

Press Release
【報道関係各位】

マクロミルの MMM サービス「Brand Dynamics Modeling」、 Meta の「Robyn（ロビン）」を導入開始

マーケティング ROI 検証におけるデリバリースピードの短縮と Meta 広告出稿データ収集の工数削減を実現

2024 年 11 月 12 日

株式会社マクロミル

(コード番号：3978 東証プライム)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 CEO：佐々木徹 以下、当社）は、ブランディング施策の投資対効果検証に特化した MMM（マーケティング・ミックス・モデリング）サービス「Brand Dynamics Modeling」において、Meta がオープンソースとして提供している MMM パッケージ「Robyn（ロビン）」^(※1) の導入、および Meta プラットフォームのビジネスアセット管理ツールである「ビジネスポートフォリオ」において、MMM のデータエクスポート^(※2) の活用を開始しました。

当社独自のアルゴリズムと「Robyn」の分析機能を統合することで、ブランディング指標（ブランドに対する顧客の認知や想起、購入意向などの意識データ）を組み込んだ MMM サービスの、より迅速なご提供が可能となります。さらに、当社の「ビジネスポートフォリオ」と、顧客企業の Meta 広告アカウントを「パートナー」機能で連携することで、Meta 広告出稿データの収集から準備までを一貫してサポートできるようになりました。

(※1) Robyn：<https://facebookexperimental.github.io/Robyn/>

(※2) Meta 広告レポートから提供される広告配信実績データを、MMM データとして作成する機能

■ MMM サービス「Brand Dynamics Modeling」とは

ブランディング指標のデータ取得からブランディング施策の投資効果の可視化、それらに基づく投資最適化を一貫して支援する当社の新サービスです。ブランディング指標を中間指標として分析するため、短期的な販売促進を目的とした施策と中長期的なブランディング施策を、同列に評価することができます。これにより、顧客企業の中長期的なマーケティング施策の投資効果の可視化やメディア戦略の最適化、マーケティング ROI（マーケティング活動による投資収益率）の向上を支援するソリューションです。

2024 年 9 月 30 日付プレスリリース：<https://www.macromill.com/press/release/20240930.html>

■ 背景

MMM はマーケティング施策の効果検証において有効な手段と広く認識される一方で、モデル構築時のチューニングや結果の可視化にかかる多大な時間が分析上での障壁となっていました。Meta のオープンソース MMM「Robyn」は、機械学習を用いて MMM 分析の多くのタスクの自動化を実現しています。

また、Meta の「Robyn」開発プロジェクトのビジョンは、「Robyn」の全ソースコードを公開することで、MMM 分析者のグローバルなコミュニティを構築し、新機能開発や活用事例に関する意見交換などイノベーションについて議論し、よりよいオープンソースコードを作ることを目指しています。

当社においても、顧客企業の中長期的なマーケティング投資効果の可視化やメディア戦略の最適化、マーケティング ROI（投資収益率）の向上支援を推進する中で、「Robyn」のオープンソースコードをカスタマイズして MMM サービスのデリバリースピードの短縮や分析精度の改善に向けた研究開発を進めてまいりました。

■ 当社 MMM サービスにおける「Robyn」の導入のポイント

1. ブランディング施策の効果を含めた MMM 分析に「Robyn」を使用

当社独自の MMM アルゴリズムと「Robyn」の統合を実現。ブランディング施策の効果や売上への効果を同列に検証するという特長を維持したまま、主要な結果指標について迅速な分析結果の提供が可能になりました。

2. 「ビジネスポートフォリオ」を活用したデータ収集・準備をサポート

当社の「ビジネスポートフォリオ」のアカウントと、顧客企業の Meta 広告アカウントを「パートナー」機能で連携。Meta プラットフォーム上の Facebook や Instagram などの広告出稿データについて、MMM のデータエクスポートを活用して収集をサポートし、多大な時間がかかっていたデータ収集作業の工数削減を実現します。

「Robyn」の開発や日本での展開を担当する

Facebook Japan 合同会社マーケティングサイエンスパートナー 田中湧也氏よりコメント



コミュニティと共に発展していくことを目的としているオープンソース MMM「Robyn」と、日本ではまだ実績が少ない「ビジネスポートフォリオ」の MMM のデータエクスポートを積極的にご活用いただけたことを大変嬉しく思います。MMM におけるデータ準備は重要なステップでありながら、多くの工数を要する部分でもあります。この機能により工数削減が実現され、分析の質向上に繋げていただけると幸いです。今後もマクロミル様含め、業界のために MMM コミュニティをさらに盛り上げていきたいと考えております。

当社は MMM の実施に必要なデータのさらなる拡充に向けて、今後も企業との戦略的パートナーシップを積極的に推進してまいります。

以上

【 マクロミル主催 オンラインセミナーのご案内 】

有名企業で活躍中の現役マーケターや一流のブランディングの専門家たちが実際のケーススタディを通じ、ブランディングの課題や秘訣から、戦略、戦術までを深掘りします。16:45 からのセッションでは、**MMM によるブランド資産価値の可視化に必要なポイントや、Robyn の活用事例について解説し、MMM による戦略的な効果検証の方法と、マーケティング投資判断のポイント**について議論を深めます。

日時	2024 年 11 月 28 日（木）10:30～18:15（オンライン配信） ※後日、一部セッションのアーカイブ動画の公開を予定しています。ご都合の合わない方もぜひお申し込みください。
参加費	無料
定員	3,000 名
セッション (抜粋)	16:45-18:15 MMMによるブランド資産価値の可視化、マーケティング施策の投資対効果検証の応え方とは？ <登壇者> <ul style="list-style-type: none"> ・ ミダス株式会社 執行役員／CMO OBO 株式会社 代表取締役社長 越智道夫氏 ・ Facebook Japan 合同会社 マーケティングサイエンスパートナー 田中湧也氏 ・ 株式会社マクロミル デジタルマーケティング本部 マネージャー 安野将央
お申込み	https://www.macromill.com/service/seminar/20241128/

■ 株式会社マクロミルについて

マクロミルは、国内オンラインリサーチ業界のリーディングカンパニーです。市場シェア No.1^{*}の豊富なリサーチ実績とノウハウ、90 以上の国と地域で 1.3 億人へのリサーチが可能なグローバルネットワーク、独自に構築した消費者パネルから得られる多種多様なデータを活用し、お客様のマーケティング課題の解決に向けて最適なソリューションを提供します。創業時から育んできたデータネイティブな発想で、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指します。

※オンラインリサーチ市場シェア=当社単体及び(株)電通マクロミルサイト、(株)H.M.マーケティングリサーチのオンラインリサーチに係る売上高(2023年6月期)÷一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会(JMRA)によって推計された日本のMR業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分(2022年分)(出典:一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会(JMRA)2023年6月27日付第48回経営実態調査)

【株式会社マクロミル 会社概要】

代表者 : 代表執行役社長 CEO 佐々木徹
 本社 : 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F
 設立 : 2000 年 1 月 31 日
 事業内容 : マーケティングリサーチおよびデジタル・マーケティング・ソリューションの提供
 売上高 : 43,861 百万円 (2024 年 7 月期)
 URL : <https://www.macromill.com>

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報・ブランドマネジメント部 広報ユニット 度會(わたらい)、飯尾
 TEL : 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com
 URL: <https://www.macromill.com>