

報道関係各位

2020年9月9日  
株式会社サイカ  
アタラ合同会社

**サイカとアタラが業務提携**  
**広告主が自らデータ収集から分析、投資の意思決定まで**  
**一気通貫で行うことができるインフラ構築を目指す**

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）と、アタラ合同会社（本社：神奈川県横浜市、CEO：杉原 剛、以下アタラ）は、業務提携したことを2020年9月9日(水)にお知らせします。

本提携を契機とし、サイカとアタラは両社のソリューションを組み合わせることで、広告を出稿する企業がオンライン広告<sup>1</sup>・オフライン広告<sup>2</sup>の両面で、データの収集・整形から、分析による示唆の抽出、示唆に基づく投資の意思決定までを高速で行うことができるインフラを共同で構築していきます。

※ プレスリリースは両社の Web サイトでも公開しています。

サイカ：<https://xica.net/partnership-atara/>

アタラ：[https://www.atara.co.jp/news/xica\\_atara.html](https://www.atara.co.jp/news/xica_atara.html)



**【本提携の概要】**

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）」は、データ

<sup>1</sup> 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。

<sup>2</sup> 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。

サイエンティストなど分析の専門家でないとも実践が難しい MMM（マーケティング・ミックス・モデリング）<sup>3</sup>を、分析の専門知識を持たない現場のマーケティング担当者が実践することを可能にし、国内 No.1 の MMM ツール<sup>4</sup>としてテレビ CM を出稿する国内大手企業を中心に 100 社以上に導入されています。

一方、アタラが提供する運用型広告レポート作成支援・データ収集エンジン「glu（グルー）」は、複数の運用型広告メディア・ツールのデータを取り込み、Excel で表現できるあらゆるフォーマットのレポート自動生成や、BI・ダッシュボードへのデータ供給エンジンとして、また広告代理店・広告主の広告運用や、モニタリング、レポートニング、改善アクション発見などの工数削減や効率化、人手由来のミスを低減するツールとして利活用されています。

両社のソリューションを組み合わせることにより、以下のような課題を解決します。

### ① オフライン広告や外部要因の影響を加味したオンライン広告効果の可視化

従来、オンライン広告を中心とする広告戦略を展開する企業においては、オフライン広告の出稿量が少ないが故に、オフライン広告による影響は加味せずにオンライン広告の効果測定を行わざるを得ないケースが多い状況でした。

両社のソリューションによって、オフライン広告や、季節性などの外部的な要因による影響も加味した上で、より精緻にオンライン広告の効果可視化することが可能になります。

### ② オフライン広告の出稿量が少なくてもオフライン広告効果測定が可能に

また従来、オンライン広告を中心とする広告戦略を展開する企業においては、オフライン広告の効果測定を行おうとしても、出稿量が少ないが故に、データ上の制約から売上などの最終成果との関係性を導くことが難しいケースが多い状況でした。

両社のソリューションによって、運用型広告のデータ収集・整形にかかる作業負荷が大幅に軽減されるため、SNS 広告などの運用型広告データをターゲット別やセグメント別に簡単に分解し、最終成果に対する中間指標として用いて分析することで、出稿量が少なくても、オフライン広告の効果測定を行うことが可能になります。

### ③ 顧客獲得施策としてだけでなく、顧客理解と洞察のための運用型広告データ利活用 「インターネット広告費が、6年連続2桁成長」<sup>5</sup>、またインターネット広告費について

---

<sup>3</sup> MMM（マーケティング・ミックス・モデリング）とは、統計的な分析手法を用いて、さまざまなマーケティング施策が売上などの事業成果に与える効果を定量的に測定し、マーケティング投資の最適化やシミュレーションを行うものです。

<sup>4</sup> 調査期間：2019年10月16～18日／調査概要：マーケティングミックスモデリングツールおよびオンオフ統合分析ツール10社を対象としたイメージ調査／調査手法：インターネット調査／調査対象者：22-69歳、男女、全国、マーケティング職種、上場企業勤務、TVCM出稿企業勤務／調査委託先：株式会社ショッパーズアイ

<sup>5</sup> 出典：2019年日本の広告費 | 株式会社電通 | 2020年3月11日

て「運用型広告が全体の約 80%を占め前年比 115.2%と成長」<sup>6</sup>とレポートされている通り、運用型広告市場は成長し続け、広告主のプロモーション・顧客獲得施策に欠くことができない存在になりました。

一方で、運用型広告は顧客獲得施策としての立ち位置だけでなく、顧客の属性や興味、エリア、接触履歴などを取得するデータソースとしての活用も始まっています。しかし、活用するためのインフラやサービスの整備はまだ進んでいません。各プラットフォーム間のデータ構成や階層、カラム名の違いなどをクレンジング、利活用できる形に直した上で広告主に提供する必要があります。サイカ・アタラが連携してこれらの受け皿となり、広告主にご利用いただける形で提供していきます。

#### ④ オンライン広告データの収集・整形自動化による示唆の抽出・意思決定の高速化

オンライン広告の多くを占め、年々構成比を増大させている運用型広告ですが、データの収集・整形にかかる重い作業負荷は、企業の広告戦略におけるデータ活用の障害になっています。

両社のソリューションによって、さまざまな運用型広告メディアやツールから自動的にデータを取り込み、統合して管理できるようになります。データの収集・整形にかかる作業負荷の大幅軽減、取り込むデータのリッチ化により、分析による示唆の抽出、示唆に基づく投資の意思決定といったデータ活用のサイクルを従来よりも高速で回すことが可能になります。

---

(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2020/0311-010027.html>)

<sup>6</sup> 出典：2019 年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析 | 株式会社 D2C・株式会社サイバー・コミュニケーションズ・株式会社電通・株式会社電通デジタル | 2020 年 3 月 17 日

(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2020/0317-010029.html>)

## 課題解決に向けたサイカ×アタラのサービスタッグ

- オンライン／オフライン広告や外部要因の統合分析サービスを提供するサイカと、運用広告データの収集／整形サービスを提供するアタラがタッグを組み、データ収集から分析まで運用を自動化し、広告主の皆様を支援



### MAGELLAN



**提供価値 1**  
オンライン広告やオフライン広告、外部要因を統合し間接効果を加味した広告効果を可視化

**提供価値 2**  
広告全体の最適予算配分案を算出することにより広告の費用対効果改善を実現

各構築の広告効果と成果までのルート可視化

成果を最大化するための最適予算配分案

### glu

APIを活用して運用広告／効果測定データを取り込み統合正規化し、レポートやキャンペーンの一元管理、レポート作成の自動化を実現

主な運用広告データ

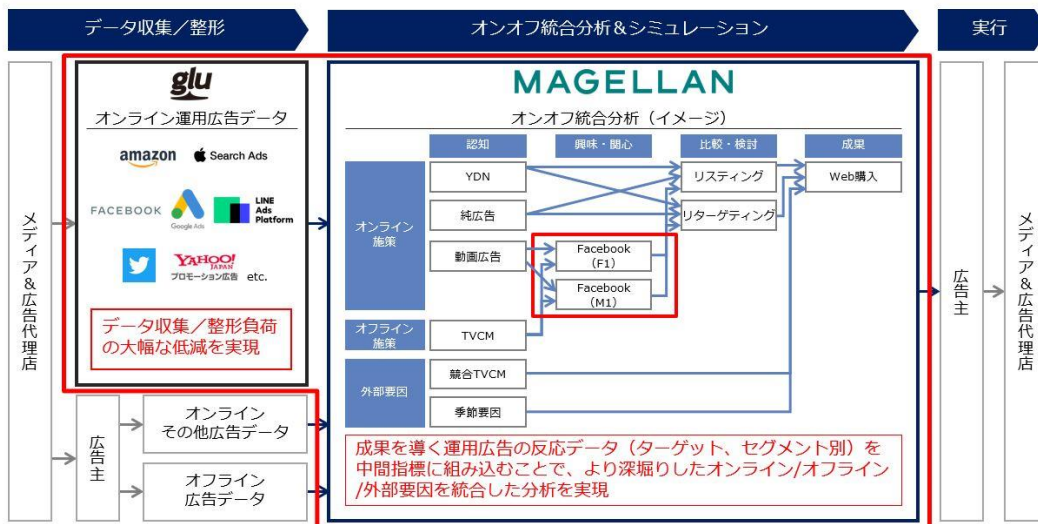


### 【今後の展開】

本提携に伴い、サイカとアタラはまず両社ソリューションの共同提供を開始します。そして2021年を目処に、両社プロダクトの連携や、共同ソリューションの開発に着手し、広告を出稿する企業がオンライン広告・オフライン広告の両面で、データの収集・整形から、分析による示唆の抽出、示唆に基づく投資の意思決定までを高速で行うことができるインフラの構築を目指していきます。

## magellan×gluサービス概要

- magellan×gluによりデータ収集/整形から統合分析&シミュレーションまで一気通貫したサービス提供を実現し、分析準備負荷を大幅に低減し、より詳細化した分析アウトプットが可能



### ●株式会社サイカについて

商号： 株式会社サイカ

代表者： 代表取締役 CEO 平尾 喜昭 (ひらお よしあき)

所在地： 東京都千代田区西神田 2 丁目 5 番 2 号 TAS ビル 2F・3F

設立： 2012 年 2 月 20 日

主な事業：プロダクト開発事業

URL： <https://xica.net/>

### ●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)、テレビ CM、交通広告など多種多様な広告の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します。国内 No.1 の MMM ツールとしてテレビ CM を出稿する国内大手企業を中心に 100 社以上の企業に導入され、国内の広告宣伝費トップ 100 企業<sup>7</sup>の 10%の企業で広告分析にマゼランが利用されるなど、高い評価を得ています。

### ●アタラ合同会社について

<sup>7</sup> 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>)



商号： アタラ合同会社

代表者： CEO 杉原 剛（すぎはら ごう）

所在地： 神奈川県横浜市青葉区元石川町 3712-12-D

設立： 2009年9月10日

主な事業：

- ・運用型広告の運用支援、インハウス化支援、トレーニング
- ・企業内外のビジネスダッシュボード構築、各種データ収集コンサルティング
- ・解析ツール設定支援、導入コンサルティング
- ・運用型広告データ自動収集・出力・ダッシュボードシステム「glu」の提供
- ・Web API を活用したテクノロジー・ソリューションの開発

URL： <https://www.atara.co.jp/>