

国内No.1の広告効果分析ツール

「ADVA MAGELLAN（アドバ マゼラン）」提供開始5周年

フジテレビジョンと共同研究で判明した「テレビCMがもつ本当の広告効果」を公開

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）の提供する国内No.1の広告効果分析ツール（*1）「ADVA MAGELLAN（アドバ マゼラン）」は、2021年9月20日にサービス提供開始から5周年を迎えました。また、提供5周年に際し、株式会社フジテレビジョン（本社：東京都港区、以下 フジテレビジョン）とサイカは「テレビCMの効果」に関する共同研究を行いました。

※ プレスリリースは当社Webサイトでも公開しています。

<https://xica.net/news/advamagellan-5th-anniv>

ADVA MAGELLAN

5th Anniv.

【ADVA MAGELLANの概要と実績】

ADVA MAGELLANは、サイカが提供するアドソリューションADVAのサービスの一つで、効果の見えにくいテレビCMや交通広告などを含む、あらゆる広告の効果を可視化することができる、国内No.1の広告効果分析ツール（*1）です。

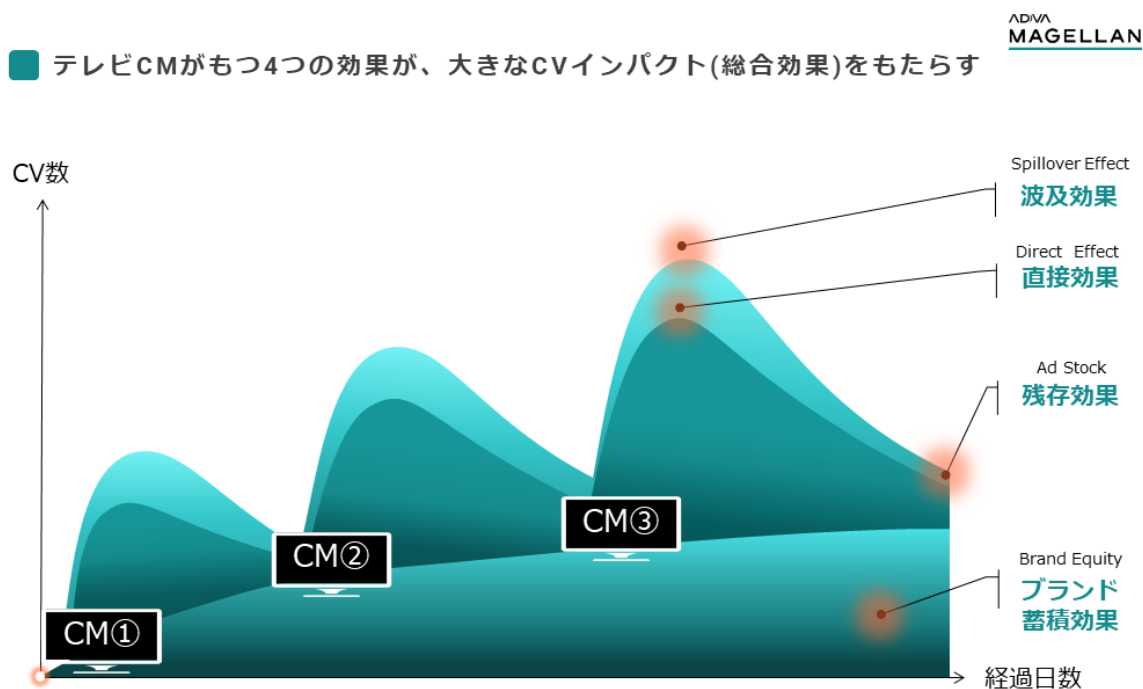
2021年9月時点での導入社数は、国内大手企業を中心に160社以上で、広告宣伝費トップ100社（*2）のうち30%以上の企業に導入されています。

2016年に提供を開始して以来、ADVA MAGELLANは、幅広い業界におけるマーケティングの最適化をサポートしてきました。

【フジテレビジョンとの共同研究で判明したテレビCMがもつ本当の広告効果】

サイカは、ADVA MAGELLAN提供開始5周年に際しフジテレビジョンと共同研究を行い、この研究により明らかになった「テレビCMがもつ本当の広告効果」を公開します。

この共同研究では、サイカの保有する75社109ブランド249事例を統計処理した分析データを解析することで、これまで不明瞭だったテレビCMの広告効果に影響を及ぼす要素を可視化しました。



※この図表は概念図であり各効果がもたらす実際のCV数や割合を表すものではありません

テレビCMがもつ本当の広告効果

この共同研究の結果、テレビCMの広告効果に影響を及ぼす要素として、「波及効果」「残存効果」「ブランド蓄積効果」、そして「直接効果」を含めたコンバージョン（CV）獲得インパクトをあらわす「総合効果」がわかりました。

①波及効果「テレビCMは、指名検索数・店頭販売率を底上げする」

テレビCMの波及効果により、カスタマージャーニーにおける重要指標「指名検索数・店頭販売率」を押し上げる効果が高く、後方支援的役割をあわせもつことがわかりました。

②残存効果「テレビCMは約10週間残存する」

テレビCM放送から購買までのリードタイムが長くても、テレビCMの高い訴求力がブランドを想起させ購買に導くことが明らかになりました。

③ブランド蓄積効果「テレビCMは短期で獲得したCV数の+65～70%を長期で獲得する」

テレビCMのもつブランド蓄積効果が、長期にわたって生活者の購買行動をリードしていることが明らかになりました。

④総合効果「テレビCMは、総合的にCV獲得インパクトが大きい」

テレビCMの高い総合効果により、動画広告の約5倍のCV獲得を実現しました。また、ターゲティングによって効率的運用ができるインターネット広告と組み合わせることで、さらに効果的な展開が可能になることが示唆されました。

今後もサイカでは引き続き、データサイエンスの力で広告の事業成果に対する貢献度を可視化し、正しいデータに基づく意思決定を可能とすることで、企業の事業成果最大化を支援してまいります。

※本研究レポートのフルレポートは下記よりご確認ください。

フジテレビ for Business「TVCM DATA Analysis」

<https://biz.fujitv.co.jp/report>

【5周年にあわせて動画を公開】

ADVA MAGELLAN提供開始5周年にあわせ、新たな動画広告の配信を開始します。



■新動画広告の概要

- 動画タイトル：「CM担当者のミッション」篇
「広告責任者のみなさまへ」篇
「経営者のみなさまへ」篇
- オンエア期間：2021年9月14日（火）～
- 動画配信媒体：YouTube、Facebook、タクシー、ADVA MAGELLAN公式サイト

■新動画広告のポイント

「広告」と「売上」との関係の説明することは容易ではありません。曖昧にしてきた「広告」と「売上」との関係をADVA MAGELLANで可視化することによるメリットを、ストレートで、シンプルに伝えることを意識して制作しました。ADVA MAGELLANのイメージカラーであるグリーンの世界で、演者が視聴者に語りかけるストーリーとなっています。知的で上質な世界観は残しつつ、演者のミニマムな動きやナレーションで、少しでもユーモラスな雰囲気を作り、親近感を損ねないようにしました。

■新CM動画リンク

- 「CM担当者のミッション」篇（60秒） : <https://youtu.be/TiPVr2zeInc>
- 「広告責任者のみなさまへ」篇（30秒） : <https://youtu.be/QxivedgS4BM>
- 「経営者のみなさまへ」篇（30秒） : <https://youtu.be/cA7LZ33cI0w>

【ADVAについて】

ADVAとは、データサイエンスを駆使して、テレビCMを中心としたマーケティングの成果を最大化させるサービスです。広告効果の可視化や最適な予算配分をはじめ、メディアプランニングやクリエイティブの設計、バイイングまでワンストップで行います。

※ADVA Webサイト : <https://xica.net/adva/>



ADVAのサービス概念図

【会社概要】

- 会社名 : 株式会社サイカ
- 代表者 : 代表取締役CEO 平尾 喜昭
- 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・6F
- 設立 : 2012年2月
- URL : <https://xica.net/>

※サイカおよびXICA、ADVAの名称・ロゴは、日本国およびその他の国における株式会社サイカの登録商標または商標です。

※その他、記載されている会社名・商品名についても、各社の商標または登録商標です。

(*1) クロス・マーケティンググループの株式会社ショッパーズアイが、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を上場企業のマーケティング担当者149名に対して行った調査

- 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、テレビCM出稿企業勤務している方149名

(*2) 出典：日経広告研究所（編）「有力企業の広告宣伝費—NEEDS日経財務データより算定〈2019年版〉」（日経広告研究所、2019）