



インターネット広告効果測定サービス「アドプラン」が 延べ導入社数 100 社を突破

平成 13 年 10 月 16 日

<本文>

◆ネット広告効果測定サービス『アドプラン』が導入 100 社を突破 社数国内ナンバーワン

インターネットに特化した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)が独自開発したインターネット広告効果測定サービス「アドプラン」(<http://www.adplan.ne.jp>)の導入社数が2001年9月末時点で延べ100社を突破した。

◆広告主の間では出稿媒体を選別する動きが広がっている

従来の広告効果の指標は各媒体社から報告されるページビュー数やクリック率しかなかったが、アドプランでは広告別に資料請求者数や会員登録数などの「ユーザーの実行動数」をリアルタイムで測定できる。

広告効果がよりシビアに求められる最近の環境下、効果測定を行って出稿媒体を選別する動きが各広告主に広がっており、導入社数が急伸している。現在後発競合サービスは5～6種類あるが、多様な機能やASP形式で導入が容易といった利点から、導入社数実績ではアドプランが群を抜いてナンバーワンの座を不動のものにしている。

◆蓄積された効果測定データベースを元に統計レポートも提供

オプトではアドプランでの効果測定結果データベースを元に広告の統計分析を行っており、第一弾として10月末にアドプラン利用企業に対して全般的な傾向レポートを発表、顧客とノウハウを共有する。

また、個別企業ごとのWEBサイトユーザビリティ分析や広告パフォーマンス分析などのレポートングサービスを拡充していく。

◆相乗効果で広告取扱高も急伸 2001年度は前期比400%となる売上高12億円を見込む

インターネット広告代理店は正確な広告効果の把握と媒体提案力が強く求められ始めてい



るが、オプトではアドプランとの相乗効果で広告取扱高も急伸。ネット広告各社の業績が軒並み伸び悩む中、前期比 400%と驚異的なペースで成長を続けており、2001 年 12 月期の売上高 12 億円を見込む。

◆モバイル広告効果測定機能も近日リリース

今後も 11 月リリース予定であるモバイル広告の効果測定機能などアドプランの機能を強化し、引き続き導入企業の拡大を図る考えである。

以 上