

2019年10月3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」、ヤマキ株式会社が導入 5年連続2桁成長を実現した「白だし」の成功要因を可視化

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、鯉節を中心とする調味料の製造・販売を行うヤマキ株式会社（本社：愛媛県伊予市、代表取締役社長：城戸 善浩、以下「ヤマキ」）に導入されました。



■ マゼラン導入の背景

ヤマキは、同社が提供する液体調味料「割烹白だし」において、テレビ CM、Web 広告、SNS など、様々な情報チャネルを活用して消費者とのマーケティングコミュニケーションを図る「統合型マーケティング」を実践し、2019 年秋まで 5 年連続で売上を 2 桁成長させることに成功しました。

しかし、統合型マーケティングの中で実施する様々なマーケティング施策が売上に与える効果を測定することが難しく、統合型マーケティングの成功要因を可視化できないことが課題となっており、この課題を解決することを目的にマゼランの導入に至りました。

■ ヤマキ株式会社 取締役常務執行役員 小澤 真 氏からのコメント

統合型マーケティングの中で、実施した色々な施策の効果が可視化されて、それぞれが成果にどれくらい貢献したかが見えた、というのがマゼランを導入した一番のメリットだと思います。（中略）感覚的に効果が高いと捉えていた施策が分析結果でも非常に大きな貢献を示していて、感覚が数字で裏付けられました。また、デジタル領域の施策についても成果への貢献度がちゃんと見えるようになっていて、それをベースにそれぞれ

れの施策の広告費を増やした時、減らした時、維持した時に売上がどのように変化するかシミュレーションもできました。こうした分析結果が次の施策に繋がってくると感じ、そこにも大きなメリットを感じます。



ヤマキ株式会社

左から、取締役常務執行役員 小澤 真 氏、家庭用事業部課長 岡田 太一 氏

参考リンク

マゼラン導入インタビュー ヤマキ株式会社

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

●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。

テレビ CM を出稿する国内大手企業を中心に 90 社以上で導入され、国内の広告宣伝費



トップ 100 企業¹の 10%以上が広告分析にマゼランを利用するなど、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。

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>)