

日経IDアクティブ会員の興味関心データを
貴社マーケティング活動のあらゆる局面に

インテントデータ活用総合案内

Nikkei BP Intent Data

本資料は、日経BPのインテントデータを軸にした活用メニューを一覧化した「総合案内 兼 商品概要」です。

1 インテントデータとは

データの成り立ち／フェーズ・インタレスト／スコア／共通の誘導枠

P.4 - P.12

2 活用メニュー（全9メニュー）

獲得する／活かす／狙う／知る／検証する の5つの目的別に9メニュー

P.13 - P.51

3 ご実施にあたって

料金一覧／進め方とスケジュール／データ利用の考え方・ご注意

P.52 - P.56

◎ 第2章に収録する活用メニュー



MENU 01

リードジェネレーション



MENU 02

セミナー集客支援



MENU 03

リードエンリッチ



MENU 04

ABMリスト作成



MENU 05

インテント診断



MENU 06

タグ別属性分析



MENU 07

トレンド／スパイク分析



MENU 08

タイアップレポート



MENU 09

ブランド認知・想起調査

インテントデータは「誰に当てるか」を決めるデータ。獲得・活用・ターゲット設計・分析・効果検証まで使えます。

目的	メニュー	できること	主な提供物	掲載頁
獲得する	 MENU 01 リードジェネレーション	「いま関心がある人」にアンケート誘導し、質の高いリードを獲得	アンケート回答付きリード（Excel）	P.14
	 MENU 02 セミナー集客支援	オンラインセミナーの集客を、関心が立っている会員に絞って告知	申込リード（リアルタイム納品）	P.22
活かす	 MENU 03 リードエンリッチ	納品済みリードに全インテントスコアを付与し、商談前の解像度を高める	全インテントスコア付きリスト（Excel）	P.26
狙う	 MENU 04 ABMリスト作成	狙うべき企業リストそのものを、法人インテントから設計・作成	ABMターゲット企業リスト（Excel）	P.30
	 MENU 05 インテント診断	事業テーマやターゲット業種を指定し、市場の関心構造を短納期で診断	診断レポート（PDF）＋集計データ（Excel）	P.33
知る	 MENU 06 タグ別属性分析	タグごとに、どの業種・職種・役職が反応しているかを可視化	分析レポート（PDF）＋集計データ（Excel）	P.36
	 MENU 07 トレンド／スパイク分析	タグ別の閲覧ボリューム推移と急上昇を捉え、出稿タイミングを設計	トレンドレポート（PDF）＋時系列データ（Excel）	P.40
検証する	 MENU 08 タイアップレポート	記事に接触した読者のインテントを、サイト全体と比較して可視化	到達層分析レポート（PDF）＋集計データ（Excel）	P.44
	 MENU 09 ブランド認知・想起調査	事前調査→タイアップ3本→事後調査で、態度変容を定量検証	調査分析レポート＋報告会	P.47

※ 各メニューの誘導枠は共通で、インテントデータから抽出した対象会員に対する「ターゲティングメール」と「日経BPサイト内バナー」を使用します（P.12）。

※ 料金は実施条件・セグメント規模により変動します。ご検討の際は担当営業までご相談ください。

インテントデータとは



データの成り立ち

行動ログへのAIタグ付与とスコアリング



2種類のインテント

検討フェーズと、興味関心のインタレスト



セグメント条件

α24カテゴリ／β約110タグから指定



共通の誘導枠

ターゲティングメールとサイト内バナー

属性ターゲティングによって獲得したリードでは、ユーザーの興味関心が不明瞭なことが多い。
行動ログにあたるインテントターゲティングは、直近で興味関心を持っているユーザーリードを提供可能。

As is

業種/職種/役職/などで絞ると、属性は区分できるが、
ユーザーが現在持っている興味関心分野を掴むことはできない。

具体ケース

- 属性セグメントで獲得したリードに架電しても、顧客担当者が直近では検討外のケース
- 高単価でリードジェネレーションを実施したものの、商談化率が向上しないケース
- 誰に営業すべきかがみえていないため、登録属性を頼りにアプローチせざるを得ないケース

To be

日経ID会員の行動データから会員の**直近の興味関心事項を特定し**、
良質顧客につながるリードを提供。



日経BPのインテントリードは、
直近の行動データから「いま、興味がある人」を特定し、
質の高いアンケートリードを提供。

日経BPの特定メディア*に登録している日経ID会員の直近の行動履歴をもとに、該当テーマに**“いま”興味を持っている**会員を特定。
該当会員をターゲティングしてアンケートを取り、**質の高いリード**として貴社にご提供。

* 特定メディア： 日経ビジネス、日経クロステック、日経クロストренд、日経ウーマン、
日経クロステックActiveを指します。

行動データ
分析



興味関心
スコア付け



高スコア層
特定 / 抽出



メール配信
/アンケート
回答



リード
納品



これまでの
属性ターゲティング

インテントターゲティング
(趣味・嗜好・行動様態分析)

「いま、興味がある人」を特定！

インテントターゲティングの条件は、ユーザーの置かれている状況を予測した「フェーズ」と、ユーザーの直近の趣味・嗜好を反映した「インタレスト」の2種類がある。

2種類ある_intent [フェーズ / インタレスト] は、それぞれ単体でのターゲティングを想定しているが、組み合わせも可能。
スコアリングは、弊社独自のアルゴリズムにより「0~10」で付与。

フェーズ

【レベル：Ⅰ～Ⅲ】

- ▶ 直近3ヶ月の各会員IDの閲覧記事から、どの検討フェーズに置かれているユーザーかを分析。
- ▶ AIによって記事に付与されたフェーズタグの閲覧記事数の分析および独自スコアリング。

P. 8

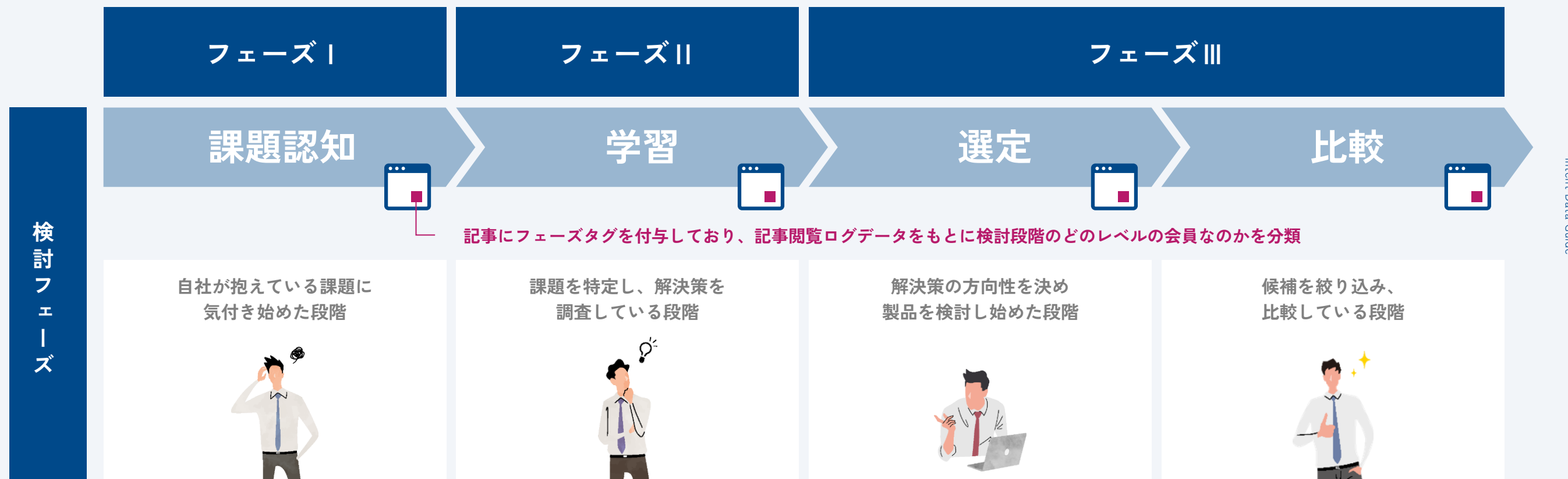
インタレスト

【タグ- α / タグ- β 】

- ▶ 直近3ヶ月の各会員IDの閲覧記事から、各会員IDの趣味・嗜好カテゴリを把握。
- ▶ AIによって記事に付与されたカテゴリタグの閲覧記事数の分析および独自スコアリング。

P.9

フェーズ条件は、各日経ID会員が閲覧している記事から、その会員の現在の検討段階を予測したものです。
「フェーズⅠ」「フェーズⅡ」「フェーズⅢ」からセグメント対象会員をお選びいただけます。

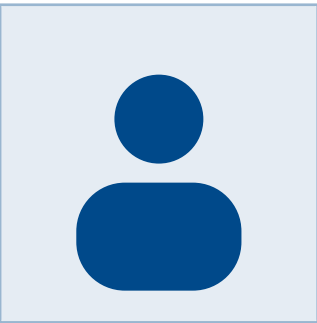


■ 備考

- ・ 定義している各フェーズ（Ⅰ～Ⅲ）は、日経BP各メディアの記事に対して、AIが内容を要約し自動判別して付与されたものです。
- ・ 日経ID会員ごとに、各記事に付与されたフェーズタグ数の閲覧カウントを行い、独自スコアリングモデルからユーザーの段階を識別しております。

インタレスト条件は、大きなカテゴリ粒度の「タグ-α」と、より細かい粒度の「タグ-β」により設定。

タグ-α	タグ-β				
01-00_AI・データ	01-01_生成AI	05-04_アジャイル	11-04_都市開発・再開発	15-03_キャッシュレス	20-02_メンタルヘルス
02-00_IT基盤	01-02_AIエージェント	05-05_ITOM・ITSM	11-05_スマートホーム	15-04_BtoBマーケティング	20-03_ワークライフバランス
03-00_ITデバイス	01-03_画像・映像認識	06-01_ゼロトラスト	12-01_経営戦略	15-05_マーケティング コミュニケーション	20-04_子育て
04-00_アプリケーションソフト・SaaS	01-04_音声認識・音声処理	06-02_クラウドセキュリティ	12-02_ガバナンス	16-01_消費トレンド	20-05_健康寿命
05-00_ソフトウェア開発・保守・運用	01-05_自然言語処理	06-03_脅威インテリジェンス・SOC運用	12-03_企業価値	16-02_ライフスタイル変化	21-01_SDGs・ESG
06-00_サイバーセキュリティ	01-06_予測・推薦AI	06-04_データセキュリティ・個人情報保護	12-04_M&A	16-03_EC・デジタル消費	21-02_脱炭素・GX・気象変動
07-00_UX・デザイン	01-07_データ活用	07-01_UX	12-05_ファミリービジネス	17-01_人材育成・リスクリング	21-03_エネルギー技術
08-00_電機	02-01_量子コンピュータ	07-02_UI	13-01_マネジメント・管理職	17-02_教育改革	21-04_エネルギー政策
09-00_自動車	02-02_モバイル通信	08-01_半導体材料	13-02_リーダーシップ	17-03_人的資本経営	21-05_環境技術
10-00_製造	02-03_ネットワーク	08-02_半導体製造プロセス	13-03_心理的安全性	17-04_タレントマネジメント	22-01_経済・市場動向
11-00_建設・不動産	02-04_ブロックチェーン	08-03_半導体設計	13-04_組織改革	17-05_人事制度	22-02_投資動向
12-00_経営	02-05_オープンソース	08-04_半導体製品	13-05_組織開発	17-06_HRテック	22-03_グローバル経済動向
13-00_組織マネジメント	02-06_クラウド基盤	09-01_自動運転	13-06_組織文化	18-01_キャリア形成・キャリア支援	22-04_地政学
14-00_イノベーション・事業開発	02-07_コンテナ・Kubernetes	09-02_電気自動車	13-07_プロジェクト管理	18-02_働き方改革	23-01_国家戦略・産業政策
15-00_マーケティング	02-08_AI基盤インフラ	09-03_燃料電池・水素自動車	14-01_オープンイノベーション	18-03_労働問題	23-02_規制・法制度
16-00_消費者・生活動向	03-01_スマートフォン	09-04_車載ソフトウェア・車載電子システム	14-02_ビジネスモデル	18-04_副業	23-03_公共デジタル化
17-00_人材戦略・人材育成	03-02_PC	10-01_サプライチェーン	14-03_起業・スタートアップ	18-05_リモートワーク・ハイブリッドワーク	24-01_医療技術・ヘルスケアテック
18-00_キャリア・働き方	04-01_ERP	10-02_製造DX	14-04_新商品・商品開発	18-06_自己管理・自己成長	24-02_バイオ・ゲノム
19-00_多様性・DEI	04-02_CRM・SFA	10-03_製造プロセス革新	14-05_研究開発	19-01_ダイバーシティ経営	24-03_公衆衛生・医療政策
20-00_ウェルビーイング	04-03_BI・データ分析	10-04_ロボティクス	14-06_特許	19-02_ジェンダー	24-04_医療DX
21-00_サステナビリティ・環境	05-01_API	11-01_社会インフラ	14-07_シェアリングサービス	19-03_女性活躍	
22-00_経済・国際動向	05-02_プログラミング	11-02_災害対策	15-01_ブランド戦略	19-04_女性支援	
23-00_公共政策・行政	05-03_ローコード・ノーコード	11-03_地方創生・地域活性化	15-02_SNS	20-01_健康経営	



氏名： 日経 太郎

年齢： 4 4 歳

勤務先： 株式会社 日経 B P

メールアドレス： taro-nikkei@nikkeibp.co.jp

部署： 基盤システム部

役職： 課長

業種： マスコミ

インテントスコア

フェーズ	フェーズⅠ [課題認知]	フェーズⅡ [学習]	フェーズⅢ [選定・比較]	
	4	4	2	
インタレスト 【α】	A I ・ データ	マーケティング	公共政策 ・ 行政	U X ・ デザイン
	7	8	0	2
インタレスト 【β】	予測 ・ 推薦 A I	製造 D X	ブランド戦略	C R M ・ S F A
	7	0	1	5

...

...

※ インテントスコアは、リードに紐づく形でのリアルタイム納品は行っておりません。
 ※ 納品後に、後処理でインテントデータを結合して再納品することは可能です（2週間程度のお時間をいただきます）。

行動ログからつくったインテントデータを、共通の誘導枠と分析基盤に流し込むことで、「獲得」「活用」「ターゲット設計」「分析」「効果検証」の5方向に展開できます。



① データレイヤー

日経ID会員の記事閲覧ログ（直近3ヶ月）にAIがタグを付与し、独自のアルゴリズムで0～10のスコアを付与

- ・ 記事へのAIタグ付与（フェーズ／インタレスト α ・ β ）
- ・ 会員ID単位・法人単位のスコアリング
- ・ セグメント条件による対象会員・企業の抽出



② アクションレイヤー

抽出した対象会員に、共通の誘導枠で直接アプローチ

- ・ ターゲティングメール（対象会員へ直接配信）
- ・ 日経BPサイト内バナー（対象会員に出し分け）
- ・ 遷移先＝アンケート／申込／タイアップ記事



③ アウトプットレイヤー

獲得データと行動データを集計し、リード・リスト・レポートとして提供

- ・ リード納品（リードサポートセンター経由）
- ・ ターゲットリスト／インテント付与データ（Excel）
- ・ 分析レポート（PDF）と施策前後の効果検証

本資料のポイント

同じインテントデータを、獲得（MENU 01・02）／活用（MENU 03）／ターゲット設計（MENU 04・05）／読者理解（MENU 06・07）／効果検証（MENU 08・09）と、目的に応じて使い分けられます。複数メニューを組み合わせれば「出稿前の設計 → 実施 → 振り返り」を1つのデータ基盤を用いて一貫して設計できます。

すべてのメニューで、インテントデータから抽出した対象会員に対し、
ターゲティングメールと日経BPサイト内バナーでコミュニケーションを取ります。



ターゲティングメール

抽出した対象会員のメールアドレス宛に、直接配信します。

配信対象	インテント条件（フェーズ／インタレスト）で抽出した日経ID会員
クリエイティブ	日経BPが所定のフォーマットで作成（原稿は貴社ご提供）
遷移先	アンケートページ／イベント申込ページ／タイアップ記事 ほか
主な指標	配信通数・開封率・クリック率（実施後にご報告）



日経BPサイト内バナー

対象会員が日経BPの各メディアを訪問した際に、バナーを出し分けます。

配信対象	ログイン状態の対象会員（メール未開封層にも接触可能）
掲載面	日経ビジネス／日経クロステック／日経クロストrend／日経ウーマン ほか
役割	メールを補完し、接触回数を確保するリマインド枠
主な指標	インプレッション・クリック率（実施後にご報告）

■ 配信ボリュームの考え方

配信可能通数は、指定いただくインテント条件のセグメント規模によって日々変動します。条件を広げれば通数は増え、狭めればインテントの確度が上がる（＝反応率が高まる）関係にあります。ご提案時にセグメント規模を抽出のうえ、最適な条件と想定獲得件数をご提示します。

活用メニュー



獲得する

MENU 01・02 | リード獲得とセミナー集客



活かす・狙う

MENU 03～05 | リード解像度・ABM・診断



知る

MENU 06・07 | 反応層とトレンドの分析



検証する

MENU 08・09 | 到達層分析とブランド調査

MENU 01 | 獲得する



インテントリードジェネレーション

「いま関心がある人」にアンケート誘導し、質の高いリードを獲得

主な提供物

アンケート回答付きリード（Excel）

対象を「いま関心がある人」に限定

アンケート回答付きで納品

フェーズ×インタレストで条件設計

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）

 MENU 01 リードジェネレーション	 MENU 02 セミナー集客支援	 MENU 03 リードエンリッチ	 MENU 04 ABMリスト作成	 MENU 05 インテント診断	 MENU 06 タグ別属性分析	 MENU 07 トレンド／スパイク分析	 MENU 08 タイアップレポート	 MENU 09 ブランド認知・想起調査
---	--	--	--	---	---	---	---	---

「いま、そのテーマに興味がある」会員をアンケートに誘導し、回答データ付きのリードとして納品します。
本メニューの詳細は、次ページ以降（P.16～P.21）をご覧ください。



ターゲットティング

フェーズ【Ⅰ～Ⅲ】とインタレスト【α・β】から条件を指定。両者の組み合わせ（premium）も可能。



誘導

対象会員へターゲットティングメールを配信し、日経BPが用意するアンケートページへ誘導。



納品

アンケート回答（5問）を付与したリードを、日経BPリードサポートセンター経由でExcel納品。

◎ 料金サマリー（詳細はP.20）

セグメント条件	リード単価	指定可能条件
フェーズ【Ⅰ～Ⅲ】	¥20,000 / 件	1条件以上
インタレスト【α】	¥35,000 / 件	2条件以上
インタレスト【β】	¥40,000 / 件	3条件以上
premium（フェーズ×インタレスト）	要お見積り	組み合わせ指定

■ 想定スケジュール

- お見積り：2～3営業日
- アンケート入稿後：約10営業日で調査開始
- リード獲得期間：約8週間
- 納品：リードサポートセンターからDL

ご指定のインテントの対象者に対してメールを送信し、アンケートページへ誘導。
対象者のリードにアンケート回答データを統合して貴社に納品。

◎ 誘導イメージ

ターゲティングメールとバナーを用いて、アンケートページへ誘導。

ターゲティングメール



アンケートページ



概 要

- ⌘ アンケートページの掲載先は、下記に掲載する 4 媒体からお選びいただけます。
- ⌘ アンケート回答情報が付与されたリードを貴社に提供いたします。
 - † アンケートの設問数は 5 問です。
 - † アンケートの設問内容は、原則として日経BPが指定する項目となり、カスタムする場合は別途費用を頂戴いたします。
 - † アンケートおよびリード情報は、日経BPリードサポートセンターを介して納品いたします。
- ⌘ 想定獲得期間は 8 週間です。
- ⌘ 調査に合わせた最適な告知をプランしますが、スケジュール、内容の事前確認、レポートはございません。
- ⌘ アンケートの調査報告書作成は含まれません。

アンケート
掲載可能媒体



Intent Data Guide

ターゲティングメールやバナーで誘導したアンケートページで、アンケート回答とリード情報を獲得。

日経ビジネス

PR

経営・マネジメント

無料

オンラインセミナーシステムで社員・顧客を可能な人量に効率的なサポートに実行

無料

無料

無料で資料をダウンロードいただけます

以下から資料をお選びください

☒

容量:10.27MB

以下のアンケートにご回答ください。

Q1. 今回の掲載内容のご感想として該当するものを、すべてお選びください。(いくつでも) ※必須

☐ 製品／サービスについて詳しく知りたいと思った

☐ 製品／サービスについて、その必要性を理解できた

☐ 製品／サービスは、自社業務に活かそうだと感じた

☐ 製品／サービスについて同僚や知人に紹介したいと思った

Q2. 製品／サービスについて、あなたの立場をお選びください。(ひとつだけ) ※必須

☐ 自社における導入について、情報収集や検討に関わる立場（ユーザー）

☐ 自社で製品／サービスを利用する立場（エンドユーザー）

☐ 顧客に提案・販売する立場

☐ その他

Q2-1. Q2で「自社における導入について、情報収集や検討に関わる立場」をお選びの方は、下記の中から普段、あなたがしていることをお選びください。(いくつでも)

☐ 製品・サービスの情報収集、比較検討を行う

☐ 製品・サービスの導入を提案する

☐ 導入の検討開始を指示する

☐ 導入する製品／サービスを決定する

☐ 導入時の設計や構築に関わる

☐ 導入後の運用に関わる

Q3. 製品／サービスについて、お勤め先、あるいは顧客企業のご導入の予定時期をお聞かせください。(ひとつだけ) ※必須

☐ 3ヶ月以内

☐ 半年以内

☐ 1年以内

☐ 1年以上先

☐ 時期は未定だが、検討中

☐ 予定はない

【ご利用に際しての注意】

資料をダウンロードいただいた方の個人情報（日経BPに登録されている氏名、メールアドレス、住所、勤務先、所属部署、役職、電話番号などのほか、入力いただいたアンケートのご回答内容）は、日経BPがとりまとめ、資料を提供した広告主に第三者提供いたします。

また広告主においては、提供された個人情報を各社の個人情報保護方針に従って管理し、電話・Eメール・郵送物などにより、各種ご案内（製品・サービス、イベント・セミナー、キャンペーン情報など）や調査、問い合わせなどの目的で利用する場合があります。

下記「個人情報取得に関するご説明」をよくお読みいただき、同意の上、ご利用ください。

個人情報取得に関するご説明

日経BPは、個人情報保護に関する法令およびその他の規範を遵守し、下記の通り個人情報を取得いたします。

1. 事業者の名称

日経BP

第三者提供先の個人情報保護方針についてはこちらをご確認ください。

☐ 「ご利用に際しての注意」、「個人情報取得に関するご説明」を確認し、同意します。

回答を送信する

日経ビジネス電子版 会員登録 — このサイトについて — お問い合わせ — 広告ガイド

[PR] 日経BPが企画・制作している広告コンテンツです。

日経BP SPECIAL総合トップ | お知らせ・ニュースリリース | 著作権/リンク | 記事の二次利用 | 個人情報について | 外部連携 | 日経1D利用案内

Copyright © 2025 Nikkei Business Publications, Inc. All Rights Reserved.

Intent Data Guide

日経BP Nikkei Business Publications, Inc. No reproduction without permission.

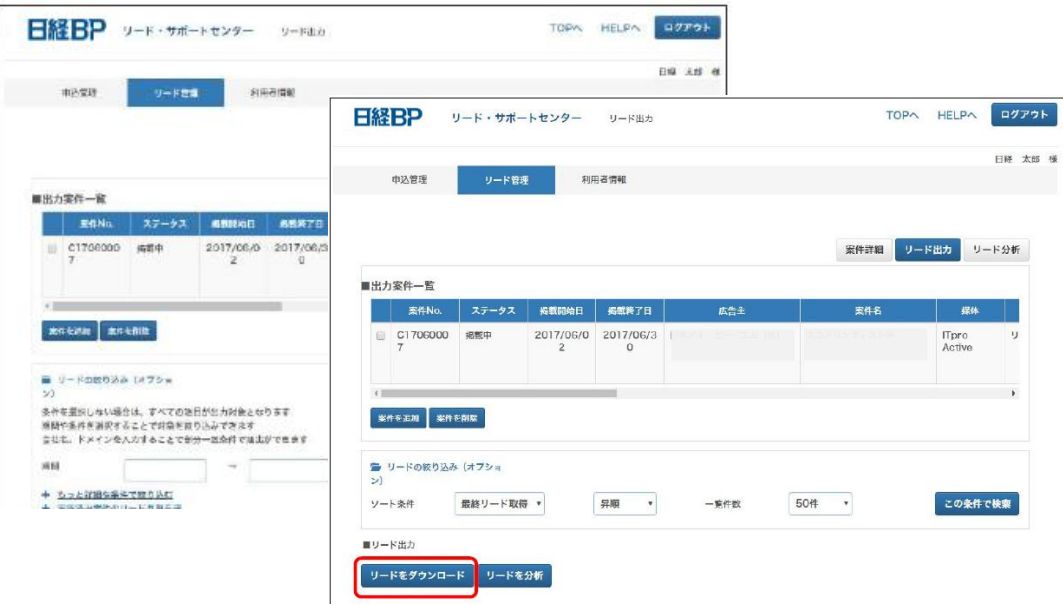
17

4媒体から、お好みの掲載媒体をお選びいただけます。

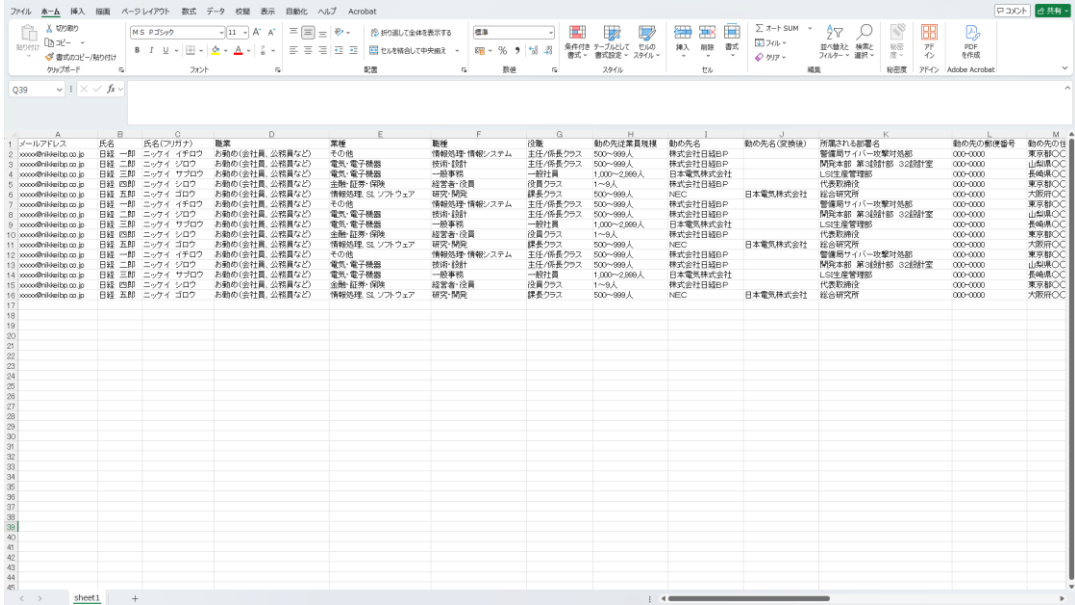


ご指定のIntentの対象者に対してメールを送信し、アンケートページへ誘導。
対象者のリードにアンケート回答データを統合し、日経BPリードサポートセンターを介して貴社に納品。

◎日経BPリードサポートセンターの画面



◎日経BPリードサポートセンターからDLいただくリード情報



■ 納品データの項目

メールアドレス / 氏名 / 氏名（フリガナ） / 職業 / 業種 / 職種 / 役職 / 勤め先従業員規模 / 勤め先名 / 勤め先名（変換後） / 勤め先の部署名 / 勤め先の郵便番号 / 勤め先の住所 / 勤め先の電話番号 / 所属部門+アンケート回答+最終リード取得日時

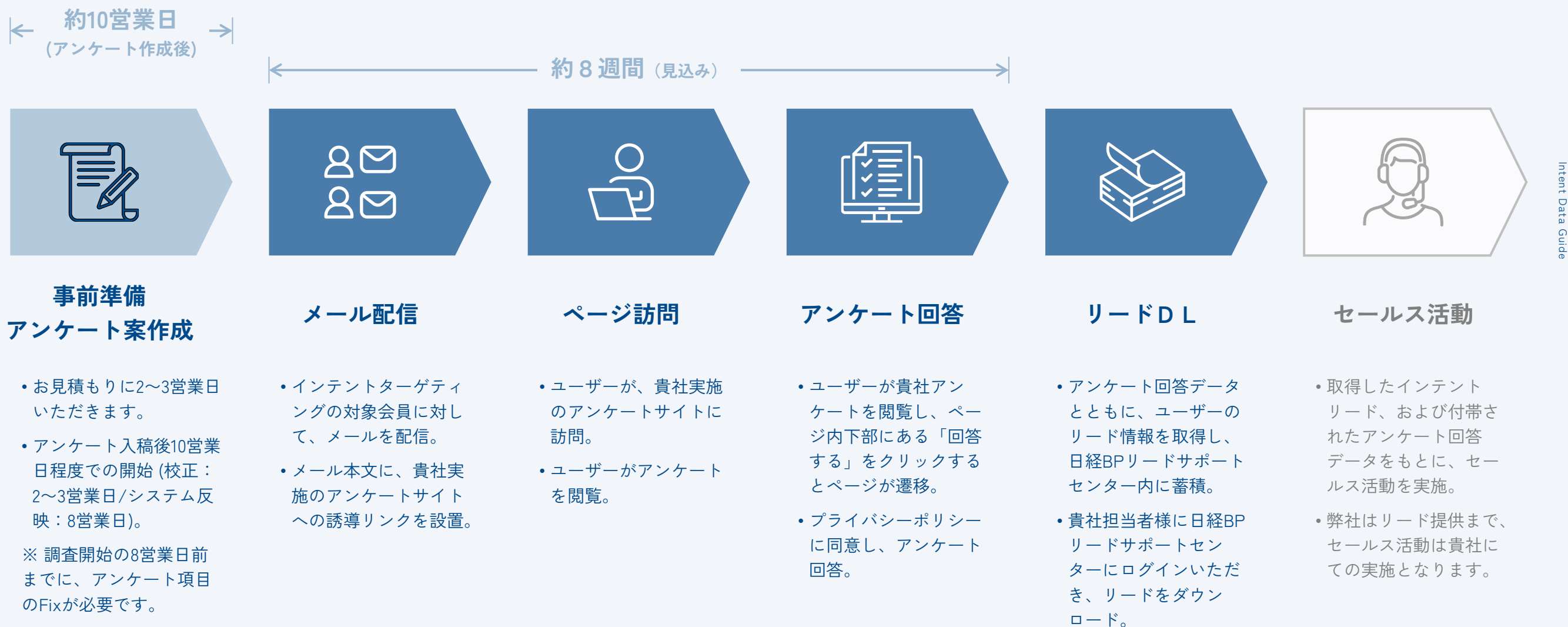
※ インタレスト（ $\alpha \cdot \beta$ ）のスコアは、納品後の後処理でリードに結合し再納品いたします。
※ 日経BPリードサポートセンターからダウンロードできるリード情報は、Excel形式でご利用いただけます。

		リード単価	指定可能条件	条件選択例
浅 ↑ ユーザー intent レベル ↓ 深	フェーズ【Ⅰ～Ⅲ】	¥20,000 / 件	1 条件以上 ご指定ください	・ 「フェーズⅠ」 ・ 「フェーズⅡ」 「フェーズⅢ」
	インタレスト【α】	¥35,000 / 件	2 条件以上 ご指定ください	・ 「マーケティング」 「消費者・生活動向」 ・ 「経営」 「人材戦略・人材育成」 「組織マネジメント」
	インタレスト【β】	¥40,000 / 件	3 条件以上 ご指定ください	・ 「生成AI」 「データ活用」 「BI・データ分析」 ・ 「製造DX」 「ロボティクス」 「サプライチェーン」
	premium フェーズ【Ⅰ～Ⅲ】 × インタレスト【α・β】	※Premiumメニュー「フェーズ×インタレスト」もごございます。 詳細はご相談ください。		

■ 備考

- ・ ユーザーの行動をもとにintentを抽出しているため、リード単価や提供可能件数は日々変動いたします。ご実施の際は都度お見積りとなりますので、必ず弊社担当営業までご相談ください。
- ・ アンケートに貴社カスタム設問を設置する場合、5問以内で200,000円（税別）の追加費用が発生いたします（※内容審査有）。
- ・ 競合ドメイン排除は10件まで追加費用なしで承ります。
- ・ リード獲得期間は8週間を想定しております。
- ・ フェーズおよびインタレストで指定されるタグは、OR条件での絞り込みとなります。組み合わせである「premium」では、フェーズ×インタレスト間はAND条件での絞り込みです。

アンケート入稿後、約10営業日で調査を開始。調査期間は 8 週間程度を想定。
リード情報は、調査期間終了後に弊社で対象者の照合を実施し、貴社に納品いたします。



MENU 02 | 獲得する



インテント・オンラインセミナー集客支援

オンラインセミナーの集客を、関心が立っている会員に絞って告知

主な提供物

申込リード（リアルタイム納品）

オンラインセミナーの告知に特化

BPフォームで申込を受付

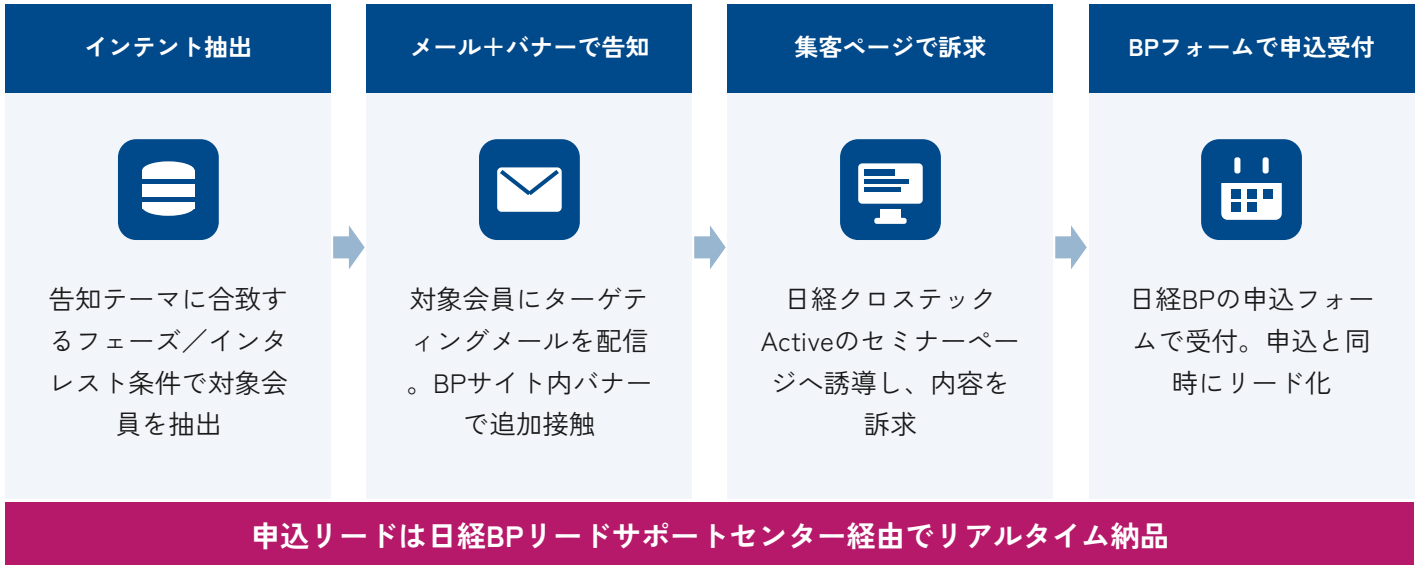
申込リードをリアルタイム納品

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）

MENU 01	MENU 02	MENU 03	MENU 04	MENU 05	MENU 06	MENU 07	MENU 08	MENU 09
リードジェネレーション	セミナー集客支援	リードエンリッチ	ABMリスト作成	インテント診断	タグ別属性分析	トレンド／スパイク分析	タイアップレポート	ブランド認知・想起調査

オンラインセミナー（ウェビナー）の集客を、「いまそのテーマに関心が立っている会員」に絞って告知。
申込フォームは日経BP側で用意し、申込リードをリアルタイムで納品します。

◎ 実施イメージ



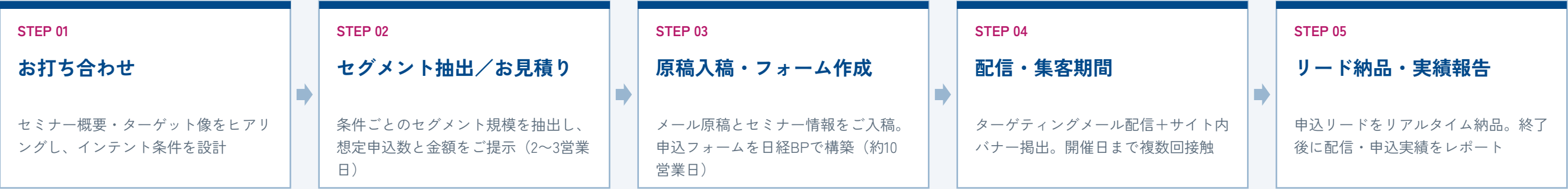
概要	
対象	オンラインセミナー（ウェビナー）の集客
ターゲティング	フェーズ【Ⅰ～Ⅲ】／インタレスト【α・β】を指定
誘導枠	ターゲティングメール＋日経BPサイト内バナー
集客プラットフォーム	日経クロステックActive上のセミナーページ
申込フォーム	日経BPが用意（所定項目＋任意設問）
納品	リードサポートセンター経由でリアルタイム納品
レポート	配信通数・クリック・申込数を実施後にレポート

■ ご注意：対象はオンラインセミナーに限ります

本メニューは、日経BPのフォームでオンライン申込を受け付けるウェビナー・オンラインセミナーを対象としています。リアル開催のセミナーや展示会は、会場までの来場というハードルがあり、オンラインとは集客の難易度が大きく異なります。そのため、本メニューの条件・単価はそのままでは適用できません。個別に設計いたしますので、担当営業までご相談ください。

お申し込みから納品までの流れと、料金です。

◎ 実施フロー



◎ 料金

セグメント条件	申込リード単価	最低実施件数	条件選択例
フェーズ【Ⅰ〜Ⅲ】	¥35,000 / 件	20件〜	「フェーズⅢ（選定・比較）」
インタレスト【α】	¥45,000 / 件	20件〜	「AI・データ」「マーケティング」
インタレスト【β】	¥50,000 / 件	15件〜	「生成AI」「データ活用」「BI・データ分析」
premium（フェーズ×インタレスト）	要お見積り	要相談	「フェーズⅢ」×「生成AI」

※ 金額は税別です。セグメント規模により提供可能件数・単価は変動するため、ご実施の際は都度お見積りとなります。

※ 申込フォームへの貴社カスタム設問は3問まで。それ以上は別途費用を頂戴します。

※ 開催日の3週間前までに原稿・セミナー情報のFixが必要です。リアルセミナー・展示会は集客難易度が異なるため別途ご相談ください。

申込と同時に納品されるリードと、実施後にご提出する実績レポートのイメージです。

① 納品リード（リードサポートセンターからDL／Excel）

申込日時	メールアドレス	勤務先	部署	役職	業種	従業員規模	アンケート回答
10/14 10:22	a.tanaka@example.co.jp	A社	情報システム部	課長	情報通信業	1,000～2,999人	参加予定
10/14 11:05	b.sato@example.co.jp	B社	経営企画室	部長	製造業	20,000人以上	参加予定
10/15 09:41	c.suzuki@example.co.jp	C社	マーケティング部	担当者	放送・広告・出版	300～499人	アーカイブ希望
10/15 14:30	d.takahashi@example.co.jp	D社	DX推進室	本部長	金融・証券・保険	5,000～9,999人	参加予定
10/16 08:55	e.ito@example.co.jp	E社	研究開発部	主任	製造業	1,000～2,999人	参加予定

② 実施後レポート（配信・集客実績）

配信通数	開封率	クリック率	申込完了
18,400 通	24.6 %	3.8 %	62 件

■ レポートに含まれるもの

- ・ 日別の申込推移と配信日との関係
- ・ バナー経由／メール経由の内訳
- ・ 申込者の属性構成（業種・職種・役職）

※ 掲載している数値・企業名はサンプルであり、実データではありません。

MENU 03 | 活かす



リード・インテントエンリッチメント

獲得済みリードに全インテントスコアを付与し、商談前の解像度を高める

主な提供物

全インテントスコア付きリスト（Excel）

保有リードにインテントを付与

商談前の人物解像度を高める

トークスクリプトの材料に

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）



MENU 01

リードジェネレーション



MENU 02

セミナー集客支援



MENU 03

リードエンリッチ



MENU 04

ABMリスト作成



MENU 05

インテント診断



MENU 06

タグ別属性分析



MENU 07

トレンド／スパイク分析



MENU 08

タイアップレポート



MENU 09

ブランド認知・想起調査

日経BPから納品済みのリードに、日経IDの全インテントスコアを突合して付与し、再納品します。
付与は日経BP内のセキュアな環境で行うため、貴社リストをお預かりする必要はありません。

◎ 付与されるデータ

フェーズスコア	フェーズⅠ／Ⅱ／Ⅲ それぞれのスコア（0～10）をそのまま付与
インタレストα	24カテゴリすべてのスコア（0～10）を列として付与
インタレストβ	約110タグすべてのスコア（0～10）を列として付与
付与の形式	絞り込みや上位抽出はせず、保有している全スコアをそのまま付与

概 要

入力データ	納品済みリード（日経BPから納品したリード）
突合方法	日経BP内のセキュアな環境で日経ID会員と突合
納品物	納品済みリードの右に全インテントスコア列を付与して再納品（Excel）
納品まで	データ受領から約2週間
使いどころ	架電の優先順位付け、トークスクリプト、貴社側での自由な集計・絞り込み

■ 料金

1回の付与（件数の上限なし）

¥300,000（税別）

※ 件数による金額の変動はありません。1回の付与につき上記の金額です。
※ 対象は日経BPから納品済みのリードです。貴社リストをお預かりする運用は行いません。
※ 付与は日経BP内のセキュアな環境で実施し、インテントスコアを付与して再納品いたします。

日経BPから納品したリードの右側に、日経BPが保有する全インテントスコアを列として付与してお戻しします。

納品リスト (Excel)										
納品済みリードのデータ			日経BPが付与する全インテントスコア列 (フェーズ3列+インタレストα24列+β約110列)							
勤務先	氏名	メールアドレス	フェーズⅠ	フェーズⅡ	フェーズⅢ	α_AI・データ	α_マーケティング	β_生成AI	β_データ活用	...
A社	田中	a.tanaka@example.co.jp	2	5	9	8	7	9	9	...
B社	佐藤	b.sato@example.co.jp	6	7	3	3	1	2	0	...
C社	鈴木	c.suzuki@example.co.jp	3	4	8	6	9	4	6	...
D社	高橋	d.takahashi@example.co.jp	8	4	2	3	3	1	0	...
E社	伊藤	e.ito@example.co.jp	—	—	—	—	—	—	—	...

Intent Data Guide

■ 使いかた



アプローチの優先順位づけ

フェーズⅢのスコアが高い順に並べ替えれば、いま商談化しやすい人から架電できます



トークスクリプトの材料

スコア上位のタグをそのまま話の切り口に。初回接触での刺さり方が変わります



貴社側での自由な集計

上位抽出をしていないため、独自の条件で絞り込み・スコア合成ができます



MA/SFAへの取り込み

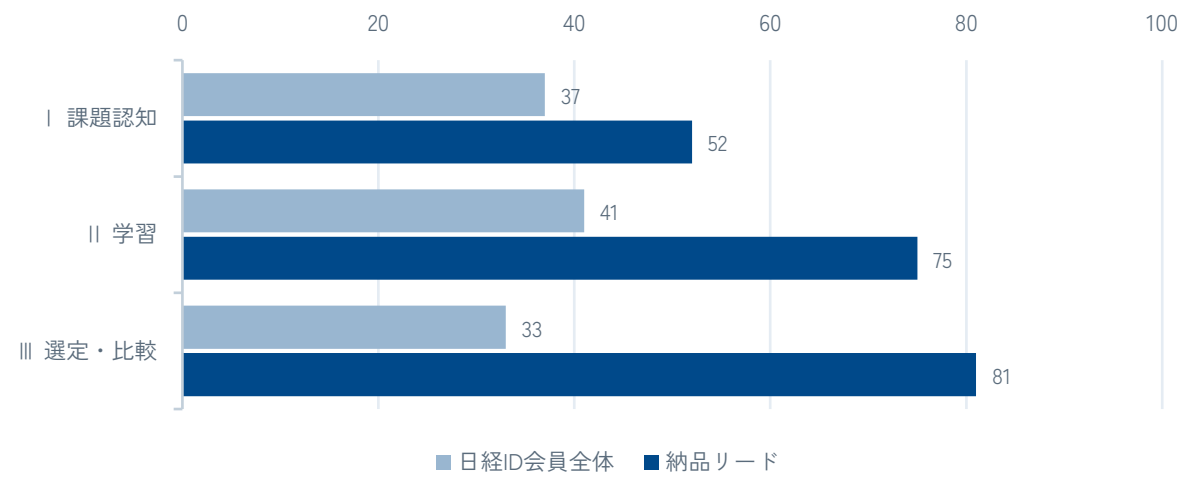
スコア列をそのまま取り込み、セグメント配信やリードスコアリングに利用できます

※ 掲載している企業名・氏名・メールアドレス・数値はすべてサンプルです。実際はインタレストα24カテゴリ・β約110タグの全スコア列が続きます。「—」は日経ID会員と突合できなかった行です。

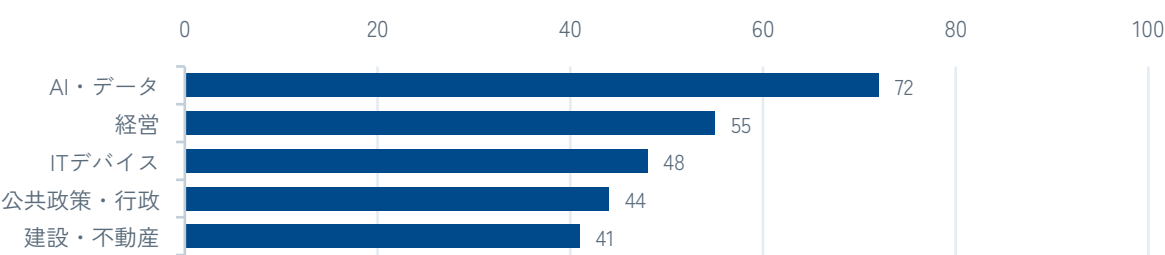
付与結果のサマリーも、あわせてお渡しします。リード全体の「いまの関心」が一目でわかります。

付与結果サマリー（サンプル） | リード400件のうち、スコアを付与できたのは 382件（95.5%）。付与できなかった18件は「—」表示

① 検討フェーズ別「関心あり」の割合（%） | 納品リード vs 日経ID会員全体



② 納品リードが関心を持つテーマ（インタレストα上位5） | 関心ありの割合（%）



読み取りかた

フェーズⅢ（選定・比較）に「関心あり」のリードは約8割（約310件）。日経ID会員全体（約3割）と比べて、いままさに比較検討している層が厚いリスト。架電・提案の優先対象を絞り込めます。

■ 想定される使いどころ

- ・ リスト全体の関心の傾向を、キャンペーンやメッセージ設計の前提にしたい
- ・ 「選定」フェーズに関心が立っているリードの人数を把握し、架電・提案の工数を見積もりたい
- ・ 取得したリストの質を、日経ID会員全体と比べて評価したい

※ 掲載している数値はすべてサンプルであり、実データではありません。「関心あり」はスコア1以上（0～10の整数）で判定。

MENU 04 | 狙う



ABMターゲットリスト作成

狙うべき企業リストそのものを、法人インテントから設計・作成

主な提供物

ABMターゲット企業リスト（Excel）

法人単位のインテントで企業を抽出

優先度順のABMリストを納品

四半期更新で動きを継続捕捉

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）

MENU 01	MENU 02	MENU 03	MENU 04	MENU 05	MENU 06	MENU 07	MENU 08	MENU 09
リードジェネレーション	セミナー集客支援	リードエンリッチ	ABMリスト作成	インテント診断	タグ別属性分析	トレンド／スパイク分析	タイアップレポート	ブランド認知・想起調査

狙うべき企業リストそのものを、法人単位のインテントデータから作成します。
「どの企業が、いまどのテーマに動いているか」を起点に、優先度順のABMリストをお渡しします。

◎ リストの作り方

1	指標を決める	業種・従業員規模・エリアなどの企業属性と、狙うテーマ（インタレストタグ）から、使う指標をご指定
2	法人単位で集計	該当企業に所属する会員の閲覧行動を法人単位で集計し、テーマ別の関心度をスコア化
3	優先度順に並べる	関心スコアと直近の閲覧ボリュームで並べ替え、アプローチ優先度順のリストに
4	納品・運用	Excelで納品。四半期ごとの更新で、動きの出た企業を継続的に捕捉できます

納品リストの項目

企業情報	企業名／業種／従業員規模／所在地
関心テーマ	スコア上位のインタレストタグ（上位3件）
関心スコア	テーマ別の法人インテントスコア（0～1）
ボリューム	直近3ヶ月の閲覧人数・閲覧数
フェーズ	企業内で多数を占める検討フェーズ

■ 料金

指標 1つ
¥300,000（税別）

指標 2つ
¥500,000（税別）

指標 3つ以上
¥600,000（税別）

※ 料金はリスト作成に使用する指標（業種／従業員規模／所在地／関心テーマ／関心スコア／検討フェーズ など）の数で決まります。社数による変動はありません。企業の特定は日経ID登録の勤務先名およびアクセス元IPからの推定にもとづきます。

指定いただいた指標で企業をスコアリングし、アプローチ優先度順のリストをお渡しします。

ABMターゲット企業リスト（Excel） / 指定指標：業種・従業員規模・関心テーマ								
優先度	企業名	業種	従業員規模	所在地	関心テーマ上位	関心スコア	関心層率	主なフェーズ
1	A社	製造業	20,000人以上	東京都	生成AI／データ活用	0.95	42%	Ⅲ 選定・比較
2	B社	情報通信業	1,000～2,999人	東京都	生成AI／自然言語処理	0.92	35%	Ⅲ 選定・比較
3	C社	学術・専門サービス	500～999人	滋賀県	AIエージェント／データ活用	0.90	30%	Ⅱ 学習
4	D社	製造業	5,000～9,999人	愛知県	生成AI／製造DX	0.87	28%	Ⅱ 学習
5	E社	金融・証券・保険	20,000人以上	東京都	生成AI／規制・法制度	0.84	22%	Ⅲ 選定・比較
6	F社	放送・広告・出版	300～499人	東京都	生成AI／マーケティングCOM	0.81	20%	Ⅰ 課題認知

■ 指標の例（ご指定いただく条件）

業種	従業員規模	所在地	関心テーマ（タグ）	関心スコアの下限	検討フェーズ	関心層率
----	-------	-----	-----------	----------	--------	------

・ 料金は指標の数で決まります

指標1つ ￥300,000／2つ ￥500,000／3つ以上 ￥600,000（税別）。社数による変動はありません

・ 優先度は自動で並べ替え

法人インテントスコアと関心層率から、アプローチすべき順に並べます

・ 四半期更新で動きを追える

更新のたびに、新たに動き出した企業と落ち着いた企業が分かります（更新 ￥500,000／回）

※ 掲載している企業名・数値はサンプルです。実際の納品では日経ID登録の勤務先名またはIP推定の企業名を記載します。

MENU 05 | 狙う



インテント診断レポート

事業テーマやターゲット業種を指定し、市場の関心構造を短納期で診断

主な提供物

診断レポート（PDF）＋集計データ（Excel）

テーマ指定でもOK

ターゲット業種指定でもOK

約2週間の短納期

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）

								
MENU 01	MENU 02	MENU 03	MENU 04	MENU 05	MENU 06	MENU 07	MENU 08	MENU 09
リードジェネレーション	セミナー集客支援	リードエンリッチ	ABMリスト作成	インテント診断	タグ別属性分析	トレンド／スパイク分析	タイアップレポート	ブランド認知・想起調査

「テーマ」または「ターゲット業種」を指定するだけで、市場の関心構造を短納期で診断します。
本格的な分析・出稿の前の、入口としてご利用いただけます。



① テーマ指定で診断

貴社の事業テーマに関連するインタレストタグを指定いただき、そのテーマに関心を持つ層の規模・属性・関連テーマを診断します。

- ・ 指定タグに関心を持つ会員のボリューム
- ・ 関心層の業種・職種・役職の構成
- ・ 併読されている関連タグ（隣接テーマ）



② ターゲット業種指定で診断

狙いたい業種を指定いただき、その業種の会員がいまどのテーマに関心を持っているかを診断します。

- ・ 指定業種の会員が関心を持つテーマ上位
- ・ 会員全体との関心テーマのギャップ
- ・ 業種内の検討フェーズ構成

■ 料金

1テーマ または 1業種

¥300,000（税別）

2テーマ／2業種

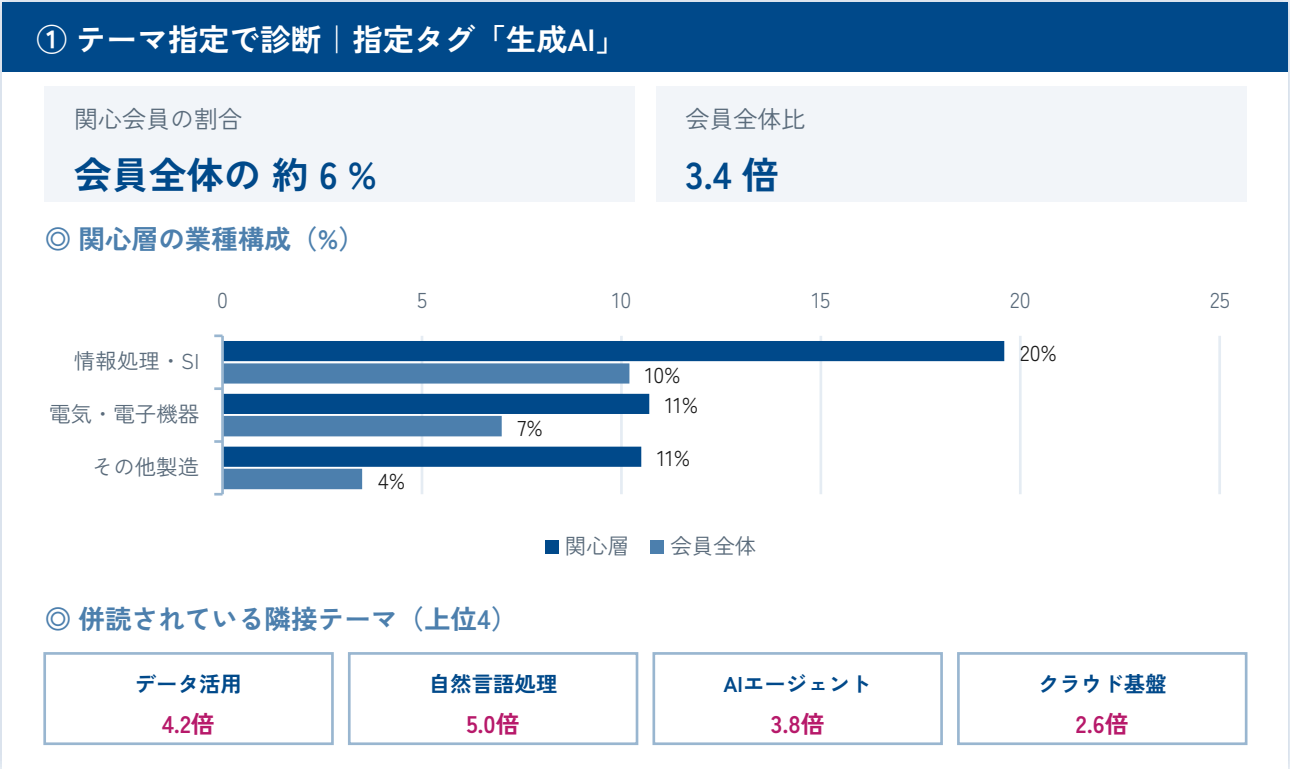
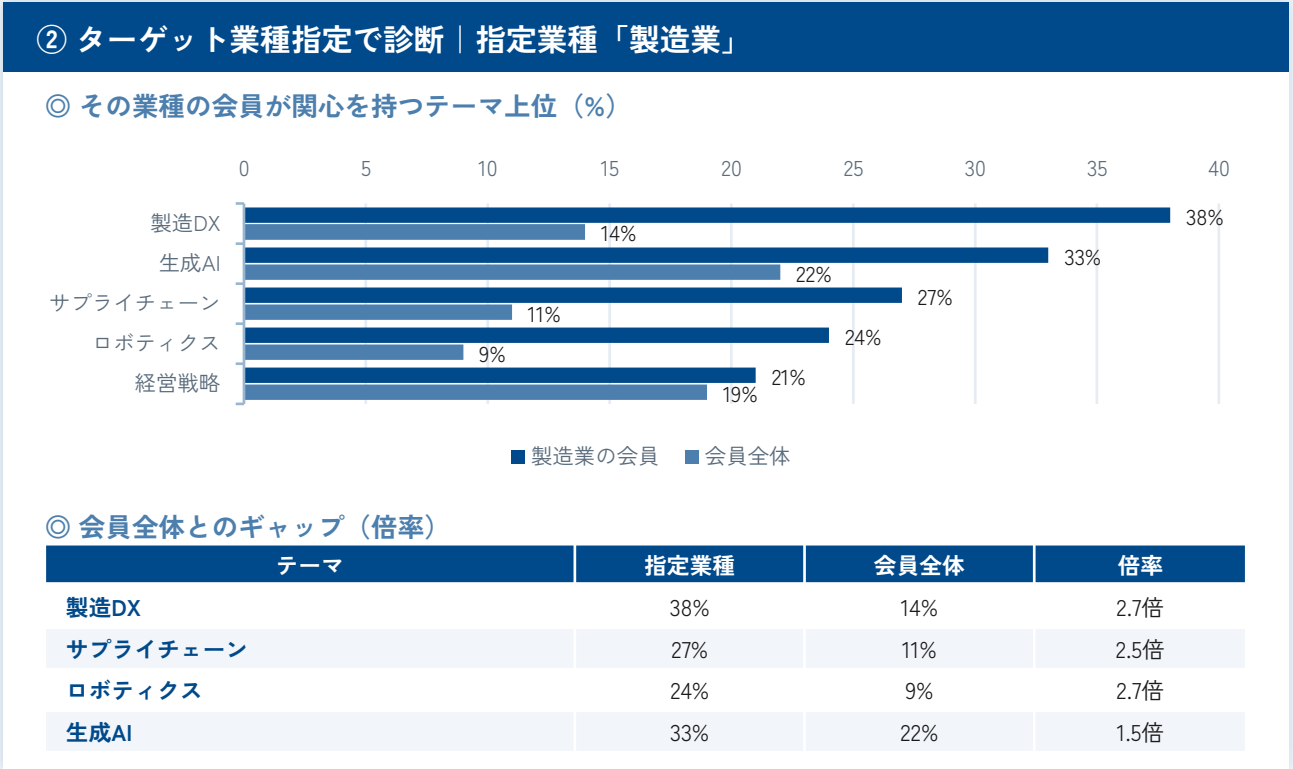
¥500,000（税別）

3テーマ／3業種

¥600,000（税別）

※ 納品までの期間は約2週間です。本診断では時系列の推移は扱いません。推移をご覧になりたい場合は MENU 07 「コンテンツトレンド／スパイク分析」をご案内します。

①テーマ指定／②ターゲット業種指定、それぞれの診断レポートのイメージです。



■ レポートに含まれるもの

- 指定テーマ／業種の関心会員の割合と会員全体比
- 関心層の業種・職種・役職の構成
- 併読されている隣接テーマと倍率
- 本格実施に進む場合の推奨メニュー

※ 掲載している数値・企業名はサンプルであり、実データではありません。

MENU 06 | 知る



タグ別ユーザー属性分析

タグごとに、どの業種・職種・役職が反応しているかを可視化

主な提供物

分析レポート（PDF）＋集計データ（Excel）

タグ別に反応層の属性を可視化

反応している企業の一覧も納品

会員全体との比較でギャップを把握

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）

MENU 01	MENU 02	MENU 03	MENU 04	MENU 05	MENU 06	MENU 07	MENU 08	MENU 09
リードジェネレーション	セミナー集客支援	リードエンリッチ	ABMリスト作成	インテント診断	タグ別属性分析	トレンド／スパイク分析	タイアップレポート	ブランド認知・想起調査

インテントタグごとに「どの業種・職種・役職が反応しているか」を可視化します。
さらに、そのタグに反応している企業の一覧もあわせて納品します。

◎ 納品物の構成

① 反応層プロフィール	指定タグに反応した会員の業種・職種・役職の構成比を、会員全体と比較して可視化
② 反応企業一覧	そのタグに反応している企業を、閲覧人数・関心スコア順に一覧化
③ タグ間の比較	複数タグを指定した場合、タグごとに反応層がどう違うかを並べて比較
④ 示唆	アナリストによる読み取りと、ターゲット設定・出稿テーマの推奨

概 要

指定できるタグ	インタレスト 【α】 24カテゴリ / 【β】 約110タグ
分析対象	直近3ヶ月間に該当タグの記事を閲覧した日経ID会員
属性軸	業種／職種／役職（従業員規模・検討フェーズも併載）
企業一覧	日経ID登録の勤務先名とアクセス元IPから企業を特定
納品物	分析レポート（PDF）＋集計データ（Excel）
納品まで	ご発注から約3～4週間

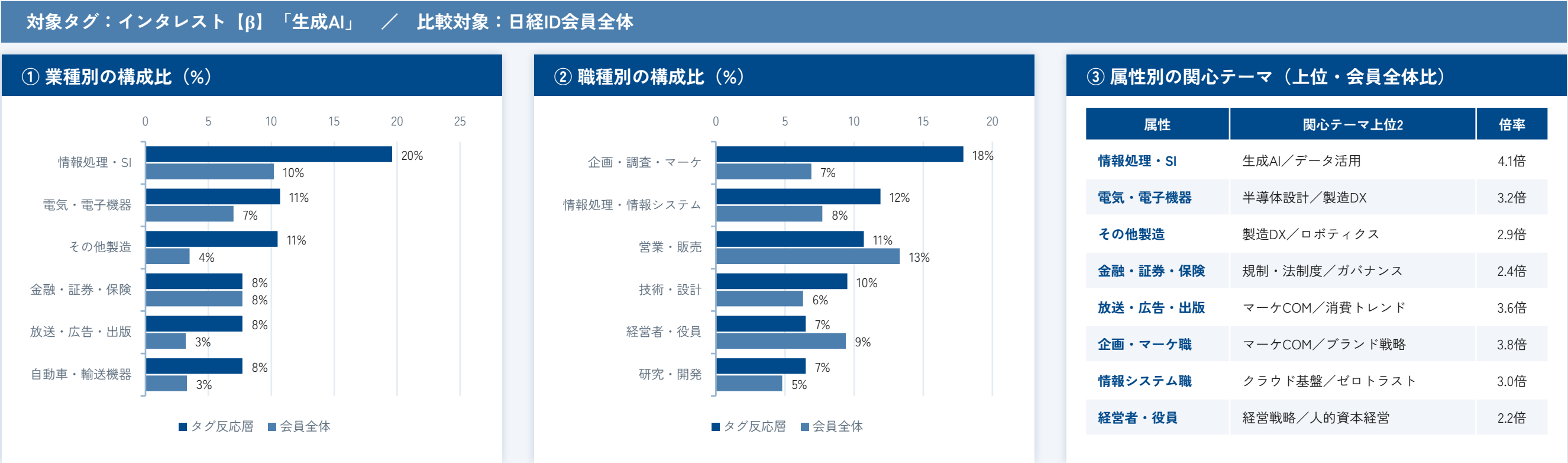
■ 料金

1タグ
¥300,000（税別）

2タグ
¥500,000（税別）

3タグ
¥600,000（税別）

指定タグに反応した会員の属性と、その属性層がどのテーマに関心を示しているかを可視化します。



■ 注目ポイント (読み取りの例)

- 情報処理・SIは会員全体10.2%に対し反応層19.6%（1.9倍）。放送・広告・出版も2倍超
- 同じ「生成AI」でも、情報処理・SIは“データ活用”、製造は“製造DX”と寄り方が違う
- 職種は「企画・調査・マーケティング」が会員全体の2.6倍と突出
- 属性ごとの関心テーマが分かるので、訴求メッセージを属性別に出し分けられる

※ 掲載している数値・企業名はサンプルであり、実データではありません。

そのタグに反応している企業を、反応率・関心スコア順に一覧化します。

対象タグ：インタレスト【β】 「生成AI」 ／ 集計期間：直近3ヶ月					
企業名	業種	従業員規模	反応率	主な関心タグ	関心スコア
A社	製造業	20,000人以上	24%	生成AI／データ活用	0.95
B社	情報通信業	1,000～2,999人	20%	生成AI／自然言語処理	0.92
C社	学術・専門サービス	500～999人	17%	AIエージェント／データ活用	0.90
D社	製造業	5,000～9,999人	15%	生成AI／製造DX	0.87
E社	金融・証券・保険	20,000人以上	13%	生成AI／規制・法制度	0.84
F社	放送・広告・出版	300～499人	11%	生成AI／マーケティングコミュニケーション	0.81
G社	情報通信業	100～299人	10%	データ活用／BI・データ分析	0.78
H社	卸売・小売	1,000～2,999人	8%	生成AI／消費トレンド	0.74

一覧の見かた

企業の特定

反応率

関心スコア

並び順

日経ID登録の勤務先名と、アクセス元IPからの推定を併用

その企業の会員のうち、該当タグの記事を閲覧した割合

企業全体の関心の強さ（0～1）。高いほど広く読まれています

反応率 → 関心スコアの順。営業の優先度を判断できません

※ 企業名はすべてイメージです。実際の納品では日経ID登録の勤務先名またはIPから推定した企業名を記載します。在宅勤務・共用回線などでは企業を特定できないため特定できる割合は限られ、個人を特定する情報は含みません。

■ 想定される使いどころ

- 「自社製品のテーマに関心がある人」の実像を、感覚ではなくデータで説明したい
- タイアップやリードジェネの投稿前に、ターゲット設定の妥当性を検証したい
- そのテーマに動いている企業名まで押さえ、営業のアプローチ先につなげたい

MENU 07 | 知る



コンテンツトレンド／スパイク分析

タグ別の閲覧ボリューム推移と急上昇を捉え、出稿タイミングを設計

主な提供物

トレンドレポート（PDF）＋時系列データ（Excel）

タグ別の閲覧推移を時系列で

急上昇（スパイク）を検知

出稿テーマと時期の設計に

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）

MENU 01	MENU 02	MENU 03	MENU 04	MENU 05	MENU 06	MENU 07	MENU 08	MENU 09
リードジェネレーション	セミナー集客支援	リードエンリッチ	ABMリスト作成	インテント診断	タグ別属性分析	トレンド／スパイク分析	タイアップレポート	ブランド認知・想起調査

タグ別の閲覧ボリュームを時系列で追い、話題の立ち上がり（スパイク）を検知します。
「いま何が読まれ始めているか」を捉え、出稿テーマと出稿タイミングの設計に活かします。

◎ わかること

トレンド	タグ別の閲覧ボリュームが、どの方向に動いているか
スパイク	平常水準からの急上昇と、その発生タイミング
関連タグ	同時に伸びているタグ、併読されているタグの組み合わせ
読者層の変化	伸びをつくっている層（業種・役職）が誰か

概要	
対象	インタレスト 【α】 24カテゴリ／【β】 約110タグ
集計期間	直近12ヶ月（週次または月次）／期間指定可
検知方法	移動平均からの乖離により急上昇を判定
納品物	トレンドレポート（PDF）＋時系列データ（Excel）
提供サイクル	スポット／年4回／年12回からお選びいただけます
提供形態	日経BPが集計・分析し、レポートとして納品

■ 料金

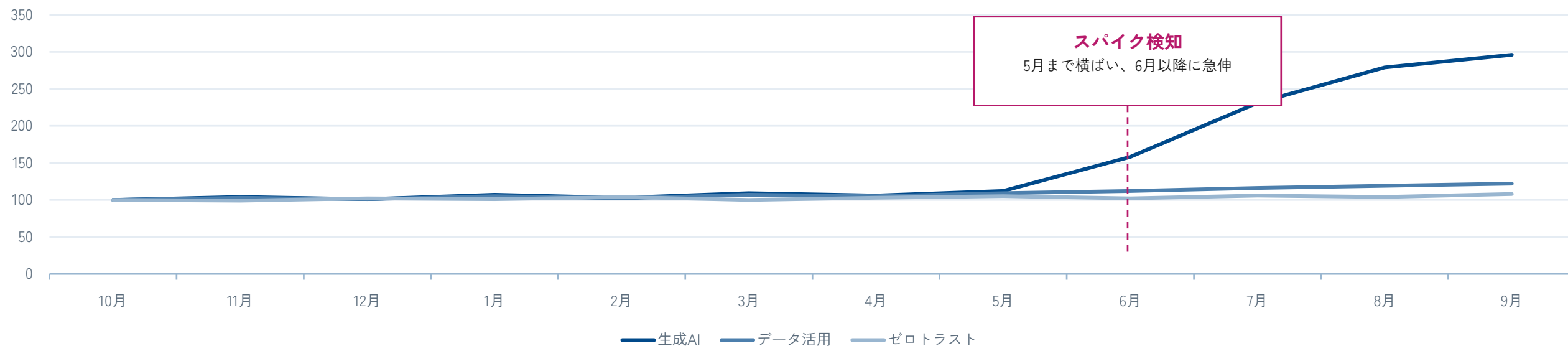
スポット（3カテゴリ）
¥300,000（税別）

年4回（四半期）
¥1,000,000（税別）

年12回（月次）
¥2,000,000（税別）

タグ別の閲覧ボリューム推移と、急上昇の検知結果をレポートします。

① タグ別 閲覧ボリューム推移（指数：12ヶ月前=100）



■ レポートに含まれるもの

- ・ タグ別の推移グラフと前年同月比
- ・ スパイク検知タグの一覧と発生時期
- ・ 急上昇タグの併読タグ・読者属性
- ・ 出稿テーマ／タイミングの推奨

■ 想定される使いどころ

- ・ 年間のコミュニケーション計画で、どのテーマにいつ出稿するかを決めたい
- ・ 自社が張っているテーマが、市場で伸びているのか落ちているのかを確認したい
- ・ 急上昇したタグに合わせて、タイアップやリードジェネを機動的に打ちたい

※ 掲載している数値・企業名はサンプルであり、実データではありません。

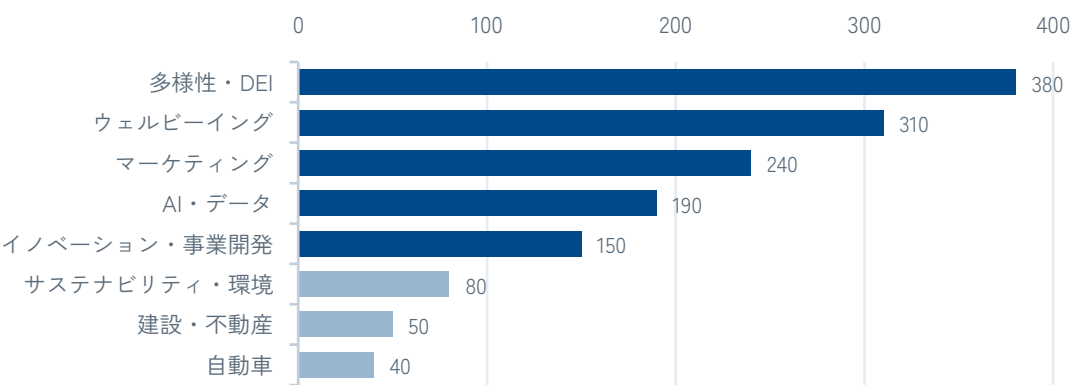
急上昇したテーマの一覧と、前年からの伸び・落ち込みも、ひと目で把握できます。

スパイク検知の一覧（直近3ヶ月）と、タグ別の前年同月比（サンプル）

① スパイク検知一覧 | 直近3ヶ月（閲覧ボリュームが急伸した日）

タグ	発生日	継続	ピーク時 (通常比)
生成AI（エージェント）	9/12	4日	2.8倍
ウェルビーイング	8/27	3日	2.1倍
ゼロトラスト	8/05	2日	3.4倍
人的資本経営	7/22	5日	1.9倍
建設DX	7/09	2日	2.3倍

② 前年同月比（指数：前年同月＝100）



100＝前年同月と同水準（100超は増加、100未満は減少）

■ 読みかたのポイント

- ・ 話題の立ち上がりを捉え、タイアップやリードジェネをタイミングよく打てます
- ・ いつ・どのくらい急伸したかが分かり、出稿テーマとタイミングの判断材料にできます
- ・ 伸びているテーマ／落ちているテーマを把握し、翌期のテーマ設計に反映できます

※ 掲載している数値・タグの動きはサンプルであり、実データではありません。

MENU 08 | 検証する



タイアップ広告インテントレポート

記事に接触した読者のインテントを、サイト全体と比較して可視化

主な提供物

到達層分析レポート（PDF）＋集計データ（Excel）

閲覧ユーザーのインテントを分析

サイト全体と比較して質を評価

次回の出稿設計に接続

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）

MENU 01	MENU 02	MENU 03	MENU 04	MENU 05	MENU 06	MENU 07	MENU 08	MENU 09
リードジェネレーション	セミナー集客支援	リードエンリッチ	ABMリスト作成	インテント診断	タグ別属性分析	トレンド／スパイク分析	タイアップレポート	ブランド認知・想起調査

タイアップ記事に接触した読者が、日経BPの中で「ほかにどんな記事を読んでいるか」まで可視化します。
PV・読了率では見えない“到達層の質”を捉え、次回の出稿設計につなげます。

◎ 4つの分析軸

1	到達層の属性	記事接触者の業種・職種・役職・従業員規模の構成
2	インタレスト構成	接触者が併読しているタグ。会員全体との差分で“何に関心のある層に届いたか”を把握
3	フェーズ構成	接触者の検討段階（Ⅰ／Ⅱ／Ⅲ）の分布
4	サイト全体との比較	閲覧ユーザーの関心テーマ・フェーズを、サイト全体の会員と比較

概要	
対象	日経BPで実施したタイアップ広告（記事広告）
分析対象者	記事に接触した日経ID会員
集計期間	記事公開日を起点に4～8週間
納品時期	記事公開から約6週間後（掲載終了後）
納品物	到達層分析レポート（PDF）＋集計データ（Excel）
提供形態	日経BPが集計・分析し、レポートとして納品

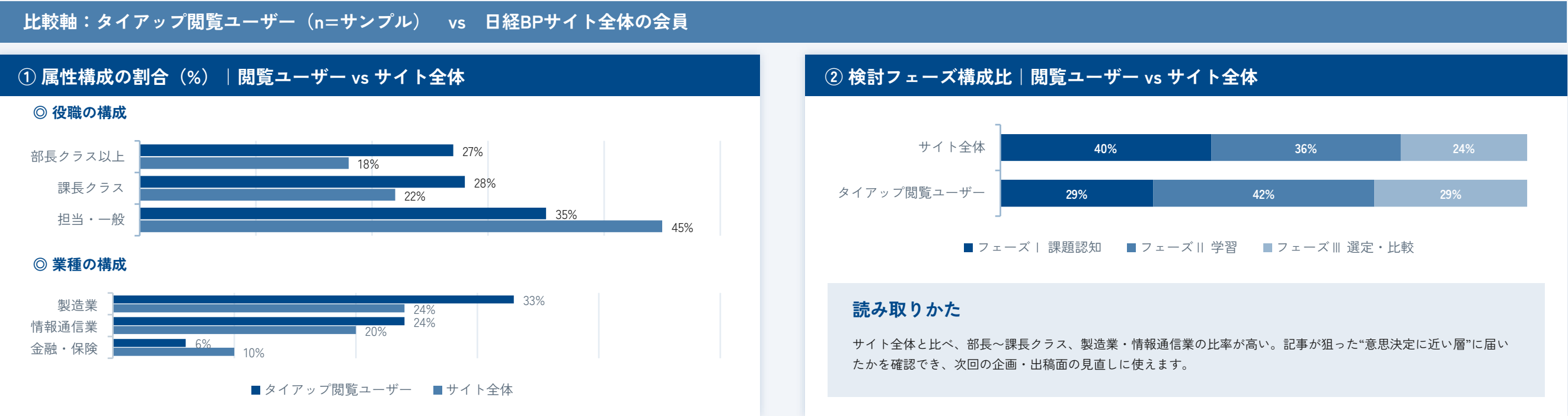
■ 料金

タイアップ1本
¥600,000（税別）

3本セット
¥1,500,000（税別）

タイアップ出稿と同時申込
¥400,000 / 本（税別）

タイアップ記事を読覧したユーザーの属性と_intentを、日経BPサイト全体の会員と比較します。



■ 想定される使いどころ

- ・ タイアップの効果を、PV・読了率だけでなく「誰に届いたか」で社内報告したい
- ・ 記事テーマと実際の到達層のズレを確認し、次回の企画・出稿面を見直したい
- ・ 複数本のタイアップを比較し、自社ターゲットに最も刺さるテーマを特定したい

※ 掲載している数値・企業名はサンプルであり、実データではありません。

MENU 09 | 検証する



ブランド認知・想起調査（事前事後）

事前調査→タイアップ3本→事後調査で、態度変容を定量検証

主な提供物

調査分析レポート＋報告会

事前・事後の2回調査

間にタイアップ記事3本

態度変容を定量で検証

◎ 本資料の活用メニュー（全9メニュー）



MENU 01

リードジェネレーション



MENU 02

セミナー集客支援



MENU 03

リードエンリッチ



MENU 04

ABMリスト作成



MENU 05

インテント診断



MENU 06

タグ別属性分析



MENU 07

トレンド／スパイク分析



MENU 08

タイアップレポート



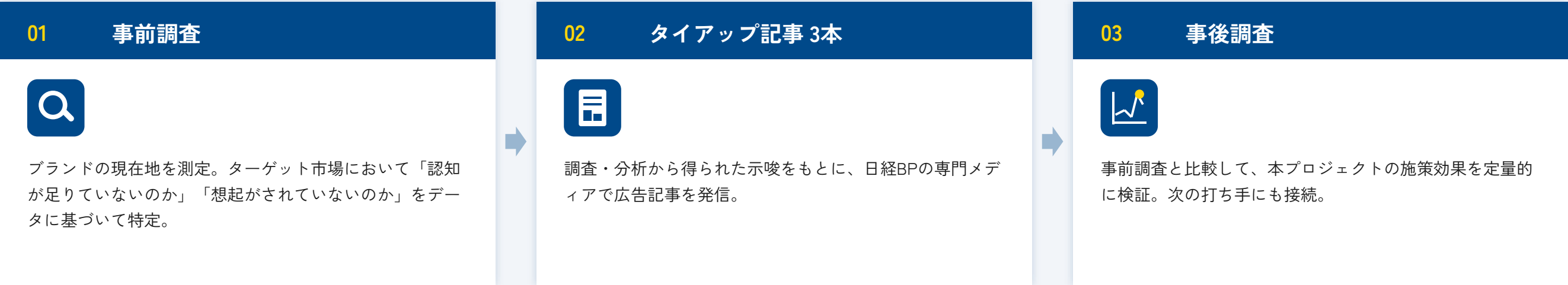
MENU 09

ブランド認知・想起調査

「事前調査 → タイアップ記事3本 → 事後調査」を一気通貫で行い、ブランドの態度変容を定量検証します。
調査対象者は、日経ID登録情報とインテントデータから抽出するため、狙った層に当てた検証が可能です。



◎ メニュー内容（実施フロー）

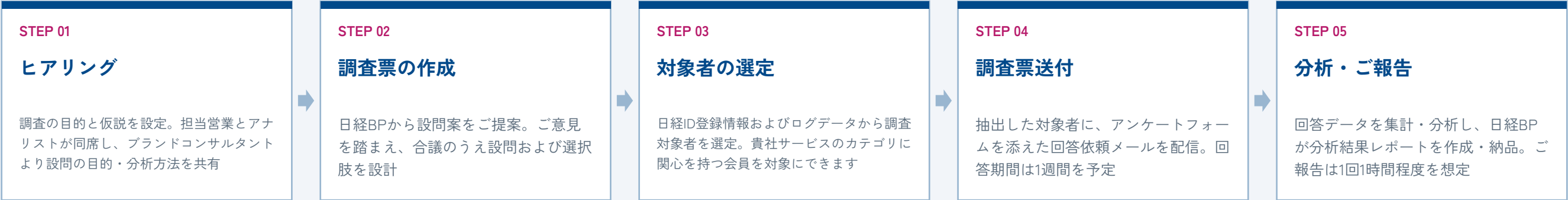


■ 調査でわかること

- | | |
|---|--|
| ▪ 「ブランド名の認知度」と「ブランド名と連想のリンク」を2段階に分けて課題を特定 | ▪ 一般認知は低いが購入意向が高い層には知られている、といったブランド連想を特定 |
| ▪ 競合企業と比較して強みを持つブランド観点を特定し、タイアップの訴求軸に反映 | ▪ 集計値を施策前後で比較することで、施策効果の検証が可能 |

調査は、認知・想起の測定に必要な設問のみに凝縮して設計。費用と工数を抑えたスピーディな実施が可能です。

◎ 調査フロー



■ 料金

パッケージ式

¥10,000,000 ~ (税別)

事前調査 + タイアップ記事3本 + 事後調査

タイアップ掲載メディアをお選びいただけます

- 日経ビジネス
- 日経クロストrend
- 日経クロステック
- 日経ウーマン

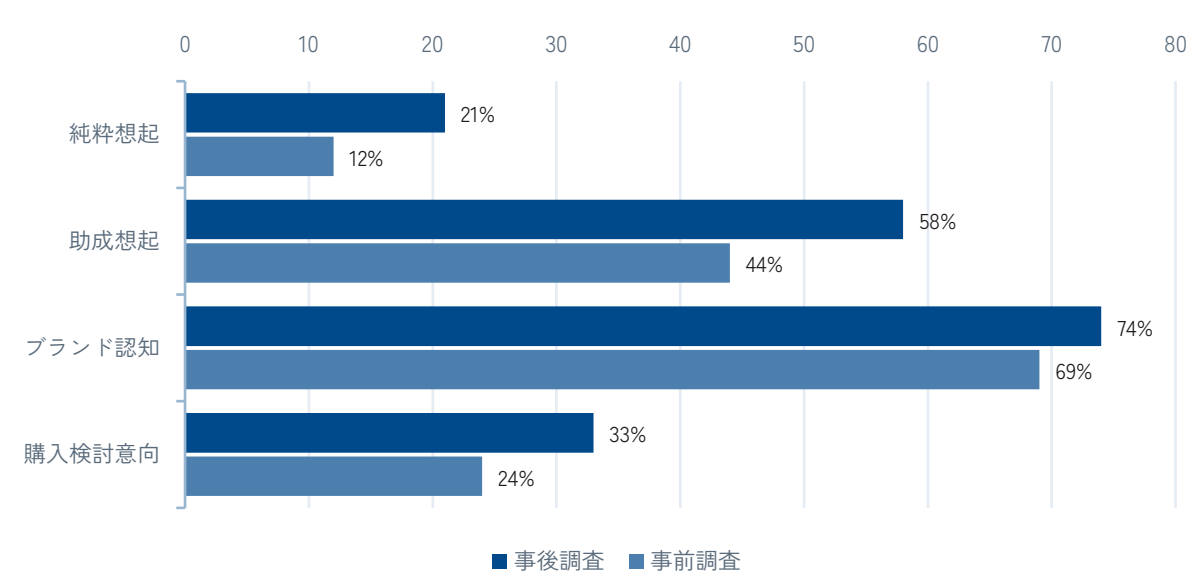
※ 選択いただくメディアにより金額が変わります。ご実施の際は都度お見積りとなります。

※ 調査には、調査票設計～分析、レポート作成および報告会までを含みます。
※ カスタム設問は最大3問まで追加できます。設問案は日経BPから提示し、合議のうえ設定します。
※ 回答状況によって、回答期間が変動する可能性があります。

事前調査と事後調査を同じ設問で比較し、施策による態度変容を定量で示します。

分析結果レポート（抜粋） / 事前調査 vs 事後調査

① ブランド指標の事前事後比較（％）



② ブランド連想（CEPs）の変化

連想されるイメージ	事前	事後	差分
先進性がある	31%	52%	+21pt
業務課題に詳しい	26%	44%	+18pt
導入実績が豊富	34%	45%	+11pt
サポートが手厚い	22%	27%	+5pt
価格が納得できる	19%	20%	+1pt

読み取りかた

タイアップで訴求した「先進性」「業務課題への理解」が大きく伸びています。訴求軸が狙いどおり伝わったと評価できます。

■ レポートに含まれるもの

- ブランド指標の事前事後比較と競合他社比較
- ブランド連想（CEPs）の構造と変化
- タイアップ接触者／非接触者の差分
- 次の打ち手に向けた示唆と推奨アクション

※ 掲載している数値・企業名はサンプルであり、実データではありません。

メニューは単体でも、組み合わせても実施できます。目的に応じた代表的な組み合わせをご紹介します。

市場のニーズに合ったコミュニケーションを取りたい

狙う → 知る → 獲得する → 活かす。いま市場が何に関心を持っているかを診断し、ターゲット像を固めてリードを獲得。獲得したリードに_intentスコアを付与し、商談化までつなげます。



新規開拓の当たり先を増やしたい

狙う → 獲得する → 活かす。ABMリストで狙い先を定め、セミナーで接点をつくり、獲得したリードに_intentスコアを付与して商談化します。



ブランドと獲得を同時に回したい

知る → 検証する → 獲得する → 検証する。伸びているテーマと現在地を押さえ、リードを獲得しながら態度変容まで測ります。



■ 組み合わせのメリット

いずれのメニューも同一の_intentデータを参照しているため、「出稿前の設計」「実施」「振り返り」を同じ指標で一貫して見ることができます。施策ごとに別々の調査を行う場合と比べ比較可能性が高く、次の打ち手に接続しやすい構成です。

ご実施にあたって



料金一覧

全メニューの課金単位と金額



進め方

ご相談から納品までの6ステップ



データ利用の考え方

提供範囲と、ご留意いただきたい点



注意事項・お問い合わせ

件数保証とインセンティブの扱い

全9メニューの料金をまとめています。

	メニュー	課金単位	金額（税別）	備考
01	インテントリードジェネレーション	リード単価	¥20,000 ～ ¥40,000 / 件	条件により変動。premiumは要見積り
02	インテント・オンラインセミナー集客支援	申込リード単価	¥35,000 ～ ¥50,000 / 件	最低15～20件～。条件により変動
03	リード・インテントエンリッチメント	1回あたり	¥300,000 / 回	件数による変動なし。納品まで約2週間
04	ABMターゲットリスト作成	リスト一式	¥300,000 ～ ¥600,000	指標1つ／2つ／3つ以上。社数による変動なし
05	インテント診断レポート	レポート一式	¥300,000 ～ ¥600,000	1／2／3テーマ（業種指定も可）
06	タグ別ユーザー属性分析	レポート一式	¥300,000 ～ ¥600,000	指定タグ1／2／3タグ
07	コンテンツトレンド／スパイク分析	提供サイクル別	¥300,000 ～ ¥2,000,000	スポット（3カテゴリ）／年4回／年12回
08	タイアップ広告インテントレポートニング	1本あたり	¥400,000 ～ ¥600,000 / 本	出稿と同時申込で割安。3本セットあり
09	ブランド認知・想起調査（事前事後）	パッケージ式	¥10,000,000 ～	掲載メディアにより変動

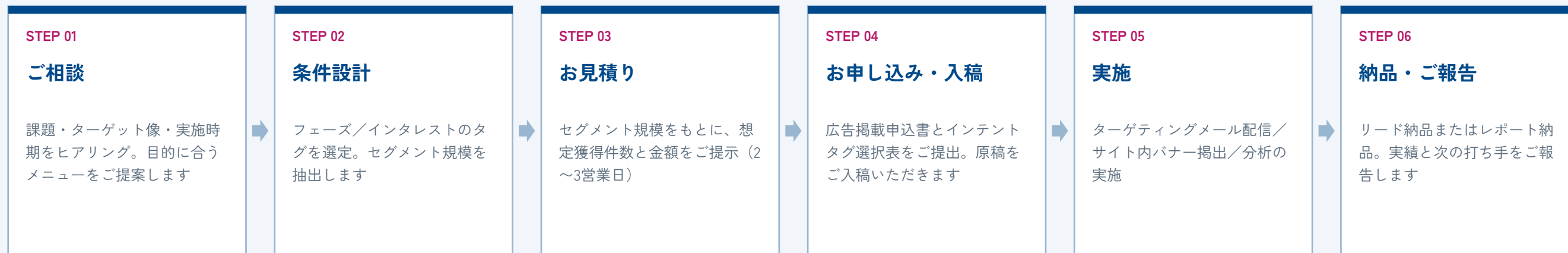
■ 共通のご注意

- ・ インテントは日々変動するため、単価・提供可能件数は都度お見積りとなります
- ・ セグメント条件は原則OR条件。フェーズ×インタレストの組み合わせのみAND条件です
- ・ 競合ドメイン排除は10件まで追加費用なしで承ります

■ 組み合わせ実施について

複数メニューを同時にお申し込みいただく場合、セット価格をご提案できる場合があります。また、既に日経BPでタイアップ広告を実施いただいている場合、MENU 08は割安にご提供可能です。詳細は担当営業までご相談ください。

どのメニューも、まずは「何を知りたいか／誰に当てたいか」のご相談からスタートします。



ご相談時にお知らせいただきたいこと

- 訴求したい製品・サービスと、その想定顧客像
- 施策のゴール（リード件数／集客数／読者理解／効果検証）
- 実施したい時期と、ご予算の目安
- 過去に実施された施策と、その結果の手応え

リードタイムの目安

リード獲得・イベント集客

お申し込みから 約10営業日で開始／獲得期間 約8週間

分析レポート（03・04・05）

ご発注から 約3～6週間で納品

ブランド認知・想起調査

事前調査から事後調査まで 約4～5ヶ月

インテントデータは、日経ID会員の行動ログをもとに日経BPが生成・保有するデータです。
ご提供にあたっては、以下の考え方に基づいて運用します。



提供するのは集計値、またはご同意に基づくリード

分析メニュー（MENU 03～05）でご提供するのは、個人を特定しない集計値です。個人情報を含むリードの提供は、会員本人の同意を得たアンケート回答・イベント申込に限られます。



インテントスコアはリードと同時に納品されません

ターゲティングに使用したインテントスコアは、リードに紐づく形でのリアルタイム納品は行っておりません。納品後に後処理でインテントデータを結合して再納品することは可能です（2週間程度）。



データは日々更新され、変動します

インテントは直近3ヶ月の行動をもとに算出しているため、日々変動します。ご提案時とご実施時でセグメント規模が変わる場合があります。



あくまで関心の傾向を示すデータです

インテントデータは、会員の閲覧記事カテゴリの傾向を示すものであり、購買の確約や、個々の会員の意思を保証するものではありません。

■ MENU 01（件数保証プラン）のご留意点

- ・ 市場動向や対象会員の在籍状況の変化により、見込みを下回る場合があります
- ・ 保証件数に満たない場合は、出来高精算とさせていただく場合があります
- ・ 回答者にはインセンティブ（Amazonギフトコードなど）を付与予定です

■ 個別要件への対応

貴社保有データとの照合や、通常メニューにない集計軸をご希望の場合は、個人情報の取扱いを含めて日経BP内で審査のうえ個別に検討いたします。ご相談の際は、実現したいことと、想定される利用シーンをあわせてお知らせください。

■ 問い合わせ先

- お問合せ/お見積り 日経BP IDビジネス企画部
ad-analytics@nikkeibp.co.jp
- [広告掲載申込書](#)
- [インテントタグ選択表](#)