

報道関係者各位

2023年11月1日  
株式会社アマナ

## ビジュアル分析×データ分析で、BtoBのWebサイト訴求力を高める 「amana WEBSITE ANALYTICS SERVICE」の提供を開始

コミュニケーション変革をクリエイティブで実現する株式会社アマナ（本社：東京都品川区、代表取締役社長 兼 グループCEO 進藤博信、以下「アマナ」）は、2023年11月1日（水）より、企業のWebサイトパフォーマンス向上を支援する新たなサービス「amana WEBSITE ANALYTICS SERVICE（アマナウェブサイトアナリティクスサービス）」の提供を開始します。



サービス提供の背景として、商談のオンライン化、モノやサービスのコモディティ化、グローバルかつ熾烈な価格競争といったBtoB企業を取り巻く環境変化があります。こうした中、BtoB企業のコーポレートサイトでは、製品やサービスの優位性を言葉だけで説明することは難しく、ビジュアル活用の余地が見込まれます。そこで本サービスの導入を進めていくことで、ビジュアルの表現力を高め、オンライン上でのプレゼンス向上をサポートしてまいります。主なサービス提供対象はBtoB企業が運営するWebサイトやキャンペーンサイトですが、今後はBtoC領域にも対象を広げていく予定です。

### ▼サービス概要

本サービスでは、アマナが40年以上にわたり追求してきたビジュアルへの独自の知見に基づく「ビジュアル分析メソッド」と「データ分析メソッド」（※注1）を掛け合わせ、企業コミュニケーションに不可欠なWebサイトの分析・改善をサポートします。

また、分析結果から導き出した課題を解決していくための戦略立案や、実装・運用の提案、アマナの豊富なクリエイティブ資源やナレッジを活用したさまざまなサービスを組み合わせた施策の提案も可能です（分析サービスとは別費用）。

**独自のビジュアル&データ分析メソッドによる貴社の課題に即した分析・提言**

**VISUAL ANALYTICS METHODS**

貴社ブランドイメージ分析  
競合ブランドイメージ分析  
貴社 UI / UX 分析  
競合 UI / UX 分析  
改善ポイント提示

ユーザー  
ペルソナ

競合  
Web サイト

貴社  
Web サイト

**DATA ANALYTICS METHODS**

基本指標分析  
流入元分析  
行動フロー分析  
ユーザーアクション分析  
改善ポイント提示

Google Analytics  
Google Search Console  
その他解析ツール/データ

**課題解決に最適な戦略立案～実装・運用もご提案可能** ※分析サービスには含まれません

戦略支援	企画・設計支援	制作・開発支援	運用・成長支援
KGI / KPI 策定 ブランド戦略 マーケティング戦略 アドバイザー	Web / EC / アプリ設計 ペルソナ/ジャーニー設計 コンテンツ企画 情報・UI / UX デザイン設計	Web / EC / アプリ制作 コンテンツ制作 システム開発・導入 Web 広告 / SEO	Web 広告 / SEO 運用・改善 Web / EC サイト運用・改善 メルマガ / SNS 運用・改善 マニュアル / トレーニング

※分析手法・内容については最新トレンドの反映や精度向上のため随時改善・更新しております。そのため、お申し込み時には改めて最新の資料・情報をご提示いたします。

※注1：分析手法・内容については最新トレンドの反映や精度向上のため随時改善・更新しております。そのため、お申し込み時には改めて最新の資料・情報をご提示いたします。

## 「ビジュアル分析メソッド」について

### ① ブランドイメージ分析：

2004年にアマナが独自に開発した、感性を可視化するためのフレームワーク「Emotional Scale（エモーションナルスケール）」（※注2）をもとに、対象企業のWebサイトのブランドイメージをマッピングし、ターゲットユーザーと対象企業との認識ギャップを可視化します。また、競合企業のWebサイトのブランドイメージをあわせてマッピングすることで、ポジショニングも可視化します。

### ② ウォークスルー分析：

ターゲットユーザーの視点から、対象企業のWebサイトの閲覧・操作を行い、Googleが開発したHEARTフレームワーク（※注3）を用いて、UI/UX（ユーザーインターフェース/ユーザーエクスペリエンス、顧客接点/顧客体験）を評価・分析します。

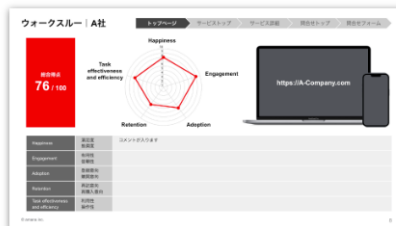
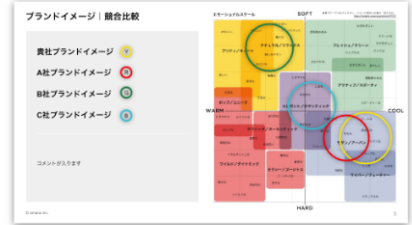
①②ともに、分析担当によるヒューリスティック評価（※注4）を行います。

※注2：エモーションナルスケールとは、感性を可視化するために、写真と言葉の関係を2次元上に表現したものです。WARM⇔COOL、SOFT⇔HARDの2軸の直行座標で構成され、言葉や想いを写真へ、人々のライフスタイルや世界観を言葉へ翻訳します。2004年にアマナが独自開発。最近では新たなコミュニケーション開発に役立てるべく、多様な業種とのコラボレーション施策を推進しています。

※注3：HEARTフレームワークは、GoogleのUX調査チームが発表した5つの観点（Happiness、Engagement、Adoption、Retention、Task effectiveness and efficiency）で定めた評価手法です。

※注4：ヒューリスティック評価とは、専門家がガイドラインや経験則に基づき、Webサイトやアプリ等を評価する手法です。

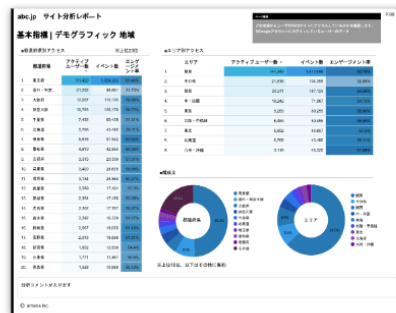
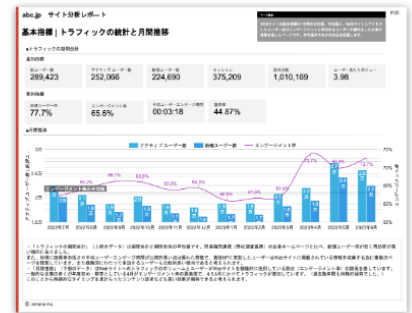
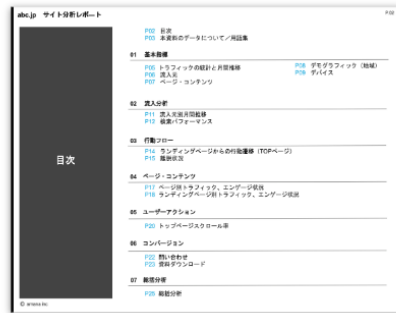
▼ビジュアル分析レポートイメージ



「データ分析メソッド」について

Google Analytics (GA4)、Google Search Console、その他解析ツールを用いて、トラフィック推移等基本指標の分析、流入元分析、行動フロー分析、ユーザーアクションやコンバージョンに関する分析を実施。分析結果をもとに、改善ポイントを提示します。

▼データ分析レポートイメージ



## ▼価格・サービス内容

BASIC プラン：100 万円～。

ヒアリング、全体分析（データ分析、ビジュアル分析、競合分析）、レポート作成、報告会開催が含まれます。

\* 上記以外にも、課題感やご要望に応じたプランをご提案いたします。詳細は Web サイトよりお問い合わせください。

[https://amana.jp/service/detail\\_50.html](https://amana.jp/service/detail_50.html)

## ▼株式会社アマナについて

1979 年に広告写真の制作会社として設立。その後、スチールや動画（TVCM、WEB 動画等）、CG（レタッチ、3DCG、アパレル CG）といったビジュアル制作をプロデュースし、提供する国内最大規模の制作会社へと事業を拡大しました。2004 年に東証マザーズ（現グロース市場）に株式公開。現在は、豊富なクリエイティブ資源や年間 15,000 件にのぼる案件で培ったナレッジを活用しながら、クライアント企業の価値が伝わり・人々を動かすコミュニケーション変革をクリエイティブで実現することに取り組んでいます。さらに、アマナが独自に開発した商材（ソリューション）を組み合わせることで、企業のコミュニケーション施策や DX（デジタルトランスフォーメーション）推進をサポートするなど、クライアントと共に企業の価値を高めるプロジェクトを数多く手掛けています。

### 【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社アマナ | PR & Marketing / 広報・PR 担当：武内、古川

TEL：090-7819-4897（武内）、080-6857-6543（古川） MAIL：[pr@amana.jp](mailto:pr@amana.jp)

### 株式会社アマナ 会社概要

代表者：代表取締役社長 兼 グループ CEO 進藤博信

所在地：東京都品川区東品川 2-2-43

設立：1979 年 4 月

資本金：100 百万円

証券コード：東証グロース市場 2402

売上高：（連結）14,165 百万円 ※2022 年 12 月期実績

従業員数：（連結）820 名 ※2023 年 1 月 1 日現在

事業内容：ビジュアルコミュニケーション事業（コミュニケーション領域における戦略・企画立案、ブランドデザイン&アクティベーション、インナーコミュニケーション、コンテンツマーケティング、コンテンツ制作・編集、プロトタイピング、ムービー／グラフィック制作、WEB 制作、その他各種プロモーション施策の立案など）

URL：<https://amana.jp/>