

マゼラン
活用事例

業態別

— マゼラン活用事例集 —
統計を用いた
広告効果分析



CONTENTS

- メーカー編
- 店舗販売編
- 通信販売編

一業態別事例一
メーカー編

投資額が大きいオフライン広告の効果を可視化
予算配分最適化により売上1.5億円増の可能性を示唆

事例背景

- ドラッグストアで販売している商品を作るメーカー
- 広告費は年間約14.7億円
- TVCMを中心にプロモーションを実施している

課題

- ☑ 実購買に対する広告の効果だけでなく外部要因の影響がわからない
- ☑ オフライン広告の効果が可視化できず感覚的に出稿を決めていた
- ☑ 実購買を最大化するための最適な広告予算の配分がわからない

成果

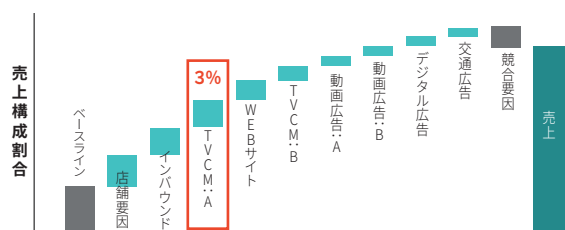
- 😊 様々な要因を加味し、広告の効果を可視化することができた
- 😊 オフライン広告の貢献値・費用対効果を可視化することができた
- 😊 実購買を最大化するための最適な予算配分を算出することができた

売上**1.5**億円増の可能性

分析結果イメージ

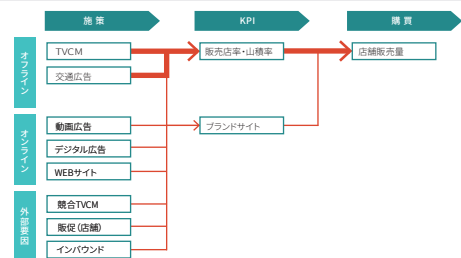
効果可視化

オフライン広告をはじめとする各広告の効果を可視化
TVCM:Aの貢献値が最も高く、売上の3%を占めていることがわかった



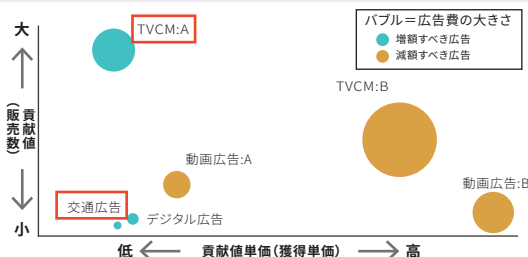
KPI確認

購買に至るまでのパスを可視化しKPIを確認
オフライン広告が起点となり、店舗要因を経て購買に至る経路がメイン



費用対効果確認

各広告の貢献値／貢献値単価を可視化
TVCM:A、交通広告は貢献値単価が安く、費用対効果が良いと判明



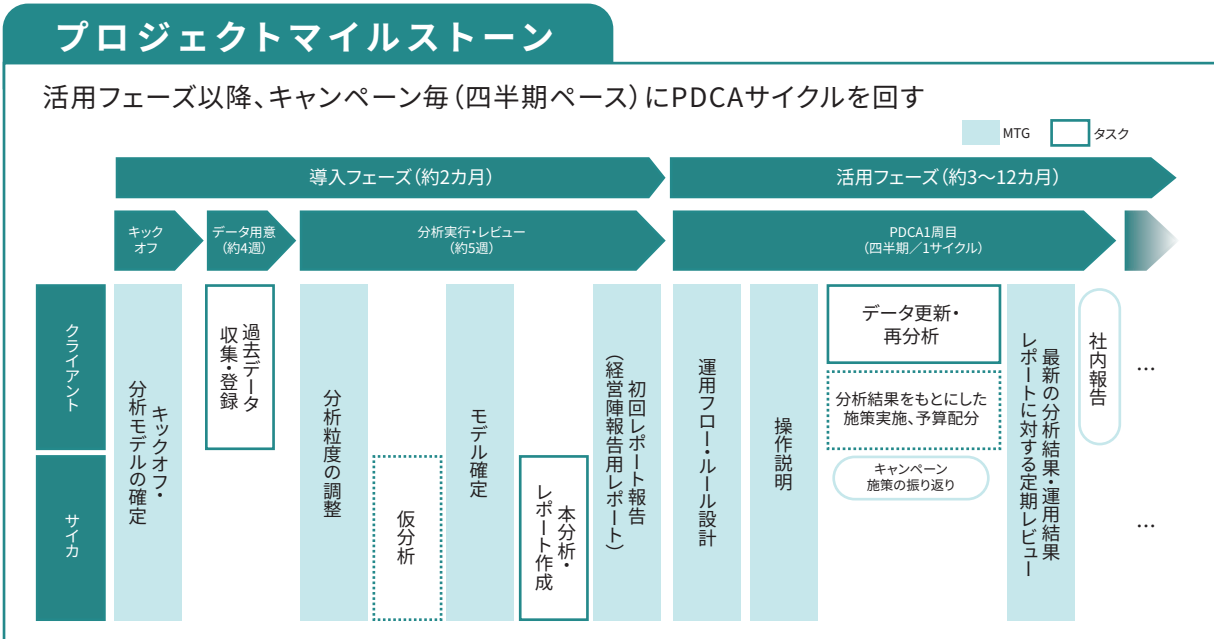
予算配分最適化

予算配分の最適化により売上を最大化
同一コストで売上を約1.5億円増加できるというシミュレーション結果

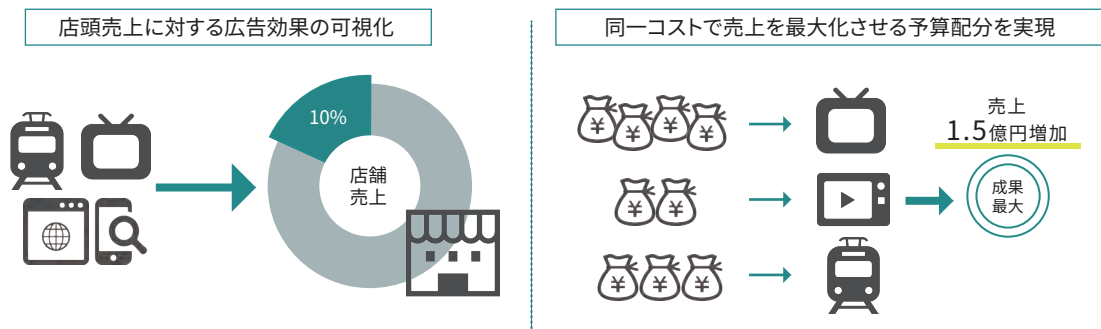
施策	効果可視化				最適化後	
	貢献値	予算	貢献値単価	貢献値	予算	増減率
TVCM:A	57,000	¥270,000	¥91.6	104,900	¥496,850	↑184%
TVCM:B	20,900	¥780,000	¥721.8	16,700	¥624,000	↓80%
動画広告:A	15,200	¥150,000	¥190.8	12,100	¥120,000	↓80%
動画広告:B	2,100	¥255,000	¥2,359.9	1,600	¥204,000	↓80%
デジタル広告	1,900	¥13,000	¥132.3	2,800	¥19,500	↑150%
合計	1,900,000	¥1,474,800		1,941,000	¥1,474,800	102%
合計(売上)	¥7,220,000			¥7,378,373		¥+158,373

プロジェクトの概要

目的	頻度	ポイント
各キャンペーン毎に注力する 施策の振り返りを行い、 社内報告に活用すること	キャンペーン 実施頻度に応じて分析	- 結果をもとにアクションの 意思決定をすること - 狙い通りであれば継続実施、 狙い通りでなければ別手法 の検討を進める



事例のまとめ



マゼランは、あらゆる広告の「売上への貢献度」「他の広告へのアシスト効果」を可視化し売上を最大化する予算配分を算出できる国内No.1のオンオフ統合分析ツールです。

お問い合わせ
資料請求

事例詳細やその他の事例についてもお気軽にお問い合わせください！

株式会社サイカ

☎03-6380-9357

✉ marketing@xica.net



サイカ マゼラン



一業態別事例一
店舗販売編

店舗での実購買に対する施策毎の効果を可視化
予算配分最適化により売上13億円増の可能性を示唆

事例背景

- 専門小売店運営企業
- 広告費は年間で約25億円
- オンライン広告：2割、オフライン広告：8割

課題

- ☑ 店頭購買に対する広告施策の影響がわからない
- ☑ 可視化ができないため現状の予算配分案が正しいかわからない
- ☑ 可視化ができないため社内報告において売上に対する広告の効果を報告できない

成果

- 😊 店頭購買に対する施策毎の効果を可視化することができた
- 😊 広告効果可視化を行うことで現状の予算配分の評価ができた
- 😊 広告効果の可視化の実現により社内での説明が可能になった

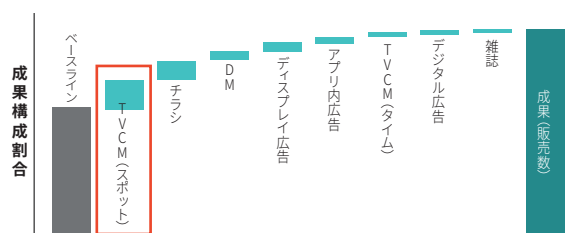
売上**13**億円増の可能性

分析結果イメージ

効果可視化①

成果に対する各施策の効果を可視化

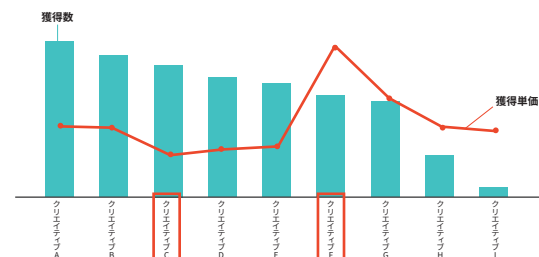
成果に対してTVCM（スポット）の貢献が最も大きいことがわかった



効果可視化②

TVCMのクリエイティブ毎の効果を可視化

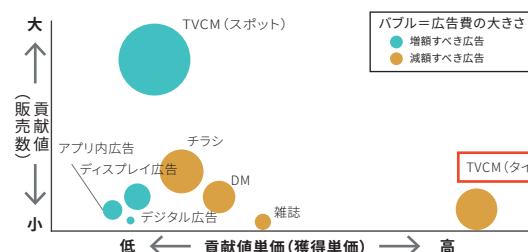
クリエイティブCは獲得効率が良く、クリエイティブFは獲得効率が悪い



費用対効果確認

各広告の貢献値／貢献値単価を可視化

TVCM（タイム）は獲得単価が高く、費用対効果が悪いことがわかった



予算配分最適化

予算配分の最適化により売上を最大化

同一コストで売上を約13億円増加できるというシミュレーション結果

施策	効果可視化			最適化後		
	貢献値	予算	貢献値単価	貢献値	予算	増減率
TVCM（スポット）	480,000	¥1,260,000	¥2.6	670,758	¥1,784,365	↑142%
チラシ	180,000	¥544,000	¥3.0	90,000	¥272,000	↓50%
DM	90,000	¥322,000	¥3.5	45,000	¥161,000	↓50%
ディスプレイ広告	78,000	¥67,500	¥0.8	117,000	¥101,250	↑150%
TVCM（タイム）	30,000	¥286,000	¥9.5	15,000	¥143,000	↓50%
合計	6,000,000	¥2,564,870	-	6,133,758	¥2,564,870	102%
合計（売上）	¥60,000,000	-	-	¥61,337,580	¥1,337,580	

プロジェクトの概要

目的

- ・店頭購買への施策毎の効果
を可視化すること
- ・上記結果をもとに意思決定
(施策の強化・抑制)すること

頻度

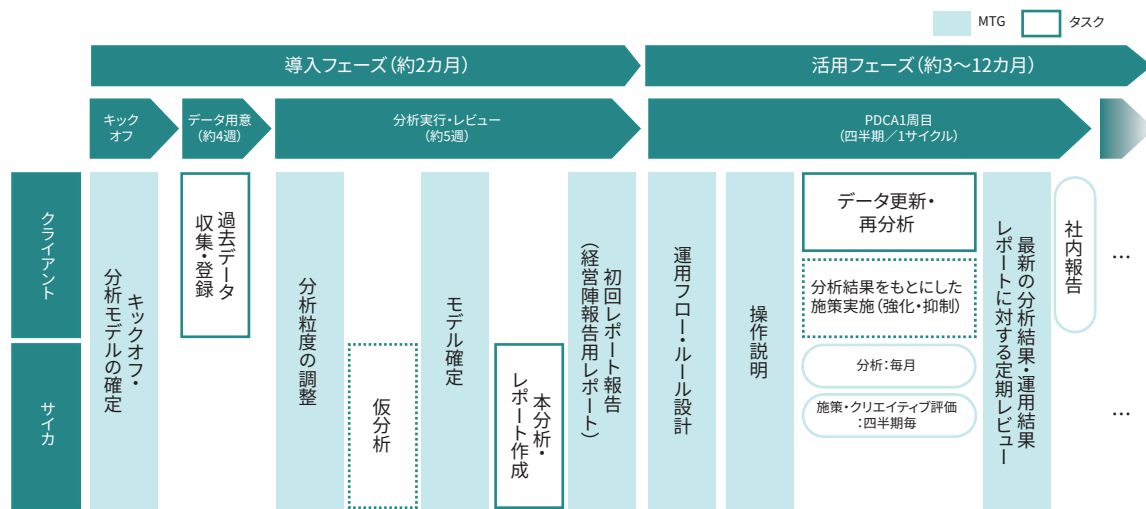
- ・分析：毎月
- ・施策・クリエイティブ評価
：四半期毎

ポイント

- ・社内報告において活用する
- ・予算策定案を作成する

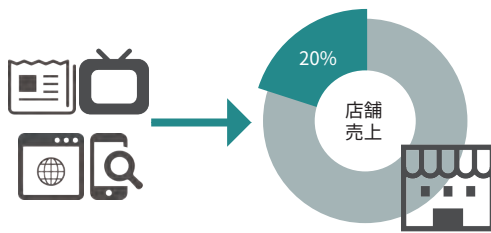
プロジェクトマイルストーン

活用フェーズ以降、キャンペーン毎(四半期ペース)にPDCAサイクルを回す

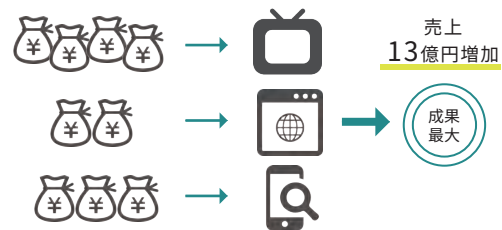


事例のまとめ

店頭売上に対する広告効果の可視化



同一コストで売上を最大化させる予算配分を実現



マゼランは、あらゆる広告の「売上への貢献度」「他の広告へのアシスト効果」を可視化し売上を最大化する予算配分を算出できる国内No.1のオンオフ統合分析ツールです。

お問い合わせ
資料請求

事例詳細やその他の事例についても お気軽にお問い合わせください!

株式会社サイカ

☎03-6380-9357

✉marketing@xica.net



サイカ マゼラン



一業態別事例—
通信販売編

TVCMのデジタル広告に対する間接効果を正しく把握
LTVが高い顧客に効果的なTVCMが明らかに

事例背景

- ダイレクト通販企業
- 広告費は年間約7億円
- オフライン広告からデジタル広告まで幅広く出稿している

課題

- ☑ TVCMのデジタル広告に対する効果（間接効果）が正しく把握できていない
- ☑ LTVが高い顧客に対してはTVCMの効果が大きいという仮説があったが数字で証明できずにいた
- ☑ 上記の理由によりTVCMの予算が減らされ、この状況に危機感があった

成果

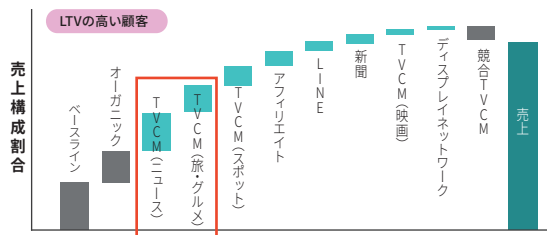
- 😊 オフライン広告／デジタル広告共通の指標で広告効果の可視化ができた
- 😊 どの広告経由の顧客がLTVが高いのかを可視化することができた
- 😊 売り上げを最大化するための最適な予算配分がわかった

売上1億円増の可能性

分析結果イメージ

効果可視化①

どの広告経由の顧客がLTVが高いのかを可視化
TVCMタイム（ニュース・旅・グルメ）経由の顧客はLTVが高いことが判明



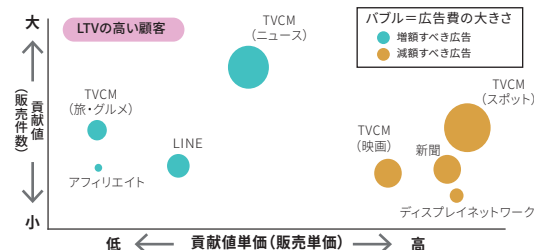
効果可視化②

どの広告経由の顧客がLTVが低いのかを可視化
アフィリエイト経由の顧客はLTVが低いことがわかった



費用対効果確認

各広告の貢献値／貢献値単価を可視化
TVCMはスポットよりもタイムの方が費用対効果が良いことがわかった



予算配分最適化

予算配分の最適化により売上を最大化
同一コストで売上を約1億円増加できるというシミュレーション結果

施策	効果可視化			最適化後		
	貢献値	予算	貢献値単価	貢献値	予算	増減率
TVCM (ニュース)	343	¥140,623	¥410.0	360	¥147,655	↑ 105%
TVCM (旅・グルメ)	226	¥18,585	¥82.1	271	¥22,303	↑ 120%
TVCM (ポット)	196	¥162,656	¥830.8	186	¥154,523	↓ 95%
アフィリエイト	143	¥10,897	¥76.4	171	¥13,077	↑ 120%
LINE	138	¥33,766	¥244.4	166	¥40,520	↑ 120%
合計	2,328	¥769,588	-	2,429	¥769,527	104%
合計 (売上)	¥2,327,873		¥2,428,524		¥100,651	

プロジェクトの概要

目的

- ・オフライン広告の効果を正しく可視化すること
- ・オフライン／オンライン広告の最適な予算配分を明確にすること

頻度

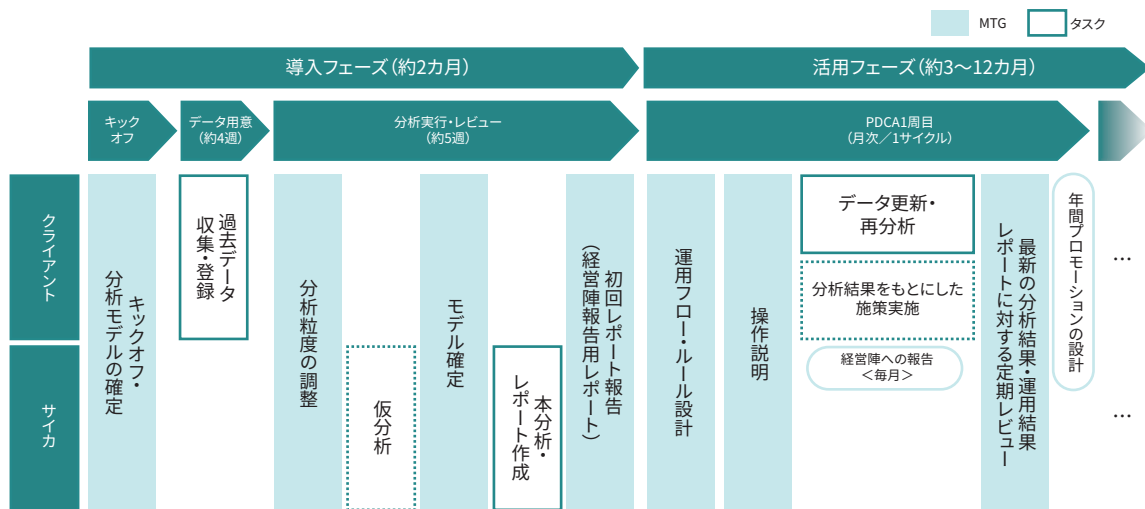
- ・分析：毎月
- ・予算策定：年1回

ポイント

- ・結果をもとにメディア選定
- ・オフライン／オンライン広告を共通の指標で評価する
- ・LTVが高い顧客に効果的な広告を明確にする

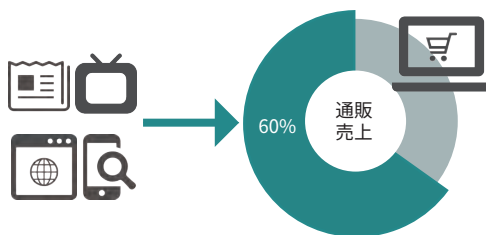
プロジェクトマイルストーン

活用フェーズ以降、キャンペーン毎（四半期ペース）にPDCAサイクルを回す

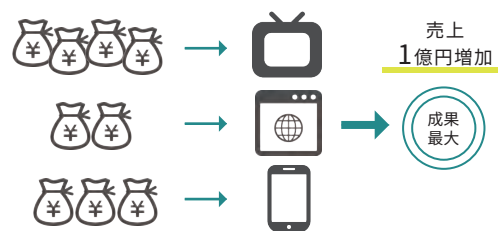


事例のまとめ

通販売上に対する広告効果の可視化



同一コストで売上を最大化させる予算配分を実現



マゼランは、あらゆる広告の「売上への貢献度」「他の広告へのアシスト効果」を可視化し売上を最大化する予算配分を算出できる国内No.1のオンオフ統合分析ツールです。

お問い合わせ
資料請求

事例詳細やその他の事例についても お気軽にお問い合わせください！

株式会社サイカ

☎03-6380-9357

✉marketing@xica.net



サイカ マゼラン



 ADVA
MAGELLAN

広告効果が、わかる。