

2019年3月6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」で ディーアンドエム社の消費者意識調査データが利用可能に

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）は、株式会社ディーアンドエム（本社：東京都新宿区、代表取締役：杉村 昌宏、以下ディーアンドエム）と業務提携し、サイカが提供する広告効果分析ツール「XICA magellan（以下マゼラン）」で、ディーアンドエムが提供する生活者意識調査データを利用して分析することが可能になりました。

近年の消費者ニーズの多様化・細分化に伴い、企業の広告戦略も複雑化しています。その状況において、オンライン広告¹は Web のログなどの行動データで、オフライン広告²はブランドリフト調査などのアンケートで、一般的にはそれぞれ個別に効果測定が行われています。マゼランは、オンライン広告・オフライン広告を統合的に分析することができ、メディア横断的な広告効果の可視化を可能にしたことから、提供開始から約 2 年間で既に国内大手企業を中心に 80 社以上で導入されており、注目を集めています。

この度の業務提携により、オンライン広告・オフライン広告の統合的な分析をさらに発展させ、1) 分析結果の変動要因の把握、2) より緻密な広告戦略のチューニングとマーケティング成果のシミュレーション、が可能になります。

本業務提携の背景

「マゼラン」は、日次・週次単位のデータを分析し、「オンライン・オフラインを横断した広告効果の評価」、「投資対効果を最大化する予算配分」を支援するツールで

¹ オンライン広告とは、インターネット上で出稿される広告のことで、リスティング広告、動画広告、メール広告、SNS 広告などが含まれます。

² オフライン広告とは、インターネットを介さない広告のことで、テレビ CM、ラジオ、新聞、雑誌、チラシなどが含まれます。

す。しかし、多くの企業において、売上や広告出稿量、広告出稿日時などの「量的」データは日次・週次単位のデータが存在する一方、認知度や購入意向度などの「意識」データは日次・週次単位のデータが存在せず、そのため、広告効果の上下変動要因（出稿量が変わらないにもかかわらず、分析結果で示された広告施策の効果が急に下がった場合の要因など）の把握は難しい状況でした。

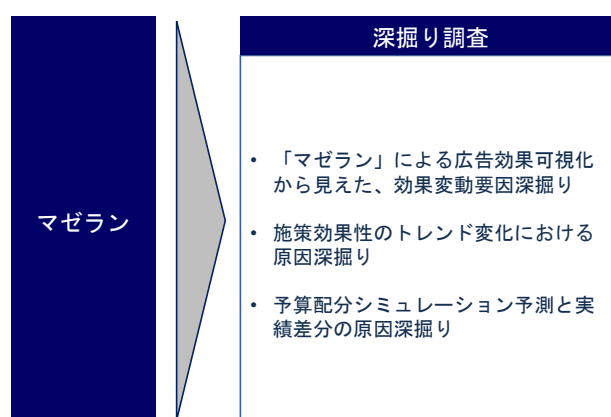
また、ディーアンドエムにおいても、デジタル広告分野でのアトリビューション分析や、オフライン広告分野も含めた広告接触者へのブランドリフト調査、広告効果の上下変動要因調査などを提供し、顧客企業における広告効果の可視化に貢献しているものの、オンライン広告・オフライン広告を統合した広告効果を把握するソリューションとしては、調査をベースにした意識データの提供に留まっていました。

サイカの「マゼラン」× ディーアンドエムの意識調査データにより可能になること

1) 分析結果の変動要因の把握

出稿量に変化がないにもかかわらず、マゼランの分析で示された広告施策の効果が急激に下がった（上がった）場合に、その要因について、消費者意識（広告接触者の属性、広告訴求内容評価、購入意向など）を調査した上で、広告接触者のプロフィールからターゲットのアンマッチ度の確認、ターゲットに対する訴求内容の適切性などを分析することで、広告効果の向上に重要な要素を検証することができます。

1) 広告効果分析結果の変動要因の把握

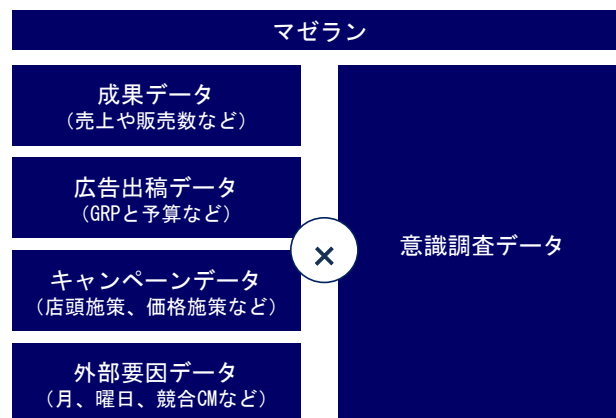


マゼランの分析およびシミュレーションの結果を深掘りするため、マーケティングデータからは見えてこない広告効果変動した要因を定量的な調査により把握し、その結果をマーケティング施策に活用します。

2) より緻密な広告施策のチューニングとマーケティング成果のシミュレーション

売上、広告出稿量、広告出稿日時などの「量的」データに加え、ブランド認知、ブランド好意度、ブランド購入意向などの、消費者の「意識」データが日次ベースで取得できるようになったことで、消費者の「意識」データを「マゼラン」にインプットし、認知率、好意度などの指標が、マーケティング成果にどのように作用するものなのかを把握でき、マーケティング成果のシミュレーションに活用することが可能になります。

2) より緻密な広告施策のチューニングと マーケティング成果の予測



意識調査データを「マゼラン」の統合分析モデルに組み込むことで、各種マーケティング施策により、認知率や好意度がどのように変化するのか、その認知率や好意度が1pt向上することにより、売上がどの程度向上するのかを可視化します。

● 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³の1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。

³ 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>)

●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。

●株式会社ディーアンドエム 会社概要

会社名：株式会社ディーアンドエム

本社所在地：〒163-1424 東京都新宿区西新宿3丁目20番2号

代表者：杉村 昌宏（すぎむら まさひろ）

設立：2015年4月1日

URL：<https://www.d-and-m.co.jp/>