

2018年10月12日

株式会社サイカ

広告効果分析ツール「XICA magellan(サイカ マゼラン)」新機能をリリース

～食品、飲料、化粧品等の業界課題に対応～

広告効果分析ツール「XICA magellan (以下マゼラン)」を提供する株式会社サイカ(本社：東京都千代田区、代表取締役 CEO：平尾 喜昭、以下「サイカ」)は、マゼランの新機能として、交通広告などの週次データを使って分析ができる「週次分析機能」を本日2018年10月12日(金)にリリースしました。この新機能により、食品、飲料、化粧品など、FMCG¹関連企業において、インターネット広告²、オフライン広告³を統合した広告効果分析、および広告出稿プランの最適化にマゼランを活用しやすくなります。



■ 新機能リリースの背景

マゼランは、インターネット広告、オフライン広告、および外部的な影響要因(競合の動きなど)を統合的に分析し、広告の効果測定、および広告出稿プランの最適化を支援するツールです。今回新しく実装された「週次分析機能」は、FMCG 商材を提供する企業や、実店舗を展開する企業より多く寄せられた要望を基に実装されました。

従来、マゼランで分析する際に使用できるのは「日次データ」のみでしたが、「週次分析機能」のリリースにより、「週次データ」を使って分析できるようになります。それにより、FMCG 商材を提供する企業や、実店舗を展開する企業に対し、以下のような価値が新たに提供されるようになりました。

¹ Fast Moving Consumer Goods (日用消費財)の略。食品、飲料、化粧品など、低価格で、比較的短期間で消費される製品を指します。

² 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。

³ 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。

1. 週次データしか存在しないデータを分析に使用可能に

FMCG 商材を提供する企業や、実店舗を展開する企業においてよく用いられ、日次ではなく週次データしか存在しないことが多い、以下のようなデータが分析に使用できるようになります。

- 各種オフライン広告の出稿データ
 - 交通広告などの屋外広告
 - キャンペーン
 - チラシ掲載

2. 曜日単位で実施する施策を考慮した分析が可能に


特定の曜日に顧客が集中する業界では、たとえば土日の特売情報を平日にチラシ掲載するなど、曜日を考慮した広告施策が実施されているケースが多く見られます。週次データを分析に使えるようになることで、この業界特性を反映した分析を実施することが可能になります。

■ 週次分析機能について

「週次分析機能」のリリースに伴い、マゼランへのデータ登録、広告出稿プラン最適化の機能がアップデートされます。

1. データのインポート

従来の日次データに加えて、週次データをマゼランに登録することができるようになります。

データ登録 

データ統合 

データ・フォーマットダウンロード

データ登録

統合前の変数を表示 統合後の変数を表示

※週次データの入力方法について※

変数	単位	登録 ステータス	データ 連携方法	データ末日	データ数	最大値	最小値	平均値
オフライン 								
TVCM								
 PR	grp	未登録	手動	-	-	-	-	-
PR	grp	未登録	手動	-	-	-	-	-
 イメージ訴求	cost/grp	登録済み	手動	2016-05-03	-	-	-	-
イメージ訴求	cost	登録済み	手動	2016-05-03	365	1220575	0	3851
イメージ訴求	grp	登録済み	手動	2016-05-03	365	942	0	53
 機能訴求	cost/grp	登録済み	手動	2016-05-03	-	-	-	-
機能訴求	cost	登録済み	手動	2016-05-03	365	34118657	0	8852461
機能訴求	grp	登録済み	手動	2016-05-03	365	2080	0	625

2. 広告出稿プランの最適化

マゼランは、分析を実行した後、得られた分析結果を用いて最適な広告出稿プランのシミュレーションをする機能を備えています。

従来は月単位でのシミュレーションのみ行うことができましたが、「週次分析機能」により、週単位でのシミュレーションも行うことができるようになります。

プランニング実行

最終成果: CSV (XICA only)

	成果比較		予算比較	
	シミュレーション	基準成果	シミュレーション	基準予算
2018-11-05~2018-12-02	4,350	◀ 4,272	¥271,249,709	◀ ¥271,250,312

コスト施策 影響要因

デバイス グループ 変数

ステップ ▼	デバイス ▼	グループ	変数	シミュレーション実行 シミュレーション結果 (基準比) ↕
認知	オフライン	TVCM	イメージ訴求	¥142,954 (+19%) 
認知	オフライン	TVCM	機能訴求	¥267,701,630 (0%) 
認知	PC	リーチ	YDNBP 	¥1,821 (-20%) 
認知	SP	リーチ	GDN	¥2,042 (+20%) 
比較検討1	PC	リターゲティング	YDNRT 	¥2,485,567 (-20%) 
比較検討1	PC	リスティング指名KW	LisBrand 	¥373 (-20%) 

■ 今後の展開

当社は、マゼランの提供を通して様々な業界の分析ノウハウを蓄積しております。今回の「週次分析機能」リリースを契機に、FMCG 領域における広告分析を科学し、さらなるマゼランの提供価値向上を図ってまいります。

● XICA magellan について <http://xica.net/magellan/>

Web 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の効果を統一的に分析し、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、すでに国内の広告宣伝費トップ100企業⁴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

⁴ 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>)

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。

●本プレスリリースに関する問い合わせ先
株式会社サイカ 広報担当：国松（くにまつ）
TEL：03-6380-9897／E-MAIL：pr@xica.net