

報道関係者 各位

2011/07/06

ソーシャルメディアからTV・インフォーマーシャルなどの4マス媒体まで
ECサイトへの影響度を数値化する

<『ECメディア Scope』の提供開始>

EC事業総合支援サービスを提供するインターネット・ビジネス・フロンティア株式会社(代表取締役社長:宇都雅史 本社:東京都渋谷区 ※以下IBF)は、TV・ラジオ・新聞・雑誌への出稿や、ツイッター上でのクチコミなど、自社ECサイトを取り巻くあらゆるメディアの影響度を数値化する、『ECメディア Scope』の提供を7月14日より開始します。

【サービス概要】

自社ECサイトへの「訪問」や「売上」といった、影響度(効果)を、ネット媒体だけでなく、TVやラジオといった非ネット媒体の影響度(効果)も数値化するサービスです。訪問数や売上といった直接的な要素だけでなく、例えばTV通販の放映と、ネット上のクチコミ発生率やコメントの質や、競合サイトの情報解析まで、ECサイトへの間接的な要素も解析する事によって、全方位的な影響度(効果)を測定し、EC事業に最適なメディア戦略の立案を支援するサービスです。

■ 本サービスリリースの背景

ヤフー、グーグルといった検索エンジンに続き、ツイッターといったソーシャルメディアなどの利用率が高まっており、近い将来、ネット上で知人・友人間による情報交換を軸に、商品が流通するソーシャルコマース(※1)という市場も伸びると予想されています。しかしながら、ネットで情報が広がるきっかけになるのは、TVやラジオ、雑誌といった非ネットメディアに掲載された恩恵である事が少なくありません。

最近では、TVCMをはじめとする4マス媒体を利用するEC事業者が増えてきましたが、EC事業者にとって重要な事は、ネット・非ネットメディア関係なく、消費者が行動を起こすきっかけとなった『起点』がなにで、自社サイトという『終点』に、どのような経路を辿って自社サイトのアクセス数が増えたのか?受注が増えたのか?といったことを把握する事が重要です。そこで、EC事業者のプロモーション活動の結果を、「点」から「線」で捉えるために、同サービスの提供を開始する事になりました。

※1 ソーシャルコマースとは、ツイッター、ミクシィといったSNS上での知人とのつながりや、推薦等によって販売を促進する新しいネット通販の形態。

■ 主な解析事例

TVとECの関係においては、次のような傾向が掴めました。

- ・ スマートフォン経由のアクセスが、3ヶ月前にくらべ3倍に増加。
- ・ 新商品の告知よりも、キャンペーン連動の告知の方が、ECへの直接的な貢献度、クチコミ発生率が高い。
- ・ スポットCMよりも、情報番組での露出の方が、クチコミ発生率・サイト訪問率・売上への貢献度が高い。

その他にも、既に、以下のようなテーマでのECへの貢献度を解析しています。

- ・ 競合調査
- ・ タレントの影響度
- ・ 雑誌プロモーション
- ・ 交通広告

これまで、TVをはじめとするマス広告の展開とECの施策は、切り離されて実施されるケースが多かったのですが、今後は、予め、出稿メディア(時間、場所、媒体毎)によって、キャンペーンや誘導キーワードなどを変えてみたり、ECとの直接的な効果を軸にしたクロスメディアの展開や、指名購買顧客を増やすために、ソーシャルメディアと絡めた展開を図るなど、今後のクロスメディア戦略に活かす事ができます。

■ 今後の展開

今後、広告代理企業との提携や、直販体制などを強化し、マス媒体・ソーシャルメディアを活用する EC 企業を中心に、年内に 20 社の EC 企業様に、導入して頂くことを目指しております。

インターネット・ビジネス・フロンティア株式会社では、ネットだけにとらわれず、ネットの外し、個人間のつながりにも配慮し、EC 企業が全方位的な視点をもって事業展開できるよう、付加価値の高い EC 支援サービスを拡充してまいります。

■ 企業情報

インターネット・ビジネス・フロンティア株式会社

【本社所在地】：東京都渋谷区東1-27-10 東海ビル7F

【代表取締役】：宇都 雅史（うと まさし）

【設立年月】：2004 年 9 月

【資本金】：25,000 千円(2011 年 3 月時点)

【連絡先】：03-6419-3533

【URL】：企業サイト <http://www.ibf.co.jp/>

サービスサイト <http://www.ecfs.jp/>

■ 本件に関するお問合せ

インターネット・ビジネス・フロンティア株式会社

担当：黒岩 悠 info@ibf.co.jp