

報道関係各位

2019年3月6日
株式会社ディーアンドエム

ディーアンドエム、サイカ社の広告効果測定ツール「マゼラン」への意識調査データの提供を開始 ～広告効果の深堀分析や広告貢献指標から売上の予測が可能に～

株式会社ディーアンドエム (<https://www.d-and-m.co.jp/> 本社：東京都新宿区、代表取締役：杉村昌宏、以下「当社」) は、株式会社サイカ (<https://xica.net/> 本社：東京都千代田区、代表取締役 CEO：平尾 喜昭、以下「サイカ社」) と業務提携し、サイカ社の広告効果分析ツール「XICA magellan (以下、マゼラン)」への意識調査データの提供を開始しました。

生活者ニーズの多様化や細分化が進み、広告宣伝手法も多岐にわたる中、リスティング広告、動画広告などのオンライン広告は Web のログなどの行動データで、テレビ CM、交通広告などのオフライン広告はブランドリフト調査などのアンケートによって、一般的にはそれぞれ個別に効果が測定されています。サイカ社の「マゼラン」は、オンライン・オフラインの多種多様な広告の効果を統合的に分析するツールであり、メディアを越えた広告効果の可視化を可能にしたことから、提供開始から約2年間で既に国内大手企業を中心に80社以上で導入されており、注目を集めています。

本業務提携により、広告出稿量や売上データなどの定量データに加え、当社が提供する消費者意識データを用いて「認知度」や「好意度」を統合した広告効果分析を行えるようになります。これは、オンライン広告からオフライン広告まで一貫通貫での効果分析をさらに発展させ、1) マゼランでの分析によるマーケティング成果の変動要因の把握、2) より緻密な広告施策のチューニングとマーケティング成果の予測を実現するもので、より深いマーケティング課題の解決を図るサービスのご提供が可能になりました。

本業務提携の背景

「マゼラン」は、日次・週次単位でデータの取り込みおよび解析を行い、「オンライン・オフラインを横断した広告効果の評価」、「投資対効果を最大化する予算配分」を支援するものです。しかし、多くの企業において、売上や広告出稿量、広告出稿日時などの「量的」データは日次・週次単位のデータが存在するものの、認知度や購入意向度などの「意識」データは日次・週次単位のデータが存在せず、そのため、広告効果の上下変動要因（出稿量が変わらないにもかかわらず、「マゼラン」の分析で示された広告施策の効果が急に下がった（上がった）場合の要因など）の把握は難しい状況でした。また、認知度や購入意向度などの消費者意識を反映したマーケティング効果の予測といった、一歩踏み込んだマーケティング課題へのアプローチにはいたっておりませんでした。

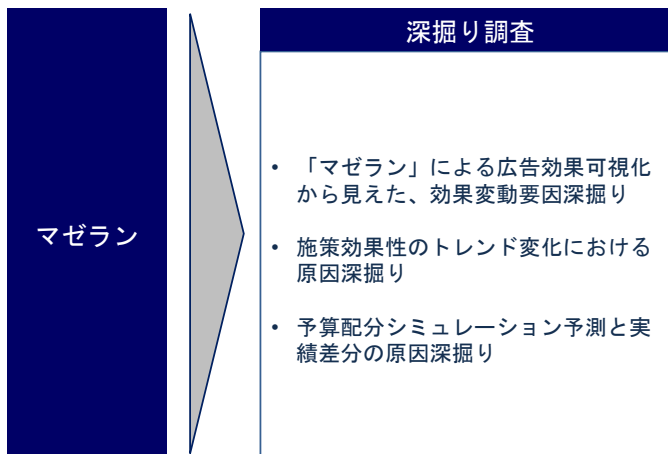
当社においても、デジタル広告分野でのアトリビューション分析や、オフライン広告分野も含めた広告接触者へのブランドリフト調査や、広告効果の上下変動要因調査などをご提供し、顧客企業における広告効果の可視化にお役立ていただいているものの、オンライン・オフライン広告を統合した広告効果把握におけるソリューションとしては、調査をベースにした意識データの提供に留まっていた。

サイカの「マゼラン」×当社の意識調査データにより可能になること

1) 分析結果の変動要因の把握

出稿量に変化がないにもかかわらず、「マゼラン」の分析で示された広告施策の効果が急激に下がった（上がった）場合に、その要因について、消費者意識（広告接触者の属性、広告訴求内容評価、購入意向など）を調査した上で、広告接触者のプロフィールからターゲットのアンマッチ度の確認、ターゲットに対する訴求内容の適切性などを分析することにより、広告効果の向上において重要な要素を検証することが可能になります。

1) 広告効果分析結果の変動要因の把握

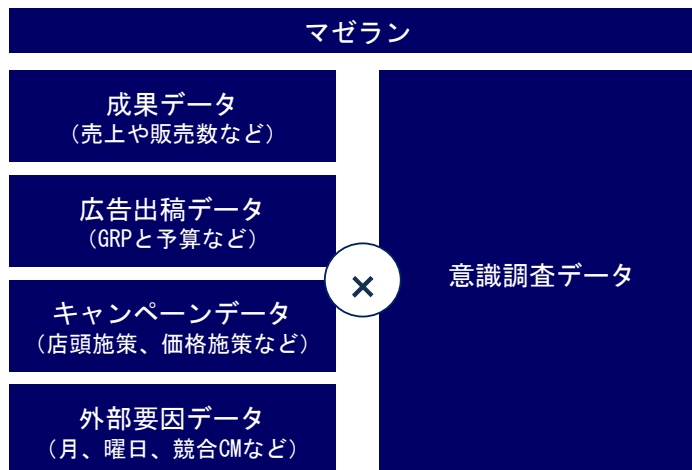


マゼランの分析およびシミュレーションの結果を深掘りするため、マーケティングデータからは見えてこない広告効果の変動した要因を消費者調査により把握し、その結果をマーケティング施策に活用します。

2) より緻密な広告施策のチューニングとマーケティング成果の予測

売上、広告出稿量、広告出稿日時などの「量的」データに加え、「ブランド認知」、「ブランド好意度」、「ブランド購入意向」などの、消費者の「意識」データを日次ベースで取得する仕組みを構築しました。これにより、消費者の「意識」データを「マゼラン」にインプットすることにより、認知率や好意度などが、マーケティング成果にどのように作用するものなのかを分析し、マーケティング成果の予測に活用することが可能になります。

2) より緻密な広告施策のチューニングと マーケティング成果の予測



意識調査データを「マゼラン」の統合分析モデルに組み込むことで、各種マーケティング施策により、認知率や好意度がどのように変化するか、その認知率や好意度が1pt向上することにより、売上がどの程度向上するかを可視化します。

今後も、当社はおお客様の「マーケティングパートナー」として、複雑化していくニーズや市場環境に対応できるよう、様々なサービスの提供、提案を積極的に進めていきます。

◆株式会社ディーアンドエムについて

会社名：株式会社ディーアンドエム
本社所在地：〒163-1424 東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号
代表者：杉村 昌宏（すぎむら まさひろ）
設立：2015 年 4 月 1 日
URL： <https://www.d-and-m.co.jp/>

◆株式会社サイカ概要

会社名：株式会社サイカ
本社所在地：〒101-0065 東京都千代田区西神田 2-5-2 TAS ビル 3F
代表者：平尾 喜昭（ひらお よしあき）
設立：2012 年 2 月
URL：<https://xica.net/>

＜本サービスに関するお問い合わせ先＞
株式会社ディーアンドエム 担当：濱田 有希
TEL：03-6859-2296 e-mail：info@d-and-m.co.jp

＜本リリースに関するお問い合わせ先＞
株式会社ディーアンドエム 広報担当：野々宮 香子
EL：03-6859-2296 e-mail：info@d-and-m.co.jp