

株式会社メディックス

お客様事例

トビー・テクノロジー株式会社

tobii

トビー・テクノロジー株式会社

アイトラッキング（視線計測／眼球運動）技術の世界最大手で、アテンションコンピューティングのパイオニア

取材日：2022 年 4 月 14 日

マーケティング部部长 藤井 久仁子 様



「問い合わせ数が前年比145% に。 予算をかけた分、それまで届かなかった潜在層 のリード獲得にも成功しています」

自社の取り組みが、日々、変化する検索エンジンに対応できているか不安だった

トビー・テクノロジー株式会社は、アイトラッキング技術のリーディングカンパニーです。スウェーデンに本社があり、アメリカ、イギリス、中国、シンガポールなどに現地法人を展開。グローバルで5割以上のシェアを獲得しており、世界中の企業や世界のトップ100大学の99校を含む研究機関でその技術が活用されています。同社のマーケティング部 部長、藤井 久仁子氏、その技術について次のように説明します。

「アイトラッキング（視線計測／眼球運動）とは、人が『どこを・どのように・いつ見るか』を明らかにする技術です。学術研究や消費者行動、技能伝承などで活用されているほか、障がいを持つ方のコミュニケーション手段としても使われています。医療やスポーツ、エンターテインメントなど様々な分野のデバイスで、『視線入力』コンポーネントも展開しています。さらに、現在取り組んでいるのが、アテンションコンピューティングです。身の回りのものすべてにアイトラッキング技術が活用されることで、今まで以上に高付加価値なニーズに対応していきたいと考えています」（藤井氏）。

これまでアイトラッキング技術を必要としていた企業や研究機関以外にもニーズが広がることで、同社のマーケティング戦略の重要性もさらに増えています。

「弊社では、展示会の出展やDMの送付、デジタルマーケティングで、リード獲得をしてきました。もちろん、展示会やDMも有効な手段ですが、どうしてもある種の“シーズン性”が出てしまいます。**マーケティング施策全体を推進していく上で、日々の対策はやはり重要です。そうした意味で、デジタルマーケティングにおけるリード獲得の比率を高めるというのが大きな課題となっていました**」（藤井氏）。

しかし、自社だけでマーケティング施策を回すのは、手間がかかる上、一定のリソースも求められます。専門技術を持つことの価値を自ら知るだけに、「餅は餅屋」だと思っていた藤井氏は、プロフェッショナルの支援を受けることを選択しました。

「それまでも、マーケティング部内で毎日のキーワード順位をチェックし、SEMの情報収集は実施していました。それでも、**日々、検索エンジンの状況は更新され、変化していきます。その道の専門家ではない自分たちが、それをきちんと把握し、対応できているかどうか正直不安でしたので、頼れるプロに任せたいと考えたのです**」（藤井氏）。



課題や要望を先読みした「半歩先」の対応と、プロならではの視点

パートナーとして同社をサポートしてくれるプロフェッショナルを探すため、インターネット検索でリストアップをしていった藤井氏。この時点での選定基準は、「BtoBのSEMに強い」「親身に寄り添ってくれる」の2つでした。

「最終的に3社に絞り込んで検討した結果、メディックスさんをお願いすることにしました。1つ目の選定基準の「BtoBに強い」か、どうかは、メディックスさんのWebサイトはもちろん、口コミやメディアの記事などからも判断することができました」（藤井氏）。

もう1つの選定基準である「親身に寄り添ってくれる」は、実際にサポートを受けないとわからない部分でもあります。そこで藤井氏は、できるだけギャップを生まないよう、選定段階でのコミュニケーションの時間も大切にしました。各社の営業担当と言葉を交わした際の雰囲気や、受けた印象をじっくりと見極めた結果、「メディックスさんがよかった」と振り返ります。

「直感的な部分もありましたが、実際にお任せして間違いではなかったと確信しています。驚いたのは、ミーティングの際、弊社の反応や意向をきっちりと先読みして、それに対する提案を常に用意している点です。どんな質問を投げかけても、半歩先のわかりやすい答えが常に返ってくるんです」（藤井氏）。

もちろん、藤井氏が要望や今後の計画などをきっちりとメディックスの担当者に伝えた結果でしょう。それを踏まえた上で、「メディックスさんの報告や提案は、いつも筋が通っている」と藤井氏は評価します。

「とても柔らかい物腰で対応してくれるのですが、『曲げないところは曲げない』姿勢も気に入っています。弊社の要望をただ聞いて、反映するだけなら、わざわざ費用を払ってパートナーをお願いする意味がないですからね。でもメディックスさんは、いったん『そうですね』と柔らかく受け止めながら、プロの視点で『そこは、こういう理由で、こうしたほうがいいです』と提案してくれるので、非常に安心感があります」（藤井氏）。



納得の提案だからこそ、当初の予算を超える新たなキーワードのリスティング広告にもチャレンジ。結果、問い合わせ数が前年比 145%を記録するなど、着実な成果につながっています。

「一定数のリード獲得が見込めるキーワードには、当然、予算をかけますし、安定した成果があります。一方で、それまでリーチしきれなかった潜在層にも、やはりアプローチしていきたいわけです。そのあたりのご提案も的確で、これまでなら考えもしなかったキーワードから問い合わせをいただくことも増えています」（藤井氏）。

各種マーケティング施策の軸として、SEM 対策のさらなる充実を

一昔前では想像がつかないほど変化のスピードが加速している現在、マーケティングには効率性とスピードが求められています。その点でも、メディックスの対応には満足していると藤井氏は話します。

「デジタルマーケティングの要諦は、PDCAにあると考えています。素早く回して、どんどん改善していくことが大切なので、メディックスさんの担当者が日々、支援してくださることは非常に助かっています。もはや、トビー・テクノロジーにとっては、なくてはならない存在になりつつあります。スウェーデン本社への報告も随時行う必要があるのですが、メディックスさんの報告・提案は、本社が知りたいであろう内容もしっかりとカバーしているので、報告に厚みを出せるようになったと感じています」（藤井氏）。

アフターコロナでは、オンラインとオフラインのトータルコミュニケーションを高める必要があると考えます。そうした中で、コミュニケーションの軸をしっかりと固定するためにも、SEM 対策は今後さらに重要になると藤井氏は見据えます。

「展示会でトビー・テクノロジーの出展を見て、『そういえば、アイトラッキング技術ってあったな』と検索したとき、公式サイトや関連コンテンツが上位に表示されないと、やはり機会損失につながります。オンラインとオフラインをきちんとつなげた設計が今後求められる中で、日々のSEM対策が問われますから、メディックスさんにはさらなるサポートをお願いしたいですね」（藤井氏）

弊社サービスに関するお問い合わせはこちら



bm_dg@medix-inc.co.jp

MEDIX

株式会社 メディックス (Medix Inc.)

〒101-0051
東京都千代田区神田神保町 1-105 神保町三井ビルディング19F

TEL. 03-5280-9471(管理本部) / 03-5280-9472(営業部)

URL. <https://www.medix-inc.co.jp/>