



### free 株式会社

2012年創業。クラウド型会計・給与計算ソフト、freeの開発、販売を行っている。

### 本施策の成果

2倍以上

Google 広告開始後、  
獲得した無料ユーザー数

本施策で活用した  
ソリューション

### 検索広告

検索エンジンで、ユーザーが検索した語句に対応した広告が検索結果画面に表示される機能。ユーザーが興味・関心を持って検索したタイミングで効果的にアプローチできる。

## Google 広告活用事例

# free 株式会社

## Google 広告の詳細な分析機能を活用し、 2 倍の問い合わせ獲得を実現

free 株式会社では、クラウド型の会計・給与計算ソフトを提供しています。検索広告の詳細な分析機能を活用し、今まではリーチできていなかった新たな層へのアピールに成功し、多くの新規ユーザーを獲得しています。



### 課題・背景

#### これまでリーチできなかった層へアピールしたい

free は、まず無料プランでユーザーにサービスを利用してもらい、そこから有料課金ユーザーを増やして収益化するビジネスモデルです。この無料ユーザーを効率的に獲得するために、これまでリーチできていなかった層へのアプローチ方法を模索していました。

### 解決策

#### 新たなキーワードやモバイル向けに最適化したキャンペーンを実施

無料プランのユーザーを増やす上で、まずは検索広告を利用し始めました。「会計ソフト」など、free に関連したキーワードに対して広告を出すことで、新たなユーザーを獲得していきました。さらに Google 広告の詳細な分析機能を活用。例えばキーワードの分析から新たなキーワードを発掘していったり、デバイス別の分析からモバイル向けに最適化したキャンペーンを構成するといった形で、今まではリーチできていなかった層に向けたアピールをしました。

### 結果

#### Google 広告開始前に比べ 2 倍以上のユーザーを獲得

2013年に Google 広告の運用を開始し、それまではリーチできていなかった層に対してアピールできたことで、飛躍的に新しいユーザーへの認知につながりました。数字的にも Google 広告開始前に比べると短期間で 2 倍以上のユーザー獲得を達成しました。

「free をリリースしてから 1 年 4 か月で 10 万以上の事業所獲得を達成しました。営業社員がいた訳ではないのですが、Google 広告が営業社員となって短期間で効率的に新規ユーザーの獲得を実現しました」(代表取締役 佐々木 大輔様)。

### 成功のポイントと今後の展開

#### リマーケティング機能の活用で有料ユーザーの獲得を目指す

今後、有料ユーザー獲得のための取り組みとして、リマーケティング機能の活用を予定しています。「リマーケティングを利用すると、無料プランでご利用頂いているユーザーのユーザーリストに対して広告を出し分けることが可能になります。有料プランをご紹介したバナー広告を表示することで、有料で free をご利用頂けるユーザーの方を増やしていきたいと思っています」(取締役 東後 澄人様)。