

WEB広告代理店事業のご案内

ブルースター株式会社

会社案内

<https://www.blue.co.jp/>

会社概要

設立 1990年(平成2年) 8月16日
 資本金 4,000万円 (代表取締役社長 坂本光正100%保有)
 本社 〒105-0003 東京都港区西新橋1-6-12 AIOS虎ノ門402
 代表取締役社長 坂本光正 (1964年10月16日東京都生まれ)
 取引銀行
 三菱東京UFJ銀行 渋谷明治通支店
 みずほ銀行 渋谷中央支店
 三井住友信託銀行 本店営業所

事業内容

マーケティング会社 (営業戦略、ブランディング、広報戦略、広報施策)

経営方針

社会的使命:MISSION

成長を続ける情報通信社会を正しい方向に導く一躍を担うべく、探究心をもって普及に努めてまいります。

企業としての夢:VISION

「情報戦略顧問」という新たな企業の補佐役を提唱し、顧客企業の成長とともに当社が発展をし、全国規模で支援を行う体制を確立してまいります。

価値創造:VALUE

お客様、株主、取引先、社会、従業員。この異なる立場のステークホルダーにとっての価値をバランス良く高めていくことが大切だと考えています。

そして、お客様の満足度を最大限にすること(顧客満足度第一主義)がサービス業としての本質であると考え、その成果がステークホルダーにとっての価値上昇として現れてくると考えています。



「ブルースター」という花にちなんで命名された社名は、その花言葉に社是を託しています。この花は南米産の花で花言葉は「影ながら支える」そして「信じあう心」という2つの意味を持っています。当社は、企業の支援会社として信頼をもって行うことを社名をもって示しています。

沿革

1990年8月	坂本光正がパソコン通信を利用した日本初のネットマーケティングに関するコンサルティング専門会社として「ブルースター(株)」を東京都渋谷区に設立（この業種では日本初）。 企業コミュニティの運営を受託し、パートナーシップマーケティングを取り入れ、バズマーケティングの手法を確立する。(CS向上、商品開発、ファン層の形成、世論形成などに役立てる。)
1991年	ネット通販事業を開始し、ノウハウを蓄積。
1992年	NIFTY-Serve Windows Forumを開催。（後に60万人コミュニティへと発展。） シェアウェアの発展・流通・送金の仕組み作りに尽力する。秀丸エディタはここで生まれた。
1996年	エヌ・ティ・ティ移動通信網(株)(現NTTドコモ)をクライアントに日本初の企業発信のEメールマガジンを定期発行し、メールマーケティングとしての手法を日本国内で確立。
1996年	富士銀行のホームページを全ページ作成し納品。
1997年	インターネット上のコミュニティシステム（キーワードフィルタ付）を開発し、(株)東京放送(TBS)へ提供。
1998年	自己資本にてベンチャー育成投資を開始。
1999年	文教堂書店とJVにて書籍通販サイトJBOOKを設立。物流システムの詳細設計も実施。 ビジネス・デューデリジェスを開始。
2000年	情報通信業界を専門的に扱うM&A仲介事業・アドバイザー事業を開始。
2002年2月	検索エンジンマーケティング(SEO)正式に事業化。カタログ通販主要会社を顧客に抱える。
2003年	年商300億円の間屋における基幹システム構築のRFP設計、システム監査(診断)を行う。
2004年	アクセス解析事業を本格的に開始。
2004年12月	アフィリエイト、ユーザビリティを核にしたネットマーケティング・コンサルティング事業を推進。
2005年	検索キーワード広告(P4P)に関し、投資対効果の徹底的な分析事業を開始し、通販企業を中心に好評を得る。
2007年8月	中小企業から大企業までをカバーするWEBマーケティングにおけるご意見番サービス、「ブルースターWEBマーケティング アドバイス」事業を開始。
2008年7月	国際SEO、現地人による多言語ホームページ制作ノウハウをもとに「国際WEBマーケティング」を体系化し、本格的に事業を開始。
2009年12月	セマンティック・ウェブ(Semantic Web)への対応コンサルティング事業を開始。
2010年2月	米国PC Pitstop社によるクラウド型PCチューニングソフトの日本国内総代理店権を獲得し、クラウド事業に参入。
2011年4月	本社を東京都渋谷区から、東京都港区へ移転。

実績

WILLER **W** EXPRESS



BRAUN



「つくる楽しさ」



CLAVISTER



実績

交通関係企業

顧客獲得単価向上施策（期間6カ月）
 広告代理店 1300円 → 広告主直接運営 1100円 → 当社アドバイス後 385円

C D / D V D 販売通販企業

入札キーワード戦略（宣伝広告費でなく販売促進費としたい意向強し）

Phase1:アクセスログからの現状分析

Phase2:入札キーワード選定（ビックキーワードは完全一致、アーティスト名部分一致）
 ロングテール施策

Phase3:購入結果検証のP D C A

Phase4:コンバージョン率を悪化させている不正なメディア調査（GoogleSense不正クリック対策）

パソコン・パーツ・家電販売通販サイト

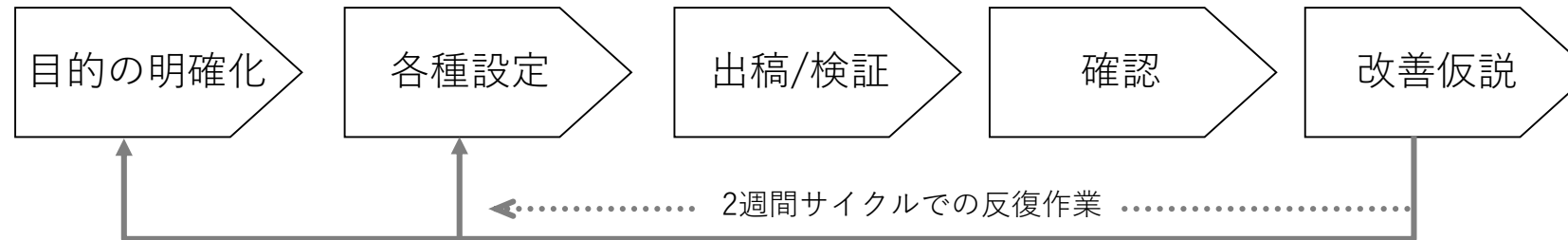
自社運用をしていた検索連動型広告の投資対効果分析

キーワード毎に分析

「デジカメ」にて1件の売上のために5000円をかけていたことなどが判明。

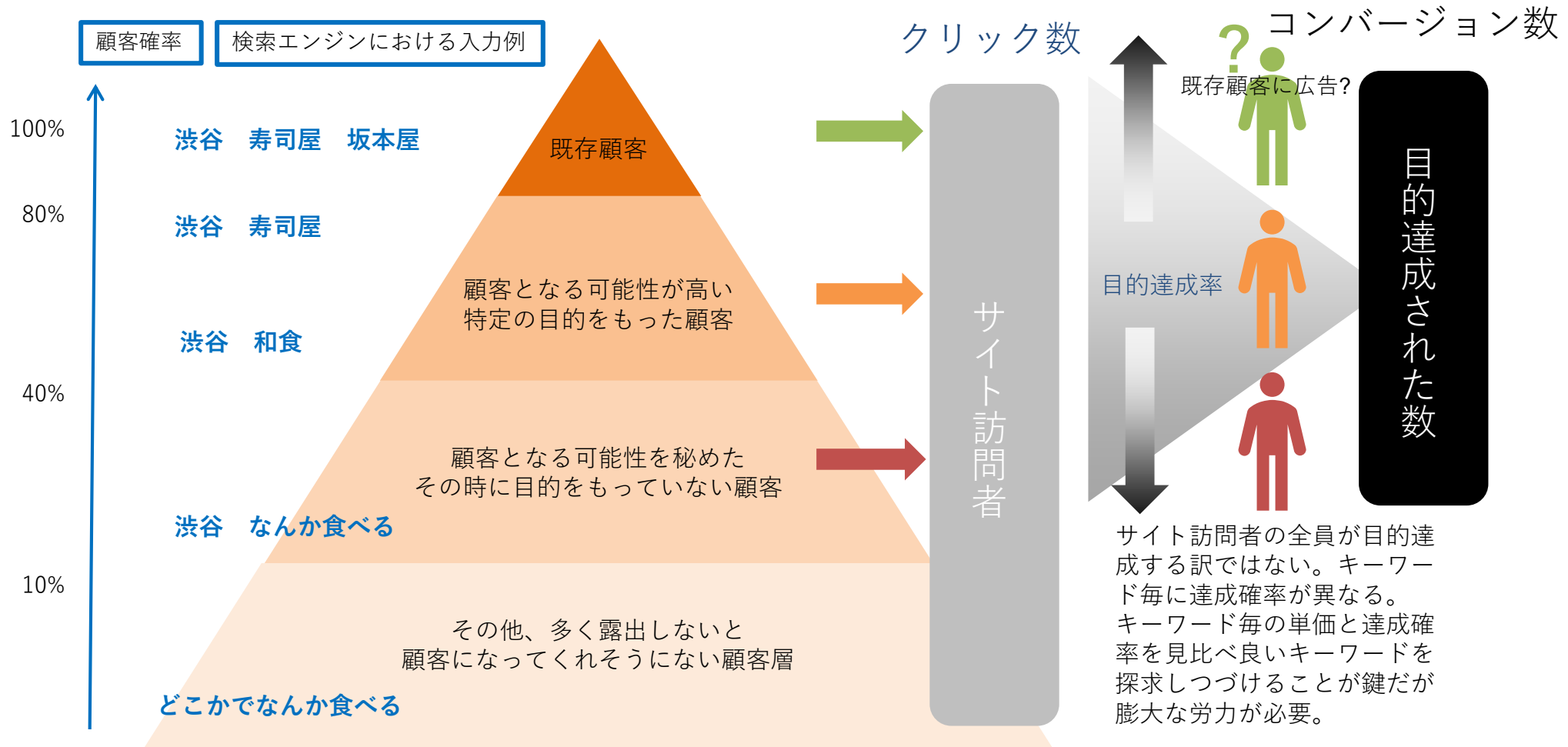
改善ステップ：「部分一致」→「完全一致」に。それでも販売促進費に納まらないため、複合キーワード「デジカメ 激安」などの完全一致のみに切り換え。

検索エンジンマーケティング「検索連動型広告」のPDCAサイクル



目的の明確化	測定ツール設定 広告ツール設定	ヤフープロモーション広告 AdWordsへの広告出稿	広告状況確認	検証および改善
<p>【顧客獲得単価の向上】 検索連動型広告費の削減？ 獲得顧客数の上昇？ 離脱率の低下？</p> <p>【不正メディアの調査】 AdSenseを利用したクリック 詐欺サイトの有無を調査</p> <p>【キーワード毎の広告コピー】 広告コピーの複数出稿と 獲得力・コンバージョン最適化</p> <p>地域ターゲティング？ モバイル広告の特性？ 参照元メディア対策は？ ブランディング対策は？</p>	<p>【効率的な広告出稿方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広告自動出稿最適化ツール 採用の検討 24/7, BidBuddy, etc. <p>【測定ツール組み込み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コンバージョンポイントの 定義とTracking Tag組込 ・ 広告着地ページの新規作成 獲得顧客別に誘導を行う、 中間ページなどの作成 	<p>【広告出稿作業】</p> <p>緻密に情熱を込めて作業を 行う。設定変更時は動作 確認を忘れずに行う。</p>	<p>出稿している広告が正常に 表示されているかの数値を 確認。</p> <p>予算に対して確実に 出稿されているか、予算より少ない かなどを確認。</p>	<p>定例ミーティング (隔週にて定例実施)</p> <p>【サーチマーケティング勉強】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ サーチマーケティングの 考え方講座 ・ 実施内容の確認 キーワード毎に確認 C P A の変化確認 不正サイト有無の確認 直帰率 ・ 改善方策決定 キーワード 出稿方法の見直し 新規追加キーワード選定 キャッチコピー改善 着地ページ確認

当社による広告は同一予算でも施策によって達成数に大きな違い



一般的な広告代理店はクリック数（訪問者数）とクリック単価のレポートに重点を置く。本来は、コンバージョン数を重視し、予算の範囲内でPDCAを頻繁に行い目的達成数を上昇させること。同じ広告予算でも、考え方により目的達成数は5～12倍は乖離していることが多い。

- ① 【追加】 コンバージョンをもたらしたキーワードの周辺キーワード探査
- ② 【除外】 コンバージョンをもたらさないキーワード。直帰率の高いキーワード。既存顧客？

ネット広告は、訴求対象への絞り込みが可能

検索連動型広告／ディスプレイ広告／動画広告は訴求対象への絞り込みが可能で、宣伝広告を効果的かつ効率的に行うことができます。

【訴求対象エリア】

都道府県の市区町村単位、駅から半径1キロなどの範囲指定

【性別、年齢】

性別や特定範囲の年齢に配信を限定

【興味・趣向】

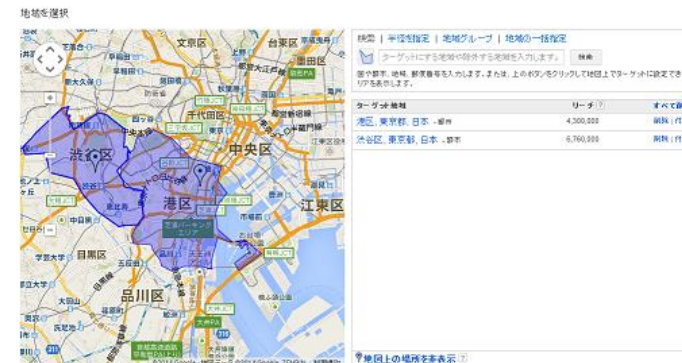
興味や趣向をキーワードやジャンルにて指定して配信

【携帯キャリア】

ドコモ、au、ソフトバンクなどの通信キャリア及び、Android携帯などOS指定可能

【その他】

曜日・時間帯、パソコン・スマホ、利用者の言語（日本語、英語）など



動画広告

YouTube, TubeMogul, Gyao(Yahoo系動画配信システム)等を通じてセグメント化された人達へ動画配信を行うことができます。60秒もので4円前後で配信することができますが、再生開始後5秒でスキップ可能であるため、最初の5秒で視聴者の関心を得る動画がある必要があります。

弊社は最初の5秒で視聴者の関心を惹き、ホームページへの訪問率を10%台とするノウハウを実践経験より得て参りました。

1. パソコンソフトウェア



- 訴求対象：シニア層(45才以上)、パソコン保有者、地域(全国)
- 動画制作予算：80万円

2. 生活家電製品



- 訴求対象：女性限定、25才以上、地域(東名阪)、料理に興味をもつ人限定
- 媒体予算：200万円で訴求対象へ平均9回リーチ

40万円で訴求対象層へ10万回視聴。400万円で100万回視聴が可能に。
一人あたり1日3回のフレクエンシー(視聴回数)で1カ月程度訴求することが肝要

詳細な進捗レポート

Report to: PC Pitstop LLC

Campaign: PC Matic.jp



Bluestar Corporation

Campaign Report

Report date: 2013/12/16

 Reporting term 2013/12/9 - 2013/12/15
 Campaign term 2013/9/1 - 2014/1/31

		Yahoo! SS	Google AdWords	Google Display	エンゲージメント広告	YouTube	face book	kakaku.com	TOTAL
Reporting term	From	2013/12/09	2013/12/09	2013/12/09	2013/12/09	2013/12/09	2013/12/09	2013/12/09	2013/12/09
	Until	2013/12/15	2013/12/15	2013/12/15	2013/12/15	2013/12/15	2013/12/15	2013/12/15	2013/12/15
Impression data this month	Impression	778,543	516,329	20,067,547	1,122,700	347,590	246,729		23,079,438
	Click #	25,535	23,826	41,424	32,393	55,590	2,980		181,748
	Conversion	930	576	482	4	0	1,515		3,507
	CPA (Cost/conversion)	¥1,517	¥2,935	¥2,445	¥34,994	--	¥140	--	
	CTR	3.28%	4.61%	0.21%	2.89%	15.99%	1.21%	--	
	CPC	¥55.26	¥70.96	¥28.45	¥4.32	¥2.61	¥71.09	--	
	CPM	¥1,812.33	¥3,274.49	¥58.73	¥124.68	¥416.66	¥858.62	--	¥354.07
Monthly budget consumption	Budget	¥3,100,000	¥2,400,000	¥1,600,000	¥500,000		¥400,000	¥3,394,800	¥11,394,800
	Media cost upto now %	¥1,410,975 45.5%	¥1,690,715 70.4%	¥1,178,584 73.7%	¥139,975 57.0%	¥144,825	¥211,846 53.0%	¥3,394,800 100.0%	¥8,171,721 71.7%
Total budget usage	Budget up to now	¥9,650,000	¥8,300,000	¥5,500,000	¥1,300,000		¥1,700,000	¥3,394,800	¥29,844,800
	Total cost used	¥7,857,282	¥7,011,905	¥4,823,330	¥1,070,473		¥1,520,307	¥3,394,800	¥25,678,097
	Consumption %	81.4%	84.5%	87.7%	82.3%		89.4%	100.0%	86.0%
	Days until end of month	14	14	14	14		14	14	14
	1 day bet budget	¥115,000	¥110,400	¥59,800	¥16,675		¥12,650	¥0	¥314,525
Campaign Summary	Target end of month	¥9,467,282	¥8,557,505	¥5,660,530	¥1,303,923		¥1,697,407	¥3,394,800	¥30,081,447
	Campaign budget	¥10,500,000	¥8,950,000	¥5,500,000	¥1,300,000		¥1,700,000	¥3,394,800	¥31,344,800
	Media cost upto now %	¥7,857,282 74.8%	¥7,011,905 78.3%	¥4,823,330 87.7%	¥1,070,473 82.3%		¥1,520,307 89.4%	¥3,394,800 100.0%	¥25,678,097 81.9%
	Total impression	6,727,137	2,394,561	73,801,679	4,332,226	1,940,099	1,135,951	2,567,827	92,899,480
	Total Click #	130,255	110,284	163,694	73,532	365,596	18,678	10,304	872,343
	Conversion	4,103	2,470	1,814	9	22	8,040	708	8,387
	CPA (Cost/conversion)	¥1,915	¥2,839	¥2,659	¥15,553	¥9,047	¥189	¥4,795	
	CTR	1.94%	4.61%	0.22%	1.70%	18.84%	1.64%	0.40%	
	CPC	¥60.32	¥63.58	¥29.47	¥14.56	¥2.93	¥81.40	¥329.46	
	CPM	¥1,168.00	¥2,928.26	¥65.36	¥247.10	¥551.76	¥1,338.36	¥1,322.05	¥276.41
CV rate	3.15%	2.24%	1.11%	0.01%	0.01%	43.05%	6.87%		

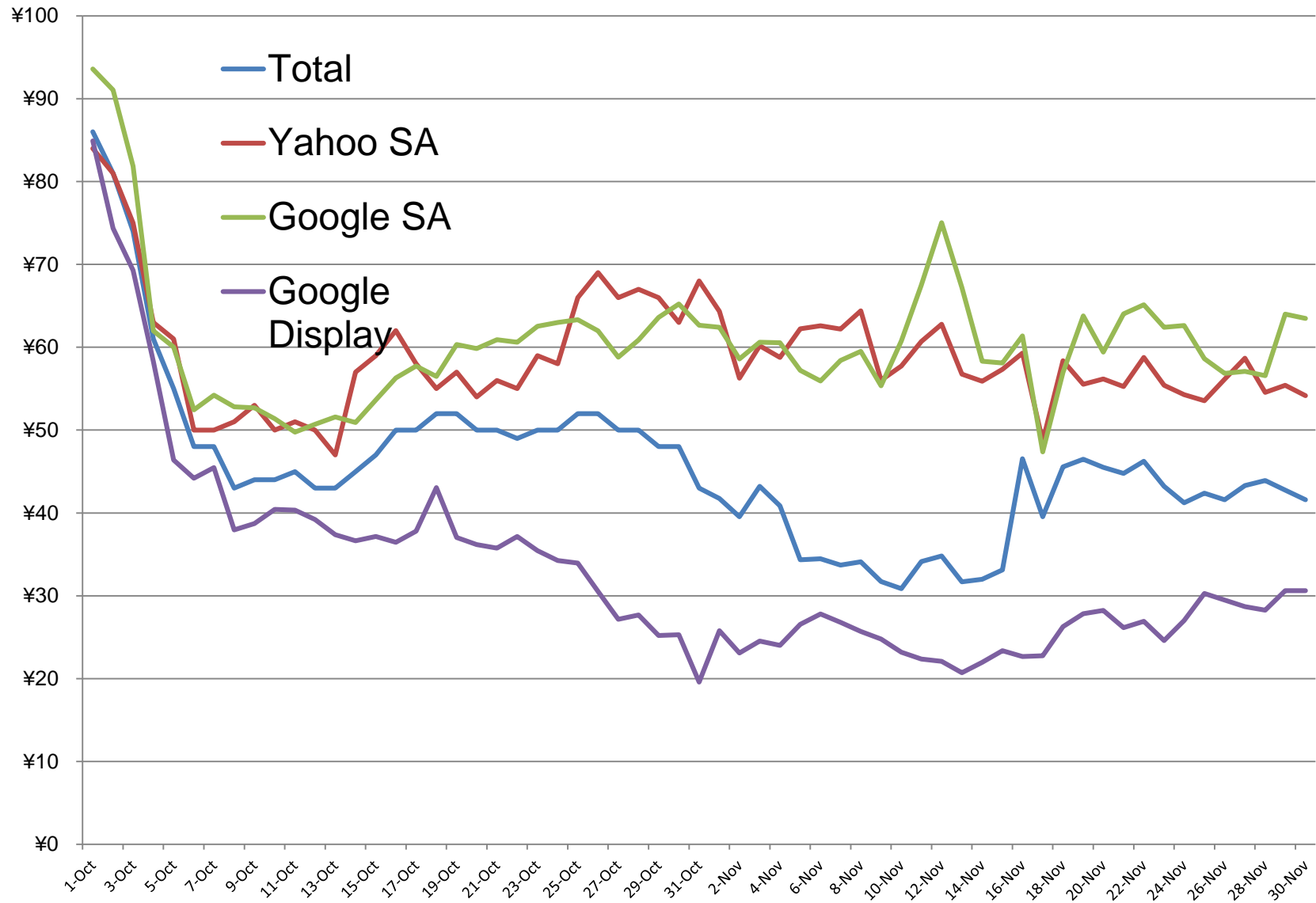
* Amount in Yen, Tax NOT included.

顧客獲得単価(CPA)を最小限にし、ROIを最大化。
 クリック単価、クリック率、直帰率、コンバージョン率のすべてを改善することが肝要であり、とても重労働

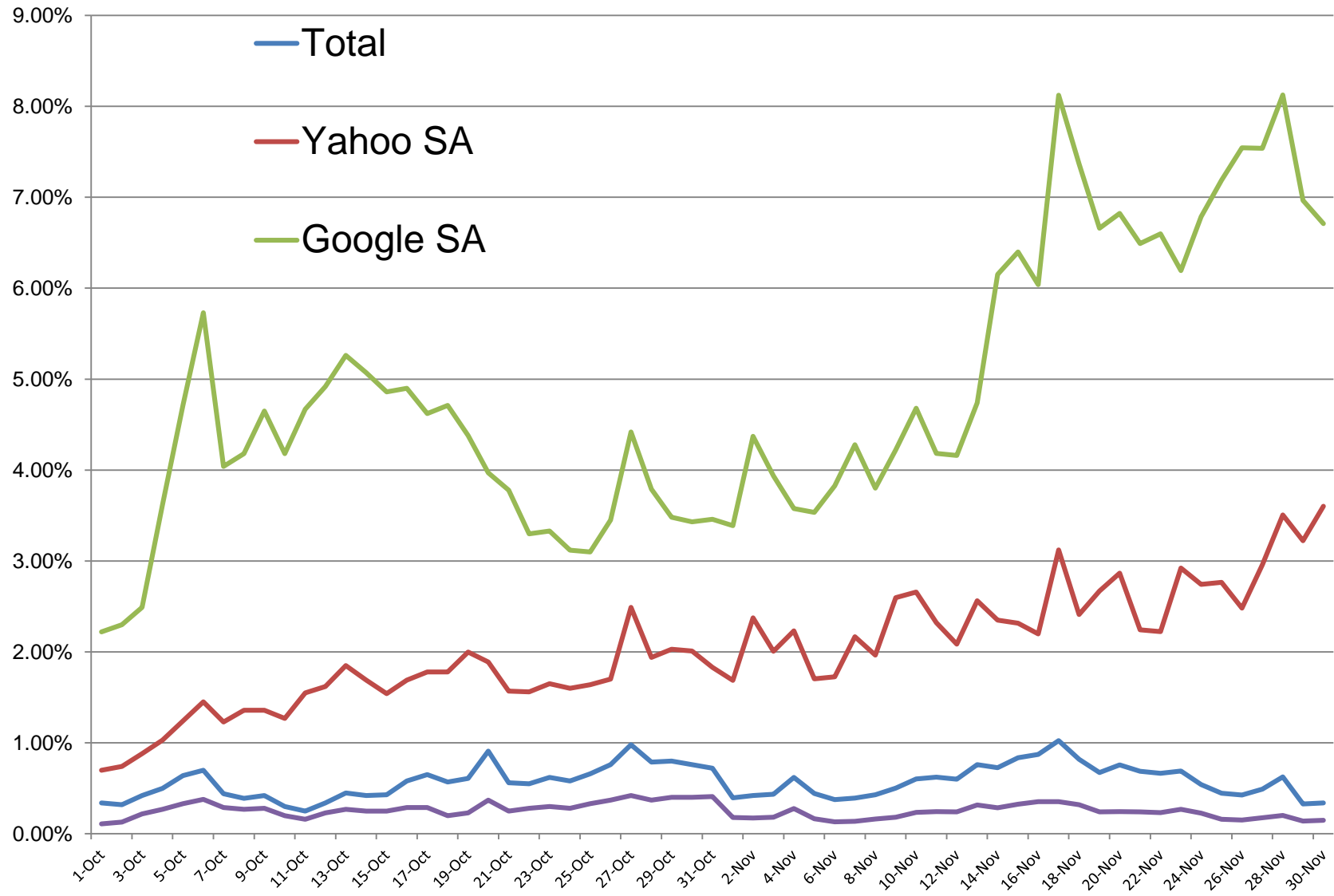
2018/8/9

10

CPC



CTR



ブルースターは、情報通信分野で豊富な実績をもつCIO代行会社です。

1990年からネットマーケティング専門で一環してサービスを提供している
当社までC I O代行サービス、C I Oアドバイザーをご用命ください。



Net Marketing and Business Consulting SINCE 1990

mailto: info@blue.co.jp

ブルースター 会社案内 ホームページ <https://www.blue.co.jp/>

当社、IT設計事務所は、予算に合わせ
効率的な施工、監査を包括的に
プロジェクトマネジメント致します。

ブルースター WEBマーケティング関連マニュアル

<https://www.blue.co.jp/pr/>

- ・WEBマーケティングアドバイザーサービス案内 <https://www.blue.co.jp/pdf/web.pdf>
- ・法人ホームページ成功の秘訣 <https://www.blue.co.jp/pdf/success.pdf>
- ・SEOの概念説明（一般向け） <https://www.blue.co.jp/pdf/seo.pdf>
- ・SEOのWEB管理者向けマニュアル1 https://www.blue.co.jp/pdf/seo_detail1.pdf
- ・SEOのWEB管理者向けマニュアル2 https://www.blue.co.jp/pdf/seo_detail2.pdf
- ・検索連動型広告改善・運用マニュアル <https://www.blue.co.jp/pdf/listings.pdf>
- ・検索連動型広告アドバイザーのご案内 <https://www.blue.co.jp/pdf/listingsadv.pdf>
- ・Google Analytics設定・運用マニュアル <https://www.blue.co.jp/pdf/GoogleAnalytics.pdf>