

シンクリンクが AI を活用した最先端の Amazon 広告最適化ツール 「Perpetua」の日本における初の販売代理を開始

Perpetua の導入でマニュアルでのキャンペーン管理に貴重な時間を費やすことなく、
Amazon 広告主の利益最大化、及び ACoS の制御を支援！



真の Win-Win 関係を追求し、事業者支援を推進するデジタルマーケティングエージェンシー、シンクリンク（Synclink）株式会社（本社：東京都港区赤坂、代表取締役社長：的場啓年、以下シンクリンク）は、この度日本で初めて Amazon 上のブランド及び販売者向け最先端 AI 広告最適化ツール「Perpetua」の販売代理を開始いたします。Perpetua の広告エンジンは、マーケティング担当者が広告費用を最小限に抑えた上で売上を増やすことを手助けする他、Amazon 広告を管理する際従来必要とされていた、複雑なタスクに要す時間の劇的な節約に役立ちます。キーワードと ASIN ハーベスティング、アルゴリズム入札、スマートターゲット（ブランド、カテゴリ、競合他社）、高度な分析、最高クラスのモバイルアプリなど機能を豊富に備えており、Amazon 上の全ての販売者にとって大きな恩恵をもたらすことが出来る最先端のツールです。

■北米では商品検索の 55%が Amazon 内で行われています。（eMarketer による調査）

Amazon は消費者が製品を購入する為の重要なタッチポイントであり、日本においても Amazon の重要性は急速に高まっています。日本での Amazon の売上は過去 3 年間で 44%増加して 120 億ドルとなり、Amazon にとって日本は今やドイツに次いで 2 番目に大きな市場になっています。また、2018 年から 2022 年の期間でも日本は引き続き世界でもトップ 5 の E コマース市場であり続けると予想されています。一方で、Amazon 上での販売においてチャンスを逃すことなく利益を最大化するには、ドメインに関する深い専門知識と多量のリソースを要す点など難しい課題が多いのも事実です。

Perpetua ヴァイスプレジデントの Adam Epstein 氏は以下のように述べています。

「Amazon キャンペーン、特にスポンサー広告の手動キャンペーンで最適なパフォーマンスを達成する為には、日常的・反復的な多くのタスクと頻繁な変更が必要であり、基本的に人がこのタスクをこなすのは非現実的、且つ制限的であるため、AI による自動化が最適なのです。広告主に都度キーワードと入札価格を尋ねるのではなく、シンプルに ACoS の目標と 1 日の予算を設定するだけで AI が最適化してくれるソフトウェアを開発しました。」

■Perpetua のメカニズム

Perpetua は AI を使用して大規模なデータセットを分析処理し、Amazon 製品ポートフォリオ全体のパフォーマンスを最適化します。本ツールでは数十万の検索用語のパフォーマンス分析を行うことが可能で、数百のキーワード、ターゲット、マッチタイプにて入札単価をテストし広告費が常に効率的に割り当てられるようにします。Perpetua を使用する広告主は、より戦略的なマーケティング活動と課題に集中する事ができるのが特徴です。

ポートフォリオの最適化

- 相対的な商品パフォーマンスに基づいて商品スイート全体で広告費用の配分を最適化して利益を促進する
- 予測モデルでは、広告を使用して総売上高を伸ばしています（オーガニック+属性付き）。

日々の最適化

- 時間帯別に入札を最適化する
- 高いコンバージョントラフィックを獲得するために入札価格を引き上げる
- 競合他社が弱くなった時、効率化をはかります。

戦略的なキャンペーン構成

- さまざまな広告ユニット間で予算を割り当てます（SPとSB）
- 手動キーワード+商品ターゲティング+自動キャンペーンランシング
- ブランド対象とブランド対象外のオーディエンスターゲット

キーワード+ASINデータの収集

- 過去のキーワードと検索キーワード
- 競合他社のASINをターゲットにする
- アマゾンの総合トレンド
- 第三者データソース（例：Google）

マッチタイプの最適化

- 3のマッチタイプの間でキーワードコンボを使ったテスト
- Amazonから後押しを受けるために「Exact」を2倍にする

アルゴリズム入札

- 効率性と戦略的目標に基づいて入札単価を変更する
- 最も効果的なキーワード/マッチに対して最も効果的な入札を保証する

■ケーススタディ：Perpetuaを使用したグローバルフットウェアブランド Crocs の市場シェアと売上の成長

Crocs は Perpetua を使用し Amazon 広告を拡大、市場シェアを獲得して ROAS を改善

【Perpetua 導入以降 Crocs チームが経験した変化項目】

- チームの効率化
- 増収と消費者をブランドへフォーカスさせる
- 戦略的イニシアティブへ費やす時間の増加
- 予期される消費者行動における増加リフト

【2つのプロダクトにおける Perpetua のアドバンテジャーゲティング（パイロット版）で Crocs が確認した効果】

- プロダクト1の週次売上が+100%増加
- プロダクト2の週次売上が+120%増加
- 増加 ROAS は 3 : 1

■導入金額について

月間の Amazon 内広告の金額が 50 万円未満であれば、月額¥27,500～、と導入するにあたり負担の低いプライシング設定になっています。

■導入キャンペーン

導入キャンペーンとして、6 か月契約を検討のお客様にはシンクリンク株式会社にて 2 か月分の月額金額を負担するサービスを先着 20 社で承ります。詳細はシンクリンクまでお問い合わせください。

<Amazon AI ツール「Perpetua」 会社概要>

会社名：Perpetua

設立年：2015 年

所在地：680 Mission St, Suite 28T San Francisco, CA 94105

Founder & CEO：Rosco Hill

企業 HP：<https://perpetua.io/>

<シンクリンク株式会社 会社概要>

会社名：シンクリンク (Synclink)株式会社

設立日：2018 年 9 月 4 日

所在地：〒107-0052 東京都港区赤坂 8-4-14 青山タワープレイス 8F Fabbitt 青山

資本金：7,000,000 円

役員構成：代表取締役社長/CEO 的場啓年

企業 HP：<https://www.synclink.jp/>

Perpetua 導入に関するお問い合わせ先：perpetua@synclink.jp

<本件に関する報道関係者様のお問い合わせ先>

Synclink(シンクリンク)PR 事務局 担当：岡村、安藤

Mail: press@synclink.jp