

---

NEWS RELEASE

---

**(株)CGM マーケティング、SNS サイトに広告を配信  
CGM 向け広告マッチングシステム「AD-Butterfly」を活用  
～ユーザー層の明確な SNS サイトを広告媒体化～**

---

株式会社CGMマーケティング(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:林 郁 以下:CGMM)は、SNS 2 エンジンを開発する「OpenPNE(オープンピーネ)プロジェクト」<sup>3</sup>(URL:<http://www.openpne.jp/>)と協力し、主として個人が運営するSNS サイトへの広告配信事業を2008年1月中旬をメドに開始します。広告配信には、CGMMが運営するシステムで、ブログなどCGM 4 向け広告マッチングを行う「AD-Butterfly(アドバタフライ)」(URL:<http://www.adbutterfly.com/>)を活用します。AD-Butterflyでは広告掲載を希望するブログを掲載し、その広告スペースを販売してきましたが、新たにSNS サイトも広告媒体として販売することになります。

CGMMは事業化に向けて、まずSNSへの広告配信テスト期間(07年12月～08年1月)を設定、OpenPNEを使用するSNSのオーナー(管理者)から今回のテストへの参加者を募り、申し込みのあったSNSサイトに広告を配信します。テスト期間中に各種データを抽出し、SNSの特性などを調査した上で順次、広告商品化(スペースのサイズや広告表現の種類、表示回数単価など)してAD-Butterflyシステム上で販売開始します。

これにより、AD-Butterflyを利用する広告主は、広告の掲載(配信)媒体をブログだけでなく、SNSサイトからも選べるようになります。広告の掲載手順は、従来のブログ向け広告と同様に、まずSNSオーナーが広告主からの広告掲載オファーを受け、SNSへの広告掲載の可否を判断します。SNSオーナーは、掲載を許可した広告と連動したメッセージを設定することができ、SNSオーナーの視点からもユーザーへ広告を訴求することができます。広告掲載費は、SNSオーナーへ還元されます。

OpenPNEを使用して構築された、主として個人が運営するSNSは、特定の地域に住む人を対象にしたものや、特定のスポーツチームや音楽バンド、芸能人を応援するもの、特定の職業や趣味の人を対象としたもの、ある年齢以上の人を対象としたものなど多種ありますが、SNSの性格によってユーザー層が細かくセグメントされているのが特徴です。このため、広告主にとっては、自社の商品やサービスに相応しいセグメントだけに向けて、効率よく訴求できる利点があります。

例えば、あるサッカーチームのファンが会員となっているSNSに対してスポーツブランドがサッカー関連商品の広告を配信する、子育てに関連するSNSのユーザーに向けて子供服メーカーが広告を配信するなどといった利用方法が想定できます。

- 1 株式会社デジタルガレージ(JASDAQ 4819、本社:東京都渋谷区、代表取締役/グループCEO:林 郁)、株式会社電通(東証一部 4324、本社:東京都港区、代表取締役社長:高嶋 達佳)、株式会社サイバー・コミュニケーションズ(東証マザーズ 4788、代表執行役社長:長澤 秀行)、株式会社アサツーディ・ケイ(東証一部 9747、本社:東京都中央区、代表取締役社長:長沼 孝一郎)の4社による共同出資会社
- 2 Social Networking Service 人同士のつながりを促進サポートするコミュニティ型のWebサービス
- 3 約27,000以上のSNSで利用されている、オープンソースのSNSエンジン。株式会社手嶋屋(本社:東京都板橋区、代表取締役:手嶋 守)が中心となって運営
- 4 Consumer Generated Media 消費者作成メディア

---

<本件についてのお問い合わせ先>

株式会社CGMマーケティング TEL:03-5465-7315 FAX:03-5465-7316  
担当:中谷(なかや) nakaya@cgmm.co.jp