

メイテンスは、インターネットのテクノロジーを利用した販促・マーケティングを支援する会社です。メインとなるのは、弊社でご提供している BtoB 企業専用の広告配信システム Ex-Lead (エクスリード) です。このサービスは、企業がターゲットとしたい職種・業種に対してインターネット上で絞り込んで広告配信ができるシステムです。当社は 2017 年 2 月の創業です。WEB 広告市場が拡大し、さらに一歩進んで広告の確度を高めたいというニーズに応えることで、エクスリードの利用は毎年、前年比 2～3 倍の伸びを示し利用企業が増えています。2020 年、コロナ禍で広告を取り巻く環境は大きく変わりましたが、エクスリードへの期待はさらに高まっています。

BtoB 企業に必要なこれからの WEB 広告

■ 拡大する BtoB 企業専用 DSP

エクスリードは一般的な広告手法の分類では、DSP (デマンド・サイド・プラットフォーム) と言われる広告配信システムになります。2009 年ごろから発達してきたインターネット広告の技術を利用した BtoB 企業専用の DSP です。利用増の背景は、インターネットの普及とインフラの向上、ネット上での情報収集の一般化、紙媒体離れなど様々な要因があると考えられます。こうした背景は 2006 年以降、BtoC 向けの広告利用で移り変わりがあり、インターネット広告の利用が年々増加しています。

特に 2020 年は、コロナ禍により展示会の中止や、それに伴う出展見合わせ、イベントやセミナーの中止などが重なりました。従来の販促活動ができなくなったことから、予定していた広告予算を見直し、WEB 広告を利用しての商品 PR やオンラインセミナーの集客で、エクスリードの利用を検討いただくことが増えています。

当社が手がける広告形態は、大きな分類では WEB 広告、もしくはインターネット広告となります。その WEB 広告の中でも大別されるのが純広告と運用型広告の 2 種類です。その

中で当社が支援する方法は「運用型広告」で、google 広告 (検索連動型広告＝リスティング、ディスプレイ広告、YouTube 広告)、YDN (yahoo ディスプレイネットワーク) が同様の形態となっています。また、運用型広告の中で SNS 広告に分類されるフェイスブック広告、インスタグラム、LINE、ツイッター広告なども含まれます。このような運用型の広告は BtoC では、当たり前な広告手法となり、近年 BtoB でも利用機会が増えています。

ではなぜ運用型広告の利用が増えているのか。これには様々な側面がありますが、広告効果、予算設定、単価、広告フォーマット、利用期間の自由度、ターゲティング精度などがあると分析しています。まず広告効果では雑誌、新聞などの紙媒体では計測できない広告の表示回数、サイトへの来訪数、問い合わせや資料ダウンロードなどユーザーがアクションを起こした数値も計測できるのが大きな利点となっています。

さらには、サイトを訪れたユーザーが電話をかけてきたかどうかの件数把握も、設定方法次第で可能になります。ただ、このように様々な効果測定が可能なことや専門用語が多いことが、

サービスのイメージを複雑にして導入を検討する際のネックになっている側面もあります。この点はわれわれの丁寧な説明が必要となります。

広告フォーマットでは、このところ注目されている動画広告の利用も可能です。動画広告はこれまで、テレビや展示会の自社ブース、セミナーなどで利用することが多いものでした。WEBの運用型広告は、こうした動画もターゲットユーザーに向けて広告として配信が可能となっています。

運用型広告の対極にある「WEBの純広告」は、単一のメディアサイト内にいるユーザーにアプローチして、広告効果もサイト内で完結するものです。そのためメディアサイト内で自社サービス・商品を知ってもらうことは可能ですが、自社サイトにユーザーを呼び込むという要望に応えるのが難しいことが弱点です。

これに対して運用型広告は、バナーや動画を利用し、対象となるユーザーに様々なサイトを通して、広告を掲載し企業様のWEBサイトに誘導し、その誘導効率や広告効果を測りながら自社サイトに優良なユーザーを送りこめます。加えてインターネットの広告技術（アドテクノ

ロジー）を利用することで、より低単価、より的確なユーザーに広告を利用し、分析もできるのが利点です。こうした背景から、インターネット広告全体のうち60%以上が運用型広告による広告出稿というデータもあります。

とは言えWEB広告、運用型広告が万能とはとらえていません。BtoBマーケティング全体の観点、様々な媒体の特徴、より多くのユーザーへの露出などを考えると、戦略をもって全体のバランスを考慮して広告を出稿することが、より確度の高い反応を得ることにつながります。その中で運用型広告の持つ多くの利点から、広告予算全体の運用型広告、WEB広告への予算割合は年々増加していくとみています。

■ サービス利用の8割が主力商材のPR

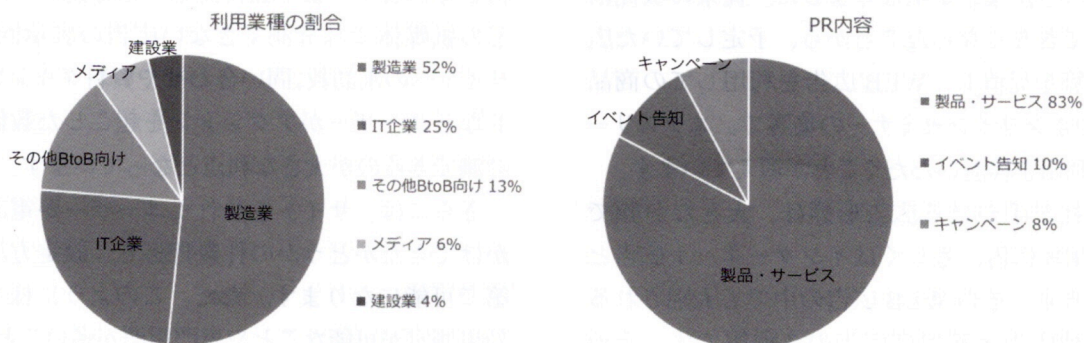
エクスリードの主なご利用方法は〈図1〉の通りです。

商品・サービスのPRが80%を占めており、次に多いのがイベントの告知です。イベント告知は、展示会来場者集客と、オンラインセミナーのPRとなります。PRの内容は広告主が主力としている製品（有形商材）の広告、サービス

図1 利用業種、PR内容の割合表

ご利用企業の100%がBtoB企業となっております。

主に商品のPRで、定常的なPR手法としてご利用いただくケースが多い広告ソリューションとなっております。



の告知は無形商材を示しています。

広告効果に関しては、商品の価格帯や、有形・無形の商材により様々です。例えば1台数千円円の計測機器を扱っている企業で、月によって変動はありますが広告経由で数件～十数件の見込顧客が発生したりします。1取引あたり数万円の消耗品を扱う企業ではサイトから月数十件の受注が発生しているケースもあります。無形商材でも従来からのアプローチ方法を変えて、オンラインセミナーの認知・集客で大きな成果を上げています。

さまざまな商材の企業様の支援をしているのであまり多くの事例を記載できませんが、産業用プリンターを扱う企業では、業種・職種で選定したターゲットに対してバナーの訴求内容を分けることで効果を上げていたりします。企業名を広く認知してもらうためにブランディングを意識した訴求や、対象業界向けにコスト削減、保守・メンテナンス、用途別、対象素材ごとの訴求方法などに分けての方法を行なっています。業務効率のためのWEBシステムを扱う企業では、職業配信をメインにし、毎月安定的に問い合わせ、資料ダウンロードが発生できています。

理化学機器を扱う企業では、そもそもターゲットしづらかった対象に広告を掲載することができ結果も出ています。そのほか、コロナ禍により、従来であれば展示会がメインの販促の場だった、分析システム・コンサルティングを行う企業では、食品業界、製造業、などのさまざまな業界や、これから開拓していきたい特定の企業に対してピンポイントにPRできていることに大変満足していただいています。

もちろんエクスリードを利用している企業が同様に同じ水準で結果が出ているわけではありません。しかしエクスリードの最大の特徴である、職種・業種に対してWEB広告を実施しサイトにユーザーを送客する効率を向上するため

に訴求内容を見直したり、送客したユーザーの動向を分析しWEBサイトの文言、構成、ボタン配置、フォームなどの改善も提案し改善を進めることで、広告効果の向上は実感していただいています。

■ 9月から企業名指定の配信サービスも投入

当社では創業時から切れ目なく、様々な新サービスを追加しています。コロナ禍以前では、広告配信とアポイント獲得を併用した広告プランがあります。加えて、一層の広告効果分析や改善ができるようするサイトのアクセス企業分析(図2)、PRしたいサービス・商品を紹介しているページのヒートマップ分析(図3)などもあります。今後の商品化を目指して、AIを利用してお客様の商品紹介ページを最適化するサービスなどのテストも行っています。

直近では、より配信精度を高めるためデータや、掲載メディアの拡充を行い、9月から企業名を指定しての配信もできるようになりました。特定の職種、業種、会社に対しての配信で、より広告主が求めるターゲティングが可能になるように改善を進めています。

■ 今後WEB広告利用はさらに増加

広告活動はテレビ、雑誌、新聞、ラジオのマス4媒体が、長く広告手法の主軸となっていました。これが2006年に雑誌広告の出稿量をWEB広告が超え、急速に市場を拡大しています。ただ、その時点ではあくまでもBtoC向け広告での話でした。BtoB向けの広告は、BtoCとは異なり、展示会やカードなどの媒体も多く利用されています。そのような状況の中、日々進化しているWEB広告の技術を活かしてBtoBで利用できるサービスも増えており、ユーザーのネットリテラシーの向上、WEBの利用時間の上昇もあり、WEB広告の利用をしない

図2 アクセス企業分析

日時	組織名	IP	都道府県
2018/1/4	公立大学法人国際教養大学	103.52.132.2	秋田県
2018/1/4	公立大学法人国際教養大学	103.52.132.2	秋田県
2018/1/5	日本フイルコン株式会社	219.127.90.65	東京都
2018/1/8	大同工業株式会社	210.232.139.82	石川県
2018/1/9	大同工業株式会社	210.232.139.82	石川県
2018/1/10	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/10	日野自動車株式会社	219.99.159.9	東京都
2018/1/10	株式会社電通イノベーションパートナーズ	210.254.134.36	東京都
2018/1/10	株式会社電通イノベーションパートナーズ	210.254.134.36	東京都
2018/1/10	学校法人関西学院	192.218.160.8	兵庫県
2018/1/10	安川オピオス株式会社	125.103.143.146	福岡県
2018/1/11	富士通株式会社	153.156.253.42	富山県
2018/1/11	富士通株式会社	153.156.253.42	富山県
2018/1/11	富士通株式会社	153.156.253.42	富山県
2018/1/11	国立大学法人千葉大学	133.82.251.179	千葉県
2018/1/11	国立大学法人千葉大学	133.82.251.179	千葉県
2018/1/11	オリック・ヘリントン・アンド・サトウFLP	58.80.221.50	東京都
2018/1/12	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/12	日本コロン株式会社	113.41.66.163	神奈川県
2018/1/12	中央総合法律事務所(弁護士法人)	220.99.127.123	大阪府
2018/1/15	日本ビジネスシステムズ株式会社	221.115.237.205	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/15	三菱電機株式会社	192.218.140.238	東京都
2018/1/16	中央総合法律事務所(弁護士法人)	220.99.127.123	大阪府
2018/1/16	西村あさひ法律事務所	210.148.47.172	東京都
2018/1/16	西村あさひ法律事務所	210.148.47.172	東京都
2018/1/16	デラベルメック株式会社	153.150.62.89	千葉県
2018/1/16	日総ビルディング株式会社	221.112.63.18	東京都
2018/1/17	株式会社読売エージェンシー	122.216.200.2	東京都
2018/1/17	株式会社知財コーポレーション	122.212.15.202	東京都

手はないという状況になってきています。

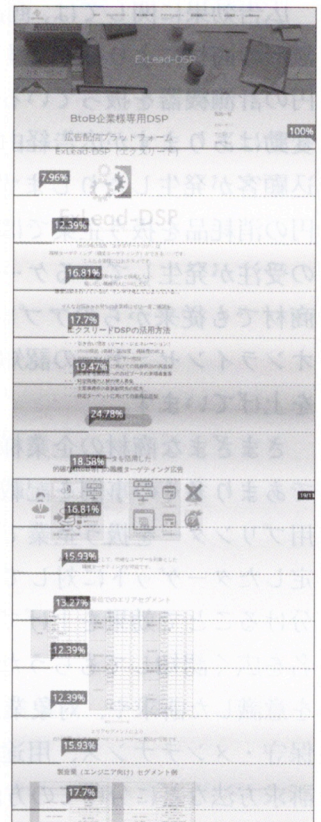
コロナ禍で、展示会でのPRが主軸だった企業も中止や見送りで、WEB広告を利用して新規ユーザーを獲得することが必要になっています。実際、そうした相談を多くいただいています。ウイズコロナ、アフターコロナを見据えて新たにWEB広告を利用する企業が増え、紙媒体や展示会と同様にWEB広告が選択肢の一つとして当たり前になると確信しています。

■ 運用型広告の上手な利用法は

現在運用型広告を利用している、利用を検討したいと企業にとってポイントとなるのは「自社で開示できる情報の線引き」です。WEB広告を利用すれば必ず良い結果が出ると保証するものではありませんが、確度を上げることは可能です。

その方法の一つが、自社で見込顧客に提供できる情報の線引きを行い、サイト来訪者に情報を提供することです。自社商品・サービスのカ

図3 ヒートマップ分析



タログや、商品の詳細資料を、サイト来訪者が簡単な個人情報の入力だけで閲覧できる仕組み(カタログダウンロード機能)を設けるだけで、WEB広告の効果は飛躍的に高まります。この方法を用いることで、自社サイトから見込顧客を数倍にすることも可能です。

また、テストや比較がしやすいというWEB広告の特徴を、最大限活用すると良い結果につながります。雑誌、新聞の広告原稿は一度制作すると変更が難しいものとなりますが、バナー広告は、ABテストも手軽に実施できます。複数の原稿から、反応の良いものを見つけ出すことが容易にできるのも利点です。

従来の広告手法とは異なりWEB広告特有の用語も多くありますが、今後必要となる知識ととらえて理解を深めてほしいところです。