

# Tech Partner Day CASEBOOK

Amazon Ads 主催の Tech Partner Day で  
紹介された事例集です。

広告主とテックパートナーが協力して実現した成功事例を通して、  
広告運用とビジネスの成長のヒントを発見してください。



# 山善が広告運用を内製化し ROAS 改善 Shirofune が進める LTV 向上策とは



一般的な ROAS では考慮されない LTV を広告効果の指標に適用。中長期的な視野で効果の高いキャンペーンへ予算を集中投下するなど、運用を効率化しました。

## 山善 とは…

機械工具の商社として創業し、現在は広く事業を展開する山善。「家庭機器」事業では、Amazon Ads の運用を自動化する「Shirofune」を Amazon Marketing Cloud (AMC) と連携。マーケティングの高度化を推進する。

## Shirofune とは…

国内 9 割のシェアを持つ運用型広告の自動化ツール。2 万時間以上をかけて構築したアルゴリズムが、広告運用を担うエキスパートの思考を再現。精緻なマーケティングを支援する。



## 目標

高い LTV が見込める新規のお客様に向け  
Amazon Ads の運用を最適化

## 施策

広告運用を自動化する Shirofune で  
「Lifetime ROAS」に基づく施策を実行

### Amazon Ads を自社運用に移行し 広告売上、ROAS を大幅改善



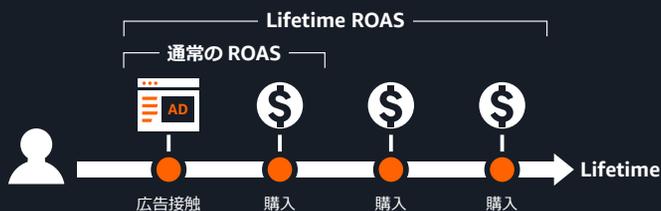
外部の広告代理店に委託していた Amazon Ads の運用を、Shirofune を導入して自社運用に切り替え。セールス担当者の兼務による広告運用で、高い ROAS を記録している

### 担当者の作業時間を抑制 運用を高いレベルで標準化した



ツールが作業の大半を担うことで、属人的な運用が大幅に軽減された。知識や経験に関係なく、効率のよい広告運用が可能に。人材は、より戦略的な企画立案に注力できる

### LTV を考慮した独自指標で 真の費用対効果を可視化した



広告接触後の初回購入に基づく単発の ROAS だけでは、本当の費用対効果は計測できない。繰り返しの購入に基づく Lifetime ROAS により、真に効果の高い広告がわかる

### AMC の活用を深め、 効果の高い広告投資が可能に

低効果の広告を抑制し  
コストを集中

例) 既存のお客様のクリック率

約 **25%** ↓

高い広告効果が見込めるお客様



広告を見なくても購入する既存お客様など、広告効果が低いお客様への広告表示を抑えた。その分 LTV の良い方へ予算を自動的に配置し、運用を効率化かつ最適化する

“ 広告運用の改善で  
結果を出せたことに加え、  
中長期で評価できる指標が見えたことが  
当社にとって大きな価値。”

須藤 寛太  
山善  
家庭機器事業部 e ビジネス 1 部

“ AMC と連携することで  
今まで見えなかった数字を可視化し、  
広告に対する評価の方法を  
アップグレードできる。”

菊池 満長  
Shirofune  
代表

※全ての広告主様が同様の結果を得ることを保証するものではありません。

# 広告売上 1.8 倍増を実現した ECH 自動最適化 AI ツール m19 の実力とは



m19 Japan が支援した精密な初期設定で、AI 中心の運用体制を構築。  
新たなマーケットの開拓も進め、導入前比で広告売上を 182% 増加させました。

**ECH**  
とは…

ヘアケア、コスメ、サプリメントの D2C ブランドを運営。運用メンテナンスの簡単さ、初期設定サポートの充実度、細かな分析のしやすさなどを重視し、m19 Japan をパートナーに採用した。

**m19**  
とは…

Amazon Ads の最適化に特化し、運用工数の 90% 以上を削減する AI ツール。キーワード生成の自動化、ASIN 単位での運用最適化など、複雑な運用を自動化する多様な機能を搭載する。



## 目標

最小限のリソースできめ細かく  
広告を最適化、売上を最大化する

## 施策

m19 の導入により広告運用を  
AI が代行する体制を構築

### AI の運用代行と わかりやすい分析機能で工数削減



日々の基本作業は KPI の確認だけ。ほか、新商品投入時の戦略見直しや、在庫切れの対応など不定期の作業で運用が完結する。商品やカテゴリーごとの売上、Total ACOS 等が可視化され、分析も簡便に

### 新旧商品のスムーズな移行で トータル 1.6 倍の販売増



商品リニューアル時「定期おトク便」の移行に、リマーケティングなどの設定が必要だった (※)。従来は膨大な工数、時間をかけていたが、AI の活用により早期の売上回復とお客様離脱の防止に成功

※ JAN コード が変わると「定期おトク便」が引き継げない

### CV 獲得キーワードが大幅増 マーケットを拡大

CV に至った非指名キーワード  
※商品名・企業名を含まないワード

9 ▶ 533

Before  
ブランドを知る  
既存のお客様に依存



After  
新たなお客様との  
接点が生まれ続ける

m19 は ASIN ごとに広告グループを作成する。運用が個別化、精緻化され、データの蓄積とともに、AI の精度が向上する構造だ。効果の一つがキーワード戦略の最適化で、CV 獲得ワードの偏りが改善された

### 最適なコスト管理の中で 広告売上を最大化



同社の目的は Total ACOS の最適化 (費用対効果) ではなく、売上の最大化。明確な戦略をツールに反映させ、AI を用いて実行した結果として、最小限の工数で ACOS が改善した

“はじめの設定を間違えると  
AI は正しく最適化されません。  
パートナーの選定には設定サポートの  
充実度を最も重視しました。”

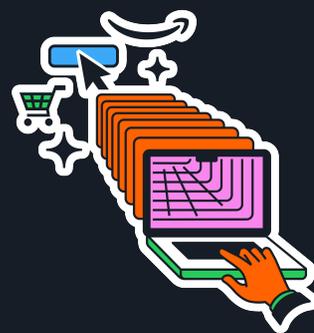
安原 丈晴  
ECH 株式会社  
モール事業部 事業部長

“学習するシグナルが、  
細かく、豊富にあるほど、  
AI の精度は上がるもの。  
m19 なら、最小限の登録作業で、  
AI の特性を活かせます。”

飯野 芳里  
m19 Japan

※全ての広告主様が同様の結果を得ることを保証するものではありません。

# ステディジャパン、Perpetua を活用し 売上確保と運用効率化を両立



Flywheel Digital Japan の支援を受け、競争の厳しい市場でトップシェアを確保。  
Amazon Ads 最適化ツール「Perpetua」の AI と、手厚い人的支援がポイントです。

## ステディ ジャパンとは…

ホームフィットネスブランド「STEADY」とウェルネスブランド「RELANESS」を展開。フィットネスバイクやトレーニング機器は Amazon で高いシェアを確保する。Amazon 事業者アワード 3 年連続受賞 (2025 年 9 月現在)。

## Flywheel Digital Japan とは…

世界中の事業者を支援する Flywheel の日本法人。オーダーメイドのコンサルティング、AI を活用したフルファンネルサービスを提供。



### 目標

複雑化する市場環境への対応と  
少数精鋭の広告運用体制の確立

### 施策

AI ツールとエキスパートによる  
伴走型支援で Amazon Ads 運用を最適化

#### 競争が激化するカテゴリ内での シェアを維持/向上

主要カテゴリのシェア 1 位維持\*  
複数商品で売れ筋 1 位を獲得\*

参入事業者が  
増える中…



製品ごと、時間帯別で入札を最適化するなど、きめ細かい広告運用を Perpetua で自動化した。競合が続々と参入するなかで、No.1 ブランドのポジションを強化

#### 売上を増加させながら 広告費割合の低減を実現

開始 1 カ月後の Total ACOS  
(売上に占める広告費の割合)



ツールを活用した効率化で、早期に少数精鋭の運用体制を構築した。週 2 回のミーティングで製品ごとの投資効率、在庫状況などをこまめに情報共有し、運用効率を改善した

#### AI の活用により 作業量を大幅削減

Amazon Ads 運用の拘束時間



取扱カテゴリが増加し、社内の工数増が見込まれる中で Perpetua の AI を活用。通常時の入札を自動化、セール期はマニュアル対応するなど、柔軟な運用で売上と効率化を両立

#### AMC の活用を高度化し フルファンネルの広告戦略構築へ

今後の展望



Amazon Marketing Cloud (AMC) のシグナルから、新規お客様の獲得、ROAS の向上には、複数の広告接触が有効であることがわかった。今後は、スポンサー広告、Amazon DSP など多様な接点を模索していく

“運用の工数が減った分、  
戦略の構築にリソースを  
使えるようになったのは  
大きな進歩。”

有国 佑  
ステディジャパン株式会社  
事業戦略本部 本部長

“ツールによる効率化とともに  
社員の一人と思って  
いただけるような  
人的支援を提供して行く。”

的場 啓年  
Flywheel Digital Japan 株式会社  
GM

※全ての広告主様が同様の結果を得ることを保証するものではありません。

\*2025 年 2 月、5 月、6 月取得 Amazon 売れ筋ランキング スポーツ&アウトドア アップライトフィットネスバイク部門 1 位 Amazon 売れ筋ランキング スポーツ&アウトドア 懸垂器具部門 1 位 Amazon 売れ筋ランキング スポーツ&アウトドア ダンベルラック部門 1 位 Amazon 売れ筋ランキング スポーツ&アウトドア 筋力トレーニングプレート部門 1 位など

# Jackery が日本市場へ進出 Xnurta によるオーディエンス理解が成功のカギ



お客様のインサイトの発見とカスタマージャーニーの可視化で  
短期的な利益確保と長期的なブランド確立の両立に成功しました。

## Jackery とは…

2012年に米国で創業し、累計500万台以上を売り上げる世界的なポータブル電源・ソーラーパネルメーカー。2019年に日本法人を設立し、本格的に国内市場に参入。Amazon Ads パートナーである Xnurta とともに、Amazon Ads のフルファンネル戦略を実行している。

## Xnurta とは…

全世界で5000以上の広告主が利用する広告最適化プラットフォーム。AIがAmazon Adsの効率的な運用を支援。Amazon Ads Partner Awards 2年連続受賞。



### 目標

米国のポータブル電源メーカー  
Jackery の日本市場進出

### 施策

広告最適化ツール Xnurta による  
Amazon Ads のフルファンネル広告

### AMC と Xnurta の分析から 日本独自のインサイトを発見



ニーズから戦術を決定

海外ではアウトドア用途が多いポータブル電源だが、日本では購入者に女性、既婚者の割合が高いとのインサイトを抽出。ファミリーの防災用途としてのニーズを発掘

### オーディエンス、メッセージの最適化で 早期の利益確保を実現



Amazon で防災アイテムを検討するオーディエンスにアプローチ。災害時に便利な蓄電池として訴求する広告クリエイティブで、コンバージョン重視の初期戦略を成功させた

### 詳細なファンネル分析で カスタマージャーニーを可視化



Xnurta AMC Hub を活用し、初回接触から購入までの時間、顧客経路とアトリビューション、特定のオーディエンスへのリーチ率などの指標を抽出

### 想定オーディエンスの大半にリーチ カテゴリを代表するブランドへ

ポータブル電源カテゴリの  
オーディエンスリーチ率



Xnurta AMC Hub により短期・中期・長期の目標を明確化、具体的なアクションへつなげた。事業が成長するとアップパーファンネルへの施策に注力、潜在顧客へリーチを広げた

“AMC だからこそ日本市場特有の  
インサイトを発見できました。  
入手したシグナルを活用し、  
最適なオーディエンスを設定することが重要です。”

Rachel Zang  
ソウ ジャクコウ  
Jackery マーケティングマネージャー

“ファンネルの移行をデータで可視化し、  
以降のフルファンネル広告戦略に活かす  
ことに大きな価値があります。”

Shinjin Kahler  
ケイラー 慎仁  
Xnurta カスタマーサクセスマネージャー

※参考事例であり、すべての広告主様が同様の結果を得ることを保証するものではありません。

# ROAS、売上、作業効率を同時改善 Quartile を活用した豆善の広告戦略

Amazon DSP の工夫、外部データの活用により、巧みなカスタマーエンゲージメントを実施。  
競争が激しいスペシャルティコーヒーの領域で目覚ましい成果を上げています。



豆善  
とは…

コーヒー器具の「Espresso Tokyo」を運営するエクセルリビングのコーヒー豆専門店。Amazon Ads を半年間自社で運用した後、MBK デジタルの支援で Quartile を導入すると運用効率が大幅に向上した。

MBK デジタル  
とは…

Amazon Ads アドバンスドパートナーの米 Quartile の日本独占パートナー。AMC 分析の活用支援、スポンサー広告、DSP の運用まで、フルファンネルで広告主を支援する。



## 目標

厳しい競争環境の中で ROAS を改善しながら、  
新規のお客様へリーチする

## 施策

Amazon インサイトと Quartile を活用した  
柔軟で繊細なお客様へのアプローチ

### 検索行動から興味関心を推測 DSP 配信で入札競争を回避



CV につながる優良キーワード (KW) を、過去に検索したオーディエンスに Amazon DSP 広告を配信。CPC が高騰する KW 広告から、人軸の配信戦略に切り替え ROAS を改善した

### ID-POS データと AMC を連携し 新規のお客様へ有効なアプローチ



ドラッグストアでのコーヒーの購買履歴など、オフラインのシグナルを外部から取得し、AMC (Amazon Marketing Cloud) と連携。従来とは異なる方法で、関心度の高いお客様にリーチできるように

### Amazon インサイト × Quartile の活用で ROAS、売上を同時に大幅改善

ROAS 改善

↑ 73%

売上増加

↑ 209%

Amazon インサイトは AMC の機能で、広告接触ユーザーだけでなく、非接触ユーザーのシグナルも含めて分析できる。MBK デジタルが丁寧に設定をチューニングし、好結果を導いた

### 作業の大半を AI が自動化 広告運用を大幅に効率化した

人の作業時間

↓ 50%

キャンペーンの設定・調整、予算管理など手間のかかる業務を Quartile の AI が代行する。売上・利益を向上しながら、広告担当者にかかっていた運用の負担を、大きく軽減した

“「そんなこと本当にできるの？」  
そう思った施策が  
新規のお客様を増加させる  
要因になりました。”

矢島 友和  
株式会社エクセルリビング  
代表取締役

“ 広告主様と当社専属担当の  
こまめなコミュニケーションが  
売上と効率の改善に  
つながりました。”

芹澤 新  
株式会社 MBK デジタル  
代表取締役社長

※全ての広告主様が同様の結果を得ることを保証するものではありません。

## >> Partner overview

Amazon Adsパートナー公式



製品アップデート、イベント、事例などの最新情報をお届けします。

**amazon ads**

本資料記載の内容（サービス内容等）は、2025年10月1日現在のものであり、変更となる場合がありますのでご了承ください。

© Copyright 2025 Amazon.com, Inc. and its affiliates. All rights reserved. 無断転載・複製を禁止します。

Amazon、アマゾン、Amazon.co.jp、Amazon Ads 及びこれらに関連するすべての商標は、Amazon.com, Inc. 又はその関連会社の商標です。