

# 顧客理解のための分析ツール Amplitude



デジタルは、人をつなぐ。

DearOne



瞬時のユーザー行動分析で有効なマーケティング施策を立案  
サービス / プロダクトのグロースを加速！

ユーザー行動を分析し、インサイトを深掘り  
効果の高い施策の発見

No Code / 圧倒的な処理スピード  
分析作業の大幅削減

オンラインとオフラインの行動をユーザー軸で統合  
クロスチャネル横断分析



## ● 国内外での豊富な導入実績

### 国内外 3,000 社 \* 以上の導入実績を誇る、No.1 プロダクト分析ツール

専門知識不要、チャートの簡単操作、ユーザー行動のクロスチャネル分析を素早く実行可能  
導き出した改善示唆から施策を打つことで、売上向上へ繋がります



国内導入実績



\* 有償プラン導入社数

## ● 圧倒的な導入効果

### データ分析により、確率の高いマーケティング施策を早く、多く立案

ユーザーニーズが多様化し過去の経験が活かしにくくなってきているマーケティング分野で  
施策の実行サイクルを高速化することで効果を生み出します。

購入率 | 課金率  
**46%** 向上

ユーザー行動分析により、より具体的に購買に至るきっかけとなる  
行動変容を理解する事ができるため向上

購入単価  
**42%** 向上

ユーザーの行動をもとにターゲティングができることで、  
デモグラフィックと比べターゲティング精度が向上

分析作業効率  
**66%** 向上

分析作業の自動化により作業効率が向上。  
Amplitude は技術的ハードルが低く DX 推進の人材確保が容易になる効果も

3,000 社以上の導入実績より **平均 ROI 655%**

※第三者機関（Nucleus Research ROI）による調査結果です。

## ● Amplitude が解決する課題

データはあるが  
分析に活かさない



Google Analytics などは導入しているが、定点観測のみで、深掘りで分析できていない。時間がかかる

わかりやすい GUI  
No Code で分析

ロイヤルユーザーが  
増えない



サービス成長のカギとなる、継続して購入・契約いただけるロイヤルユーザーの増やし方がわからない

先行指標に基づいた  
カスタマー  
エクスペリエンス改善

有効な施策が打てず  
売上効果が見えにくい



過去の数字は参考にしながらも、これまでの経験と勘でキャンペーンを企画。当たらない企画も…

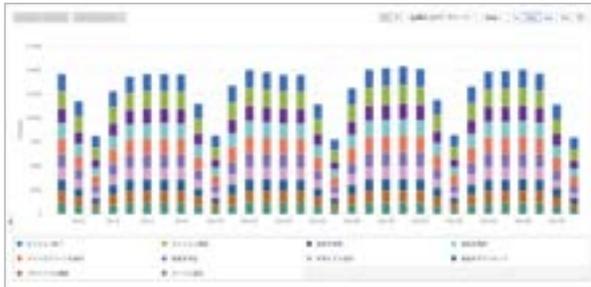
KPI 向上の  
マジックナンバーを基に  
キャンペーン企画

# ● Amplitude の機能一覧

## 世界トップクラスのアナリストたちが駆使する 14 種類のグロース向け分析チャートがすぐに利用可能

### ユーザーの行動状況の確認

ユーザー行動を可視化



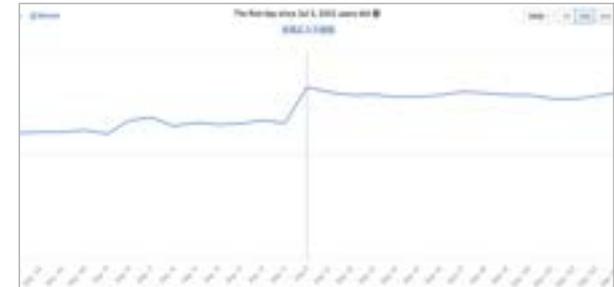
### ユーザー特徴量の確認

ユーザー行動でクラスタリング

	ユーザー特徴量 1	ユーザー特徴量 2	ユーザー特徴量 3	ユーザー特徴量 4	ユーザー特徴量 5	ユーザー特徴量 6
1. 2023年10月の売上	100,000	120,000	150,000	180,000	200,000	220,000
2. 新規登録数	5,000	6,000	7,000	8,000	9,000	10,000
3. 2023年10月の解約数	1,000	1,200	1,500	1,800	2,000	2,200
4. 2023年10月のチャット問い合わせ件数	1,000	1,200	1,500	1,800	2,000	2,200
5. 2023年10月の解約率	1.0%	1.2%	1.5%	1.8%	2.0%	2.2%

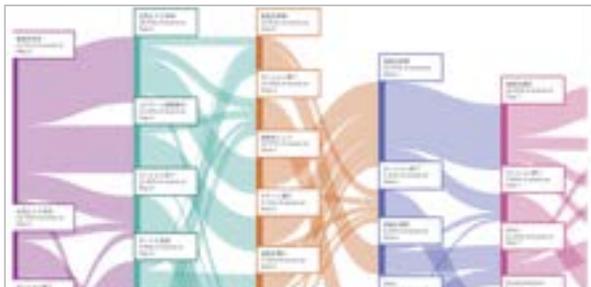
### インパクト分析

ユーザー行動の変化を確認



### カスタマージャーニーの確認

顧客のジャーニーを可視化



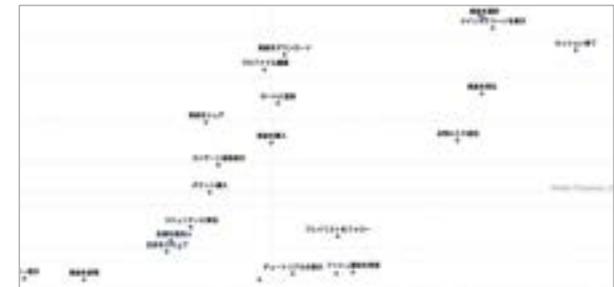
### 統計的示唆の抽出

指定コンバージョン毎にマジックナンバー抽出

マジックナンバー	コンバージョン 1	コンバージョン 2	コンバージョン 3	コンバージョン 4	コンバージョン 5
マジックナンバー 1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
マジックナンバー 2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
マジックナンバー 3	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
マジックナンバー 4	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
マジックナンバー 5	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0

### エンゲージメント分析

ユーザーのエンゲージメント状況を可視化



## ●マジックナンバー分析

### リテンションの向上のための重要指標となるマジックナンバーとは

ユーザーが「特定のアクションを〇回以上行う」とサービスやプロダクトの継続率や収益などの重要指標が飛躍的に向上する数字。  
「アクション」×「回数」×「期間」でSQLなどで複雑なプログラミングをして求めるため算出に数週間を要する。

### Amplitude なら、マジックナンバー分析が瞬時に可能



#### サービスやプロダクトの利用継続につながる マジックナンバー例



#### Facebook

10日間で7人と友達になる



#### Twitter

30人をフォローする



#### Slack

チーム内で2,000通  
メッセージを送信する

# マジックナンバーの導き方

マジックナンバーを導き出すためのチャートはあらかじめ搭載されているので操作は簡単です。  
対象ユーザーと目標ユーザーを選ぶだけで、サービスやプロダクト改善の示唆が得られます。

## 1. 対象となるコホートをリストから選択

製品を使用してイベントを選択する ⓘ

チャート定義を折りたたむ ✕

対象コホート

- 1 新規ユーザー
- 2 新規会員登録ユーザー
- 3 F1 ユーザー
- 4 購入経験ユーザー

目標コホート

- 1 2週目 保持

14 時間前に計算 更新

7d | 30d | 60d | 90d

表示中 相関

日数範囲: 1日 2日 3日 4日 5日 6日 7日

	1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日
おすすめ商品を確認	0.00 (≥1)						
お気に入りリスト登録	0.00 (≥1)						
商品レビュー書き込み	0.00 (≥1)						
販売スタッフの投稿を閲覧	0.00 (≥1)						
キャンペーン情報を確認	0.00 (≥1)						

## 2. 目標となるコホートをリストから選択

製品を使用してイベントを選択する ⓘ

チャート定義を折りたたむ ✕

対象コホート

- 1 新規ユーザー

集計対象イベント

- 任意のイベント

目標コホート

- 2 購入ユーザー
- 3 新規会員登録ユーザー
- 4 初回購入ユーザー
- 5 F2 ユーザー
- 6 高単価ユーザー

14 時間前に計算 更新

60d | 90d

表示中 相関

日数範囲: 1日 2日 3日 4日 5日 6日 7日

	1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日
おすすめ商品を確認	0.00 (≥1)						
お気に入りリスト登録	0.00 (≥1)						
商品レビュー書き込み	0.00 (≥1)						
販売スタッフの投稿を閲覧	0.00 (≥1)						
キャンペーン情報を確認	0.00 (≥1)						

※Amplitude 操作画面イメージ

## ● マジックナンバーの導き方

### 3. 対象が目標コホートになるために、 相関関係の高い行動が導き出される



相関関係を示す数値が高いほど濃い色で表示されます。

マジックナンバーは、  
『キャンペーン情報を7日以内に5回以上確認した人』  
ということが分かりました。



マジックナンバーが分かりましたので、あとは多くのユーザーがその目標値に近づくためのサービスやプロダクト改善・施策実行を行いグロースを目指します。

# ● ユーザー行動分析とエンゲージメント施策の連携

Amplitude でユーザー行動を基に作成したユーザー群を、外部のマーケティングオートメーションツールや広告へ連携できます。勘に頼るエンゲージメント施策から脱却し、データドリブンな施策実行が可能になります。容易かつ高速にプッシュ通知やメール配信、A/B テスト等の施策を実施し、精度の高いユーザー獲得を実現します。

## エンゲージメント施策例

### 01 分析

任意のコンバージョンポイント間の行動推移から、サービス外への離脱タイミングを確認。



例えば、こんなことがわかります。

- 離脱のタイミングは商品をカートに追加した後

### 02 施策

マーケティングオートメーションツール等に通知対象を連携し、プッシュ通知やメールを配信。

#### 施策例

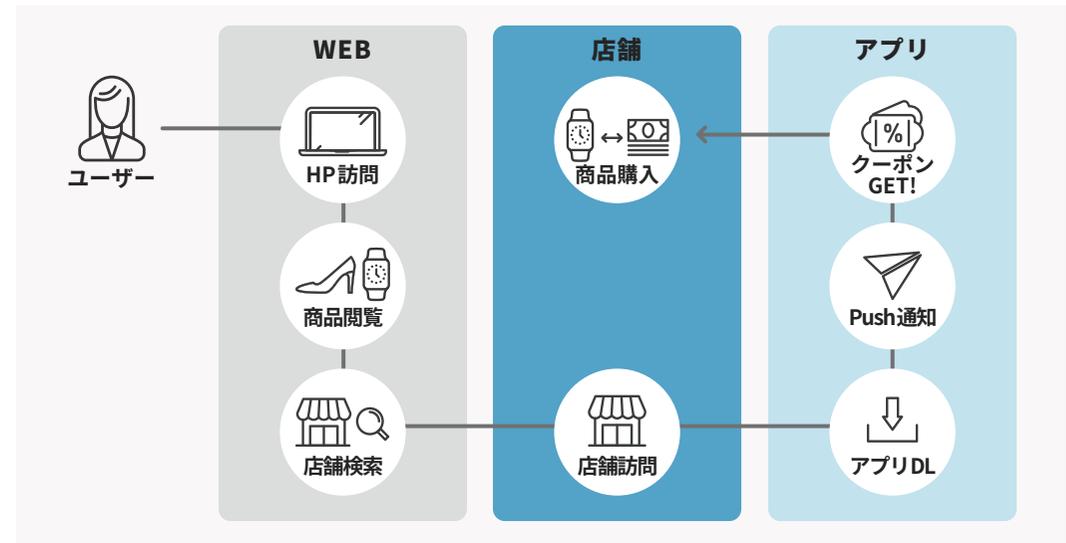
- カート落ち後2時間以内に、アプリ内プッシュ通知でリマインド



# ● クロスチャネルでユーザー行動分析

Web やアプリのデータのみでなく、店舗などのオフラインデータを統合し、クロスチャネルでユーザーの行動を可視化できます。

リアルとデジタルを横断した顧客行動の理解により、真のロイヤルユーザー増加に向けた施策を実現しましょう。



## 01 分析

オンライン・オフラインの一連の顧客行動を知る

- LTV を把握
- ロイヤルユーザーの行動・特徴量の把握

 Amplitude

例えば、こんなことがわかります。

- 商品ページを2週間に5回以上訪問するユーザーは店舗で購入しやすい
- 店頭でアプリ会員登録をしたユーザーは、その後のアプリ利用率が低い

## 02 施策

1. LTVのさらなる向上

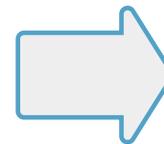
- 購入単価 UP
- 購入頻度の UP

2. 他ユーザーのロイヤル化

- メール・プッシュの最適化 (行動トリガー)
- UIUXの見直し
- キャンペーン最適化

施策例

- 1週目で3回訪問したユーザーへリマインドし5回訪問を促進
- リテンションが高まるコンテンツや店頭キャンペーンのプッシュ



## ● NTT ドコモ d ゲーム様の事例

課題

新規来訪ユーザーの LTV 向上

分析

有償アバターガチャを 1 回購入すると継続率が向上する

施策

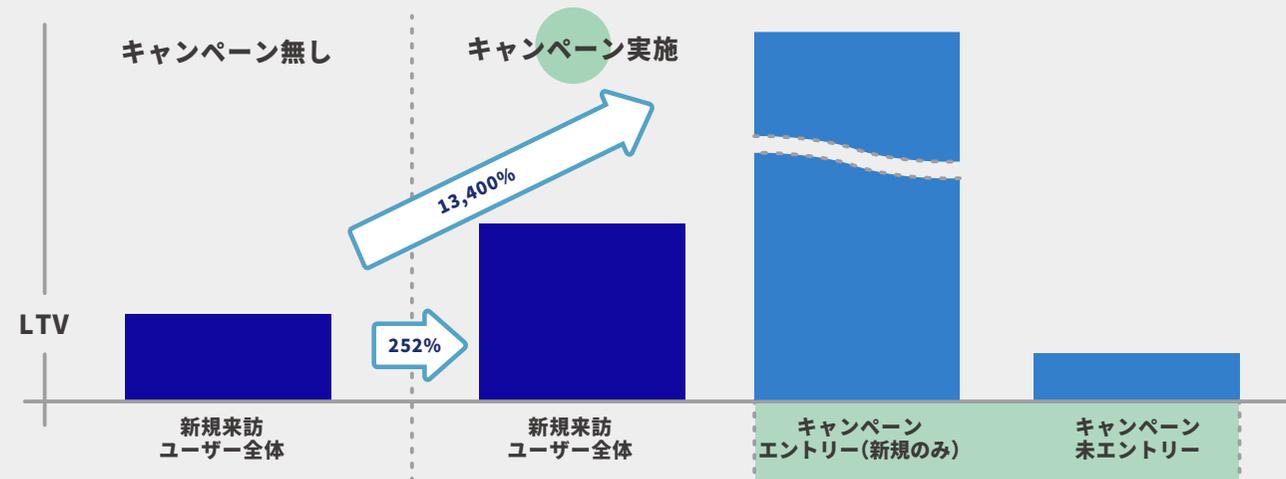
ユーザーにコインを還元し有償アバターガチャ購入を体験させる

効果

キャンペーン ROI 152%を達成



### 新規来訪ユーザー比較



詳しくは、[事例記事ページ](#)にてご確認ください。

## ● ライフスタイルストア PLAZA 様の事例

課題

アプリを使った店舗への来店増

分析

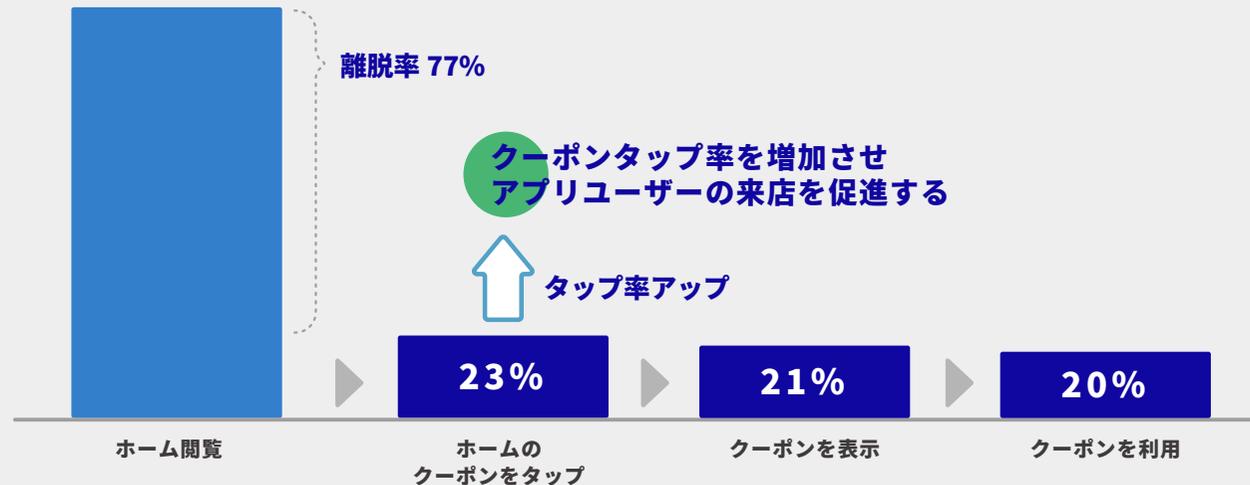
クーポンを見たユーザーは店舗での購入率が高い

施策案

ホームのクーポンボタンの視認性を高め、PUSH 通知でお知らせ



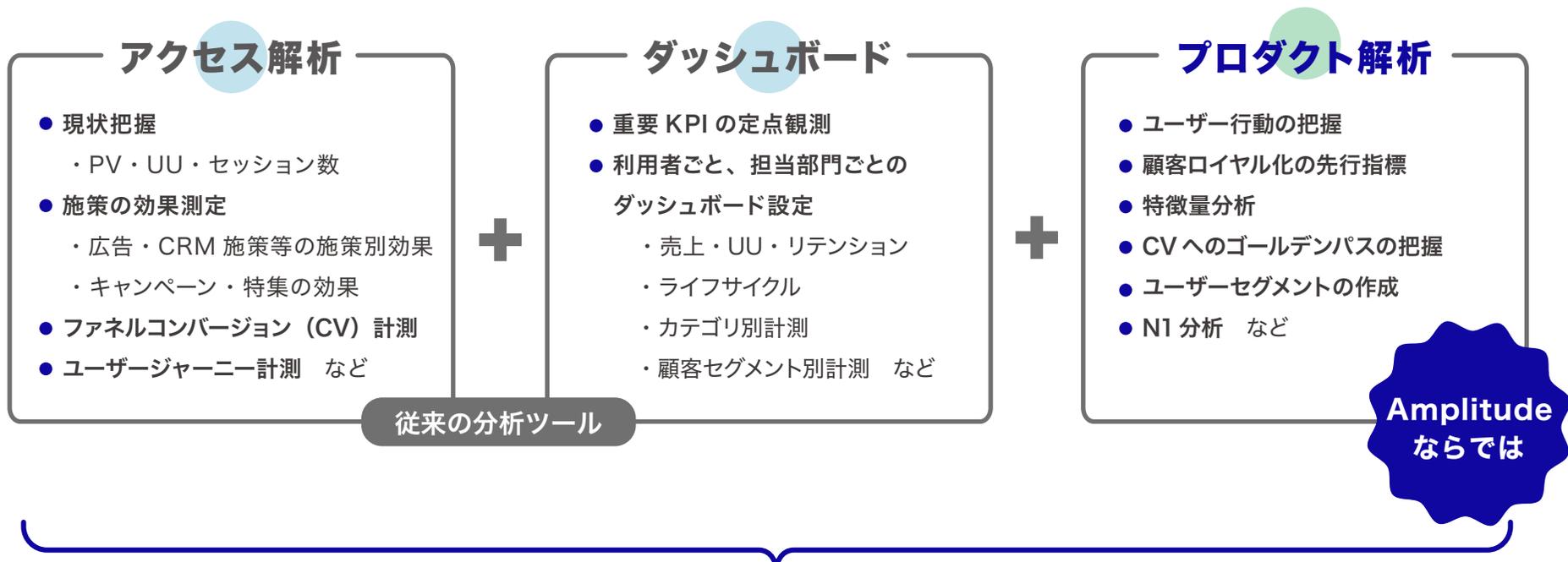
📊 ファネルで各ステップの遷移率を確認



詳しくは、[事例記事ページ](#)にてご確認ください。

## ● 他の分析ツールとの違い

Amplitude は、これまでの分析ツールでは解析が難しい  
ユーザーインサイトをより深掘りし、  
クロスチャネルでユーザーの行動を詳細に分析できるツールです。



No.1 プロダクト分析ツール



## ● 充実した導入・運用支援

# DearOne

Amplitude の導入は、日本総代理店の株式会社 DearOne が伴走支援します

2019 年より Amplitude とプレミアムパートナーシップを締結

株式会社 DearOne は、株式会社 NTT ドコモのマーケティング分野における新規事業型子会社です。Amplitude をはじめとした最新鋭の MarTech ツールの目利きから、それらツールを活用したデジタルマーケティング戦略全体設計、ユーザー行動軸での分析 / 示唆出し、One to One マーケティング施策実行支援、企業公式アプリの開発からグロースハック支援など、クライアントの事業成長にコミットする、グロースマーケティングの伴走支援を行っています。

### Amplitude 導入支援



#### プロダクト指標設計

- KGI、KPI、必要イベント設計  
(タクソノミー設計)



#### 技術支援

- SDK タグ設置支援
- データ連携構築
- Amplitude データ投入
- 施策ツールへの連携確認



#### オンボーディング

- セグメンテーション設定
- Amplitude 分析
- ダッシュボード設定

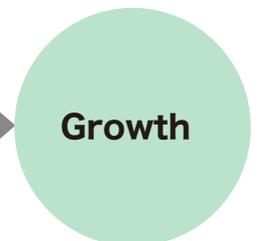


#### グロース支援

- データ分析 / 示唆出し
- 施策の効果検証
- 戦略見直し、打ち手更新



Start



Growth

# DearOne

## No.1 プロダクト分析ツール Amplitude の導入相談は DearOne まで

株式会社 DearOne は NTT ドコモグループの販促・CRM 領域の戦略子会社です。  
様々な Mar-tech (マーテック) ツールやカスタマーエンゲージメントツールなど、導入相談・実装支援・運用支援など包括的にサポートいたします。



DearOne

社名	株式会社 DearOne
設立	2011年5月26日
代表	河野 恭久
資本金	1億円
住所	東京都港区虎ノ門 3-8-8 NTT 虎ノ門ビル
事業内容	スマホアプリ開発 グロースマーケティング支援

お問い合わせはこちら