

2019年7月10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」、オルビスが導入 ブランド領域のプロモーション効果可視化に活用

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）」が、化粧品の企画・開発・販売を行うオルビス株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：小林 琢磨、以下「オルビス」）に導入されました。



オルビスのスキンケアシリーズ「ORBIS U」

【オルビス株式会社】

主カブランド「ORBIS U」「ORBIS DEFENCERA」をはじめ、スキンケアを中心とした化粧品、食品、ボディウェア等を提供。

<事業概要>

1987年創業。ポーラ・オルビスグループの基幹ブランド・通販化粧品のパイオニアとして誕生し、通販チャンネルで成長。

「自分らしく前向きに、美しく生きる人々であふれた世界を実現する。」をミッションに2018年8月、新ブランドメッセージ「ここちを美しく。」を発表。

同年主力のスキンケアシリーズ「ORBIS U」を刷新し、19年日本初の、肌へのトクホ「ORBIS DEFENCERA」の提供を開始。

プロダクト、サービス、組織の改革で従来の総合通販ビジネスからビューティーブランドビジネスへの転換を図る。

■ マゼラン導入の背景

オルビスは、2018年10月にリブランディングを行い、従来の通販ビジネスからブランドビジネスへの転換を図っています。

そのため、プロモーション戦略においても、顧客の具体的な行動を促すダイレクト領域のプロモーションに広告費の大半を投資する従来の方針を転換し、自社のブランド形成を促すブランド領域のプロモーションへの投資を拡大しています。

それに伴い、ブランド領域のプロモーション施策の効果測定、顧客とのブランドコミュニケーション全体を評価する仕組みの整備が重要課題となり、それらを解決することを目的にマゼランの導入に至りました。

■ オルビス株式会社 マーケティング戦略部 新規戦略グループ グループマネジャー 今井 良輔 氏からのコメント

オルビスは売上の多くの割合を通販が占めているので、お客様個々に紐づくデータを取得しやすく、これまでプロモーションの評価は「個人を特定して追跡する」というアプローチが主でした。（中略）しかし、私は個人で見るアプローチも、全体を俯瞰して見るアプローチも両方必要だと考えています。個人で見るアプローチだけに頼ると、「木はものすごく見ているけど、森がどうなっているかを見ていない」状態になってしまいます。木ばかりを見た結果、上から見たら「いびつな形の森になってしまった」という事態は避けたいと思い、全体を俯瞰できるマゼランを導入しようと考えました。



オルビス株式会社

左から、マーケティング戦略部 新規戦略グループ グループマネジャー 今井 良輔 氏、
同部 コミュニケーション戦略グループ 諸町 実希 氏

参考リンク

マゼラン導入インタビュー オルビス株式会社

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

●XICA magellan について <http://xica.net/magellan/>
インターネット広告（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、国内の広告宣伝費トップ100企業¹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。

●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

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>)

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。