



# Revoria Cloud Marketingのご紹介

AIの手カラで、**自信を持って進めるマーケティング**へ

富士フイルムビジネスイノベーション株式会社

**FUJIFILM**  
Value from Innovation

# データを一元化し、AIが“次の一手”を示す。 だから、少人数でも迷わず成果を最大化。

Web集客で新規顧客を増やしたいマーケターのためのAIツール。



- ✔ 広告とWebサイトのデータをワンストップで一元管理
- ✔ AIによる分析で、広告もWebサイトも迷いゼロ
- ✔ シンプルで直観的なUI、さらに手厚いサポートで安心



## よくある課題

Web集客で成果を出すために、サイトリニューアルもSEOもコンテンツマーケティングも広告もやったけどいまいち成果が出ない…。下記のような課題はないでしょうか。



**時間も人手も足りず、  
分析・改善に手が回らない**

- 少人数で広告もサイトも抱え、  
タスク山積み
- データが複数ツールに分散し効  
率低下
- 毎週のKPIレポートが手作業



**とるべきアクションに迷い、  
打ち出す施策にも自信がない**

- GA4を眺めてフリーズ、次を取るべ  
きアクションに迷う
- 打ち手に根拠や自信がなく、上司の  
納得が得られない
- 改善サイクルが定着しない、PDCA  
がDで終わりがち



**専門知識やスキル不足により、  
ツール活用のハードルが高い**

- 専任不在で初期設定から挫折する
- 運用が複雑だと自社で活用しきれ  
る不安
- 頼れる相談相手が社内外にいない

# Revoria Cloud Marketingで実現できること

各種データを一元化してレポートを自動作成することで、分析工数を削減。さらにWebの課題発見や、Web広告予算の最適化をAIが支援することで、Web集客の最適化を実現します。



**広告もWebサイトも  
データを一元化  
ワンストップで工数削減**

- ワンストップで複数業務をカバー
- 複数チャネルのデータを一元化して効率化
- 集計が面倒なレポートも自動作成



**独自AIが次の一手を提案  
次にやるべき施策が  
すぐわかる**

- 非専門家でも分かる改善提案
- 施策の効果や理由を可視化
- 現状把握～効果検証まで目的達成まで道筋をサポート



**シンプルで直観的なUI  
さらに手厚いサポートで  
安心**

- ノーコード導入&導入支援ですぐ使える
- シンプルで直感的なUI設計
- カスタマーサクセスチームが利用をサポート

# Web集客の目標と起きている問題

## — Web集客の目標 —

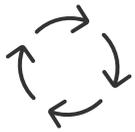


問い合わせを増やしたい



ECサイトの売上を向上させたい

## — 起きている問題 —



デジタルマーケティングが難しそう



HPリニューアルに伴う効果測定に悩んでいる



Web広告の効果が不明



外注すると高い



GA4を使いこなせない

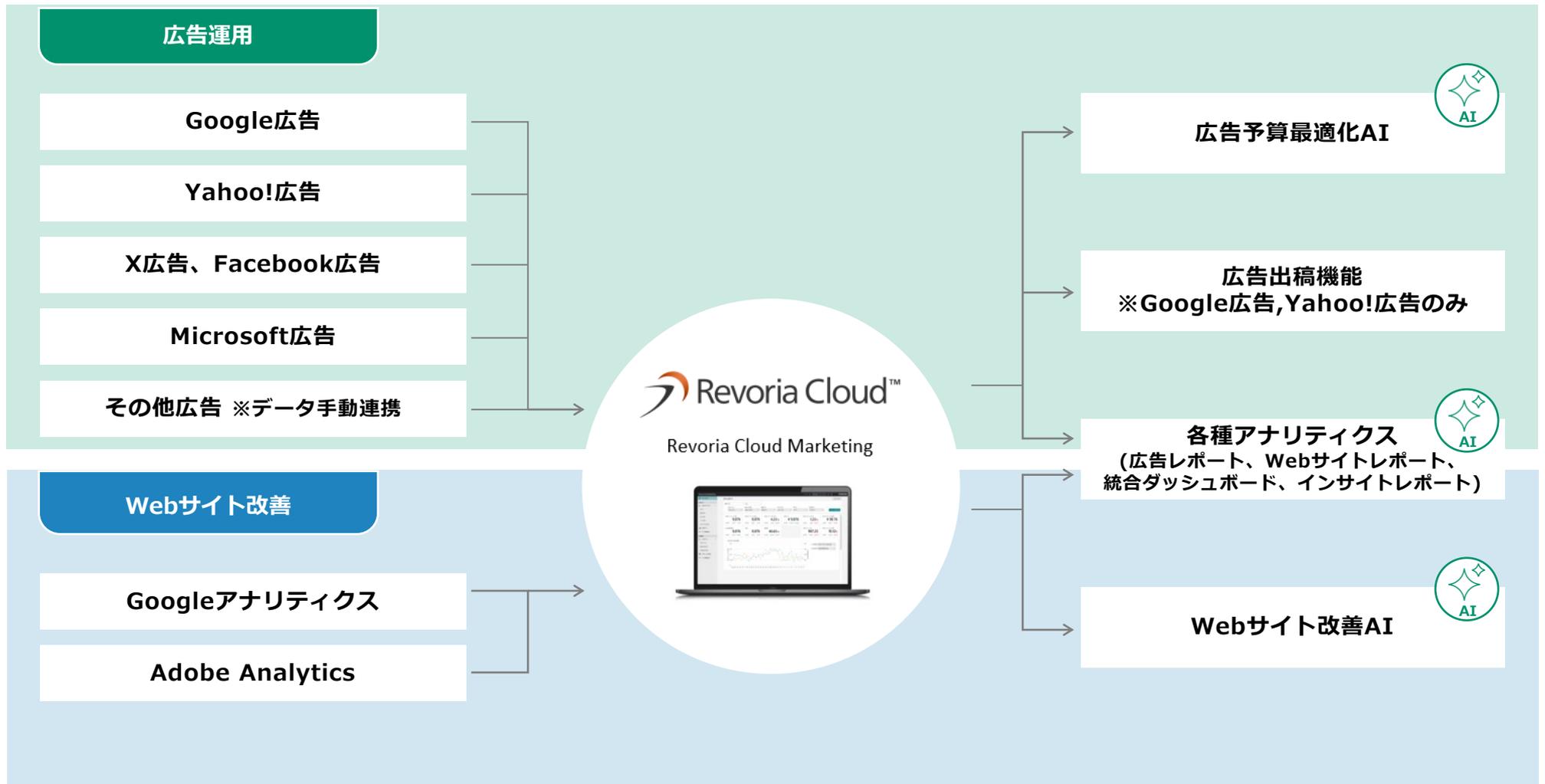


分析出来る人が少ない



 Revoria Cloud™ Marketing で解決

# Revoria Cloud Marketing



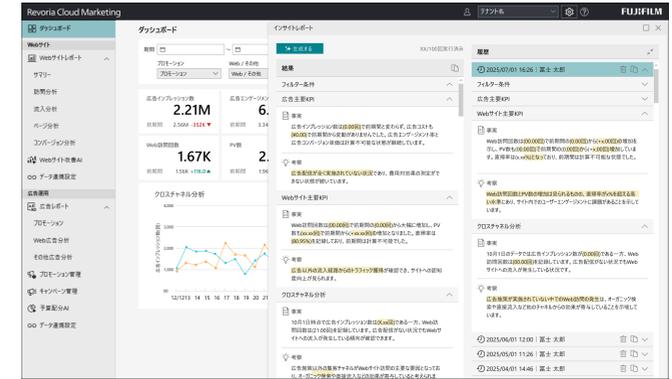
## データを“見る”だけ⇒理解し、活かす段階へ

### 【課題】

- データはあるが、どの数値をどう読み解けばいいのかわからない。
- 他部署に展開する際、レポートだけでは意図や成果が伝わりにくい。

### 【解決策】

- インサイトレポート**で、数値の変化や傾向をわかりやすい文章で提示します。
- AIが考察まで自動生成するため、誰でも“伝わる分析レポート”を作成できます。



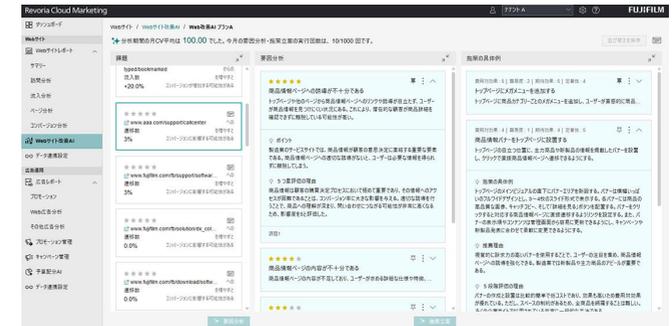
## AIを活用して、自社内でPDCAを回す

### 【課題】

- コンバージョンを増やすための具体的な施策が思いつかない。
- Webサイトをリニューアルしたいが、何が課題なのか特定できない。

### 【解決策】

- Webサイト改善AI**で、コンバージョンを阻害している要因を自動で抽出できます。
- AIが「課題→要因→改善施策」を提示し、自社内でのPDCAサイクルを加速できます。



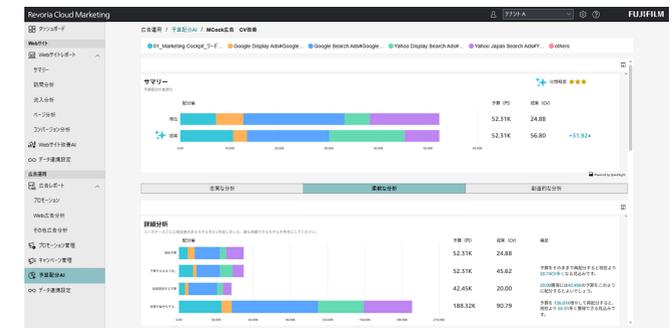
## Web広告を出し始めたが成果がイマイチ…を変える

### 【課題】

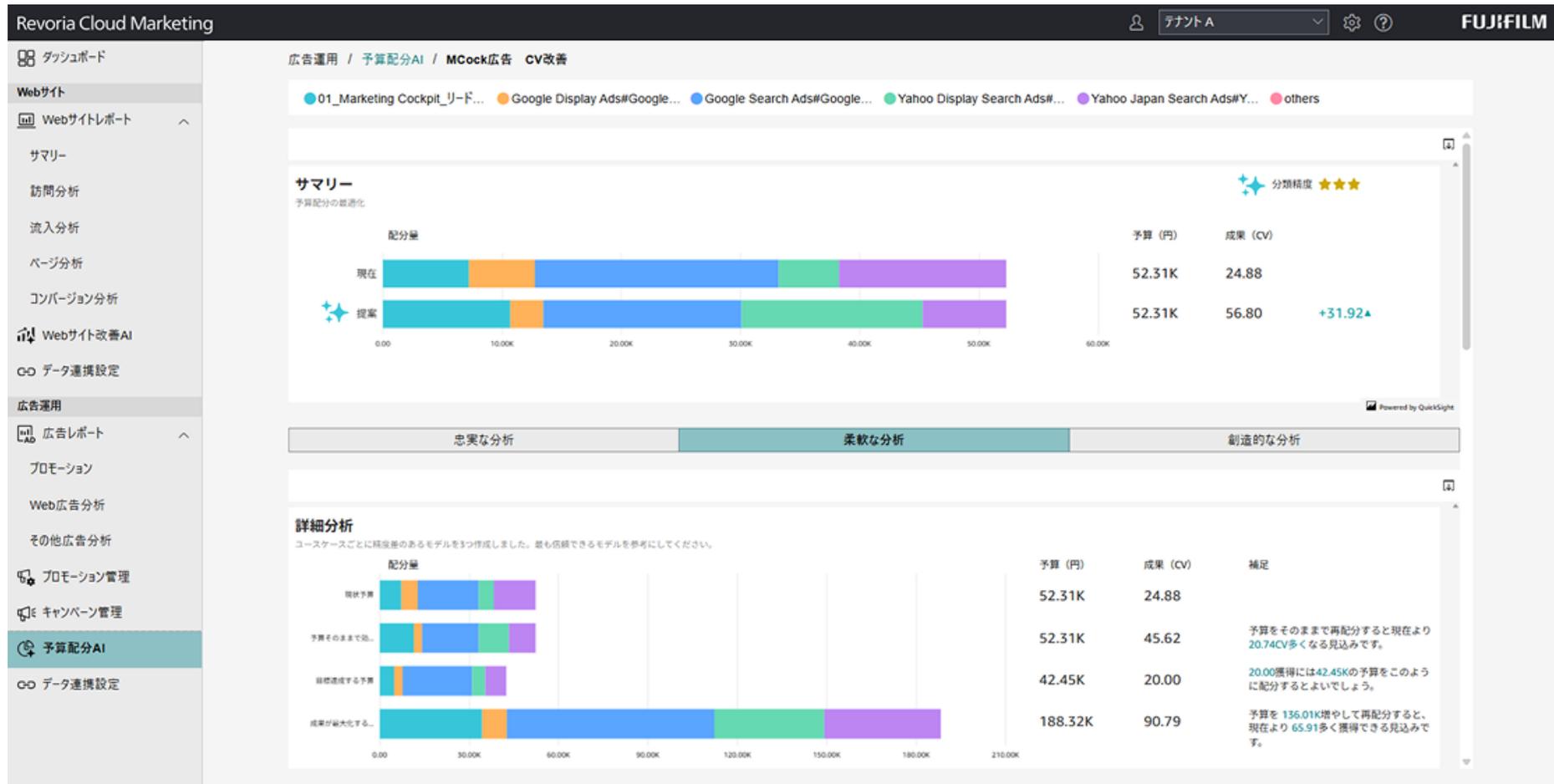
- Web広告を出しているが、売上やコンバージョンにつながっていない。
- CPAが高く、費用対効果を正確に把握できていない。

### 【解決策】

- 広告予算最適化AI**を使い、媒体別の費用対効果を分析できます。
- 最も効率的な予算配分をAIが提案、最適化を実現します。



# 機能 | 広告予算最適化AI



## ☑最適な広告予算配分を実現できる

売上や過去のコンバージョンデータと広告出稿データを基に、独自開発のAI分析モデルで、経験や勘に頼らない納得感のある広告予算配分を実現できます。

## ☑複数広告媒体の効果が可視化できる

各媒体の全体成果に対する貢献度や飽和曲線を推定することで、“どの媒体がどれだけ効いたか”を可視化できます。

# 機能 | 広告出稿

Revoria Cloud Marketing

Webサイト / Webサイト改善AI

新規登録 ✓ AI分析で課題抽出を今月0回実行しました。

プラン名	ステータス	最終更新者	作成日時	更新日時	メモ
Web改善AI プランA	施策立案可能	User	2025/07/04	2025/07/04	
Web改善AI プランB	施策立案可能	User	2025/06/27	2025/06/27	
Web改善AI プランC	一時保存	User	2025/06/26	2025/06/26	
✓ Web改善AI プランD	施策立案可能	User	2025/06/26	2025/06/26	
Web改善AI プランE	施策立案可能	User	2025/06/26	2025/06/26	
Web改善AI プランF	課題抽出失敗	User	2025/06/26	2025/06/26	
✓ Web改善AI プランG	施策立案可能	User	2025/06/26	2025/07/07	
✓ Web改善AI プランH	施策立案可能	User	2025/06/26	2025/06/26	
Web改善AI プランI	施策立案可能	User	2025/06/25	2025/06/26	
✓ Web改善AI プランJ	施策立案可能	User	2025/06/25	2025/06/26	

Revoria Cloud Marketing

広告運用 / キャンペーン管理 / キャンペーンAAA / Ads group01 / キーワード一覧

キーワード	キーワード種別	クリエティブ種別	検索	過去7日間	2025/04/25	2025/05/01	検索	フィルタ	全編成再入
キーワード	キーワード種別	クリエティブ種別	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価			
キーワードF001	完全一致	部分一致	1,061	65	6.13%	¥6.17			
キーワードF002	完全一致	部分一致	205	4	1.95%	¥5.00			
キーワードF003	有効	部分一致	42	0	0.00%	¥0.00			
キーワードF004	有効	部分一致	35	1	2.86%	¥6.00			
キーワードF005	有効	部分一致	34	0	0.00%	¥0.00			
キーワードF006	有効	部分一致	23	0	0.00%	¥0.00			
キーワードF007	有効	部分一致	19	1	5.26%	¥8.00			
キーワードF008	有効	部分一致	12	0	0.00%	¥0.00			
キーワードF009	有効	部分一致	10	0	0.00%	¥0.00			
キーワードF010	有効	部分一致	7	0	0.00%	¥0.00			
キーワードF011	有効	部分一致	1	0	0.00%	¥0.00			
キーワードF012	有効	部分一致	-	-	-	-			

## ✓複数広告媒体の出稿が簡単にできる

各広告媒体の管理画面にログインや設定の必要なく、一つのツールで完結できます。

## ✓媒体を跨いだ詳細レポートの確認ができる

Google広告、Yahoo!広告を跨いで詳細レポート(キャンペーン・広告グループ・キーワード・オーディエンス・広告クリエイティブの単位)が確認して変更ができるので、効率的な運用が可能

# 機能 | アナリティクス：インサイトレポート

Revoria Cloud Marketing

ダッシュボード

Webサイト

Webサイトレポート

サマリー

訪問分析

流入分析

ページ分析

コンバージョン分析

Webサイト改善AI

データ連携設定

広告運用

広告レポート

プロモーション

Web広告分析

その他広告分析

プロモーション管理

キャンペーン管理

予算配分AI

データ連携設定

ダッシュボード

期間 [ ] ~ [ ]

プロモーション [プロモーション]

Web / その他 [Web / その他]

Web / その他 [Web / その他]

広告インプレッション数 2.21M

前期間 2.56M -352K ▼

広告エンゲージメント 6.0

前期間 3.34

Web訪問回数 1.67K

前期間 1.56K +116.0 ▲

PV数 2.0

前期間 1.96

クロスチャネル分析

広告インプレッション数(回)

12/12/13 14 15 16 17 18 19 20 21

インサイトレポート

生成する XX/100回実行済み

結果

フィルター条件

広告主要KPI

事実

広告インプレッション数は(0.00回)で前期間と変わらず、広告コストも(¥0.00)で前期間から変動がありませんでした。広告エンゲージメント率と広告コンバージョン単価は計算不可能な状態が継続しています。

考察

広告配信が全く実施されていない状況であり、費用対効果の測定ができない状態が続いています。

Webサイト主要KPI

事実

Web訪問回数は(00.00回)で前期間の(0.00回)から大幅に増加し、PV数も(xx.xx回)で前期間から(+xx.xx回)の増加となりました。直帰率は(80.95%)を記録しており、前期間は計算不可能でした。

考察

広告以外の流入経路からのトラフィック獲得が確認でき、サイトへの認知度向上が見られます。

クロスチャネル分析

事実

10月1日時点で広告インプレッション数は(x.xx回)である一方、Web訪問回数は(21.00回)を記録しています。広告配信がない状況でもWebサイトへの流入が発生している傾向が確認できます。

考察

広告施策以外の集客チャネルがWebサイト訪問の主要な要因となっており、オーガニック検索や直接流入などの効果が寄与していると考えられます。

履歴

2025/07/01 16:26 | 富士 太郎

フィルター条件

広告主要KPI

Webサイト主要KPI

事実

Web訪問回数は(00.00回)で前期間の(0.00回)から(+x.xx回)の増加を示し、PV数も(00.00回)で前期間の(0.00回)から(+x.00回)増加しています。直帰率は(xx.xx%)となっており、前期間は計算不可能な状態でした。

考察

Web訪問回数とPV数の増加は見られるものの、直帰率が%を超える高い水準にあり、サイト内でのユーザーエンゲージメントに課題があることを示しています。

クロスチャネル分析

事実

10月1日のデータでは広告インプレッション数が(0.00回)である一方、Web訪問回数は(00.00回)を記録しています。広告配信がない状況でもWebサイトへの流入が発生している状況です。

考察

広告施策が実施されていない中でのWeb訪問の発生は、オーガニック検索や直接流入など他のチャネルからの効果が寄与していることを示唆しています。

2025/06/01 12:00 | 富士 太郎

2025/05/01 11:26 | 富士 太郎

2025/04/01 14:46 | 富士 太郎

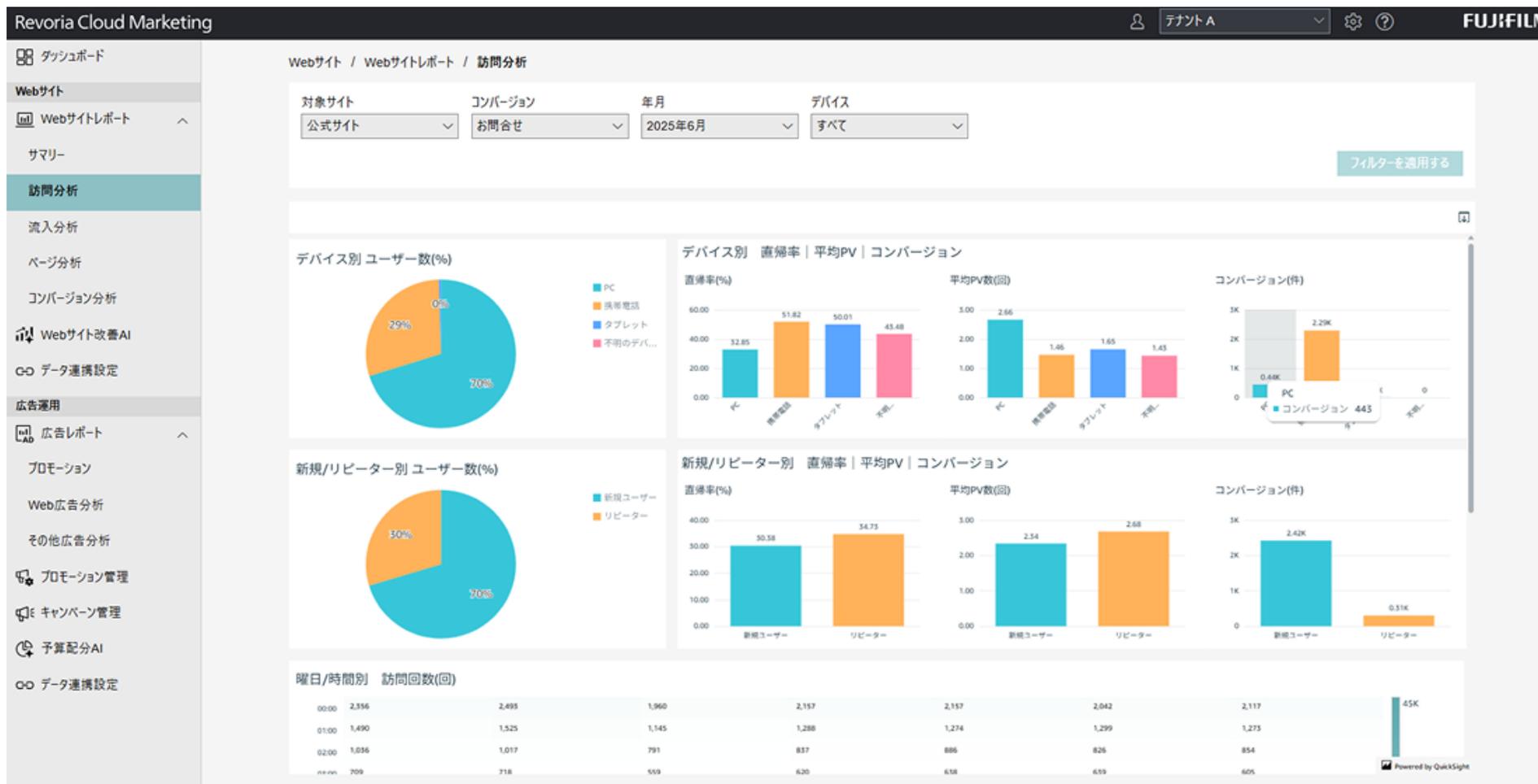
☑ 専門知識がなくても重要な情報をしっかり把握できる

AIによってデータの読み解きから考察作成までを自動化し、専門知識がなくても重要情報の把握や施策立案を行うことができます。

☑ わかりやすいから、部門を超えた報告・共有も効率化

レポート報告や説明にかかる業務負荷を大幅に削減できます。さらに、専門知識がない関係者にも分かりやすく情報を伝えられるため、施策の合意形成や次のアクションへの移行を迅速化できます

# 機能 | アナリティクス : Webサイトレポート



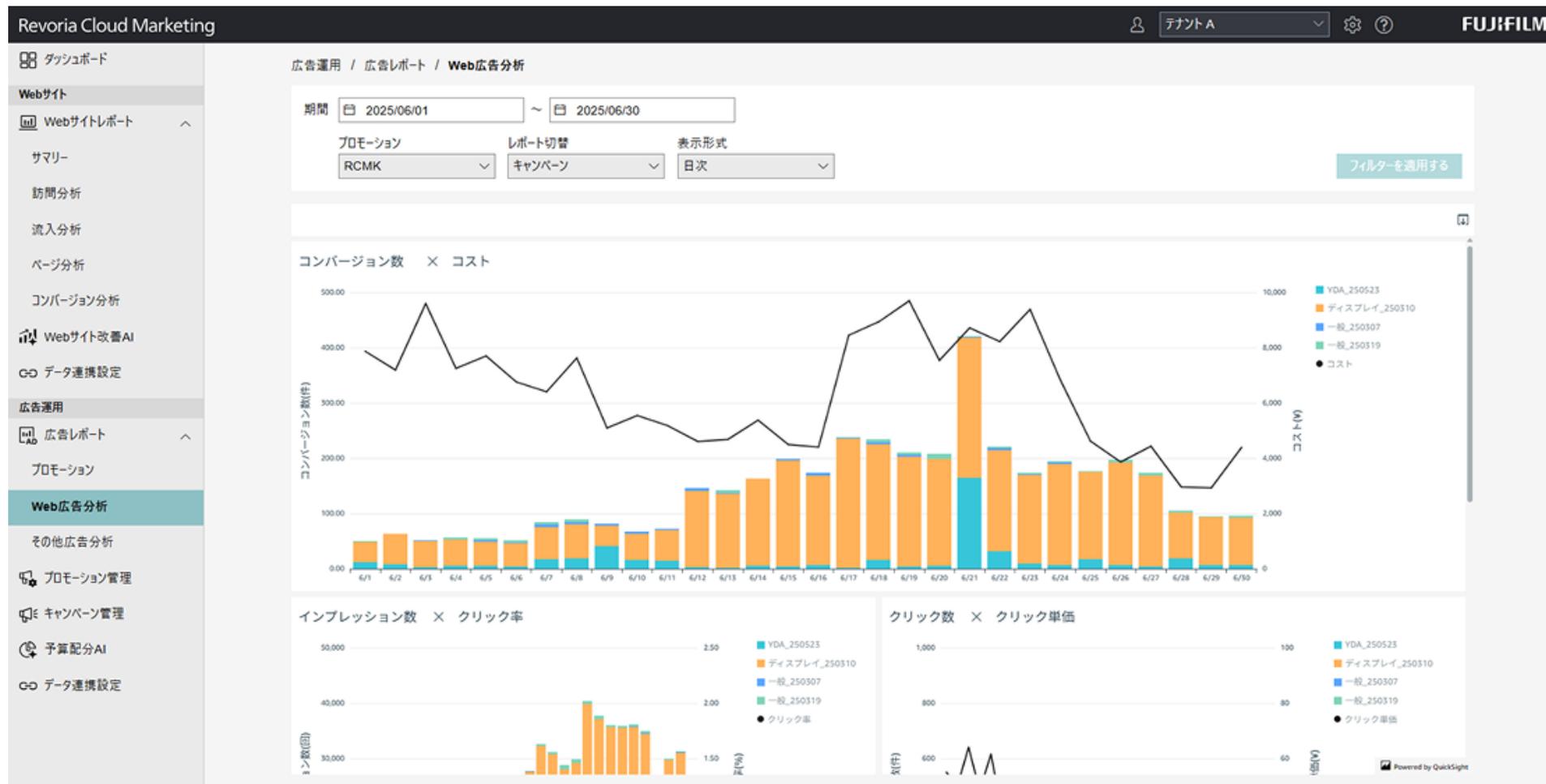
☑時間がなくてもすぐに始められる

Googleアナリティクスやその他アクセス解析ツールと、コンバージョン設定があれば、学習や初期設定のコストを最小限に抑えてすぐに分析を開始できます。

☑専門の人材がいなくても様々な視点で分析できる

訪問分析や流入分析、ページ分析、コンバージョン分析といったレポートが用意されているため、さまざまな視点でWebサイトを分析できます。

# 機能 | アナリティクス : 広告レポート



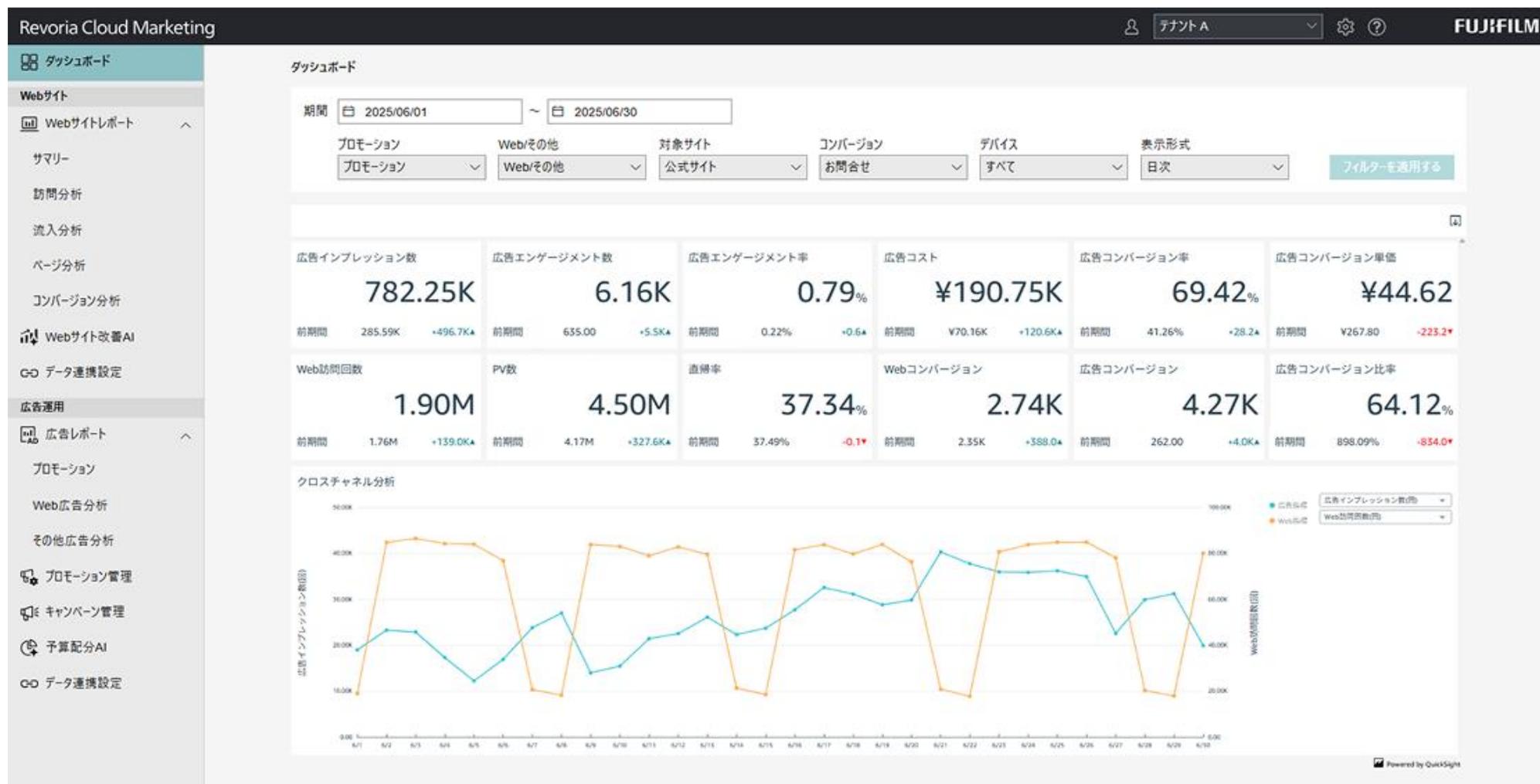
## ☑簡単に広告分析ができる

主要媒体はAPIで自動連携できるため、簡単に広告データを集約できます。さまざまな広告データをCSVフォーマットで取り込むこともできます。

## ☑煩雑な情報を俯瞰して見られる

広告レポートにおける多くの指標を俯瞰されたレポートで把握することで、素早く気づきを得ることができます。

# 機能 | アナリティクス：統合ダッシュボード



## ☑ 重要な指標を見逃さない

複数の広告媒体や、Webサイトの重要な指標の最新情報やデータを集約し、横断したレポートを作成できます。最新の情報をカード形式でまとめることで、素早くチェックできます。

## ☑ バラバラなデータを繋ぎ、全体像を可視化

Webマーケティングにおけるさまざまなデータを素早く分かりやすくビジュアル化。アナログ広告や認知広告の成果とWebサイトのデータを時系列で確認できることで費用対効果の把握に貢献できます。

# 機能 | Webサイト改善AI

The screenshot displays the Revoria Cloud Marketing dashboard for a tenant named 'テナント A'. The main navigation menu on the left includes 'Webサイト改善AI' (Website Improvement AI), which is currently selected. The dashboard is divided into three main sections:

- 課題 (Issues):** A list of identified issues, such as 'typed/bookmarked' with a 20.0% increase in flow and 'www.aaa.com/support/calcenter' with a 3% decrease in conversion. Each issue is accompanied by a star rating and a brief description of its impact on conversion.
- 要因分析 (Cause Analysis):** Detailed analysis for selected issues. For example, it identifies that the product information page has insufficient navigation, leading to user frustration and potential abandonment. It also notes that the lack of a 5-star rating is due to the complexity of the purchase process and the need for more detailed product information.
- 施策の具体例 (Specific Examples of Measures):** Actionable recommendations for each issue. For the navigation issue, it suggests adding a mega menu to the top page. For the 5-star rating issue, it recommends using high-quality images and clear CTAs on the product page.

At the bottom of the dashboard, there are buttons for '要因分析' (Cause Analysis) and '施策立案' (Measure Proposal).

## Webサイトの課題がわかる

期間と目標コンバージョンのAI設定だけでコンバージョン増加のための課題を自動的に特定できます。

## すぐに改善施策が立案できる

生成AIの技術を活用し、課題の要因分析と施策の具体例をAIが提示。専門知識がなくても具体的な改善施策を出せます。

# 補足：Webサイト改善AIの特長

Webサイトの課題を抽出するAIによって、課題に紐づく改善案が出せる

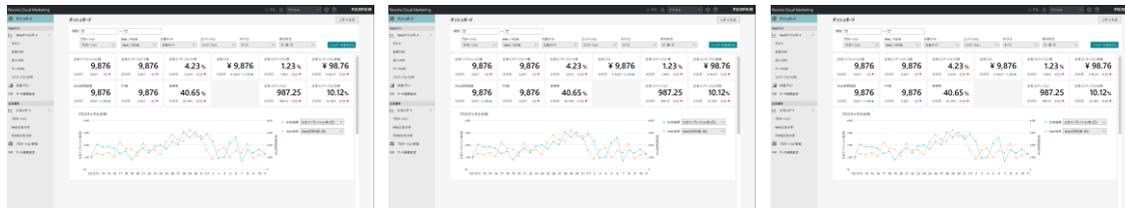
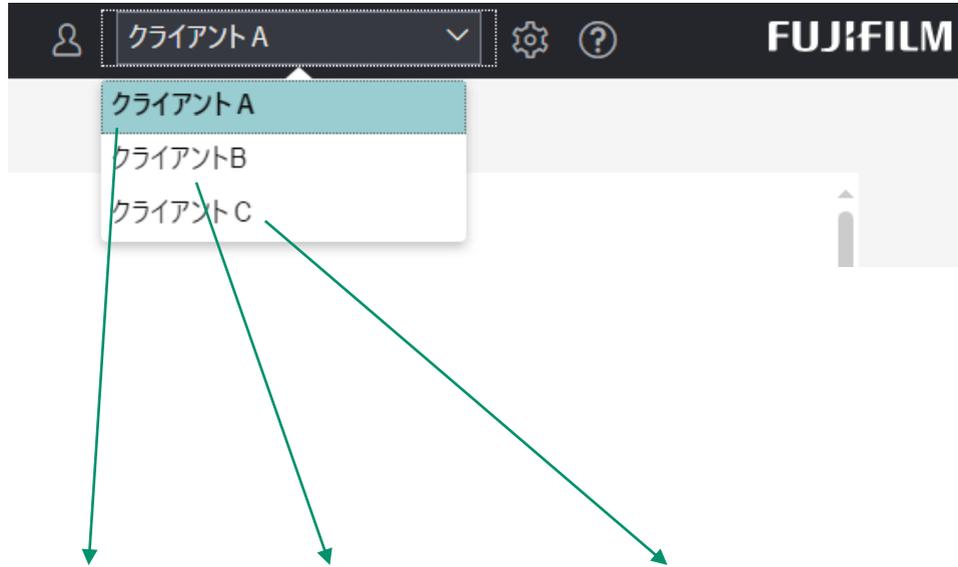
優先度付けロジックにより、施策の優先順位を容易に判断できる。

The screenshot displays the Revoria Cloud Marketing dashboard. The left sidebar contains navigation options like 'Webサイトレポート', 'Webサイト改善AI', and 'データ連携設定'. The main content area is divided into three panels: '課題' (Issues), '要因分析' (Cause Analysis), and '施策の具体例' (Specific Examples of Strategies). The '課題' panel lists several issues with their respective metrics and potential impact on conversion. The '要因分析' panel provides detailed insights into why these issues occur, such as insufficient navigation on product information pages. The '施策の具体例' panel offers concrete recommendations and implementation steps for each issue, including adding mega-menus and optimizing banners. A red box highlights a specific strategy example with its priority metrics: '費用対効果: 5 | 難易度: 2 | 期待効果: 5 | 定番性: 4'. Red arrows point from the text above to the '課題' and '施策の具体例' panels.

## セキュリティ/コンプライアンス遵守を徹底できる

(一般的な生成AIは学習設定のオンオフが可能でリスクが残る。本サービスは入力データが学習に利用されない設計である。)

# その他 | マルチテナント・限定権限アカウントの発行



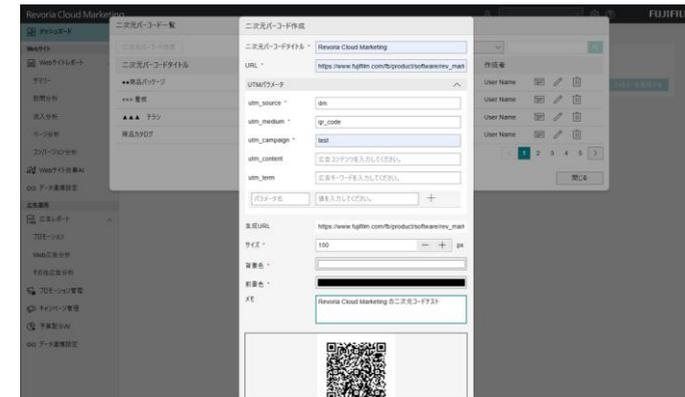
## ☑ 複数のテナントを切り替えることが可能

エンドクライアントがいる代理店の場合、クライアントごとにテナントを発行して、操作環境を切り替えながら、安全かつ効率的に作業を進めることができます。



## ☑ 限定権限アカウントを作成可能

社内やクライアントとのレポート共有の効率化が図れるように、レポート閲覧のみ可能な限定権限のアカウントを発行できます。



## ☑ 二次元バーコード生成

二次元バーコードの生成からパラメータ設定、管理までを一元的に行うことができます。二次元バーコードの個別管理の手間を削減し、担当者の業務負荷やミスリスクを低減できます。

# 業種別改善事例



## 【A社】 広告代理店

「Web改善ができる人が限られており、効率化と平準化が急務。効率的にクライアントに提案して、成果をだしていきたいのに…」

→Webサイト改善AI活用により施策立案の時間を**半減**できた。



## 【B社】 製造業・D2C

「特設ページへの流入を増やしたいが、どうすればよいのかわからないGA4を見てもヒントになるような情報は得られないし…」

→Web改善AIにより重要ページ**流入数を1.5倍**に増やせた。



## 【C社】 ソフトウェア商材

「他業務がある中で、Web広告は後回し。でもそろそろ何とかしないと。社内ミーティングで提案をもっていけないといけませんが、どうすれば…」

→広告予算最適化AI利用でCV件数が**2倍以上**に増加し、CPAを**44.4%**削減できた。

**FUJIFILM**  
**Value from Innovation**