

2019年10月8日

株式会社サイカ

株式会社メンバーズデータアドベンチャー

報道関係各位

**サイカとメンバーズデータアドベンチャーが
分析ツールと専門人材パッケージサービスを提供開始
マーケティングデータ利活用における企業課題を解消**

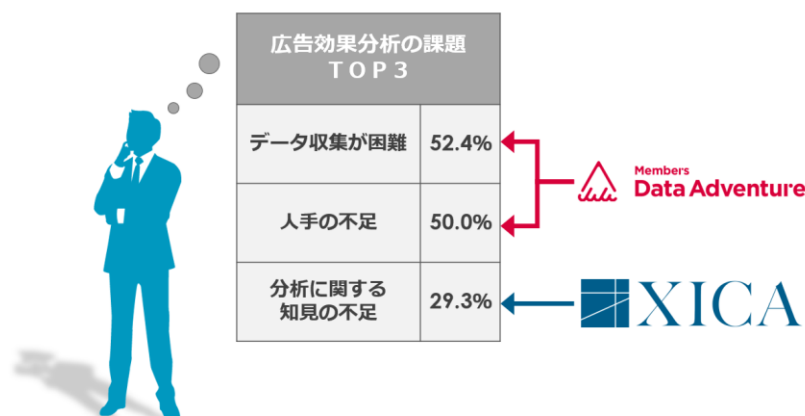
株式会社サイカ（本社：東京都千代田区、代表取締役 CEO：平尾 喜昭、以下サイカ）とメンバーズグループの株式会社メンバーズデータアドベンチャー（本社：東京都品川区、代表取締役社長：白井 恵里、以下メンバーズデータアドベンチャー）は、サイカが提供する広告効果分析ツール「XICA magellan（以下マゼラン）」と、メンバーズデータアドベンチャーが提供するデータサイエンス領域に特化した人材派遣サービスの共同サービスパッケージの提供を開始し、マーケティング領域のデータ利活用における人材不足、知見不足などの課題解消を実現いたします。

近年、企業の事業活動におけるデータ利活用の重要性が高まる一方で、データサイエンス人材の不足¹など、課題も浮き彫りになっています。

¹ 出典：Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity | McKinsey Global Institute | 2011年6月

マーケティング領域においてもその傾向が見られ、調査によれば²、広告の効果測定を目的とするデータ分析において課題の上位に挙げられるのは「データ収集が難しい」「人材の不足」「分析に関わる知見の不足」の3つです。

マーケティングデータ利活用における企業課題



サイカが提供するマゼランは、データサイエンティストなど分析の専門家でないと実践が難しいMMM（マーケティング・ミックス・モデリング）³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、テレビCMを出稿する国内大手企業を中心とする90社以上に導入されています。

メンバーズデータアドベンチャーは、データサイエンス領域に特化した人材派遣サービスを提供しており、データの収集・管理、データの分析など、企業がデータ利活用を推進する上で人的リソース確保が困難な業務領域の高スキル人材を提供することができます。

これらの両社のソリューションを組み合わせることで、データの収集・管理、分析、分析結果に基づくマーケティング戦略構築まで、マーケティングデータ利活用のプロセスで生じる人材不足、知見不足といった企業課題を解消することができます。

² 出典：企業の広告宣伝担当者に聞いた、広告の効果測定方法に関するアンケート調査 | 株式会社サイカ | 2018年4月26日

³ 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、様々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。

●XICA magellan について <http://xica.net/magellan/>
インターネット広告⁴とテレビ CM、交通広告などのオフライン広告⁵の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⁶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。

●株式会社メンバーズデータアドベンチャーについて <https://www.dataadventure.co.jp/>

株式会社メンバーズ（東証一部上場）の子会社。メンバーズグループが20年以上かけて培ってきたデジタルマーケティングの知見を生かし、データサイエンス人材に特化した会社として設立しました。採用やマネジメントが難しいデータサイエンティスト、データアナリスト、機械学習エンジニアの無期雇用派遣を行っています。

⁴ インターネット広告とは、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。

⁵ 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。

⁶ 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>)