

2018年12月4日
HubSpot Japan株式会社

**ハブスポットがFacebook広告管理機能をマーケティング支援ツールの
ProfessionalおよびEnterpriseプランに標準搭載。
2019年にはGoogle検索広告管理機能（現在オプション提供）も標準搭載予定**

HubSpot Japan株式会社（本社：東京都千代田区、共同事業責任者：伊田聡輔、伊佐裕也、以下ハブスポット）は、本日同社が提供するマーケティング支援ツール「Marketing Hub」のProfessionalプランおよびEnterpriseプランに、Facebook広告を管理する機能を標準搭載することをお知らせいたします。

■ 広告とインバウンド手法の関係および機能搭載の背景

ハブスポットは「適切な情報を・適切なタイミングに・適切な方法（チャネル）で」顧客に提供することで、顧客をその企業の「推奨者（プロモーター）」に転換するという独自のマーケティング・セールス手法、「インバウンド手法」を兼ねてより提唱してまいりました。従来の広告は適切なターゲティングが技術的に難しいために「スパム」と捉えられる情報発信を行いがちで、インバウンド手法の考え方とは相容れないものでした。しかし近年の広告配信テクノロジーの発達により、Facebookリード獲得広告やGoogleの検索広告など一部の広告は顧客が求める情報と合致するようになり、インバウンド手法に基づいたマーケティング活動において欠かせない要素となってきました。

顧客に有益な情報を提供する手段としての広告施策をより強力に支援するため、ハブスポットは従来1アカウントあたり月額12,000円の追加オプションとして提供していた広告管理機能の一部を、本日よりMarketing HubのProfessionalプランおよびEnterpriseプラン（それぞれ月額96,000円、384,000円）に標準搭載いたします。

※お詫びと訂正：本文中のMarketing Hub Enterpriseプランの価格に誤りがあったため、384,000円に訂正致します（2018/12/4 11:00）。

■ 広告管理機能の詳細

今回のアップデートにより、Marketing HubのProfessionalプランおよびEnterpriseプランをご利用のユーザー様はFacebookリード獲得広告の出稿と管理をHubSpot Marketing Hubの画面上で完結することができます。また2019年中期にはGoogle検索広告の出稿および管理機能も上記2つのプランに標準搭載する予定です。なおGoogle検索広告関連機能は今回のアップデート以前から[オプションとしての広告管理機能](#)に含まれており、既存のオプションご契約ユーザー様は引き続き同機能をご利用いただけます。

HubSpotの広告管理機能の特徴は以下のとおりです。

- HubSpot CRMに基づいた広告オーディエンス作成とリマーケティング
 - HubSpot CRMに登録されている顧客リストとFacebookリード獲得広告およびGoogle検索広告のオーディエンスを連携し、HubSpotの画面上で広告配信先を設定することができます。またCRMに登録されている顧客と、CRMに

は登録されていないが自社WEBサイトを訪問した顧客両方に対するリマーケティング設定もHubSpotの画面上から行うことができます。

- 広告ツール横断での運用管理と正確な広告ROIの計測
 - 広告のコンバージョンとHubSpot CRM上の取引情報を紐づけてレポートを作成することができるため、「クリック数」や「表示回数」ではなく「広告がいかに関与したか」を測ることが可能です。さらに、これらの分析を広告ツール横断で行うことができます。
- 広告運用施策と他のマーケティング施策をHubSpotのプラットフォーム上で統合
 - 特定のキーワード広告から流入した顧客のコンタクトリストを作成してランディングページを出し分けたり、メール配信を行ったり、分析レポートを作成したりするなど、広告運用施策をその他のマーケティング施策とスムーズに連携することができます。

これらの標準搭載機能には運用広告予算の上限等一定の制限が設けられています。月額12,000円の有料オプションは今後も提供され、ProfessionalプランやEnterpriseプランに加えてご契約いただくことでより柔軟な広告運用が可能となります。

The screenshot displays the HubSpot Ads management interface. At the top, there are navigation tabs for 'Contacts', 'Communication', 'Marketing', 'Sales', 'Service', 'Automation', and 'Reports'. Below this, the 'Ads' section is active, with buttons for 'Create Audience' and 'Create Campaign'. The main dashboard shows a summary of account performance for the period 2016/11/01 to 2016/11/11, with a total spend of \$335 and an ROI of 1,316%.

A red-bordered box highlights the following key metrics:

- インプレッション数: 22,235 (すべてのネットワーク)
- クリック数: 168 (単価\$2.00)
- コンタクト数: 13 (単価\$25.80)
- 取引数: 3 (単価\$111.79)

Below these metrics, a red banner states: **広告ツールで計測される指標とCRM上に記録される商談の指標を並べて表示し、正確なROIを可視化**

The main table, titled '全広告ツールの運用がHubSpotの画面上で完結', lists the following campaigns:

キャンペーン名	アカウント名	タイプ	インプレッション数	クリック数	全コンタクト	顧客	コンタクト単価	支出
Big Data Ebook	Biglytics Ad Account	コンバージョン	9,165	101	7	1	\$14	\$101
Big Data Webinar Campaign	Biglytics (991-823-5383)	検索	13,070	67	6	3	\$39	\$234
ビッグデータ (日本)	Biglytics (991-823-5383)	検索	0	0	0	0	\$0	\$0
Capture automate screen	Biglytics Ad Account	リードジェネレーション	0	0	0	0	\$0	\$0

【図： ProfessionalおよびEnterpriseプランに標準搭載される広告管理機能画面】

■ その他参考リンク

- HubSpotの広告管理機能（オプション）のご紹介ページ：
<https://www.hubspot.jp/products/marketing/ads>
- HubSpotの製品一覧と価格表：<https://www.hubspot.jp/pricing/marketing>

《ハブスポットについて》

「Help millions of organizations grow better」をミッションとして掲げるクラウド型ソフトウェア(SaaS)企業。顧客をその企業の「推奨者（プロモーター）」に転換する独自のマーケティング・セールス手法、「インバウンド手法」に基づき、永続的に無料のCRM（顧客関係管理ツール）を中核に、マーケティング、セールス、サービス（カスタマーサポート）をひとつのプラットフォーム上で管理・実践できる各種サービスを展開。

会社名	HubSpot Japan株式会社
設立	2016年2月
営業開始	2016年7月
資本金	500万円
共同事業責任者	伊田 聡輔（セールスディレクター）、 伊佐 裕也（シニア マーケティング ディレクター）
事業内容	マーケティングおよびセールス支援ソフトウェアの開発、販売、 および関連サービスの提供
所在地	[東京オフィス] 〒100-0004 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル 3F 336 xLink内
本社	HubSpot, Inc.（米国マサチューセッツ州ケンブリッジ） 代表者 ブライアン・ハリガン（CEO、共同設立者） ダーメッシュ・シャア（CTO、共同設立者）
従業員数	全世界約2,600名（うち日本担当スタッフ27名、2018年12月現在）
企業WEBサイト	https://www.hubspot.jp/company-information

《本件に関するお問い合わせ先》

pr-japan@hubspot.com

03-6899-2245

土井