

Google 広告の貢献度を可視化。 指名検索数 200% 増を実現したフルファネル分析



AEA Winner [業界：エネルギー]

電気事業を中心に、VPP 事業、都市ガス事業、再生可能エネルギー事業を展開

ENEOS Power 株式会社
東京都港区
eneos-power.co.jp

[代理店]



株式会社CARTA ZERO
東京都港区
cartazero.co.jp

本施策の成果

200%

対象エリアの指名検索数

「個」を捉える高度な分析により、根拠ある投資判断が可能になりました。今回の成果を基盤として、データに基づく戦略的な広告配信をさらに進化させ、事業成長に直接貢献するマーケティングを推進していきます。

ENEOS Power株式会社
販売統括部 マーケティンググループ
渡邊 慧 様

今後も Google 広告の最新ソリューションを最大限に活用し、お客様が求める理想の顧客像を鮮明に描き出し、広告接触から成約まで、ユーザーの動きを精緻に捉える体制を追求し続けます。

株式会社CARTA ZERO
第1営業局 アカウントプランニング3部
三代 一豪 様

概要

幅広い層に向けた Google 広告が、オーガニック検索やサイト来訪といったユーザーの行動にどう貢献しているのかが見えにくいという課題に対し、分析ソリューションを導入。広告ごとの貢献度を可視化したことで、根拠のある投資判断と精度の高い計画立案が可能になりました。

課題

同社の商材である電力・ガスの切り替えは、契約へのハードルが低くありません。そのため、広告接触から申し込みまでには一定の期間を要するという特徴があります。また、従来の Google 広告の運用は、リーチや視聴数といったファネル別の指標に留まり、プロダクトを部分最適でしか評価できていませんでした。その結果、「単価が低い＝良」という表面的な判断に偏り、認知施策がファネルを横断して、最終的な行動喚起にどの程度貢献しているのかを可視化できていなかったことが大きな課題でした。

解決策

ファネル横断での広告評価にあたり、個人情報（PII）を一切閲覧せずにユーザー単位の行動を解析するソリューションを採用しました。まずは、分析ツールで重複リーチや各プロダクトの組み合わせを調べ、どの広告に触れ、指名検索やサイト来訪にどうつながったのかという「ユーザー単位」の動きを可視化。次に「Ads Data Hub（ADH）」を用いて接触回数を分析。その結果、3 回が最適であるという実証データに基づいた運用の基準を導き出すことに成功しました。

結果

高度な分析により各プロダクトの真の貢献度が可視化され、データに基づいた戦略的な予算配分が可能になりました。その結果、対象エリアの指名検索数が 200% に伸長。あわせて、最適接触回数を 3 回と特定したことで、投資効率の最適化にも成功。「本質的な評価軸」を確立でき、精度の高い計画立案が可能になりました。

成功のポイントと展望

各プロダクトの貢献度と投資対効果を横断的に可視化する指標を確立できたことが、指名検索数増加につながった大きなポイントです。これにより、目標達成に向けた予算設定やターゲットごとの接触回数の精度が向上。今後もこの基盤で精度の高いシミュレーションと投資判断を継続します。

