

株式会社 アイ・エム・ジェイ
東京都目黒区青葉台 3-6-28
代表取締役社長 櫻井 徹
大証 JASDAQ (4305)

「マーケティング投資配分最適化サービス」開始

生活者属性や接触メディアの変化を随時評価し、迅速な施策対応を支援

株式会社アイ・エム・ジェイ(本社:東京都目黒区 代表取締役社長:櫻井 徹 以下、IMJ)の Marketing & Technology Labs(以下、MTL)は、米国の ThinkVine 社(本社:オハイオ州シンシナティ CEO:マーク・バタグリア)と業務提携を行い2012年11月より、マーケティング投資配分最適化のサービス提供を開始いたします。

ThinkVine 社は、「マーケティングミックスモデリング」のリーダーとして評価(*1)を受けており、マーケティング投資配分最適化に関する戦略コンサルティングとソリューションの提供を行なっている企業です。

IMJのMTLでは、ThinkVine社の「エージェントモデル(*2)」を基に開発した「ThinkAhead™ Technology」を駆使し、マーケティング投資の効果検証・戦略立案、広告メディアプランの策定まで迅速に実施できるサービスを展開し、企業の売上・収益の最大化への支援を行います。

2011年にIBM社が行った世界の1,700以上のCMO(最高マーケティング責任者)に対する意識調査によると、79%のCMOが不確実性の高い市場やより複雑になっていく消費者行動に対し迅速に対応する必要があると述べています。

さらに、アンケートを受けたCMOの関心は、ビッグデータ(71%)やソーシャルメディア(68%)といった技術的革新を筆頭に、生活者と企業の接点がマルチチャネル化、マルチデバイス化していることへの対応(65%)、より複雑化する消費者属性への理解(63%)、より明確に投資効果を把握(56%)、などに向けられています。

日々複雑化する市場の中で、効果的・効率的なマーケティング活動を行い、企業価値を向上させるには、単なるマーケティング投資配分と売上・収益の関係を把握するだけでなく、どういった生活者がどういったメディア・デバイスで企業の広告・販促活動に接触した結果の売上・収益なのかを理解できるかが重要とレポートされています。

(参照資料: IBM 2011, “From Stretched to Strengthened”)

「エージェントモデル」によるマーケティング投資配分最適化

■特徴

「計量経済モデル」に代表される従来の手法は、マーケティング投資の変化と売上・収益の変化をマクロ視点で分析するため生活者行動に対する知見を得ることが困難です。結果、マーケティング投資配分最適化の分析結果をターゲティング施策に落とし込むまでに時間がかかります。

ThinkVine 社が採用している「エージェントモデル」では、国勢調査やメディア接触調査・生活者意識調査などを基に生活者パネルを作成、実際の企業の広告・販促活動と生活者パネルの反応をシミュレーションにかけて売上・収益の実額と推定額を比較検証し、実際の生活者行動に基づいた最適シナリオを導出します。結果、より正確なターゲティング施策が可能となります。さらに、様々な市場状況や生活者属性の変化を随時取り込み、マーケティング投資配分最適化シミュレーションを行うことで、シナリオプランニング(*3)をほぼリアルタイムに行うことが可能です。

「計量経済モデル」と「エージェントモデル」の比較

評価項目	計量経済モデル	エージェントモデル
売上・収益最大化	○	○
メディア投資配分最適化	○	○
施策×ターゲティング組合せ最適化	○	◎
新商品・新セグメントへの施策効果検証	×	◎
消費者動向調査のモデルへの取り込み	△	◎

■ベネフィット

「エージェントモデル」を使う場合、従来の「計量経済モデル」で分析する売上・収益最大化やメディア投資配分最適化に加えて、効率的・効果的なメディアとセグメントの組合せを導出したり、新商品に対する生活者意識調査の結果を使って売上・収益予測を行うことが可能です。米国では、マスメディアからデジタルメディアに予算を数%移す場合の売上・収益予測や、市場投入前の製品のマーケティング投資効果の検証にも採用されています。

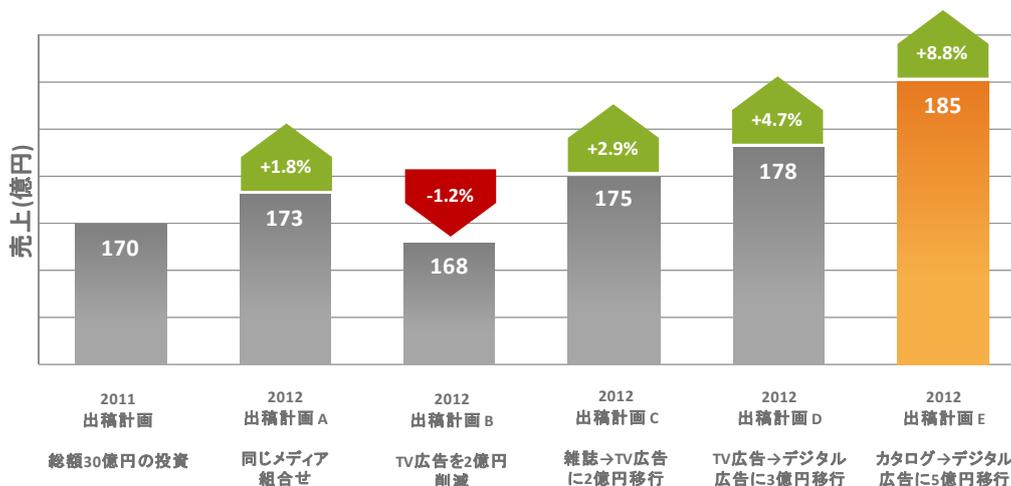
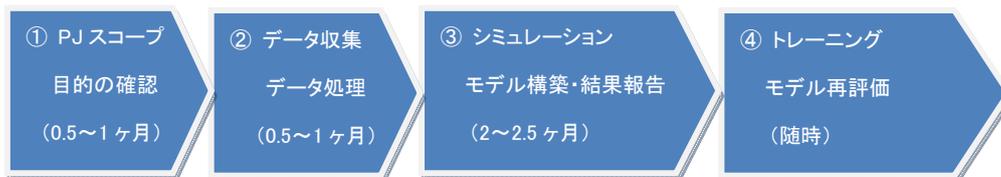


図: 2011年と同じ投資額でメディア投資配分を変えた場合の2012年の売上額のシミュレーション結果例

■プロセス / スケジュール



※上記スケジュールの期間は分析内容や保持データによって変更となります。

- *1:「Forrester Wave: Marketing Mix Modeling, Q3 2011」より
- *2: 複数の行動主体が相互作用を繰り返しながら活動する状況を作成し、個の行動から全体の行動をシミュレートすることで、複雑な現象を再現・予測するために利用される数理分析手法
- *3: ロイヤルダッチシェルで発展した事業戦略手法。起こりうる条件をいくつか想定し、複数の事業シナリオを作成することで未来に対する洞察力・構想力を高め、不確実性の高い状況に迅速な対応が可能
- *4: ROI=Return on Investment (投資対効果)

IMJ Marketing & Technology Labs® について (<http://www.mtlabs.jp/>)

IMJ Marketing & Technology Labs® は、IMJグループにおいて、Data Driven Marketing®の実現を通じて、クライアント企業のデジタルマーケティングを支援するマーケティング・サービス・プロバイダ(MSP)です。データプラットフォーム設計やマーケティングROI最大化のための最適化コンサルティングサービスを提供いたします。デジタルマーケティングに関する全領域のプロフェッショナルが在籍しているため、部分最適ではなく全体最適視点でのサービス提供や適切な予算配分の提案ができることが特徴です。また、コンサルティングやプランニングに留まらず具体的なマーケティング施策まで落とし込むことで「成果」を価値として提供いたします。



各社概要

【ThinkVine社】 (<http://www.thinkvine.com/>)

ThinkVine社(シンクバイン)は、4Pに代表されるマーケティングミックス分析のソリューション販売、およびエージェントモデルを駆使し、仮想消費者パネルを使い、実際の消費者行動をシミュレートすることで、消費者インサイト導出に注力したコンサルティングサービスを展開しています。

【株式会社アイ・エム・ジェイ】 (<http://www.imjp.co.jp/>)

インターネット領域に軸足をおき、Web 及びモバイルインテグレーション事業における豊富な知見・実績を強みに、スマートフォンを含むマルチデバイス対応、更には戦略策定・集客・分析 (Web データ解析・効果検証等)まで様々なソリューションをワンストップで提供することで、顧客のデジタルマーケティング活動における ROI(投資対効果)最適化を実現いたします。

※文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または、登録商標です。

お問い合わせ先

<サービスに関するお問合せ先>

株式会社アイ・エム・ジェイ

Marketing & Technology Labs (MTL事業本部)

TEL:03-6415-4199 E-mail:ask_mtl@imjp.co.jp

<報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社アイ・エム・ジェイ

ブランド・コミュニケーション室 広報グループ

TEL:03-6415-4257 E-mail:irpr@imjp.co.jp