

ブランディング広告の売上効果を可視化できる新機能が、 広告効果分析ツールADVA MAGELLAN（アドバ マゼラン）に追加 ～テレビCMをはじめ中長期的なブランド価値向上効果を可視化～

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）は、2021年11月19日より、国内No.1の広告効果分析ツール（※1）ADVA MAGELLAN（以下、アドバ マゼラン）に、テレビCMなどのブランディング広告が、売上に与える効果を可視化する機能（※2：ブランド・エクイティ分析機能）を実装しました。この機能により、企業はブランディング広告が中長期的に与える売上効果を明らかにし、従来、可視化が困難であった自社のブランドを強くするための広告投資の最適化を図ることが可能となります。

※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様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）：ブランド・エクイティとは、ブランドの持つ資産価値であり、製品やサービスの価値を増大させるものこと。広告におけるブランド・エクイティとは、広告出稿後に数か月から数年にわたり蓄積されるブランドがもたらした売上向上効果のことを指します。



新機能公開

ブランディング広告の売上効果を可視化

ADVA
MAGELLAN

広告効果

CV値

ブランド蓄積効果
(ブランド・エクイティ)

経過日数

広告

広告

広告

The image shows a promotional graphic for the ADVA MAGELLAN software. It features a teal background with a white box containing the text '新機能公開' (New Feature Announcement). Below this, the main headline reads 'ブランディング広告の売上効果を可視化' (Visualizing the Sales Effect of Branding Ads). The central focus is a laptop and a tablet displaying the software's interface. The laptop screen shows a data table with columns for '期間' (Period), '売上' (Sales), and '広告' (Advertising). The tablet screen displays a line graph titled '広告効果' (Advertising Effect) with 'CV値' (Conversion Rate) on the y-axis and '経過日数' (Elapsed Time) on the x-axis. The graph shows three distinct peaks, with the highest peak labeled 'ブランド蓄積効果 (ブランド・エクイティ)' (Brand Accumulation Effect (Brand Equity)). Three small boxes labeled '広告' (Advertising) are placed at the base of each peak, indicating the timing of ad campaigns. The ADVA MAGELLAN logo is visible in the bottom left corner of the graphic.

【新機能実装の背景】

コロナ禍で先行きが見えない情勢の中、企業スタンスを示すブランディング広告の需要、そして重要性が増してきました。しかし一方で、ブランディング広告の効果は、中長期的投資に位置付けられることが多く、正確に費用対効果を測ることは難しいとされています。

サイカは、国内No.1の広告効果分析ツール「アドバ マゼラン」を提供しています。これまで5年間で、国内の大手企業を中心に170社以上の分析実績があり、その分析知見、そしてお客様のニーズをもとに、ブランディング広告の効果を明らかにするブランド・エクイティ分析機能の開発を行いました。

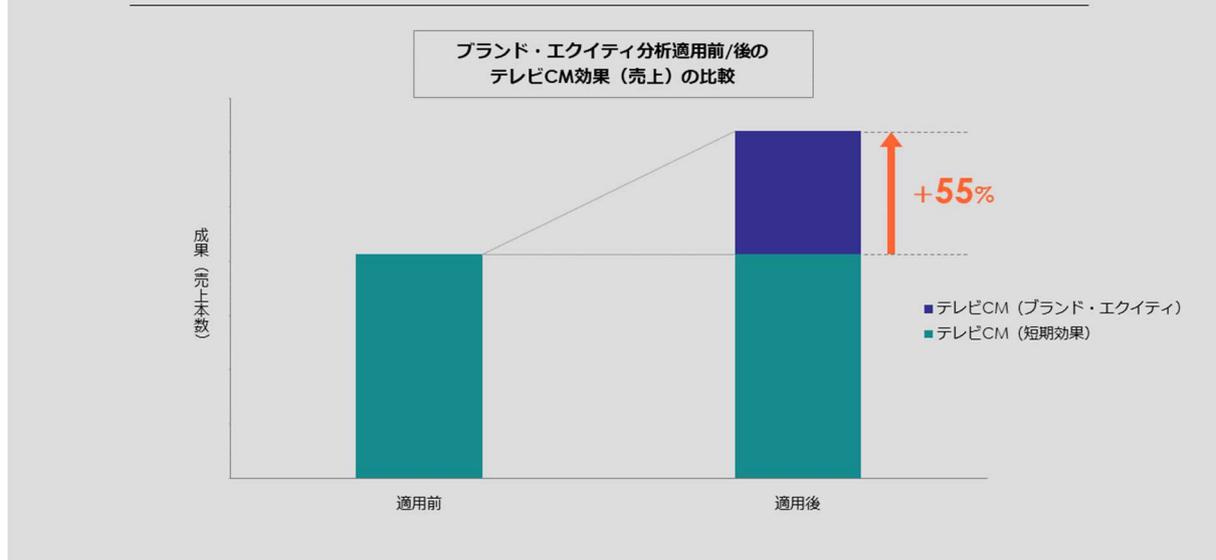
【新機能により解決できる企業の課題】

この新しいブランド・エクイティ分析機能により、テレビCMなどのブランディング広告のブランド蓄積効果が明らかになります。このブランド蓄積効果が明らかになることにより、企業は短期的な視点だけではなく、中長期的な視点で重点的に取り組むべき施策を明らかにすることができます。その結果、持続的に事業成長をするための、ブランディング広告（中長期的な投資）と獲得型広告（短期的な投資）の最適な配分がわかるようになります。

【ブランド・エクイティ分析機能の導入事例】

先行してブランド・エクイティ分析機能をテスト導入した大手飲料メーカーの具体事例を紹介します。こちらの企業では、従来はテレビCMを短期的な売上貢献のみで評価しており、テレビCMの効果を過小評価しているのではないかという仮説を持っていました。そこで、実際に当社の提供するブランド・エクイティ分析を行った結果、テレビCMの蓄積されていく売上貢献が判明し、分析適用前と比較して+55%の効果があるということが判明しました。この結果から、この企業様の中では、テレビCMへの出稿を適正に、そして中長期的に評価できるようになりました。

飲料メーカー企業 | テレビCMのブランド・エクイティ分析



サイカでは、今後もマーケティングの全体最適化に必要な様々な機能をサービスに実装することで、企業の広告投資の最適化と持続的な売上最大化に貢献していきます。

【ADVA MAGELLAN（アドバ マゼラン）について】

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のできる、国内No.1の広告効果分析ツールです。

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

【ADVA（アドバ）について】

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、テレビCMのクリエイティブ分析・制作から、メディアプランニング・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/>

【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。

【お客様お問い合わせ先】

株式会社サイカ マーケティング課

TEL : 03-6380-9357

E-MAIL : marketing@xica.net

※ 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-brand-equity>