

2008/9/25

報道関係者 各位

プレスリリース

株式会社エヌリンクス

目的不明確なアクセス解析ツール導入が引き起こす
“ログ不活用のスパイラル現象”の仕組みを発見
～導入時の活用目標の有無で、活用度合いは2倍以上の開きが存在～

ビジネスサイトのアクセスログ活用では、有料・無料といった料金区分に加え、性能も含め様々なツールがある中、「機能は多いが何をどう見ればよいのか十分に活用し切れていない」「費用対効果が得られているか不明」という声も多い。

マーケティング戦略、展開支援のコンサルティングサービスを提供する株式会社エヌリンクスが行った「アクセスログ活用に関する実態調査レポート」で、アクセスログを基にしたマーケティング活動への利活用の成否を分ける要因を構造化した。

調査方法：

企業のマーケティング部門・IS 部門に所属し、アクセスログツールを使用している 349 人を対象としたインターネットモニター調査

■ アクセス解析ツールの活用達成は導入企業の4割弱

アクセス解析活用によって達成できる業務を、サイトの改善に関する3つ、マーケティング活動に3つ、情報共有に関する1つに分けて活用の達成度を測定した。

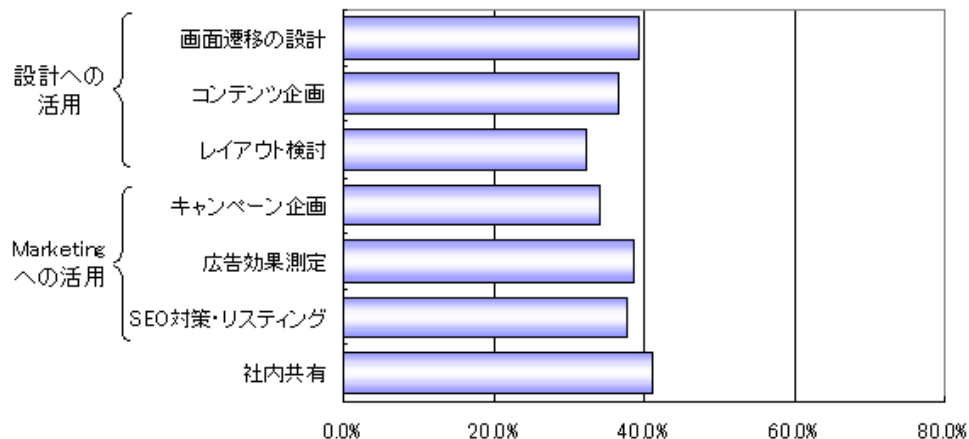


図1 アクセス解析ツールの活用により達成できた業務(n=349)

<<図1の解説：

サイト設計の改善に関する項目については、画面遷移の設計【39.5%】、コンテンツ企画【36.7%】、レイアウト設計【32.4%】。一方、マーケティング活動に関する項目では、キャンペーン企画【34.1%】、広告効果測定【38.7%】、SEO対策・リスティング【37.8%】といずれも4割に満たず、ツールを導入したもののマーケティング活動に活用できているユーザーは少ない。サイトの状況の社内共有は【41.3%】。>>

ツールを活用することで達成すべきと考えた7つの項目いずれも半数以上は「十分に達成できていない」状態で、活用できている中で最も高かったのは社内情報共有の業務。マーケティング目的に向けた企画や効果測定などアクションに繋がる検討には十分に使えてなく、アクセス解析ツールを入れても、『現在（＝過去）がどうだったか』の観察に終始していることが伺える。

■ アクセス解析ツール活用の成否を分ける“導入時の活用目的の明確性”

アクセス解析ツールを十分に活用している企業と、活用していない企業の要因を分析した結果、もっとも成否に起因していたのは、導入時に活用目的を明確にしていたかに現れる。

アクセス解析ツールの導入前にマーケティングへの活用意図を明確に持っていた企業と持っていなかった企業の達成度合いを比較したところ、

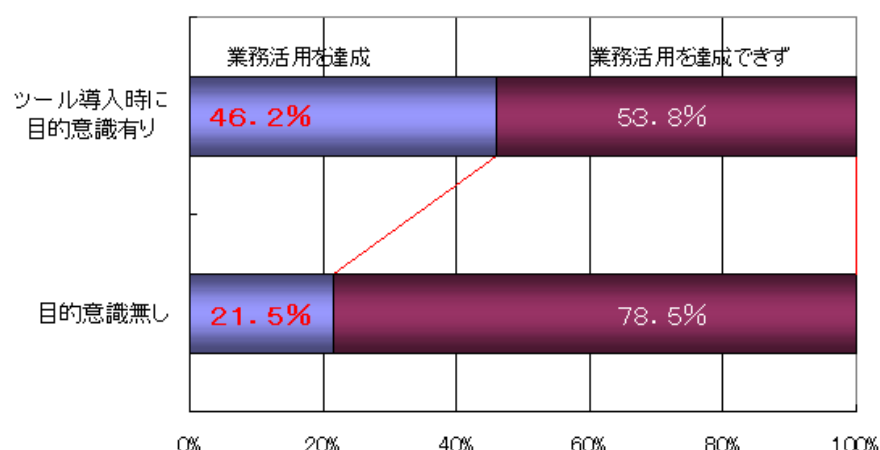


図2 導入時の目的有無による達成度合いの違い

* 企業のコーポレートページは性格が異なるため除き n=225

<<図2の解説：

“導入時に目的意識があった人の中で、業務を達成できていると答えた人”は【46.2%】に対し、“導入時に目的意識がなかった人の中で業務を達成できていると答えた人”はわずか【21.5%】。>>

「アクセス解析ツール導入により〇〇に活用しよう」という明確な目的意識を持っている企業は、活用に成功し、その差は2倍以上になる。

■ 活用がされない状態からの“ログ不活用のスパイラル現象”の仕組み

上述の結果を見ると、アクセス解析ツールを導入して（特に有料のツールを入れているところは日々コストもかけて）いるにも関わらず、導入期間が一定期間経過しても活用できない、あるいは活用することをやめてしまっているケースが多く存在することが分かる。

では、何故これらの企業はアクセスログの不活用の状態のままなのか。

「一定の業務目的を達成するためのもの」といった目的が不明確のままアクセス解析ツールを導入してしまい、導入した後にから活用方法を模索する予定だった企業が、そのまま活用方法を見出せずにいる原因を本調査の分析の中から構造化した。

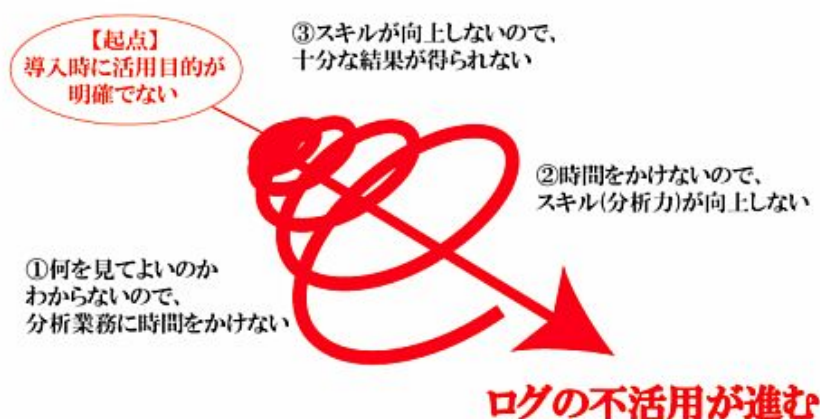


図3 ログ不活用のスパイラル現象の仕組み

概ね『明確な目的を持ってログ活用業務を始めなかった（ツールを導入しなかった）』ことに起因して、

- ① 何を求めるためのアクセスログ分析かが定まっていないことから十分な時間をかけない
- ② 十分な時間をかけていないことから、表面的な観察に終わり、多機能なツールが多いにも関わらず担当者のスキルが向上しない
- ③ 結果的に、機能は充実していても使いこなされずに、目新しい分析結果も得られない。そのため次の分析活動も、意味ある結果を得るために投下すべき作業時間は不明確なままで時間をかけずに済ませてしまう⇒①

といったスパイラルに陥る。この構造は、導入期間の長短や、導入しているツールの種類、事業規模などに関わらず、“導入時に用途・目的を明確にしていたか” がもっとも大きな相関性を持っていることから見出せる。

株式会社エヌリンクスでは、今回の調査を元にした「アクセスログ活用に関する実態調査レポート」を10月末までホームページからダウンロードできる。

<http://www.nlinks.co.jp/marketing>

【本件に関するお問い合わせ】

■会社名 株式会社エヌリンクス
 ■担当者 小川 高宏
 ■TEL 03-5425-6013
 ■FAX 03-5425-6014
 ■Email marketing@nlinks.co.jp

【会社概要】

■会社名 株式会社エヌリンクス
 ■代表者 諏訪耕 / 藤原寛
 ■資本金 5,000 万円
 ■設立 平成9年5月
 ■所在地 〒105-0013 東京都港区浜松町 2-8-14 浜松町 TS ビル 8 階

■TEL 03-5425-6011
■FAX 03-5425-6014
■URL <http://www.nlinks.co.jp>
■Email info@nlinks.co.jp

■事業内容

- ・新規事業戦略及び実行支援
- ・マーケティング戦略・活動展開におけるビジネスコンサルティング