

【新機能】Picaro.AI、任意期間でのコントリビューション分析機能を提供開始

— セール比較・価格施策・広告変更の効果を意思決定単位で可視化 —

株式会社Picaro.AI(本社:横浜みなとみらい)は、Amazonベンダーおよびセラー向け意思決定支援プラットフォーム「Picaro.AI」において、任意の期間を指定してコントリビューション分析を実行できる新機能の提供を開始しました。本機能により、ユーザーは月次・週次といった固定カレンダー期間に依存せず、セール、価格改定、広告施策変更などの実行タイミングに合わせて分析期間を設定し、成果への寄与度を精緻に分解・評価することが可能になります。

従来の期間固定型レポートでは、キャンペーン開始日、価格変更日、クリエイティブ更新日、在庫復旧日など、個別施策の影響を正確に切り出して検証することが難しいという課題がありました。今回の機能拡張により、開始日・終了日を任意に設定した比較分析が可能となり、施策前後のパフォーマンス差分をKPI別の寄与度で把握できる環境が整いました。

本機能は、売上やROASの単純比較にとどまらず、CTR、CVR、CPC、ACoSなど複数指標が成果に与えた影響を分解して可視化できる点を特長としています。これにより、結果の背景要因まで含めた説明可能な分析が実現し、より再現性の高い意思決定を支援します。

■ 想定ユースケース

セール期間同士の比較分析

プライムデーや大型販促イベントなど、異なるセール期間を同一条件で抽出・比較することで、売上規模の差だけでなく、クリック率・転換率・広告効率など、どの指標が成果を主導したかを寄与度ベースで評価できます。イベント設計および投資配分の最適化に有効です。

価格改定・割引施策の効果測定

価格変更やクーポン施策の実施日を基準に前後期間を設定し、成果変化の要因を分解分析できます。売上増減が価格要因によるものか、広告効率や転換率の変化によるものかを切り分けて把握することが可能です。

広告構造・運用方針変更の検証

キャンペーン構造の再編、入札ロジックの変更、ターゲティング調整などの施策について、実施日を起点とした効果検証が可能です。テスト施策の影響をKPI別に定量評価することで、運用改善の再現性を高めます。

Picaro.AIは、広告の自動最適化ツールではなく、Amazonビジネスにおける戦略および運用判断の質を高めるための分析・意思決定支援基盤です。商品、広告、検索、カタログ、プロモーションなどの複数データを統合し、寄与度分析と因果分解を通じて、現場の判断を構造的に支援します。今後も、実務上の意思決定単位で検証できる分析環境の高度化を継続してまいります。

■会社概要

株式会社Picaro.AI

所在地:横浜みなとみらい

URL: <https://picaro.co.jp>

事業内容:Amazonベンダー・セラー向けアカウント運用代行及び分析プラットフォームおよび運用支援サービスの提供

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社Picaro.AI

広報担当

<https://picaro.co.jp>