

オプト、日本初のオープンデータプラットフォーム構想を発表 ～第一弾として「プレミアムオーディエンスターゲティング」の提供を開始～

株式会社オプト(本社:東京都千代田区、代表取締役社長 CEO:鉢嶺登、証券コード 2389、以下オプト)は、広告手法における新たな概念であるオープンデータプラットフォーム構想(以下 OpenDPF 構想)を発表します。OpenDPF 構想を実現することにより、「広告枠(スペース)」だけでなく「利用者(オーディエンス)」に対して、広告やコンテンツの訴求が可能となります。今回オプトでは、その具体的なサービスの第一弾として、「プレミアムオーディエンスターゲティング」の提供を開始します。

【オープンデータプラットフォーム構想(OpenDPF 構想)とは】

現在、WEB マーケティング先進国の米国では、オーディエンスターゲティングという概念が急速に普及しています。

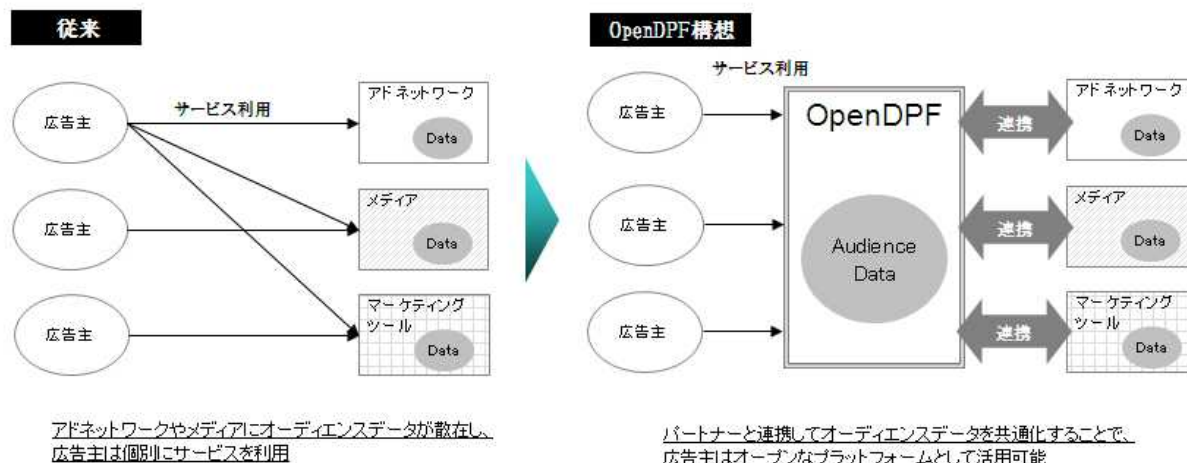
OpenDPF 構想とは、この新しい概念のもと、“インターネット上のオーディエンスに関わるマーケティングデータを共通化し、日本初のオープンなプラットフォームとして様々なパートナーとデータ連携を実現する”ものです。

インターネット上には膨大なオーディエンスデータが蓄積されています。しかしながら、現状では各サイトが独自の方法で認識しているため、それらを汎用的なデータとして相互利用することが困難でした。

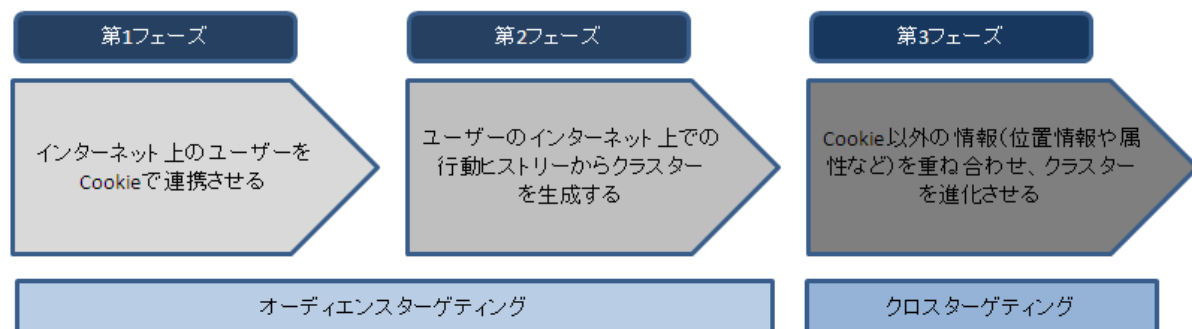
OpenDPF 構想では、これらのオーディエンスデータを同一の方法で認識することで共通化し、これまではサイトごとでしか把握できなかったオーディエンスのマーケティングデータを、横断したオープンデータとして活用できるようにします。これにより、インターネット広告を「広告枠(スペース)」だけで捉えるのではなく、「利用者(オーディエンス)」で捉えるという発想を実現し、最適なユーザーに最適な広告を提供することが可能となります。今後、マーケティングツールやアドネットワークなど様々なパートナーとの連携を随時行っていく予定です。

尚、オーディエンスデータの運用にあたっては、総務省の「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会」によって策定された「事業者に一定の配慮を求める原則集(配慮原則)」(http://www.soumu.go.jp/main_content/000067551.pdf)に基づいてポリシーを定め、利用者の安全性確保に対する措置を行っております。

OpenDPF 構想図



【オーディエンスタargetingの進化ロードマップ】



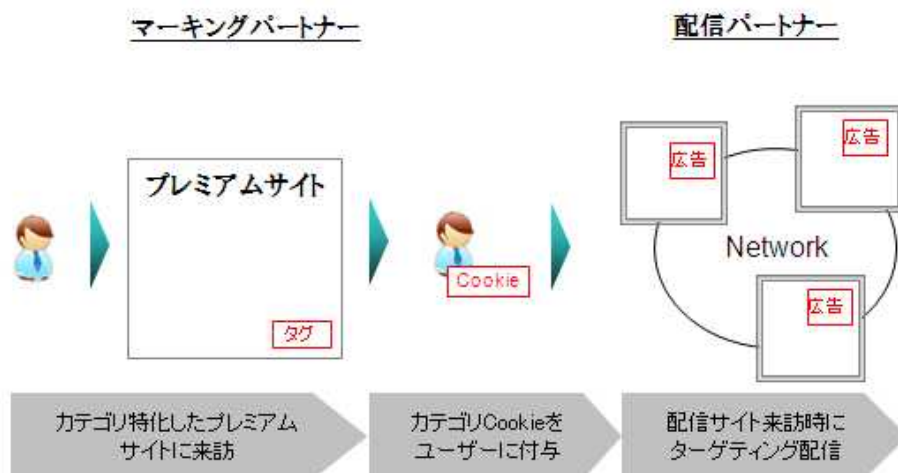
◆段階に応じて、プラットフォームを開放していきます。

【「プレミアムオーディエンスタargeting」の概要】

OpenDPF 構想に則った広告商品の第一弾として、「プレミアムオーディエンスタargeting」の取り扱いを開始します。

「プレミアムオーディエンスタargeting」とは、訴求したいオーディエンスカテゴリを指定して広告を掲載できるオーディエンスタargetingの広告商品です。カテゴリ化されたプレミアムサイト(マーケティングパートナー)でCookieを付与することによりオーディエンスの行動を認識し、そのオーディエンスが媒体(配信パートナー)に来訪した際に最適な広告をtargeting配信します。明確なターゲットのみに広告を配信するため、高い訴求力が期待できます。

「プレミアムオーディエンスターゲティング」の仕組み



オプトでは、OpenDPF 構想の実現により、インターネット広告の新たな可能性を拓き、ユーザー、クライアント、メディアそれぞれに有益な情報提供の基盤作りに努めていきます。

以上

〔株式会社オプトについて〕

オプトはお客様のインターネット上でのマーケティング活動をお手伝いする「eマーケティングカンパニー」です。「売上に直結するeマーケティング」をコンセプトに、お客様のマーケティングROI（費用対効果）を最大化します。

URL <http://www.opt.ne.jp/>

〔本件に関するお問い合わせ先〕

オープンデータプラットフォーム構想に関するお問い合わせ

株式会社オプト DPF 本部 竹本・山岡

TEL) 03-3219-7107

報道に関するお問い合わせ

株式会社オプト 広報担当 中山

TEL) 03-3219-7655