), '一戸建て' (Single house), '土地' (Land), and '事業用' (Commercial); '賃貸物件を探す' (Search for rental properties) with filters for '居住用' (Residential) and '事業用・店舗' (Commercial/Store); and '地図から探す' (Search from map) with a '大きな地図で探す' (Search on large map) option. A 'キーワードを入力' (Enter keyword) search bar is at the top right. The bottom of the page shows a '最近チェックした物件' (Recently checked properties) section with four property cards, each with a photo and contact information for a specific branch.

市区町村レベルでターゲティング  
自社開発レコメンドも

## クラブツーリズム株式会社 様

エリアターゲティング  
コンテンツローカライズ

The screenshot shows the Club Tourist website interface. A red dashed box highlights the '出発地' (Departure Location) dropdown menu, which is set to '千葉発' (Chiba). Below this, a red dashed box highlights a list of recommended tours for Chiba, including '社部の夏を優美に飾る 山台七ヶまつり' (7,700円~8,700円) and '夏の思い出絵巻 湖景紀行' (19,980円~22,980円). A red arrow points from the text '初期表示が東京発' to the '千葉発' dropdown, and another red arrow points from '導入による効果(直帰率の変化)' to the '夏の思い出絵巻' tour listing.

初期表示が東京発

↓  
エリアターゲティングの導入で  
直帰率が半分に！

導入による効果(直帰率の変化)



何故、エリアターゲティングを  
導入したか？



クラブツーリズム様がエリアターゲティングを導入した背景は？

**地域によって  
“売っているもの”  
が違うから**

## クラブツーリズム様がエリアターゲティングを導入した背景は？

- 1、会員へのDMでは、「その地域発」に絞った情報(冊子)を送っていた。  
DMを開けると当然、「その地域発」の旅行情報が目に入る。  
WEBサイトも同様に、  
最初から「その地域発」の旅行情報を表示したかった。
- 2、社内の販売担当者の不満。東京偏重。  
「何故、東京だけが最初に表示されるのか？」
- 3、ターゲットはシニア層。  
最初からその地域発の旅行情報を表示することで、  
ユーザビリティを高めたい。
- 4、DMとの相乗効果を得たい。地域別のクロスメディア。

## 株式会社ベネッセコーポレーション 様 (マナビジョン)

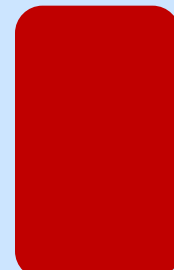
エリアターゲティング  
コンテンツローカライズ



自社サイト内に広告枠を設置。  
地域別の広告表示で  
クリック率が最大5倍に！

導入による効果 (CTRの変化)

CTRが  
3.6~5倍!



### エリアターゲティング導入で分かったこと

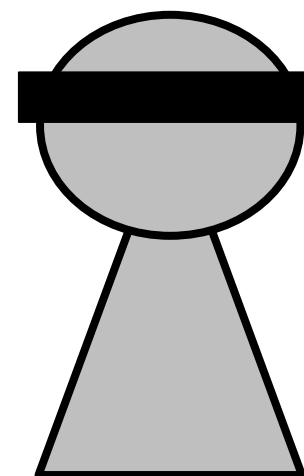
ベネッセ様がエリアターゲティング導入で分かったこと

**ユーザに近いと  
クリック率は上がり、  
ユーザに遠いと  
クリック率は下がる**

○○○○○○○ 様

エリアターゲティング  
コンテンツローカライズ

ランダムに表示するのと  
比べると、  
エリアターゲティングで  
クリック率が10数倍に  
なりましたよ～



## 株式会社ヒューマンサポート 様

エリアターゲティング  
コンテンツローカライズ

The screenshot shows the website interface with several red arrows pointing to specific elements:

- Top navigation bar: "HOME 求人検索 関東 東海 関西 北海道・東北 北陸・甲信越 中国・四国 九州・沖縄" and "東京都 神奈川県 埼玉県 千葉県 群馬県 栃木県 茨城県".
- Header: "ヒューマンサポート" and "09/24(木)更新 神奈川県の公開求人情数 1246件".
- Content area: "神奈川県薬剤師求人情報トップ" and "コンサルタントがあなたの「キャリアアップ」をお手伝いします".
- Service menu: "お申し込み", "ヒアリング", "求人のご紹介", "アドバイス", "推薦・面接", "内定".
- Main content: "神奈川県 探している職場がみつかる。" and "神奈川県 薬剤師求人情報" with subtext "勤務地が神奈川県の薬剤師求人情報 (薬局・ドラッグストア・病院)をお届けします。" and "薬剤師転職支援 実名公開求人数No.1".
- Footer: "神奈川県 新着 薬剤師 求人情報" and "【足柄上郡】イエローグリーン薬局 かいせい店 (小田急小田原線 開成駅 車4分)での薬剤師の求人NEW!".

自動的に  
ユーザ地域の情報に  
切り替えることで、  
コンバージョンが3倍に

### 導入による効果 (CVRの変化)



導入すると

傾向

劇的な効果を見せる

なぜ？？

## 普通は

北海道 4	東北 8	関東 32	中部 17	関西 18	中国 6	四国 3	九州 沖縄 12
----------	---------	----------	----------	----------	---------	---------	----------------

関東方面に日本人口の3割が集中



アクセスも関東からが一番多い

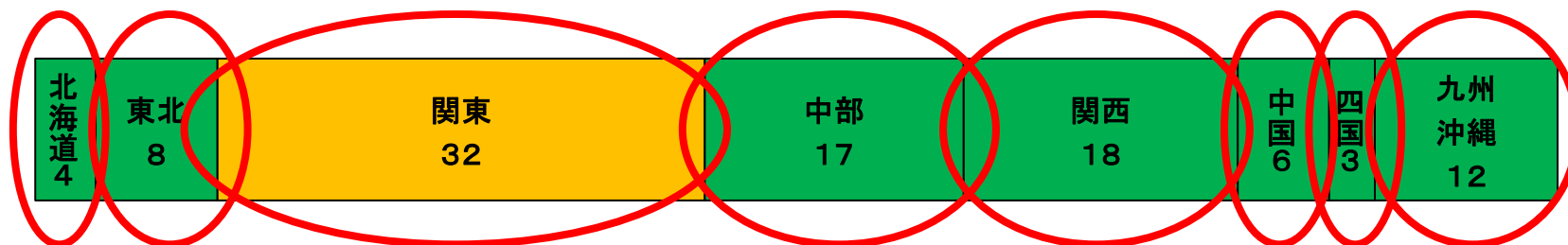


トップページが関東寄りになる

既にターゲティングの  
重要性を認識している  
可能性あり



## エリアターゲティングの導入で



3割⇒10割全てのユーザに  
ターゲティングできる



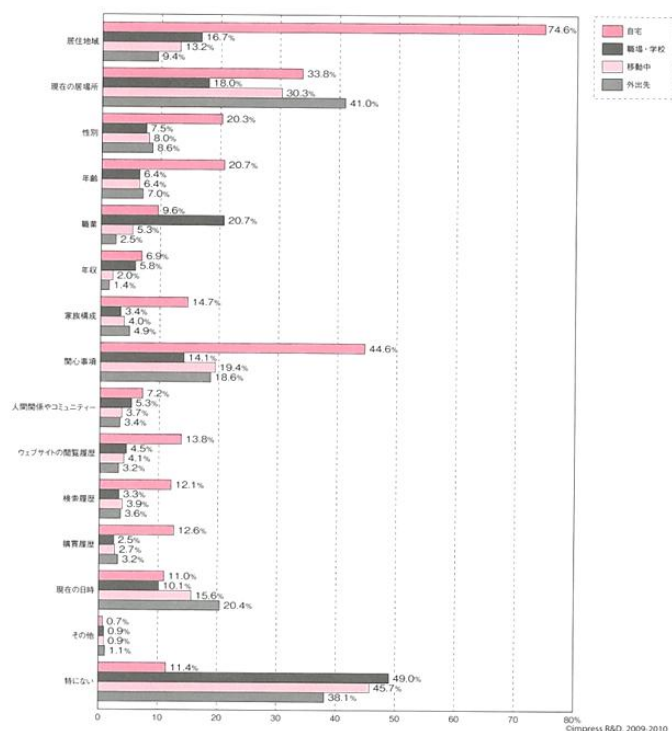
関東のコンバージョンはそのままに、  
地方のコンバージョンが劇的に改善

## 6-2 | 生活者の広告に対する意識と行動調査 [ターゲティング広告]

居住地域や現在の居場所、関心事項でターゲティングされた情報への意向が高い

ターゲティングされた情報について受容可能なものを見ると(資料6-2-20)、自宅においては「居住地域」が74.6%と突出して高く「関心事項」の44.6%や「現在の居場所」の33.8%も高い。職場・学校では「職業」、移動中や外出先では「現在の居場所」がそれぞれ30.3%、41.0%と比率が高い。これらの項目にマッチした広告が掲載されるのであれば、生活者の受容性も高いと推測される。

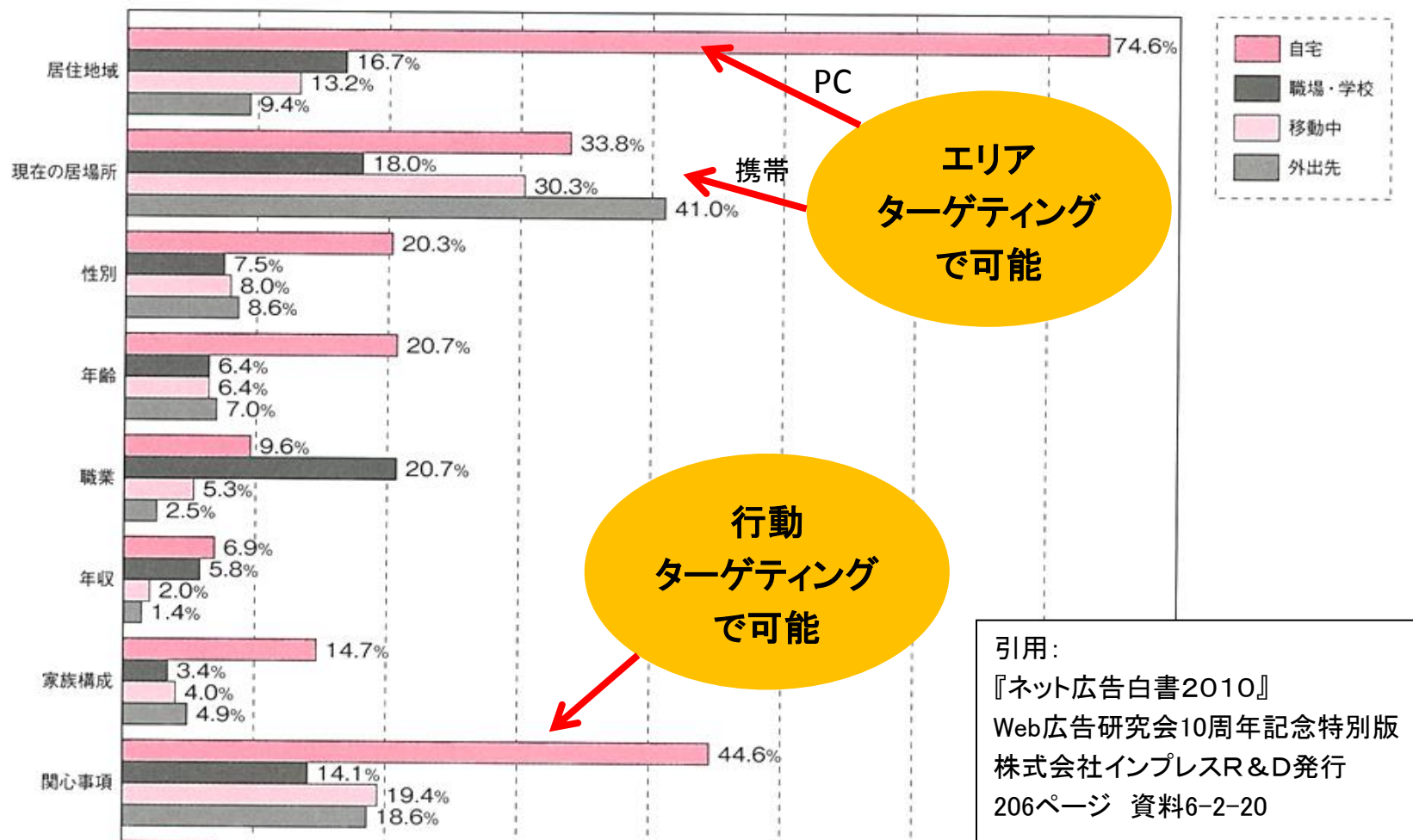
● 資料6-2-20 受容可能なターゲティングされた情報(複数回答) N=1,741



引用:  
『ネット広告白書2010』  
Web広告研究会10周年記念特別版  
株式会社インプレスR&D発行  
206ページ 資料6-2-20

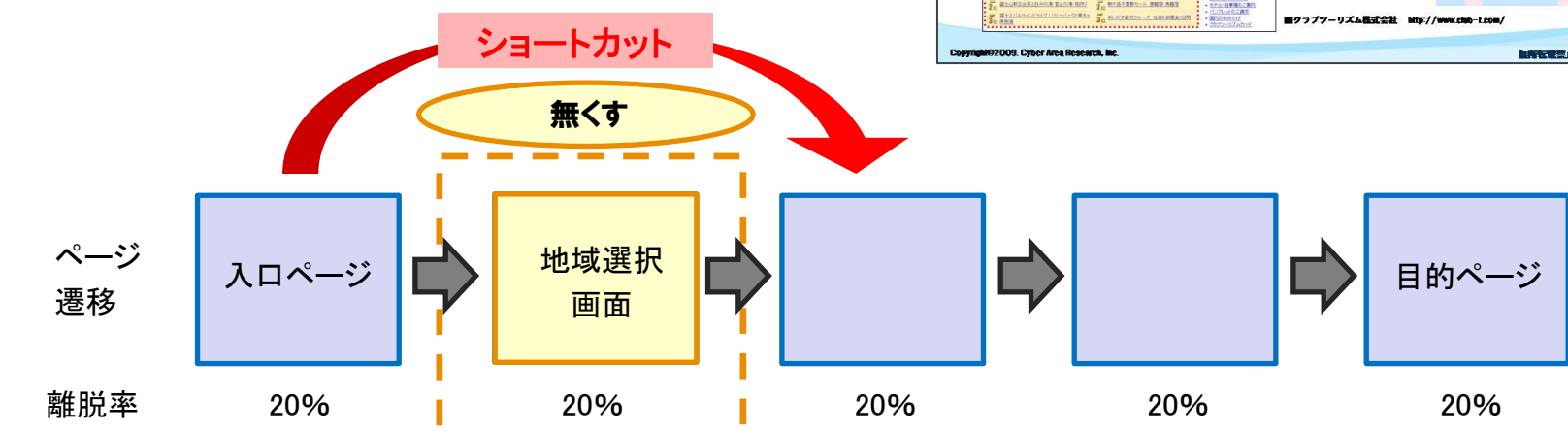
# 何故、エリアターゲティングは効果があるのか？

● 資料6-2-20 受容可能なターゲティングされた情報(複数回答) N=1,741



# 何故、エリアターゲティングは効果があるのか？

当社導入事例：クラブツーリズム様のように、  
エリア選択画面を無くして、  
最初からユーザ地域コンテンツを表示することで  
直帰率・離脱率が半分に  
大きな効果が得られます。



## 市場

## WEB サイト

## 社内で 対応

①効果の上がる社内対応を作る。  
⇒契約率の向上

- ①早い対応
- ②メール書き方・フォロー
- ③本社バックアップ

②効果の上がるWEBサイトにする。  
⇒注文・問合せ数の向上

- ①エリアターゲティング
- ②行動ターゲティング  
(レコメンド)

③効果の上がる広告を行う。  
⇒アクセス数の向上

- ①リスティング
- ②バナー
- ③SEO

## エリアターゲティングを利用した サイト作りのポイント

# 大胆に使う

# 派手に使う



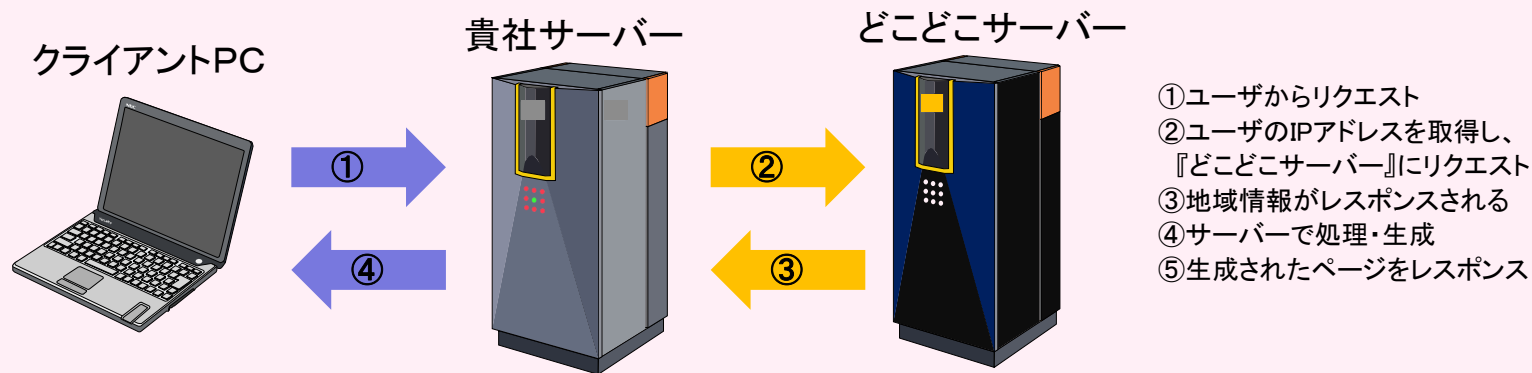
# エリアターゲティングを利用したサイト作りのポイント



地域で切り替える部分をなるべく大きくする！

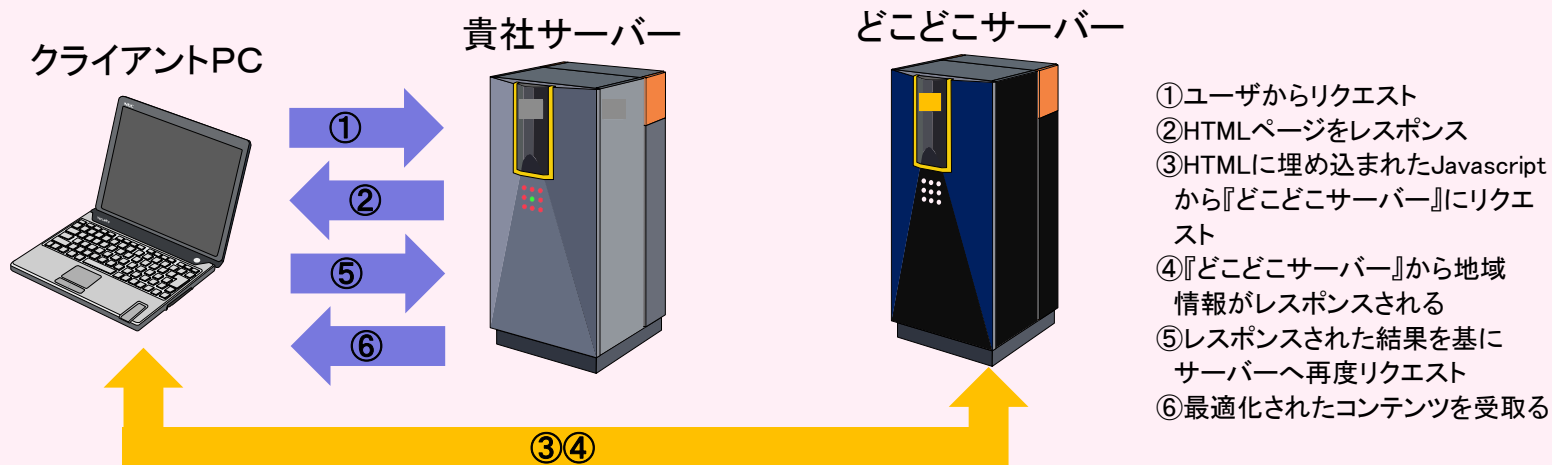
## ■サーバー側からリクエストする場合

※DBと連動させるなど、ページ全体を動的に最適化する場合



## ■クライアントPCからリクエストする場合

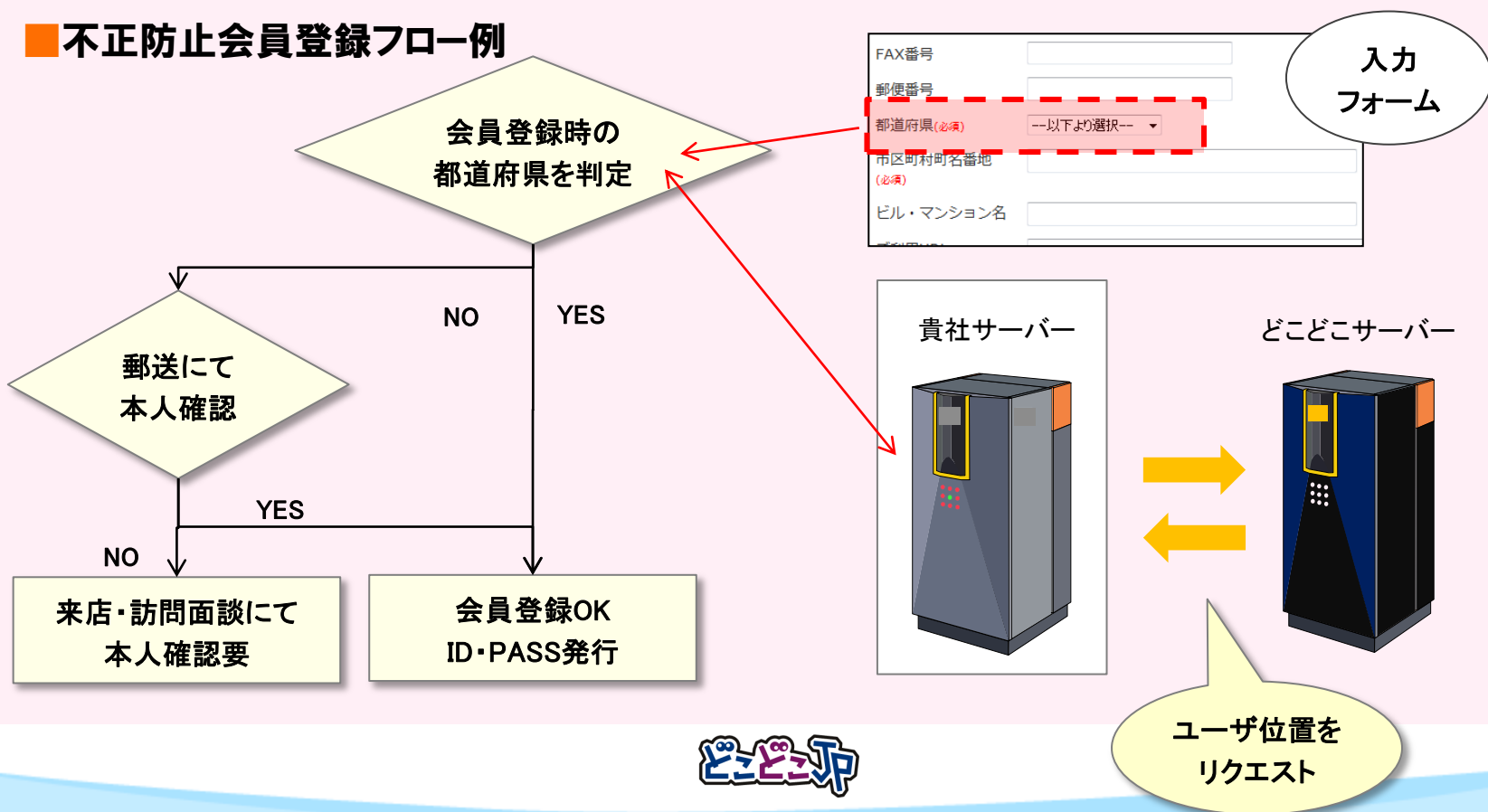
※ページの一部をある程度決まった形で切り替えて、最適化を行う場合



## エリア情報を活用した他の利用シーン

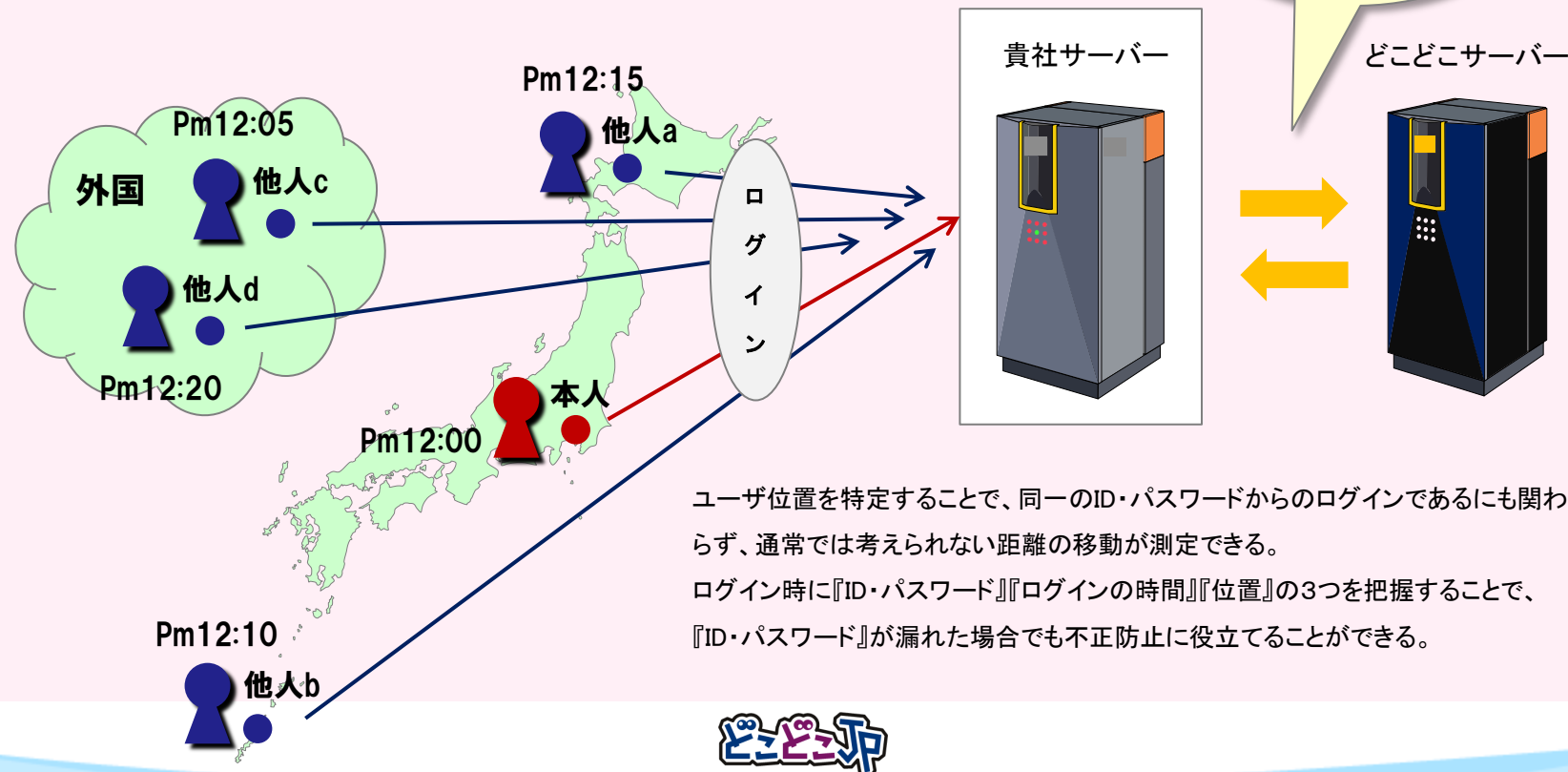
会員登録時の入力フォームにおいて、ユーザが  
選択した都道府県と「どこどこJP」で取得した都道府県が  
違っている場合にアラートを出し、なりすましを防ぐ

■不正防止会員登録フロー例



同一のID・パスワードのログインにおいて、  
ログイン時のIPアドレスでユーザ位置を割り出し、  
それを基に不正ログイン・なりすましを防ぐ

■なりすましログイン防止例



アクセス元の企業の業種に応じて  
表示コンテンツを切り替えることができます

## ■業種最適化例

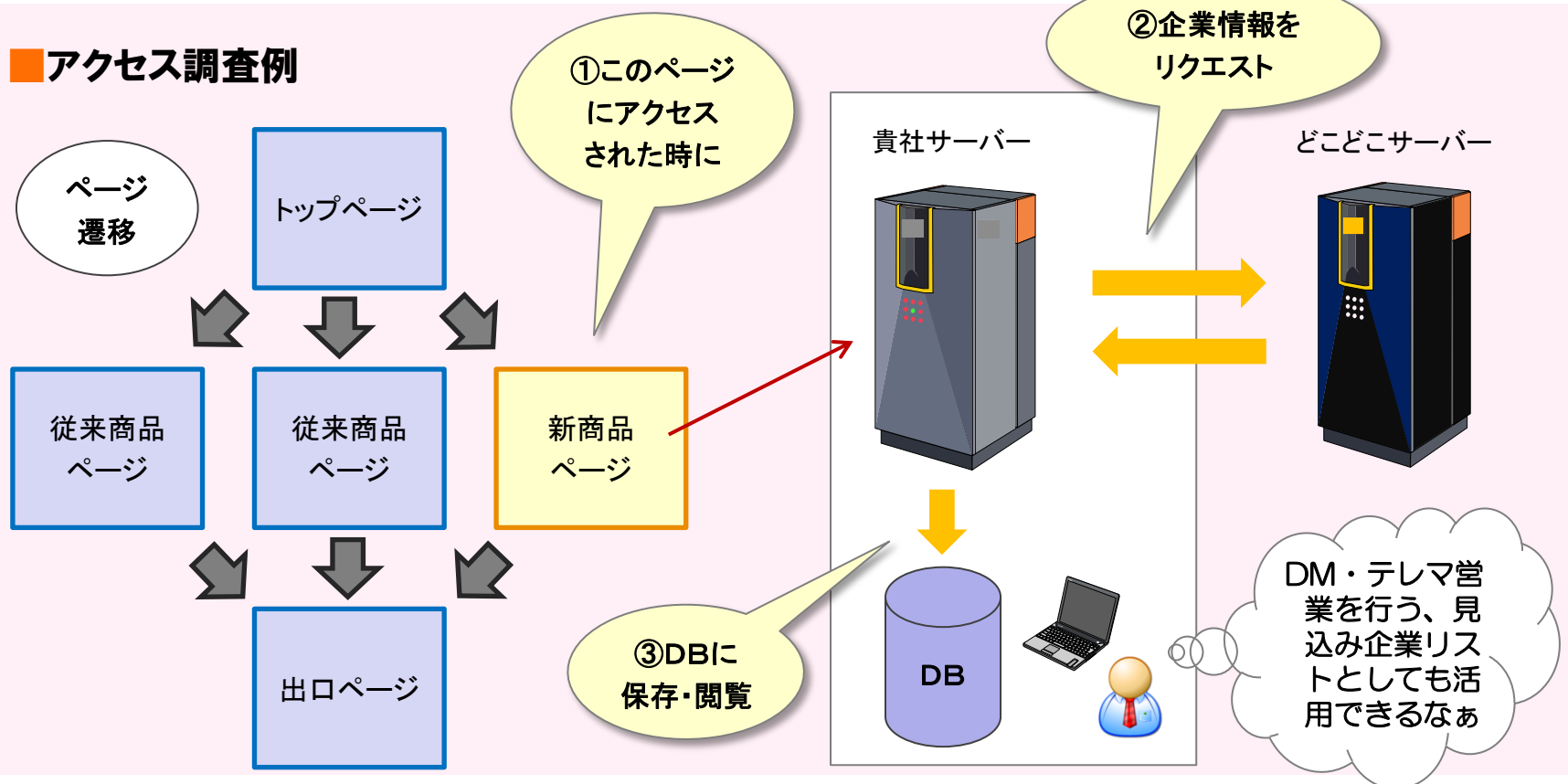


※例) 店舗内装業のサイトの場合、アクセス元企業の業種により表示する施工例を変更。  
※例) 食材メーカーの場合、アクセス元業種により表示する食品を変更。



特定の商品ページにアクセスしてきた企業・業種を記録し  
その商品に興味のある業種や企業を把握することができます

## ■アクセス調査例



ご清聴いただき

ありがとう

ございました



サイバーエリアリサーチ株式会社

<http://www.arearesearch.co.jp/>

【本社】

静岡県三島市一番町18-22 アーサーファーストビル4F

TEL 055-991-5544 FAX 055-991-5540

【東京支社】

東京都中央区日本橋1-2-10 東洋ビル5F

TEL 03-3243-1070 FAX 03-3243-1074

- ・2000年設立。IP Geolocationソリューション分野において国内オンリーワン企業
  - ・SURFPOINTにおいて特許第3319731号(情報送信方法)を取得
- IPアドレスに地域(都道府県レベル)・ホスト名・回線種別等の属性を付加したデータベースで、大手ポータルサイト、企業サイトなど多くのご利用実績があります。



**For MovableType**

<http://docodoco.alfasado.net/>



<http://www.arearesearch.co.jp>

**SURFPOINT™**



<http://www.docodoco.jp>



<http://www.rakulog.com>



<http://www.kaitaku.biz>