

広告キャンペーン管理クラウドツール

# adlogのご紹介

1. はじめに
2. adlogとは
3. 機能
4. メリット
5. こんな悩みが解消します。
6. 広告効果測定ツールとの違い
7. 料金体系
8. 会社概要

はじめに

# ビジネスパーソンが “探し物” をしている時間は 年間どれくらいでしょう？

たとえば、打ち合わせに必要な過去の企画書。資料づくりに必要な最新のデータ。

ある調査によると、ビジネスパーソンは**年間150時間**もの時間を探し物に使っているそうです。

もし、そんな無駄な時間をなくすことができるとしたら？

adlogは、広告業界の業務効率化を目指すクラウドツールです。

adlogとはAdvertising Logを管理するシステムです。



広告活動のすべてのプロセスで業務を効率化し、あらゆる広告活動を**経営資産**にするダッシュボードです。

オリエンテーション情報から広告表現、効果測定データまで。

adlogは、広告キャンペーン実施における各プロセスで業務を効率化するだけでなく、それらのログを一元的に管理することで経営資源化するプラットフォームです。

# 機能① オリエンテーション

このページのフォームに沿って情報を入力するだけで、基本的なオリエン情報を網羅することができ、広告代理店ともデータの共有ができるので、オリエンの手間が軽減します。

## <オリエン入力内容>

- ・ キャンペーン目的
- ・ キャンペーンKPI
- ・ キャンペーン期間
- ・ キャンペーンターゲット
- ・ キャンペーン予算
- ・ その他情報
- ・ 補足資料のアップロード

〇〇〇飲料株式会社

■ キャンペーン名  業種 (大分類)  業種 (小分類)  キャンペーンの種類

■ キャンペーン目的

商品認知向上  サービス認知向上  商品拡販  サービス拡販  新規会員化  既存会員活性化  セール認知向上  
 セール利用促進  商品・サービス好意度向上  企業認知向上  企業好意度向上  競合応募者向上  製品回収

その他 (詳細)

▲ キャンペーン KPI

今回のキャンペーンのゴール・目標

項目	目標数値	前回 (前年) 対比	
<input type="text"/>	<input type="text"/> 円	<input type="text"/> %	<input type="button" value="追加"/> <input type="button" value="削除"/>

その他 (詳細)

□ キャンペーン期間  ~

▲ キャンペーンのマインターゲット

男性  女性  両方 年代  ~

キッズ  中高生  大学生  リクルート  主婦  
 ビジネスパーソン  エグゼクティブ  シニア

その他 (詳細)

▲▲ キャンペーンのサブターゲット

男性  女性  両方 年代  ~

キッズ  中高生  大学生  リクルート  主婦  
 ビジネスパーソン  エグゼクティブ  シニア

その他 (詳細)

■ キャンペーンオリエン概要 (ポイント・条件)

今回のキャンペーンポイントおよび条件を簡潔に記入

¥ キャンペーン予算

■ キャンペーンオリエン資料

アップロードするファイルを選択してください。

■ コンペ参加代理店

## 機能② プレゼンテーション

このページに各代理店の提案資料をアップロードすることで、社内の複数の担当者と同時に共有ができ、それぞれが採点、評価をすることができます。

※評価者の採点表の集計なども自動で行います。

### <プレゼン入力内容>

- ・各代理店からの提案資料をアップロード
- ・キャンペーンの評価項目の設定
- ・上記の評価項目に沿って、それぞれの評価者が評価を入力

¥ キャンペーン予算  
800,000,000円 ~ 1,000,000,000円

代理店プレゼンテーション資料  
★株式会社△△△エージェンシー

〇〇飲料株式会社御中

〇〇〇ビール  
新発売キャンペーンのご提案

株式会社△△△エージェンシー

◀
▶

ダウンロード

---

**評価**

評価者 山田太郎

商品理解度	★★★★☆
コンセプト	★★★★☆
ターゲット訴求力	★★★★★
表現力	★★★★☆
コストカ	★★★★★

総合評価  
この文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメです  
この文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメです

---

評価者 田中太郎

商品理解度	★★★★☆
コンセプト	★★★★☆
ターゲット訴求力	★★★★★
表現力	★★★★☆
コストカ	★★★★★

総合評価  
この文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメです  
この文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメですこの文章はダメです

CSV ダウンロード

## 機能③ キャンペーン実績

媒体実績や広告表現を入力することで、キャンペーン全体や媒体ごとの実績が一覧で見られるのはもちろんのこと、キャンペーンの総評、それぞれの媒体ごとの評価を行うことができます。

### <キャンペーン実績入力内容>

- ・ 広告表現をアップロード
- ・ 媒体情報の入力 (TV・ラジオ・新聞・雑誌・交通・Web・SNS)
- ・ キャンペーンの全体の評価の入力
- ・ 使用した媒体の評価 (結果) の入力
- ・ その他マーケティングツールや報告資料のアップロード

※実績の入力は広告代理店の担当者をお願いすることで、代理店の報告業務も簡略化され、宣伝部のご担当者様の負担も軽減致します。

TVSPOT 実績

地域	媒体	放送	期間	予算総額	実績総額	稼働率	リーチ(総人口)	リーチ(人口%)	アドレタス(千人当り)
関東	日本テレビ	NTV	2019年 4月1日 - 2019年 4月30日	400,000,000	40,000,000	10.0%	200	1,200	5,200
			2019年 5月1日 - 2019年 5月31日	350,000,000	70,000,000	20.0%	300	1,500	5,100
			2019年 6月1日 - 2019年 6月30日	700,000,000	10,000,000	1.4%	700	10,700	10,200
中部	中部テレビ	CTV	2019年 4月1日 - 2019年 4月30日	25,000,000	25,000,000	100%	300	1,300	1,100
			2019年 5月1日 - 2019年 5月31日	40,000,000	20,000,000	50%	400	1,400	1,200
			2019年 6月1日 - 2019年 6月30日	110,000,000	1,000,000	0.9%	700	1,200	1,200
エリア平均	2019年 4月1日 - 2019年 6月30日		422,000,000	7,000,000	1.7%	715	4,225	7,845.3	
		2019年 4月1日 - 2019年 5月31日	465,000,000						
		2019年 5月1日 - 2019年 6月30日							

※4桁・5桁  
0で埋め替えてください

新発売キャンペーン  
TVSPOT 結果レポート

株式会社△△エージェンシー

ダウンロード

TVSPOT 総合評価

TVSPOTの総合評価 ★★★★★

メインターゲットに対する訴求力 ★★★★★

サブターゲットに対する訴求力 (SNS等で) 顕著化に寄与した ★★★★★

本キャンペーンにおける出稿量 ★★★★★

その他評価・次回に向けた反省

この実績が正しいです  
この実績が正しいです  
この実績が正しいです  
この実績が正しいです  
この実績が正しいです

CSVダウンロード

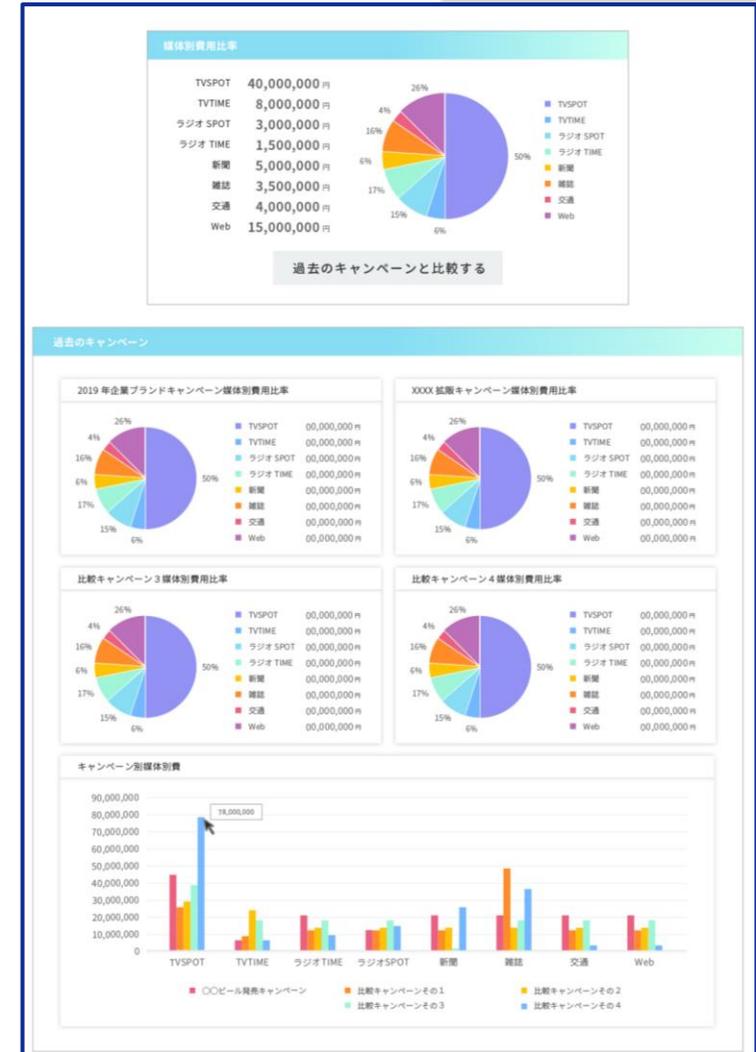
## 機能④ キャンペーン振り返り

実施したキャンペーン成果の概要が把握でき、グラフや表などを用いて、過去のキャンペーンとの比較も行えます。

### <キャンペーン振り返り内容>

- ・各媒体ごとの実績の比較
- ・キャンペーンの全体に関する比較  
(ターゲットへの訴求力やKPIの達成度など)
- ・評価の比較
- ・広告費の比較

※入力されたオリエンテーションからキャンペーン振り返りまでのデータはすべてCSV形式で書き出すことができるため、独自の報告書を作成する際にも便利です。



## 機能⑤ 情報共有設定

入力されたデータは必要に応じて、必要な人間に必要な範囲だけを開示できます。



# メリット



オリエン、プレゼン、実施した媒体およびクリエイティブ&その評価まで、あらゆるデータをひとつのダッシュボードで管理

**キャンペーンの全体像が把握しやすい**



クラウド上でデータを管理することで、アクセス権限があれば、いつでも、どこでも、誰でも閲覧ができる為リモートワークにも最適です。

**過去の情報へのアクセスが容易**



閲覧権限を必要な範囲に限定して、このシステムを共有することで、様々な立場の方と情報共有ができる

**部署や会社を越えた情報共有が簡単に**



同一のプラットフォームを継続的に使用することで、過去のキャンペーンと比較がしやすくなります。

**過去のキャンペーンと比較がしやすい**

**次回行うキャンペーンの示唆となるデータベースが構築され、重要な経営資産となります。**

# こんな悩みが解消します。

## <広告主の声>

### 引継ぎ資料作るのが面倒！

ITサービス/宣伝部担当

過去の実績がまとまっているので、業務の引継ぎが楽！

### 少人数で回しているから、細かいことまでできない！

食品メーカー/宣伝課長

必要なプロセスをサイト上で実行するだけで、全体を管理できるのでとても効率的！

### 前回と今回の違いってどこ？

製菓メーカー/宣伝課長

過去のキャンペーンと比較してグラフなどで表示ができるので違いがわかりやすい！

### 定量的なKPIがない場合の評価をどうする？

電子部品メーカー/広報課長

売上UPなど、キャンペーン目的が数値で測れないCPでもクリエイティブや媒体評価を定量的に記録できる。

### 次回のキャンペーンは何やろう？

食品メーカー/宣伝課長

これまでのキャンペーンを体系的に見返すことで、次回のキャンペーンを立案がしやすくなる。

### 去年なにやったっけ？

電子部品メーカー/広報課長

過去にどんなキャンペーンをやっていたか、結果も含め、すぐわかる！

### あいつはどんなことしてるの？

加工食品メーカー/宣伝部TV担当

媒体ごとに、縦割りで担当者が異なっているが、全体像を俯瞰して見られる！

### 資料をいちいち送るのが面倒！

電子部品メーカー/広報担当

必要な情報を代理店と共有することで、業務が効率化する！

### 上申するレポート作るのが面倒！

ファッション系流通/宣伝担当

代理店が入力した実績に自身の評価を入力するだけでレポートが完成！

## <広告代理店の声>

### 前任者の資料がない！

広告代理店A/営業担当

過去に提出した資料を今さら言われても、もう持ってない。ということが無くなります。

### オリエン時から話が変わってきた！

広告代理店H/ストラ

プレの時と事情が変わってきても、当初の話に立ち返りやすく、本来の趣旨を見失いにくい。

### 情報をあまり共有してくれない！

広告代理店A/営業担当

情報共有作業が簡単であることと、共有することで、効率化が図れるため、広告主から情報開示される機会が増える。

### レポートのフォームがバラバラ！

広告代理店A/メディアプランナー

実績を報告（入力）するフォーマットが統一されているので、レポートが作りやすくなります。

### 広告主の評価のポイントがわからない！

広告代理店A/クリエイティブD

広告主の評価が共有されることで、何を期待しているのか、次回の改善のポイントがわかるようになります。

## 広告効果測定ツールとの違い

広告効果測定ツールは**結果に対する分析**  
adlogは**プロセスも含めた評価ツール**として活用できます。

	取り扱いデータ	評価方法	情報共有機能	自動分析機能
adlog	企画立ち上げ時からのデータ	定性・定量両面の評価	社外との情報共有機能あり	△
既存ツール	企画終了時の結果データ	詳細な定量評価	社外秘の情報を扱う為、不可	○

昨今、精緻な解析を行うことができる優れたマーケティングツールが多数あり、ミクロな分析が可能となっています。しかし、一方でそれらの結果をもたらした要因（オリエン時に要因があったのか？プレゼン時の採択に要因があったのか？媒体選定時？広告表現のおかげ？）を振り返ることは既存のツールでは困難でした。adlogはマクロな視点でキャンペーンを捉えることができるツールです。

**このシステム上にデータマーケティング資料をアップロードすることで、ミクロな分析の閲覧からマクロな全体像把握までを可能にします。**

## 料金体系

adlogは、広告キャンペーンを行う上での後方支援的な役割で使用いただきつつ、継続的にご利用頂くことで経営資産化していただく為のツールです。その為できる限り安価でご提供したいと考えております。

<p><b>基本システム利用料</b> ストレージ容量30GB</p> <p>月額 <del>7</del> 万円</p> <p>先着20社限定 月額 5 万円</p>	<p>利用者アカウント追加</p> <p><b>無料</b></p> <p>※消費税別途</p>
<p>情報共有企業（広告代理店）追加利用料</p> <p>1社あたり月額 3 万円</p> <p>※情報共有企業の追加利用料は追加された企業へ請求することもできます。</p>	<p>初期システム導入費</p> <p>35万円</p> <p>※3キャンペーンまで登録できます。</p>
<p>ストレージ容量追加（10GB単位）</p> <p>月額 2 万円</p> <p>※30GBまでは基本システム利用料に含まれております。</p>	<p>キャンペーン追加登録費</p> <p>1キャンペーン追加 2 万円</p> <p>※3キャンペーンを超過（4キャンペーン目から）した際に発生いたします。</p>

例1) 初月に3キャンペーン実施し、2社の代理店と情報共有を行った場合。  
 初期システム導入費35万円+  
 基本システム使用料5万円+情報共有企業（広告代理店）追加2社×3万円  
 = 11万円/月

※情報共有企業（広告代理店）にかかる費用は、当該企業にご請求することもできます。

例2) 左記企業が翌月に2キャンペーン追加した場合（通算5キャンペーン）  
 左記月額11万円+キャンペーン追加2件×2万円=15万円  
 ※キャンペーンの追加は月額ではなく、追加した月のみ発生します。  
 次月にキャンペーンを追加しなかった場合は月額11万円に戻ります。

### <契約に際してのご注意>

本サービスは利用料金の日割り計算は行っておりません。Webサイト上で申し込みを行い、アカウントが発行された時からサービスの利用ができるようになると同時に月額の利用料が発生致します。

また、本サービスの解約は毎月15日にのみできることとしており、本サービスの解約にあたっては当社所定の方法で解約を希望する月の15日までに当社に通知することにより、本サービスを解約することができます。したがって毎月15日を超えての通知の場合、解約日は翌月末日となりますことをご了承ください。

## 会社概要



- 社名 : 株式会社アドログ
- 設立 : 2019年10月
- 代表者名 : 代表取締役CEO 本多 眞孝
- 事業所 : 神奈川県川崎市川崎区本町2-6-9
- 問合せ : info@adlog.jp

### 代表 本多 眞孝 略歴

広告業界に20年以上、営業として従事し、食品メーカー、医薬品メーカー、電機メーカー、アパレル、通信、保険など30社以上を担当。

2019年 8月 株式会社 アサツー ディ・ケイ退職。

2019年 10月 株式会社アドログ設立。

2019年 12月

『第121回かわさき起業家オーディションビジネス・アイデアシーズ市場』において

「かわさきビジネス・アイデアシーズ賞」

「きらぼし銀行賞」

「はまぎん賞」の3賞を受賞。

## 広告ビジネスをクライアントファーストに。

どうしてこの国のメディアは、  
 広告主によって媒体費がちがうのだろう。  
 どうして広告の制作費には、  
 不透明な部分がたくさんあるのだろう。  
 20年以上におよぶ広告代理店でのキャリアの中で、  
 私には疑問を感じる事がたくさんありました。  
 広告キャンペーンに携わる人々の間で  
 データや情報がきちんと管理・共有されて  
 いないこともそのひとつです。  
 過去の広告キャンペーンのデータは、  
 かけがえのない知見であるはずなのに。  
 これからを示す羅針盤であるはずなのに。  
 そんな歯がゆい思いを、たくさんしてきました。  
 いま、メディア環境の変化にともなって、  
 広告ビジネスの世界は複雑化の一途をたどっています。  
 きっとこれからも、広告を取り巻く世界には  
 想像もできない変化が待っているでしょう。  
 そのとき、ひとつひとつの広告が  
 正しい目的を果たせるように。  
 クライアントの想いがひとつひとつ  
 きちんと実を結んでいけるように。  
 広告ビジネスを、クライアントファーストに。  
 adlogは、そんな思いから生まれた会社です。

株式会社 アドログ  
 代表 本多眞孝

adlog

✉ [info@adlog.jp](mailto:info@adlog.jp)