



各位

2021年6月2日

株式会社サイバー・コミュニケーションズ

**CCI、クリーンルーム環境でのユーザープライバシーに配慮した  
0次分析、広告効果分析の提供を開始  
～第一弾として、Amazon Marketing Cloud(β版)を活用したサービスをリリース～**

株式会社 CARTA HOLDINGS のグループ会社である株式会社サイバー・コミュニケーションズ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：新澤 明男、以下 CCI）は、ユーザープライバシーに配慮した発展的な 0 次分析、広告効果分析の提供を開始し、第一弾として、Amazon Advertising が提供する「Amazon Marketing Cloud(β版)」(以下 AMC) を用い、Amazon DSP とスポンサープロダクト広告に関するサービスをリリースいたします。

AMC は、プライバシーが保護された安全なクラウドベースで提供される「クリーンルーム」であり、匿名化された複数のデータセットを使って円滑に分析を行い、集計結果を確認することができます。

昨今、ライフスタイルのデジタル化に伴いカスタマージャーニーが多様化する中で、複数チャネルを横断しての広告効果検証は、広告施策の効果の最大化を実現する上で非常に重要です。しかし、各チャネルのデータは分断されており、実際に統合的な分析を行うのは難しいという課題がありました。

上記の課題に対し、AMC を活用することで、チャネルを横断してキャンペーンの適切なリーチ範囲や、効果的な広告施策の組み合わせなど、キャンペーンの総合的な結果を把握できるようになりました。

これらの結果を用いることで、Amazon の広告施策での最適なプロダクトごとの予算投下配分の決定や、より発展的なキャンペーン設計・運用改善を実現し、広告主様の費用対効果の最大化に繋げることができます。

CCI は AMC での広告効果分析サービスとして、Amazon DSP とスポンサープロダクト広告に関する以下 3 つを提供開始いたします。

- ① Amazon DSP とスポンサープロダクト広告を横断したクロスチャネルでのアトリビューション分析  
— 購買ユーザーの広告接触経路を分析し、各プロダクトの購買寄与の相関を可視化する
- ② スポンサープロダクト広告接触者の時間別購買分析



—時間帯別での購買発生数等、ファネルごとのアクション数を可視化し、適切なキャンペーン予算の投下配分を行う

③ Amazon DSP とスポンサープロダクト広告でのリーチレポート

—プロダクトを横断してのキャンペーン接触のユニークリーチ数を確認でき、Amazon 広告でのリーチ施策の成果を総合的に判断可能

CCI は、今後も AMC を活用した分析項目の拡充を図るとともに、引き続き、クリーンルームを用いて、発展的分析サービスを展開してまいります。

以上

※1 Amazon および Amazon Advertising は、Amazon.com, Inc. またはその関連会社の登録商標です。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社サイバー・コミュニケーションズ メディアソリューション・ディビジョン 田中 丸田

E-mail: [DTCL@cci.co.jp](mailto:DTCL@cci.co.jp), [ec-sales@cci.co.jp](mailto:ec-sales@cci.co.jp)

【リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社 CARTA HOLDINGS 広報室

お問い合わせフォーム : <https://cartaholdings.co.jp/contact-pr/>