モバイル広告効果測定サービスを開始

平成 14 年 3 月 12 日

＜本文＞

◆「アドプランモバイル」のサービスを開始

オンラインマーケティング事業を手掛ける株式会社オプト（東京都港区、社長鉢嶺登、03-5561-9141）は、インターネット広告効果測定ＡＳＰ「アドプラン」（http://www.adplan.ne.jp）に、モバイル広告効果測定機能「アドプランモバイル」を新たに追加して、3月12日から本格的にサービスを開始した。

◆サブミット（実行動）ベースで測定、行動経路分析も

「アドプランモバイル」では、モバイル広告におけるクリック数・クリック率だけでなく、ユーザーのサブミット行動（資料請求や会員登録などの実行動）をリアルタイムで測定できる。また、広告をクリックして来訪したユーザーが自社サイト内をどのように行動したのか（行動履歴）の測定も可能である。

従って、利用者は、「アドプランモバイル」により、出稿媒体の費用対効果をリアルタイムで把握し、出稿媒体の選別やＷＥＢサイトの改善などに役立てることができる。

◆利用料金は「固定制」と「従量制」を顧客が選択できる

料金は基本料金に加えて、測定広告本数無制限の月額固定 20 万円と、月額8万円～（測定広告本数3本まで以降測定広告1本2万円）の従量制より選択できる。すでに先行してサービススタートしているインターネット広告効果測定ＡＳＰサービス「アドプラン」（http://www.adplan.ne.jp）では同業他社と比較して、圧倒的な導入実績を誇っている。

◆「アドプランモバイル」で売上高3億円を見込む

インターネット広告市場は 2001 年が 735 億円、2002 年が 1,200 億円と順調に拡大を続けているが、わけてもモバイル広告市場は 2005 年に 1,000 億円まで成長するとも推定されている有望な市場である。

アドプランは現在 100 社を超える企業に利用されているが、オプトは既存利用企業に積極的に「アドプランモバイル」の導入を進め、売上高3億円を見込んでいる。

以 上