

2019年2月15日
株式会社サイカ

報道関係各位

広告効果分析ツール「XICA magellan」、 「ショップジャパン」を運営するオークローンマーケティングが導入

販売チャネルごとの分析実績をもとに、
チャネル横断の「施策の本当の効果」の検証を目指す

株式会社サイカ（本社：東京都千代田区、代表取締役 CEO：平尾 喜昭、以下「サイカ」）の広告効果分析ツール「XICA magellan（以下マゼラン）」は、通販ブランド「ショップジャパン」を運営する株式会社オークローンマーケティング（本社：愛知県名古屋市、代表取締役会長兼社長：ロバート・W・ローチ、以下「オークローンマーケティング」）に、マーケティング活動の最適化を図るソリューションとして導入されました。



株式会社オークローンマーケティング
左から、伊藤 豪 氏、荒瀬 景子 氏、王 穎 氏

コメント：株式会社オークローンマーケティング Marketing Analytics Section
マネージャー 荒瀬 景子 氏、リーダー 伊藤 豪 氏、王 頴 氏

■ マゼラン導入の背景

オークローンマーケティングでは、これまで注力してきたテレビ通販に関するデータ収集や効果検証、EC 等の販売チャネルごとの効率化、および各販売チャネルのレポートやオペレーションの整備といった取り組みに加え、現在ではチャネルを横断した分析を始めています。そのため、チャネルを横断した統合分析の精度を高め、間接効果も含めた「施策の本当の効果」を検証したいという課題がありました。

■ マゼランを選んだ理由

マゼランは、オークローンマーケティングが広告効果の統合分析に必要だと考える「①成果を定量的に示せること」、「②成果を生む構造を理解できること」、「③将来の成果の予測ができること」という条件を満たし、汎用性もあることから、導入に至りました。

■ 今後の展開

現在、オークローンマーケティングでは会社を挙げて、マゼランによるプロモーション分析・マーケティング設計に取り組もうとしており、今後は以下のような展開をしてきたいと考えています。

- チャネルを横断した分析による、間接効果も含めた広告施策効果の検証
- 分析結果に基づく広告予算配分の最適化
- 分析モデルの改善サイクルの定着
- 効果測定をマゼランに任せることによる、分析リソースの最適化（人的リソースの予測モデル構築への集中など）

参考リンク

マゼラン導入インタビュー 株式会社オークローンマーケティング 様

<https://xica.net/magellan/interview-post/oaklawn/>

● XICA magellan について <http://xica.net/magellan/>

ウェブ広告（リスティング広告、動画広告など）やテレビ CM、交通広告など多種多様な広告効果を統合的に分析し、広告予算の最適な配分案を算出することで、企業の全体最適なマーケティング活動を支援するツールです。

2016年9月の提供開始から約1年で、すでに国内の広告宣伝費トップ100企業¹の1

¹ 出典：「広告宣伝費」が多いトップ300社ランキング | 東洋経済オンライン | 2017年09月10日 (<http://toyokeizai.net/articles/-/187757>)

割の企業で広告分析にマゼランが利用され、高い評価を得ています。

●株式会社サイカについて <http://xica.net/>

サイカは、“すべてのデータに示唆を届けすべての人に幸福を届ける”というミッションのもと、2012年の創業以来、統計分析システムの企画・開発・提供分野において急成長を続けているITプロダクト開発企業です。創業当時より「分析のプロ」ではなく「現場のプロ」であるビジネスパーソンをユーザー対象としており、その独自戦略のもとに鍛え上げられた、プロダクトの操作性と直観性が高く評価されています。