

コト、モノにかかわる全ての人々の 顧客体験を最大化する

私たちは、世界初のECトータルソリューションカンパニーとして、
関わる全ての人々に新たな体験を提供することで、
世の中を豊かにします。



会社概要

SUPER STUDIO

社名 株式会社SUPER STUDIO

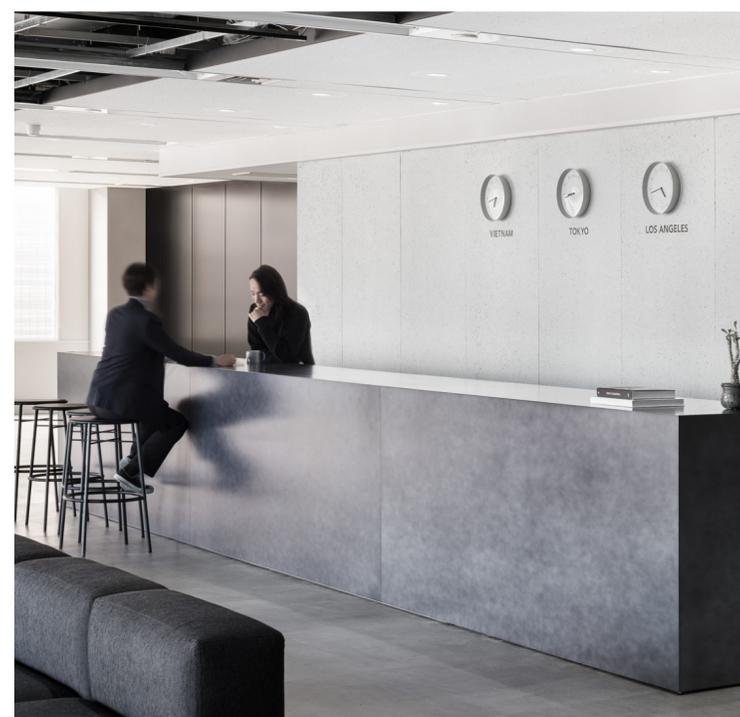
設立 2014年12月24日

代表者 林 紘祐

資本金 6,571,220,000円 (資本準備金含む)

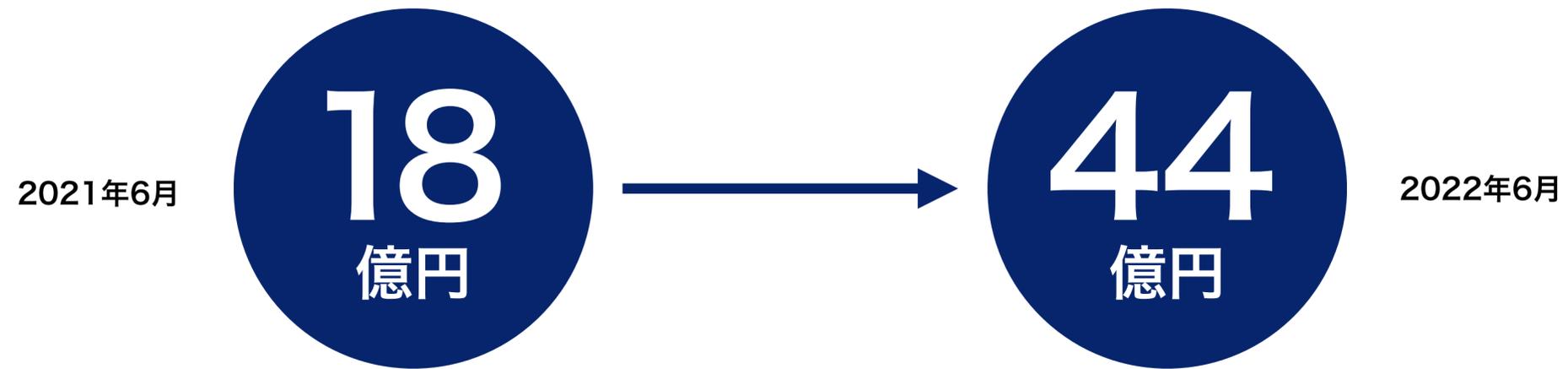
従業員 227名 ※アルバイト・契約社員含む
※2022年6月時点

所在地 東京都目黒区下目黒2-23-18
目黒山手通ビル8階



2021年から合計約62億円^{*}を調達 ※2022年6月22日現在

各投資家様より高い評価をいただき、2022年春以降の非常に厳しい市場環境下においても大型資金調達に成功しております。
今後も、プロダクト / サービスのさらなる進化に向けた投資を重ねて参ります。



 **ALL STAR SAAS FUND**

31 VENTURES

 三井不動産
MITSUI FUDOSAN

global
brain

 Akatsuki

 きらぼしキャピタル

 SMBC ベンチャーキャピタル

 Net Protections

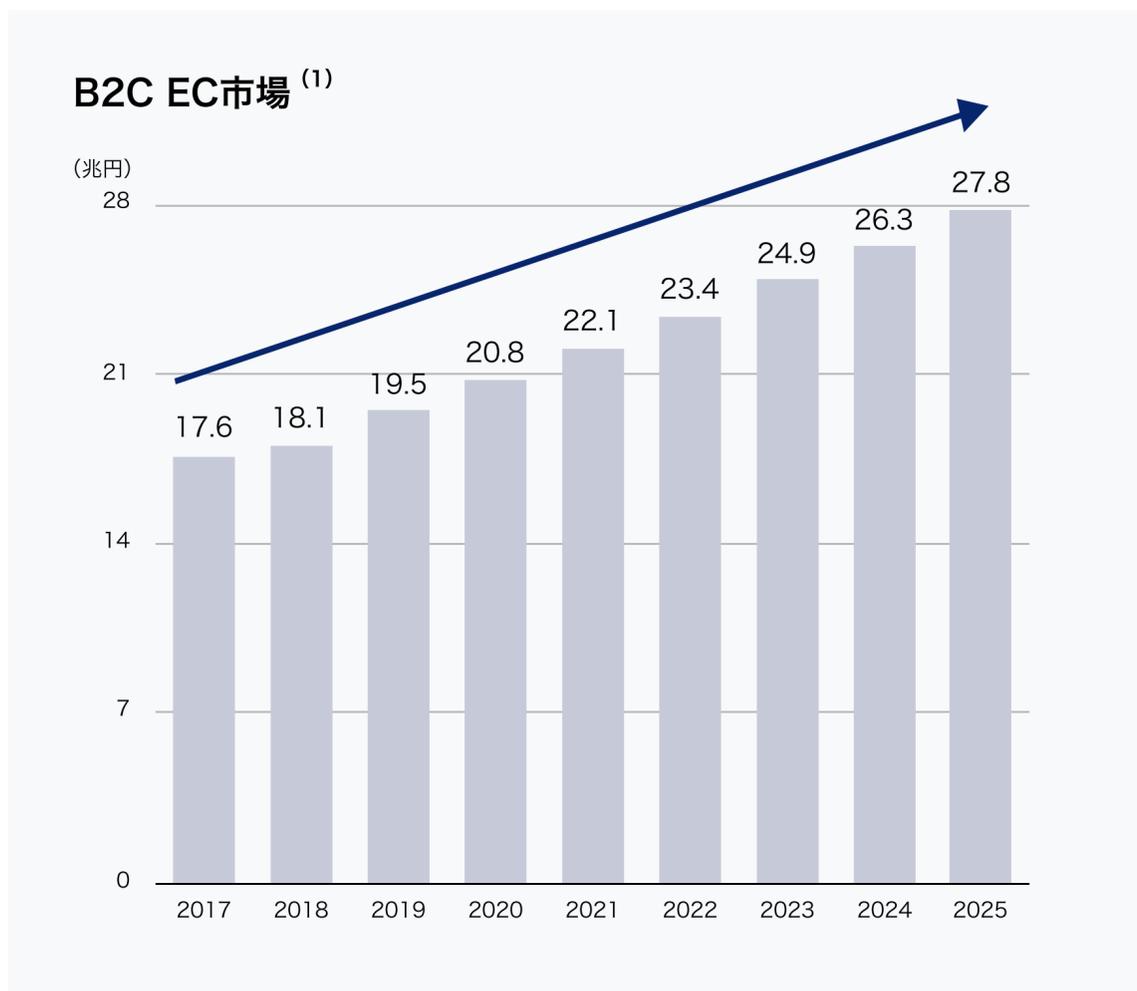

PAVILION
CAPITAL PARTNERS

 MIZUHO みずほキャピタル

 MS&AD
三井住友海上キャピタル

 MUFG
三菱UFJイノベーション・パートナーズ

D2C/ECの現状



コロナの影響も追い風となり国内EC市場は堅調に拡大



大企業～中小企業まで幅広い企業がEC事業へ参入し

オムニチャネル(複数の販売経路の展開)で売上を上げる時代へ突入



消費者



良い商品がいつでもどこでも買える時代・・・
何を基準に選べば良いのだろう？

EC事業者



Web出稿量が増え、広告コストが高い。
新規顧客がなかなか獲得できない・・・

1.出典:NRI「ITナビゲーター2020年版」、作成：岡三証券。インターネット経由で一般消費者向け商品・サービスを販売する市場を対象とする。19年度以降は予測。

消費者の消費行動が
単に**機能的価値(役に立つ)**を購入する時代から、
情緒的価値(意味がある)つまりは「**体験を購入する時代**」へと変化

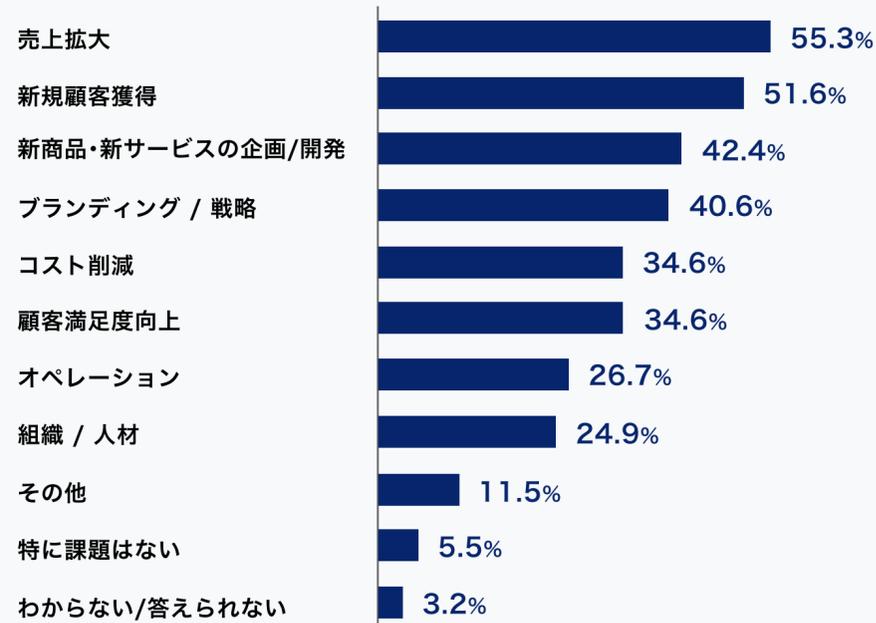
従来EC		
顧客	EC利用者	マスマユーザー
	タッチポイント	検索エンジン 大型ECプラットフォームサイト内
	モチベーション	利便性、経済性 (品揃え、便利さ、安さ、速さ)
	商品	コモディティ品、カタログ品
事業者	ECの位置付け	補完的
	顧客データの保有者	プラットフォームマー
	顧客接点	間接的
	販売バリューチェーン	委託
	EC構築	フルスクラッチ 大型ECプラットフォーム



新世代EC	
	ファン、ニッチ層
	SNS、オウンドメディア インフルエンサー
	ユニークさ、限定性 共感性、専門性
	ニッチ商品、オンリーワン 領域特化型
	メインチャンネル スタートアップチャンネル
	自社
	直接的
	自社で管理
	クラウドEC



Q7 あなたがお勤め先で運営に関わっているECサイトにおける課題について、あてはまるものをすべてお選びください。(n=217)



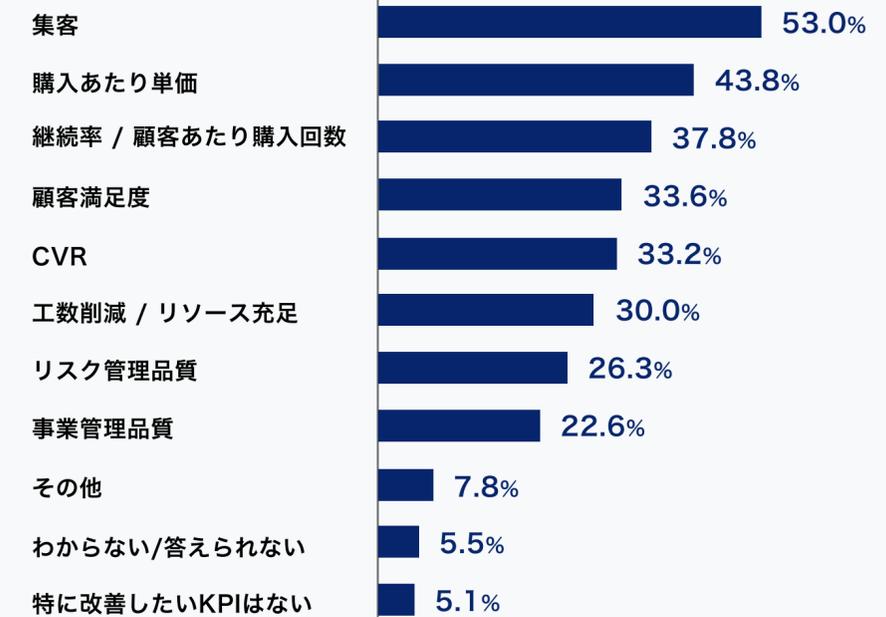
多くのEC事業者にとって、
「売上拡大」や「新規顧客獲得」が大きな課題

それらを分解すると

「集客」が改善したいポイント1位に。

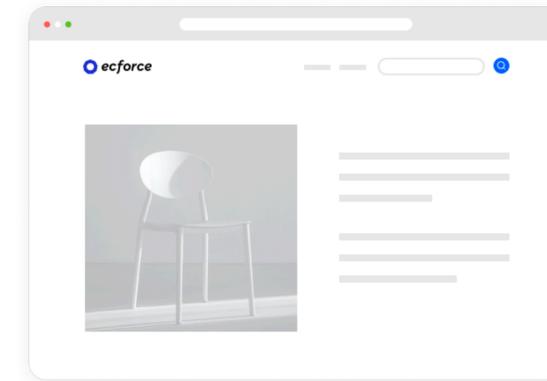
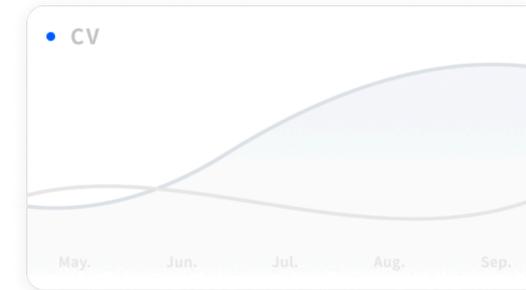
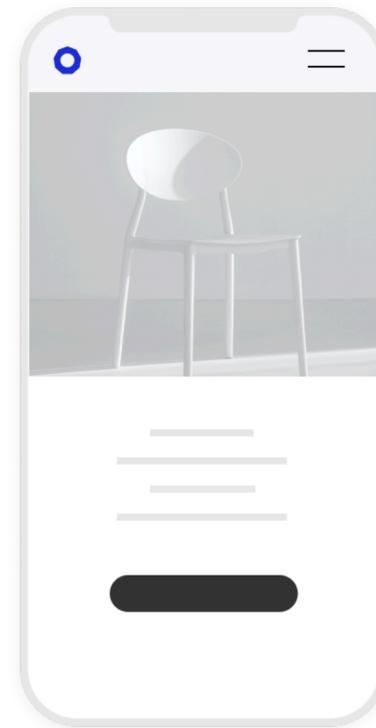
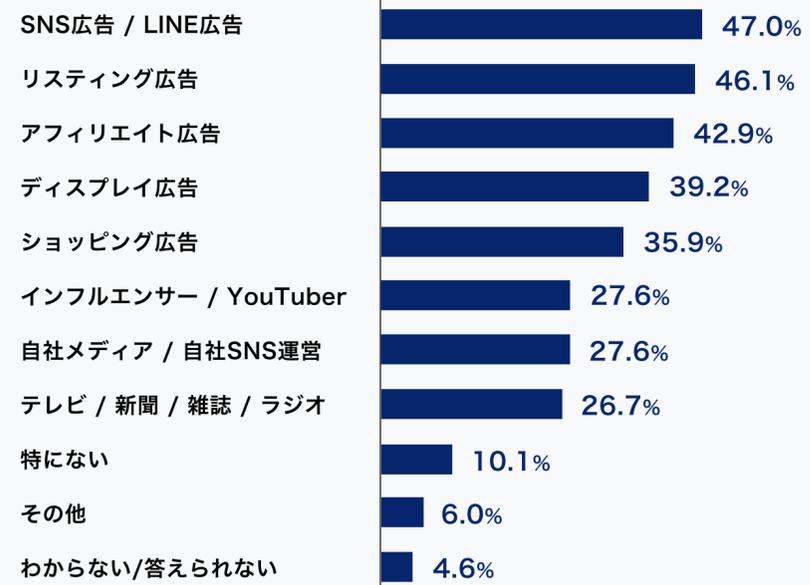
「購入あたりの単価」や「継続率・購入回数」といったLTVに寄与する改善指標が2-3位にランクイン

Q8 あなたがお勤め先で運営に関わっているECサイトで最も改善したいKPIについて、あてはまるものをすべてお選びください。(n=217)



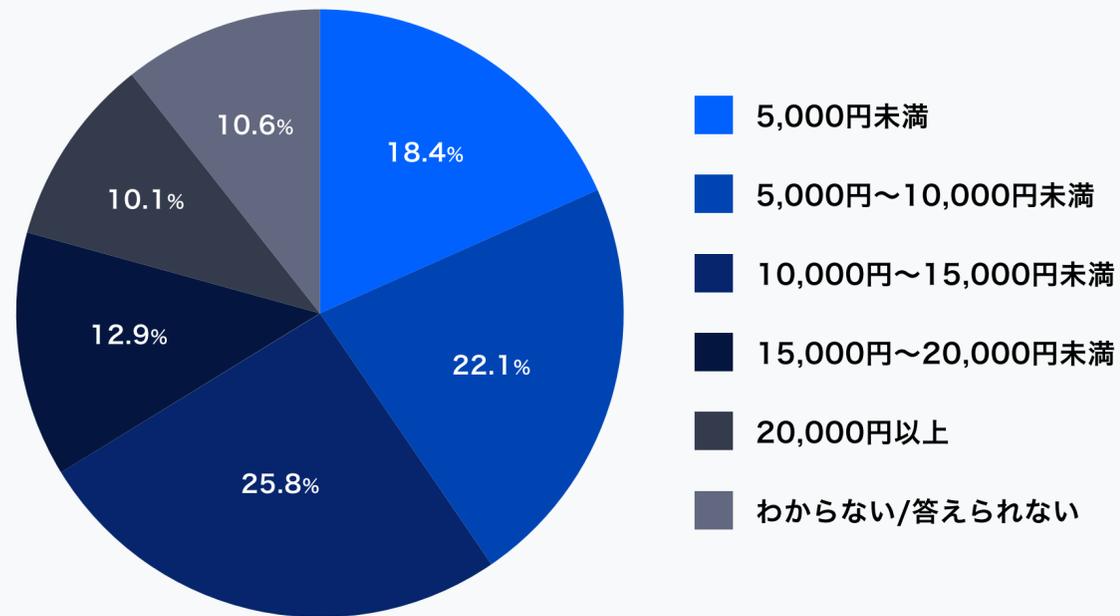
ECにおいて「集客」をするためにはWeb広告は切っても切り離せない存在
その費用は実際どのくらいかかっているのか？

Q10 過去1年間におけるお勤め先のECサイトの運営・集客において、使ったことがある手段を教えてください。(n=217)



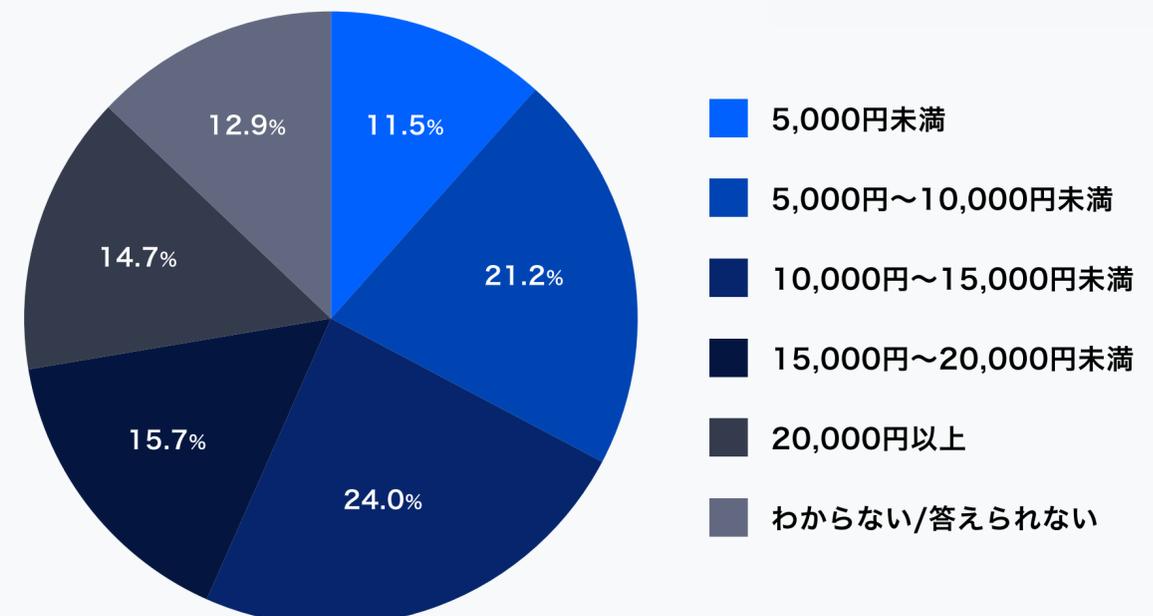
CPA : 5,000円~15,000円がボリュームゾーン

Q13 あなたが運営しているECサイトの直近の「新規顧客獲得単価 (CPA)」について、最もあてはまる金額をお選びください。
(n=217)



LTV : 5,000円~15,000円がボリュームゾーン

Q15 あなたが運営しているECサイトの直近1年間の「LTV(顧客あたり年間売上)」について、最もあてはまるものをお選びください。
(n=217)



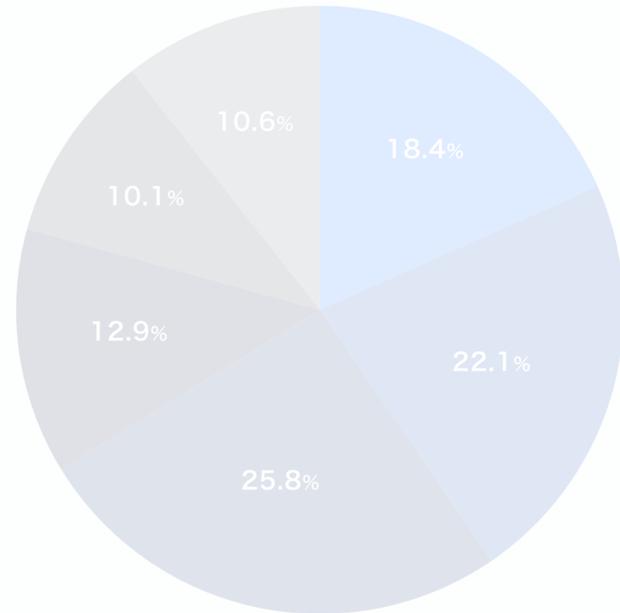
つまり、いかに**ECサイトへの集客を“購入（売上）”に繋げられるか**
“購入”したお客様がいかに**“リピート”してくれる状態を作れるか**が重要に

CPA : 5,000円~15,000円未満 LTV : 5,000円~15,000円未満

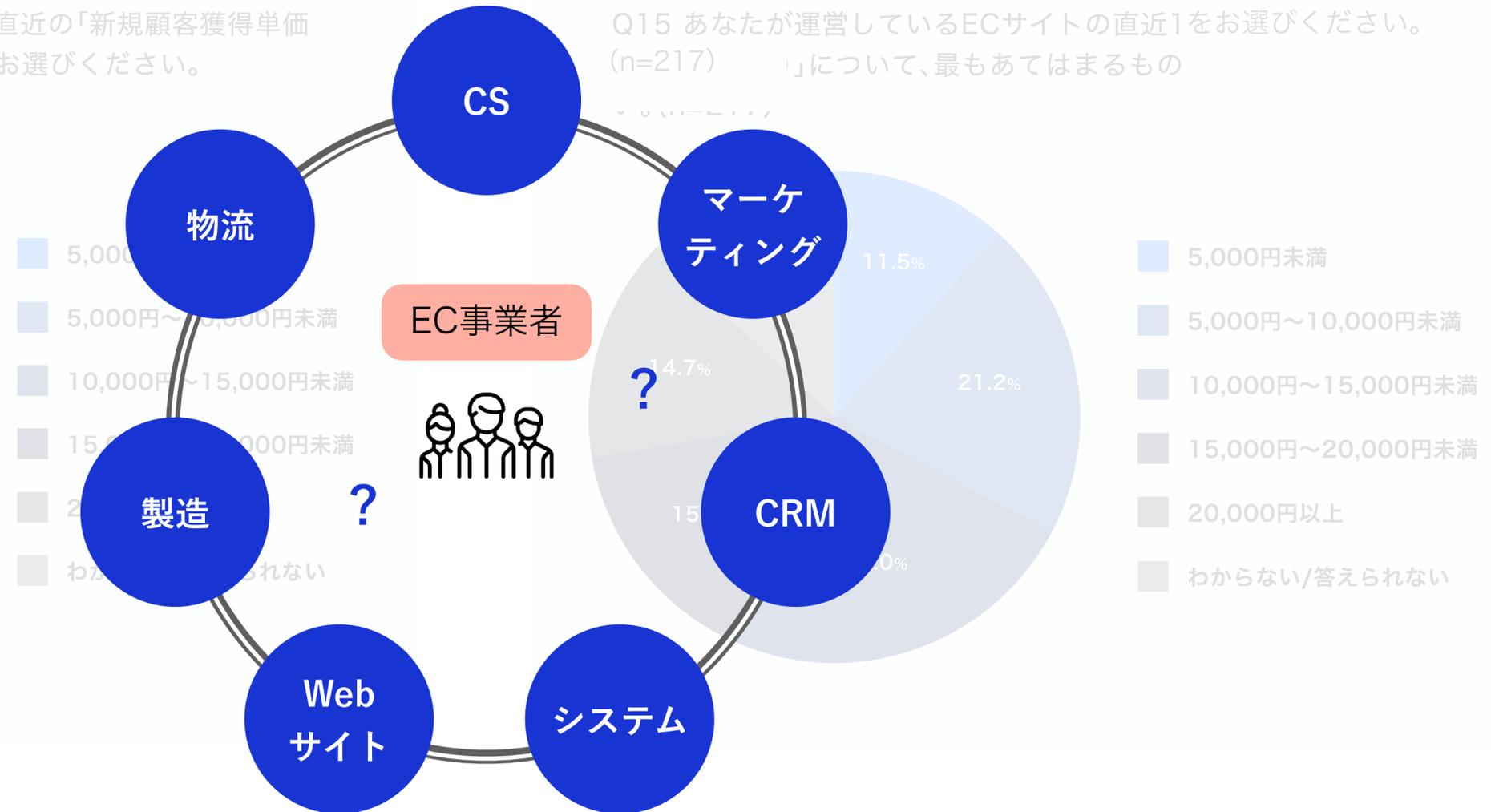
「売上を上げることにリソースを集中させたいのに

実際はEC事業者が取り組まなければならないことは盛りだくさん・・・

Q13 あなたが運営しているECサイトの直近の「新規顧客獲得単価 (CPA)」について、最もあてはまる金額をお選びください。(n=217)



Q15 あなたが運営しているECサイトの直近1をお選びください。(n=217)



つまり、いかにECサイトへの集客を”購入（売上）”に繋げられるか
”購入”したお客様がいかに”リピート”してくれる状態を作れるかが重要に

~~D2CaaS~~
コト、モノにかかわる全ての人々の顧客体験を最大化する

||

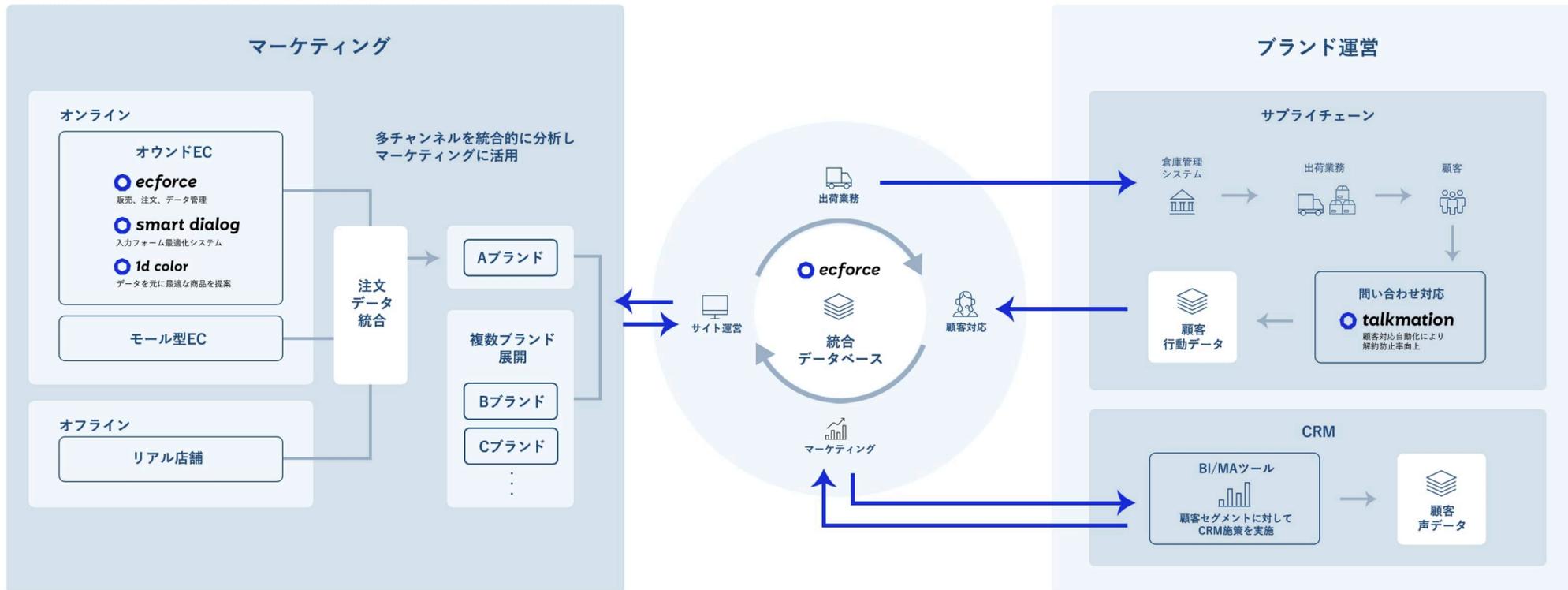
ECをもっとシンプルにすること

面倒な業務をマインドシェアから取り除き、ブランドは本来のあるべき姿である商品をより良くし、顧客のためのさらなる体験価値を追求する仕事に、集中できる状態をつくるべく、SUPER STUDIOでは支援をいたします

次世代EC構想

2023年の夏までにノーコードでEC事業者が総合的なデータと施策管理ができる状態を実現。
ECメーカーの担当者が2名の体制でも年商10億円の事業が運営できる効率的なEC基盤づくりを目指します。

マーケティングからサプライチェーンまで
ブランド運営における全ての工程でデータを活用した最適なPDCA運用を実現

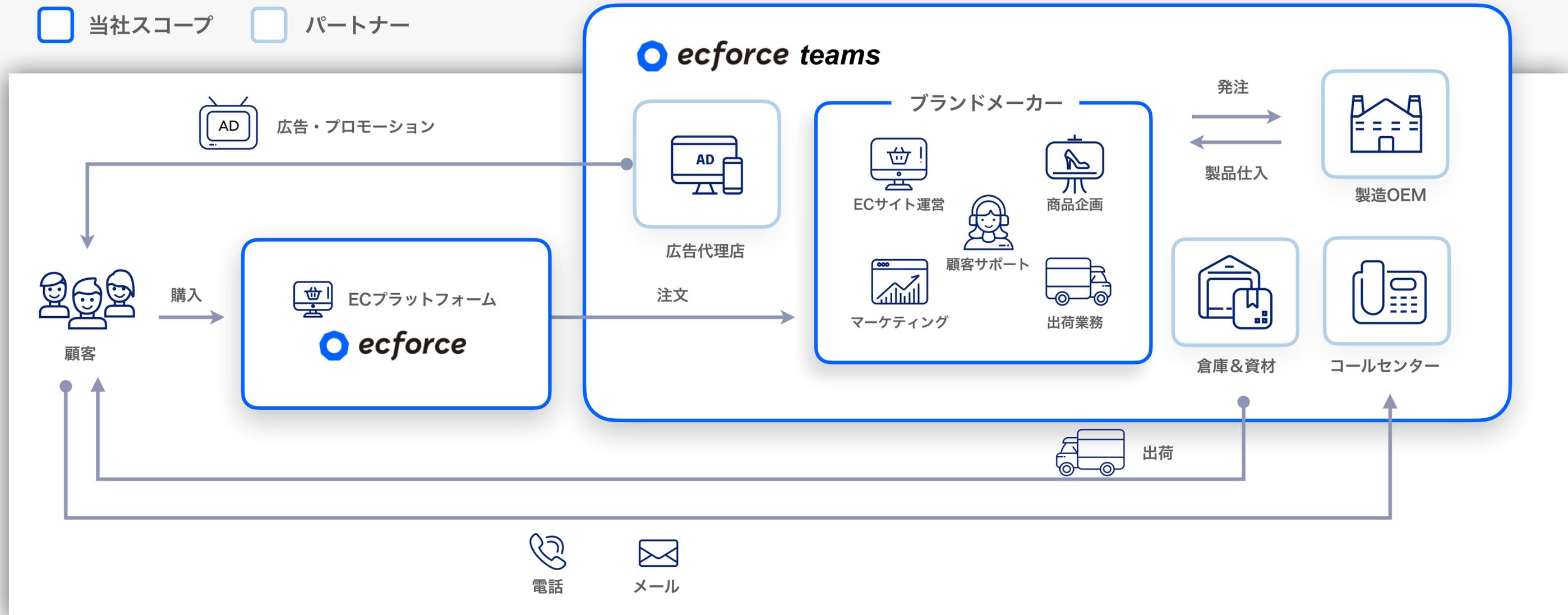


SUPER STUDIOの次世代EC構想が目指すEC運営のあり方

- ・ オフライン/オンラインの販売チャンネルごとのデータに加え、販売後の顧客の行動データまで統合管理されており、データを簡単に活用できる状態
- ・ 統合管理されたデータを簡単に可視化でき、新規顧客の獲得のための全体最適なマーケティングの実現や、顧客セグメントに対して実施したCRM施策の結果までが定量的に確認でき、最適な改善PDCAが運用されている状態
- ・ ブランド運営していく上で必要となる出荷・決済処理や顧客対応などのあらゆる定常業務を自動化

SUPER STUDIOの提供サービスについて

ECプラットフォーム「ecforce」を通じて、 法人EC事業者にECのトータルソリューションを提供





食品×D2C

ふつうのマヨネーズ

「ひと塗りするだけで"食材"が"料理"に変わる」ソースのようなマヨネーズです。穀物酢の代わりにワインピネガーを使うなど厳選した原料で作られており、塩味と酸味を抑えた自然な甘味が特徴。

自社ブランド



ファッション×付帯サービス

GO WITH WHITE.

「白く履き続けられる」をコンセプトにβ版として2021年にリリース。買っては手放すではなく、ひとつのものを長く使い続けるという新しいファッションライフを提案するスニーカーブランド。

自社ブランド



ペットヘルスケア×保険サービス

しぐにやる

猫たちの体調変化を早期発見できるように、尿の性質によって色が変化する猫砂。大切な愛猫と1日でも長くいられるために、毎日手軽に健康チェックができます。

自社ブランド



ハードウェアD2C×サブスクリプションサービス

kipkip

今日のすやすやが、明日のすくすくをつくる。知育や情操教育となるようなコンテンツを厳選し、子どもがおやすみしたくなる習慣づくりを提供する、投影型の絵本プロジェクター。

ecforce teams



インフルエンサー×D2C

groomin

ハンドウォッシュ、マルチクリーナー、キッチンクリーナーを揃え、大切な家族や自分の暮らしのあり方を見つめ直すオーガニックホームケアブランドです。

自社ブランド



インフルエンサー×D2C×小売

CILY

COLOR IMAGINE, LOVE YOURSELF. プルベイエベ問わず、なりたい自分のメイクを楽しんでもらえるよう、アジア人女の子に似合うビューティーを提案。なりたい顔No.1テリプロデュース韓国コスメ。

自社ブランド



クラウドファンディング×D2C

Foldstand

1秒でスタンドに。スマホを最も見やすい確度に保持。卓上での操作・動画視聴・テレビ電話など幅広いシーンで力を発揮する、便利すぎる装着型スマホスタンド。

自社ブランド



IP×D2C

PROPELLER

作品とファンの熱量を更なる"推"進力にするグッズブランド。

自社ブランド

その他プロジェクト実績多数

化粧品事業 初年度 年商5億円達成

医薬部外品事業 初年度 年商3億円達成

健康食品事業 事業買収後 売上4.2億円

クラウド
ファウンディング
ペット関連プロジェクト
目標対比 1603%売上達成

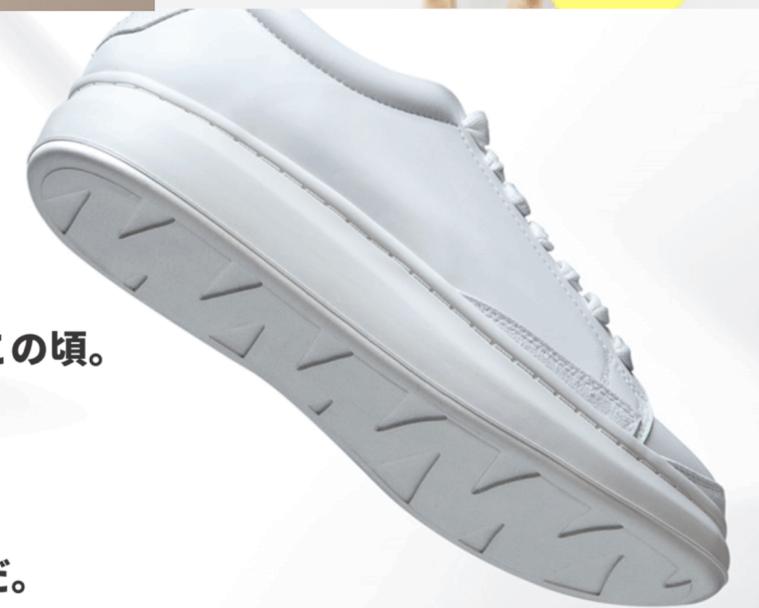
ガジェット関連プロジェクト
目標対比 1095%売上達成

ガジェット関連プロジェクト
目標対比 548%売上達成



GOW

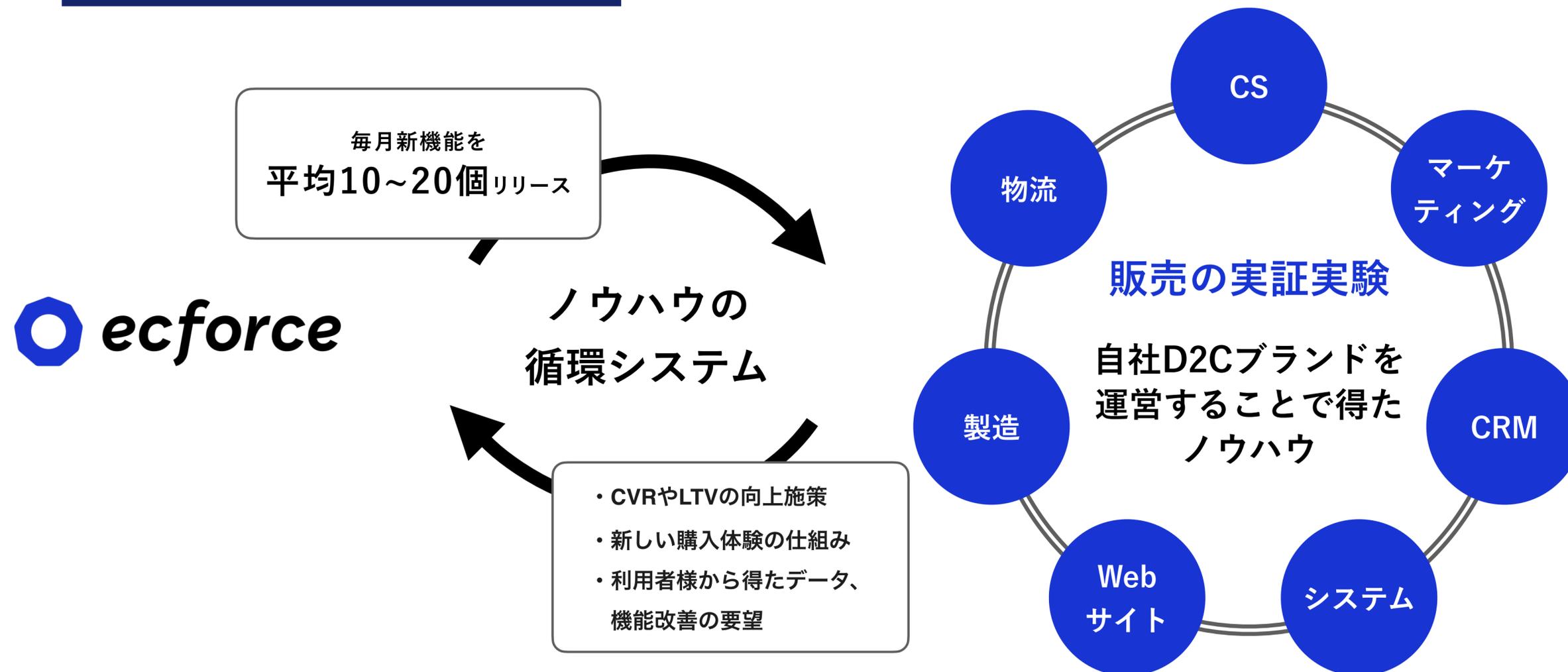
サステナビリティが日常に溢れているこの頃。
でも、つじつまが合っていないことに
あなたはもう気づいている。
買っては手放すのを止めて、長く使う。
そのほうが、きっとファッションブルだ。



D2C事業を自社で行っているからこそ、 売上を伸ばすために必要な機能がわかる

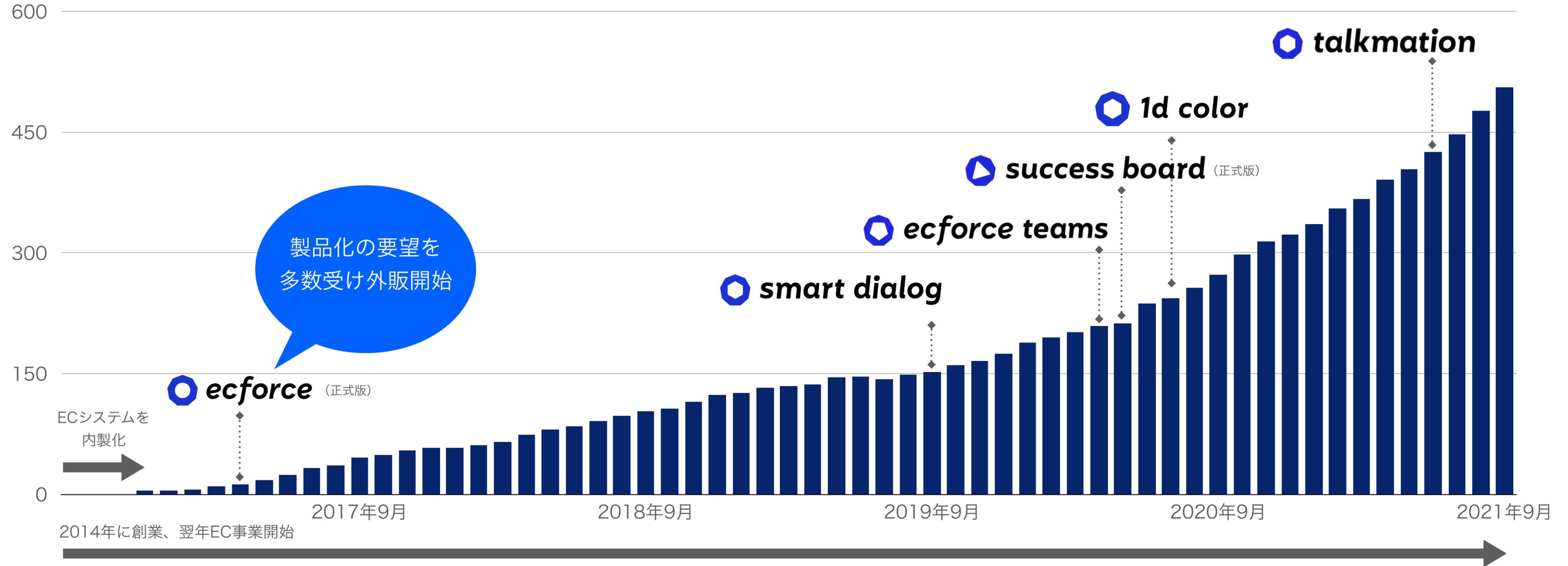
圧倒的な機能開発力

が、利用者様の顧客満足度に繋がっています



サービス開発の歴史

(ecforce導入ショップ数)



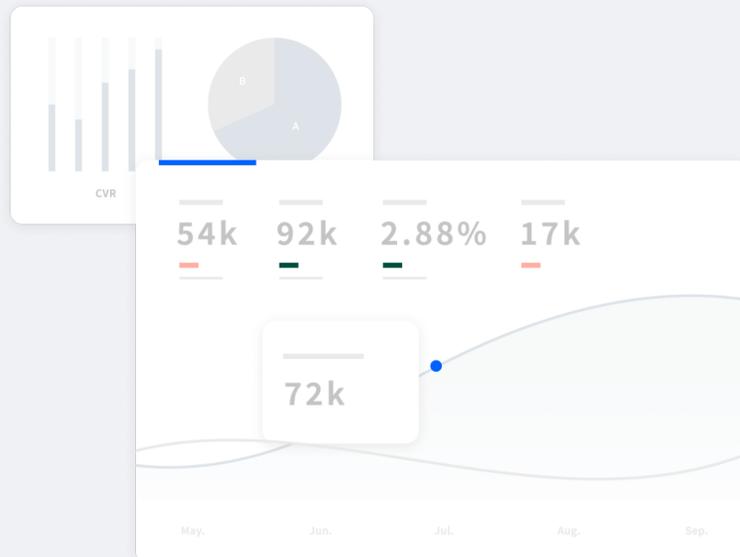
(注1) 契約ショップ数は管理画面発行ベース

main product

ecforce

2017年4月

商品の販売から注文や顧客情報といったデータの管理までEC運用に必要な機能すべて兼ね備えたクラウド上のソフトウェア(SaaS)

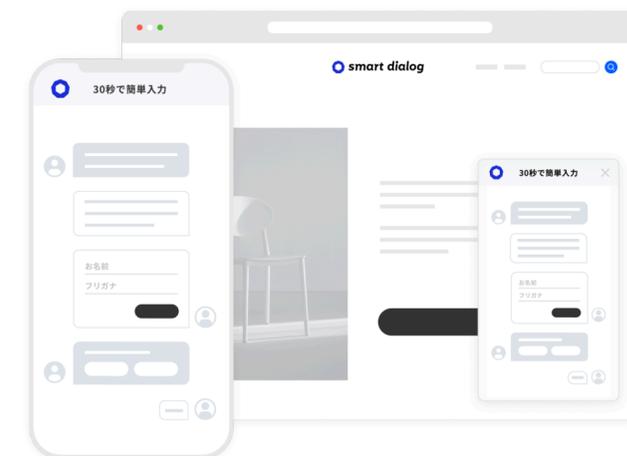


Apps

smart dialog

2019年9月

訪問者にストレスフリーでシームレスな購入体験を提供することで広告投資のROIを最大化させる入力フォーム最適化システム

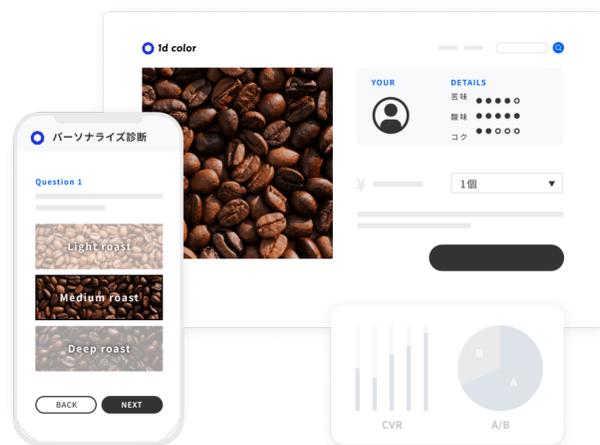


Apps

1d color

2020年7月

訪問者の属性や購買、行動履歴などを紐解き、一人一人に合った最適なコトやモノを提案するパーソナライズシステム

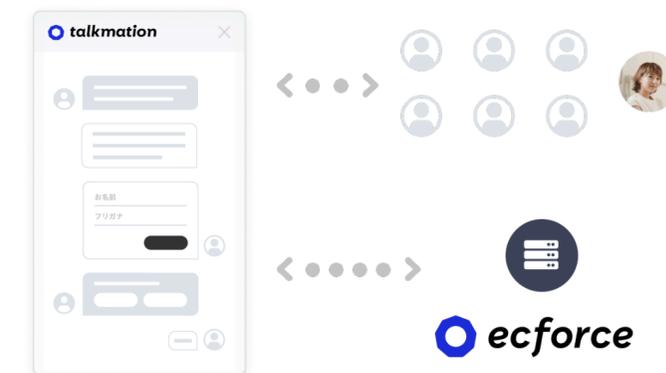


Apps

talkmation

2021年6月

ECのLTV向上及びサプライチェーンコストを最適化する自動ウェブ接客システム



ecforceについて

ecforceとは

ecforceはEC/D2C事業者様の**売上・利益を上げることに特化した**
「売上を逃さない」ECプラットフォームです

受注や顧客の一元管理はもちろん、多彩なマーケティング機能によりショップの売上を最大化します



※1：全導入ショップの年商平均/集計期間 2019年12月~2020年11月
 ※2：ecforceへ移行したショップ3社の1年経過時点のデータ/集計期間 2017年9月~2020年4月
 ※3：ecforceへ移行したショップ10社の移行前後6ヶ月の比較データ/集計期間 2017年9月~2020年4月

EC/D2C事業における売上・利益UPの方程式



ecforceには売上・利益を上げるための機能が全て揃っています

圧倒的な成長スピードで **700** ショップ以上に導入 (注1)

SMB/スタートアップから上場企業まで、商材ジャンルも様々

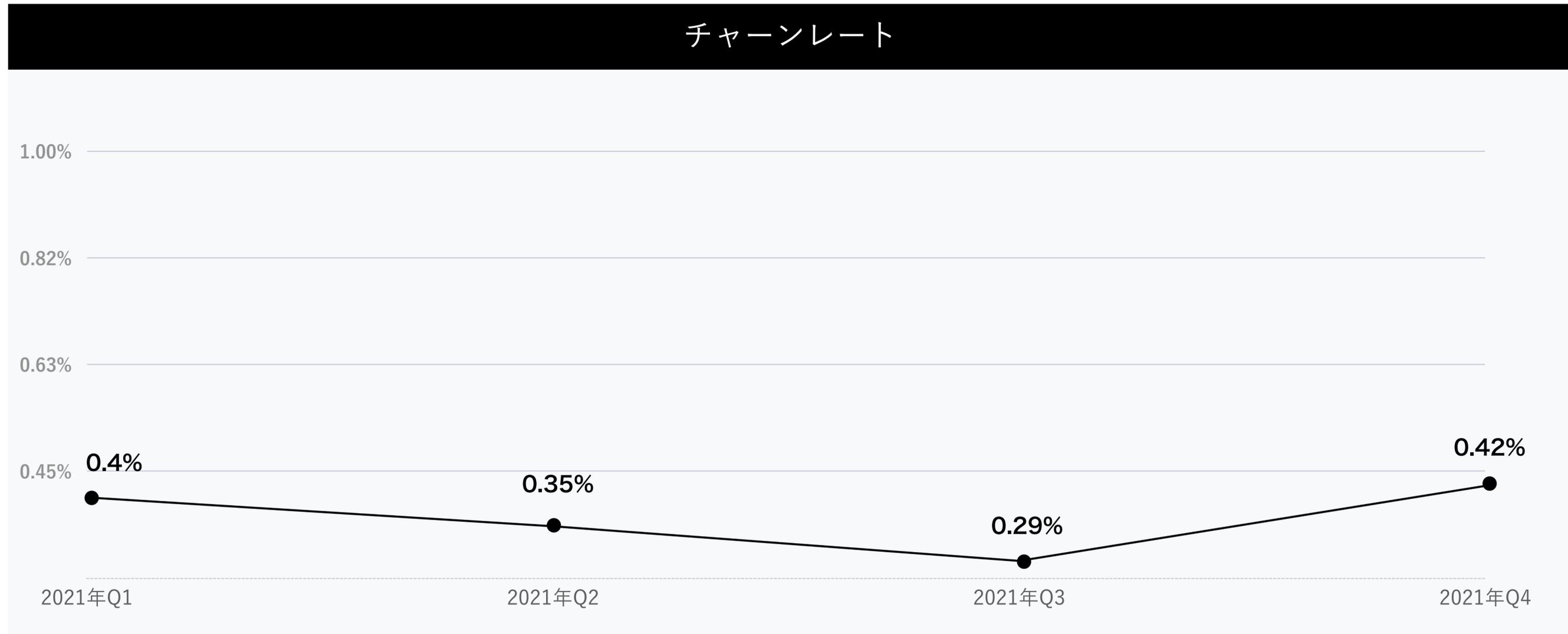
	パーソナルケア	ヘルス/ウェルネス	フード/ドリンク	ホビー/ライフスタイル	インフルエンサーブランド/その他
上場企業 <small>(注2)</small>	 	 	 	 	
SMB・スタートアップ	 	 	 	 	

(注1) 2022年6月末日までに受注した全ショップの内訳 (解約分は除く)

(注2) 上場企業の子会社を含む

解約率は驚異の1%以下

月次チャーンレート12ヶ月平均0.4%と導入ショップ様に高いご満足をいただいております



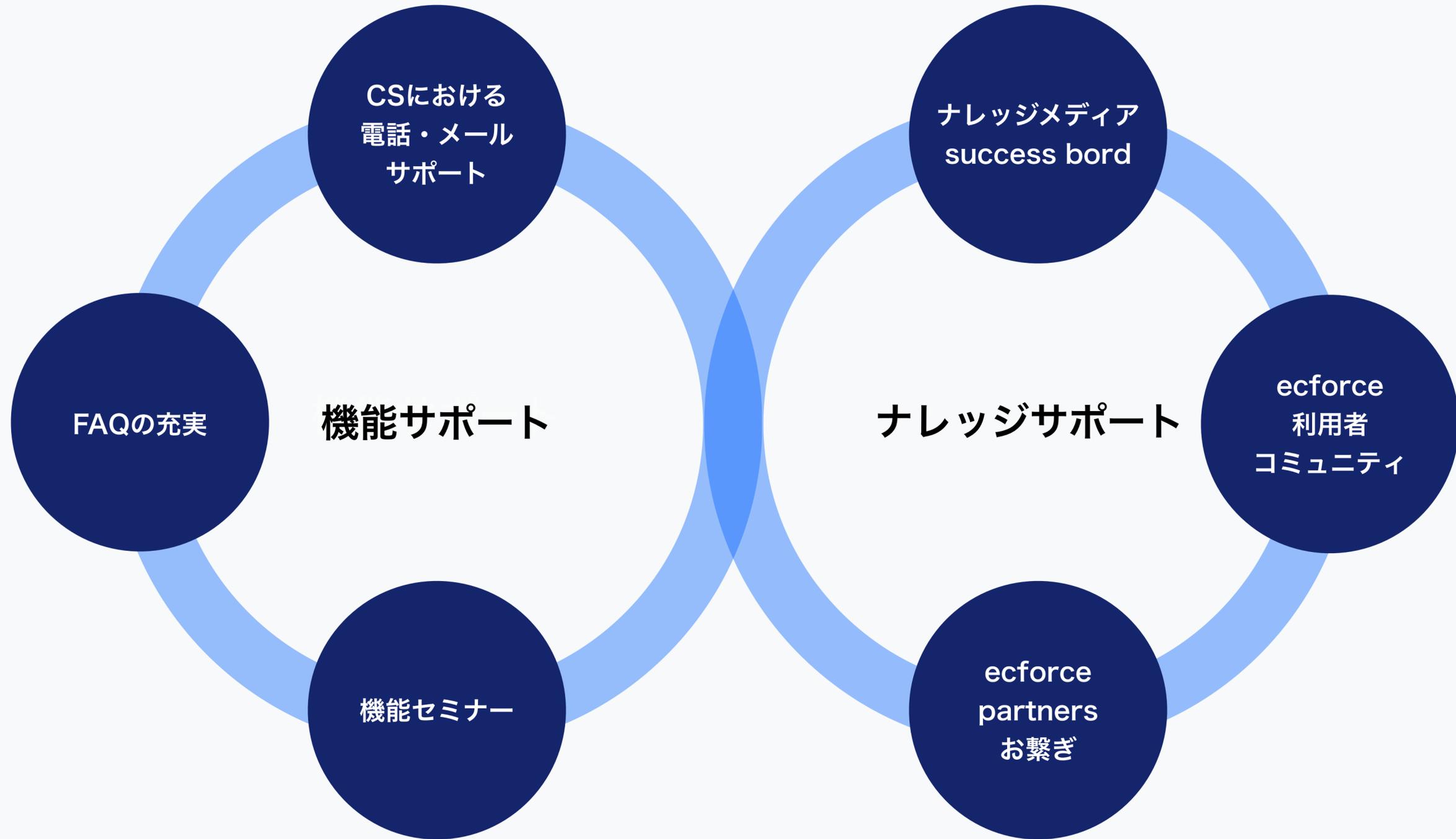
(注) 月次チャーンレートは (当該月に解約になったショップのARR÷前月末ARR) の過去12ヶ月平均

ecforceは、新規ECを始める事業者様の利用が約8割

(※約2割は他社カートからの乗り換え)

安心のサポート体制

が、利用者様の顧客満足度に繋がっています



速やかにショップオープンへ導く！手厚いサポート

お客様に寄り添うサポートを展開。お問い合わせには1ショップ毎に専用サポートチームが対応

このような経験はありませんか？

- × 質問のメールを送っても返事が3~4日後に来る…
- × 契約後、サポートが途切れてしまった…
- × カスタマーサポートの知識が浅く相談ができない…



ecforceの場合

- 1ショップ 平均 2名 のサポートチームをアサイン
- 新規ショップ立ち上げ、他社カートから移行の際も、
安心・丁寧なサポート体制です。

- ・ 商品設定などの基本的な質問
- ・ 決済代行会社などのEC事業に必要なこと
- ・ 状況に合わせた柔軟な進行

主な特徴

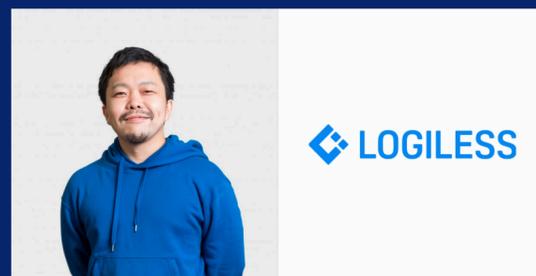
- ✓ 営業・PM・CS・エンジニアの全てが社内にいるからこそスムーズで的確な回答
- ✓ インハウスで行うからこそそのスピードと安心感
- ✓ 電話/メールのサポートにも対応しているため円滑で素早い対応

ECカート選定以外にも、D2Cにはたくさんのビジネスパートナーが必要
100社以上ご登録いただいている **ecforce partners** のお繋ぎもさせていただきます



■ご登録企業様も多種多様

- ・デザイン製作
- ・倉庫
- ・WMS
- ・コールセンター
- ・広告代理店
- ・資材/OEM
- ・CRMシステム
- ・決済代行会社
- ・ECコンサルティング
- ⋮



セミナーやFAQ、コミュニティも充実

機能の疑問点やマーケティング知識まで幅広いセミナーにご参加いただけます

■セミナー事例

ファンケルグループ
ミツカングループ
オリオンビール
登壇!

D2C最前線 大手3社が実践する D2C的ブランド成長戦略

コンセプト作りから拡大期の具体的なマーケティング施策まで語り尽くします!

Orion ZENG neof Thinglo

1.14
FRI
13:30-15:00

ecforceを導入検討されている方、必見!

【徹底解説】事例に学ぶ!

成功D2Cブランドの共通点と特徴を一挙公開!

2021年9月28日(火) 16:00 ~ 17:00

株式会社SUPER STUDIO
business development group
account execution unit マネージャー 吉田 光

急成長D2C企業が
ecforce を
選ぶワケ。

12.14 Tue 16:00-17:10

ecforce 活用術大公開

GO FOOD
Find Your Healthy.
ゴーフード株式会社
岡 広樹氏

DINETTE
DINETTE株式会社
斉藤 圭氏

■FAQサイトトップ

ecforce faq

どんなことでお困りですか?

スタートガイド

ecforceのご利用を始めたばかりの方は、こちらのガイドをご覧ください。

- ecforce スタートガイド
- 開設準備STEP2 販売ページを作成
- 開設準備STEP4 各種情報の設定
- 開設準備STEP1 商品を追加する
- 開設準備STEP3 決済情報の設定
- オープン前確認 配送/送料の設定

機能で調べる

管理画面の仕様と操作方法に関するドキュメントです。管理画面のグローバルメニューに対応しています。

- 新UIについて
2021年6月にリリースされた新UIについての説明です。
- 受注管理
受注(単品・定期)に関する設定を行います。
- 顧客管理
顧客に関する設定を行います。

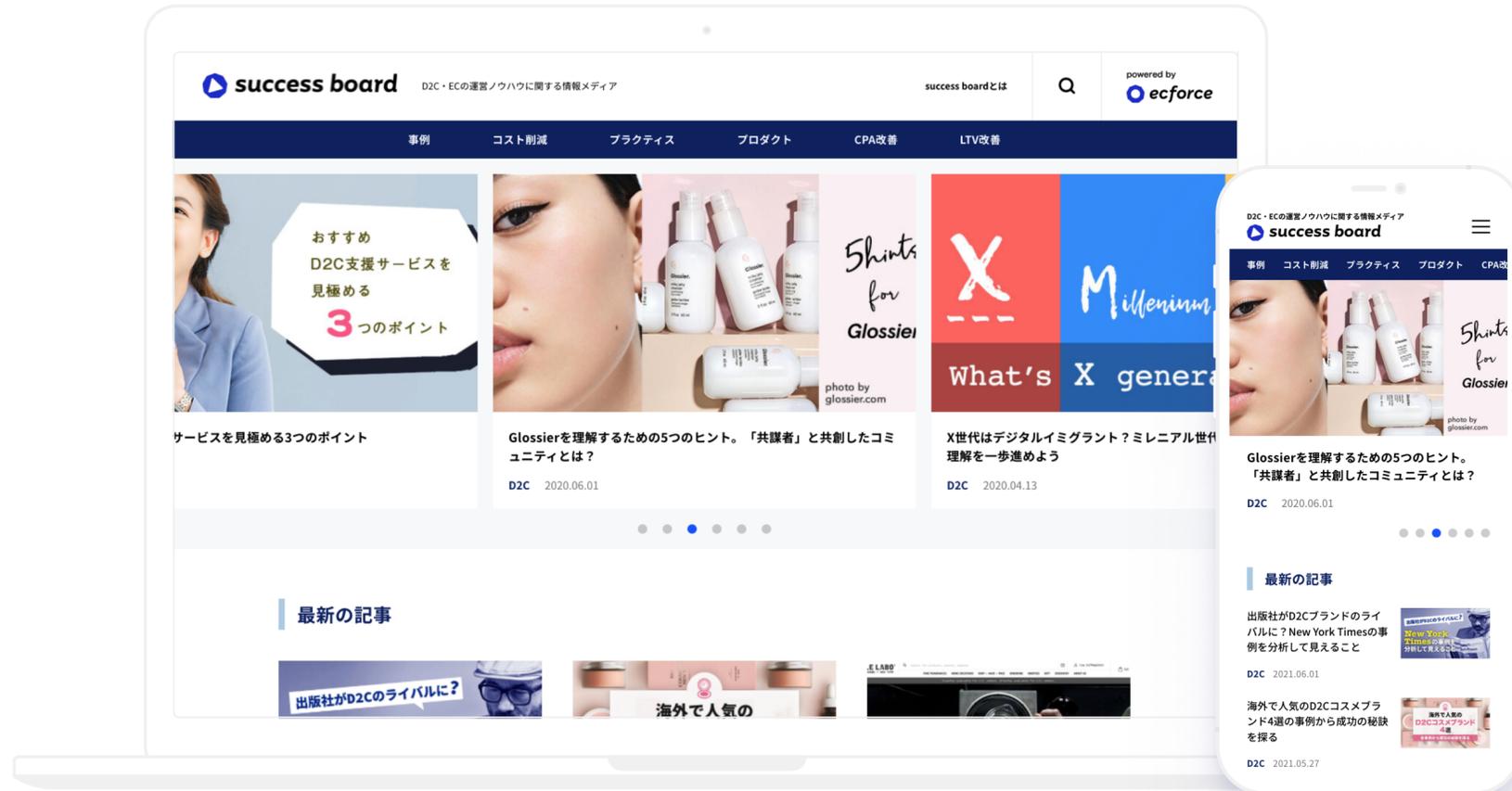
■コミュニティサイト「ecforce compass」



ecforce compassはecforceを活用し、EC業界を盛り上げていく仲間との交流・情報交換を行うことができる、ecforceユーザー限定の実名制コミュニティです。

success board

powered by ecforce



常に最先端の D2C ノウハウを提供

それが知りたかった！を叶える再現性の高い情報を展開している情報メディア

success boardは、ecforceを通して蓄積したノウハウをもとに、記事を毎月掲載。

実際にあったショップの成功例、失敗例のアイデアも含めて、ecforceの使い方、マーケティングまで一気通貫で幅広く公開いたします。

- リスクマネジメント
- 集客方法や SEO
- 運営ノウハウ
- マーケティング
- ecforce について

■ success board

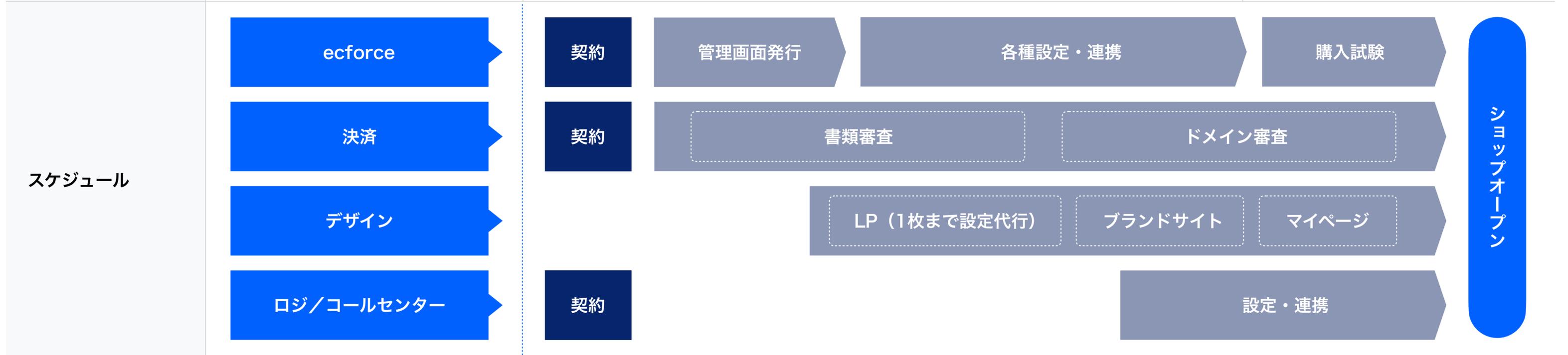


費用・スケジュール

<p>クレジットカード</p>	      
<p>後払い</p>	        
<p>キャリア決済</p>	 <div data-bbox="1246 1234 2435 1376" style="border: 1px solid gray; padding: 10px; display: inline-block;"> <p>SBペイメントサービスを通して 3キャリアと契約することができます。</p>    </div>
<p>その他</p>	  

MA/CRM	   
UGCツール	Letro
LINE	
LINE管理ツール	 
WMS (倉庫管理システム)	     
OMS (注文・在庫管理システム)	
不正対策システム	 
CMSツール	

契約状況	ご契約前	ご契約開始	
提供サービス	<ul style="list-style-type: none"> 要件整理 パートナーお繋ぎ 	ショップ開設サポート	運用サポート
運用状況	利用開始に向けた準備期間	実際にログインし設定開始	売上が立てられる状態
やること	ecforce利用における機能整理や、その他ECパートナー（決済/倉庫等）の選定	ecforceの管理画面を発行し、商品設定やデザイン実装など初期の設定を開始 その他、選定したパートナー会社の利用審査や設定も同時並行で開始	
期間	-	約1~3ヵ月	-





STANDARD PLAN

初期費用 **¥148,000**

月額費用 **¥49,800**

- ※ 1受注につき30円の従量課金
- ※ 1年契約プラン

- ☑ 共用Webサーバーリソース
- ☑ 対応受可能量：2,000件/月
- ☑ 利用可能機能：全て利用可能
- ☑ サポート：FAQサイト・メール
- ☑ 設定代行：初期対応

- ※ 2,000件超過時点で自動的にエキスパートプランへ移行
- ※ 初回設定代行は商品数3件まで/実装LP1枚まで



most popular

EXPERT PLAN

初期費用 **¥248,000**

月額費用 **¥99,800**

- ※ 1受注につき30円の従量課金
- ※ 1年契約プラン

- ☑ 専用Webサーバーリソース
- ☑ 対応受可能量：無制限
- ☑ 利用可能機能：全て利用可能
- ☑ サポート：FAQサイト・メール
- ☑ 設定代行：初期対応

- ※ 2,000件超過時点で自動的にエキスパートプランへ移行
プラン移行費用として初期費用198,000円が発生いたします
- ※ 初回代行設定は商品数3件まで/実装LP1枚まで



MIGRATION PLAN

初期費用 **お見積もり**

月額費用 **¥99,800**

- ※ 1受注につき30円の従量課金
- ※ 1年契約プラン

移行実績があるカートシステム

- ☑ たまごリピート ☑ サブスクストア
- ☑ MakeShop ☑ EC-CUBE
- ☑ ecbeing ☑ Shopify
- ☑ リピスト（プレックス）

移行実績がある決済システム

- ☑ GMO / PG ZEUS /
SB ペイメントサービス / PAYGENT
- ☑ NP後払い / GMO PG / スコア後払い

項目	初期費用	月額費用	従量課金	導入メリット
Amazon Pay	0円	10,000円	0円 (Amazon様へ3.9%)	<ul style="list-style-type: none"> ・購入者様が支払い方法でAmazonPayをご利用可能になります。 ・Amazon Pay導入から1年でCVR1.5倍 LTV20~30%増の実績。
ステップメール	0円	0円	テーブル制 (~50,000件まで無料)	<ul style="list-style-type: none"> ・予め設定した条件に該当する顧客を自動で検知し、広告メールをお送りする機能となります。
自動化設定	0円	10,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> ・操作業務の一部を自動化し、操作ご担当者様の工数を減らす事により、業務効率の改善に貢献する機能となります。
変更履歴	0円	5,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> ・操作権限毎に変更を行った操作内容等を記録する機能となります。 ・受注、定期受注、商品、顧客、(CS画面)の変更履歴を確認する事が可能となります。
CS機能	0円	STANDARD PLAN : 10,000円 EXPERT PLAN : 0円 (要申込)	0円	<ul style="list-style-type: none"> ・CS画面にて顧客の顧客情報、受注一覧、定期受注一覧、(変更履歴)等を一画面で管理する事が可能となる機能になります。
FTP	30,000円	0円	0円	<ul style="list-style-type: none"> ・ecforceが使用するファイルサーバーとの接続情報を開示します。
離脱防止ポップアップ機能 V2	0円	10,000円	300円/CV	<ul style="list-style-type: none"> ・ポップアップをクリックしたユーザーの、同セッション内でのecforce上のCV (サンクスページ到達) 数に対して従量課金となります。
外部サービスAPI連携	0円	30,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> ・ecforceに対応した外部サービスとショップ様のecforce管理画面をAPI連携する事が可能となる機能になります。
Webhook機能	0円	30,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> ・Webhookとは、ユーザーが自由に定義を行える、HTTPリクエスト形式のコールバックのことです。Webhookを利用する事によってイベントの通知を受け取ることができます。
再オーソリバッチ機能	0円 (仕様変更がある場合、初期費50,000円)	30,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> ・与信落ちしたご注文に対して、自動的に再オーソリを行う機能となります。
クレジット洗い替え機能	0円	10,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> ・GMOPGで更新されたクレジットカードの有効期限をecforce上で表示上反映させる機能となります。 ※お申込みはGMOPGの決済手段をご利用の場合に限ります。

項目	初期費用	月額費用	従量課金	導入メリット
エポスカード即時発行スキーム	0円	0円	0円	<ul style="list-style-type: none"> エポスカード即時発行スキームを導入することで、購入フォームから新規クレジットカードの即時発行、ご購入ができます。 ※ご利用の際は、加盟店様毎に株式会社エポスカード様とご契約していただく必要があります。 ※ご利用の際は、別途「GMO ペイメントゲートウェイ 自動洗替」をご利用いただく必要があります。
セット販売機能	0円	30,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> 複数SKUをセットで販売することができる機能となります。セット販売を利用した定期販売も可能になるため、定期販売で提供できる商品のバリエーションを拡充でき、定期販売の促進によるECサイトのLTVの向上につながられます。
頒布会機能	0円	30,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> 同じ商品を定期的にお届けする通常の定期販売とは異なり、定期回数毎に異なる商品を設定出来る機能となります。複数あるおすすめ商品を、送る度に変えてお届け可能になります。
受注結合	0円	10,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> 受注結合は「受注管理 > 受注管理」画面で行えるオプション機能です。 受注管理画面で選択した2つ以上の受注（または定期受注）について、いずれかの受注を本受注として選択し、受注情報を1つに結合（=マージ）することができます。
ネクストエンジン連携	0円	30,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> 複数のネットショップの一元管理ツール「ネクストエンジン」とecforceの連携を可能とします。 メールによる受注連携と、在庫連携に対応しています。 ネクストエンジンの在庫変動に応じて、ecforceの在庫数を自動更新することができます。
売れるD2Cつくる連携	0円	10,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> 売れるネットD2CつくるのLP（ランディングページ）で購入された受注をecforceに取り込む受注連携機能です。 受注連携時にecforce内に受注データ、顧客データを新しく作成するほか、受注商品が定期商品の場合には定期データを作成します。
GMOクレカ大量アタック遮断サービス	30,000円	0円	0円	<ul style="list-style-type: none"> 「大量アタック遮断サービス」は、ショップ様が指定する閾値に応じて、繰り返し実行されるオーソリ・リクエストを遮断するサービスです。 本サービスを利用することにより、不正アタックの被害を予防することができます。 ※お申込みはGMOPG様の決済手段をご利用の場合に限ります。 ※店子契約では無く、GMOPG様と直接契約の場合はGMOPG様へお問合せくださいませ。
ecforceプラスサポート	0円	30,000円	0円	<ul style="list-style-type: none"> Chatworkツールでの問い合わせ窓口を開設し、Q&Aを行いながらecforceをスムーズにご活用いただけるよう月に2度定例会(1h×2)を行います。お申込みの翌月から料金が発生し、3ヶ月固定の契約となります。 ※毎月ご請求は発生いたします。 契約は該当期間にて自動で終了となりますので、延長の場合は再度お申し込みください。

Appendix (機能詳細紹介)

EC/D2C事業における売上・利益UPの方程式



ecforceには売上・利益を上げるための機能が全て揃っています

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

広告管理機能

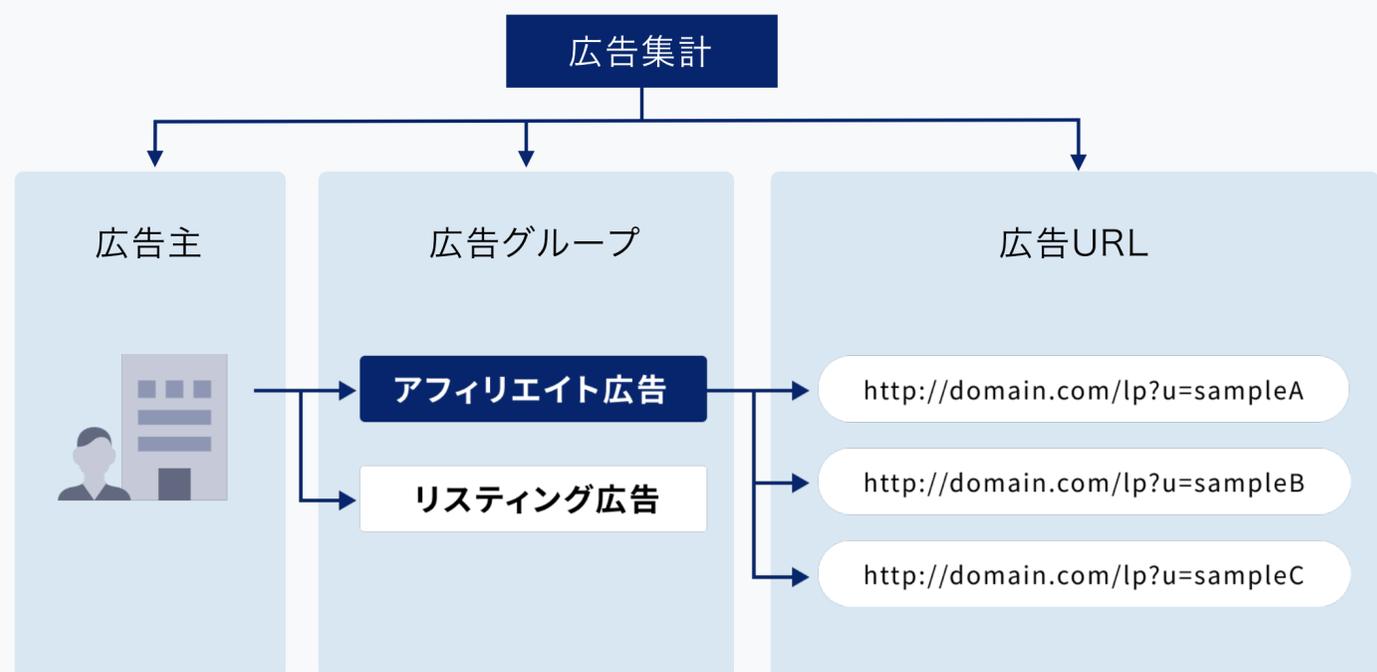
標準機能

できること

広告の流入経路ごとにLPのアクセス数やCVRなどの分析が可能に

効果

広告への投資効果が即時で確認できることにより、早いサイクルでLPの最適化を行うことができます



ecforceでは媒体ごとに専用の広告タグコードを設定した広告URLを発行することができます(※発行数無制限) 広告URL毎にCVRや継続率といった様々な分析を行うことができます。

広告集計機能では、セグメント(広告主・広告URLグループ・広告URL)ごとに集計期間や商品などを設定して、集計を行えます。

集計項目

売上/アクセス数/CV数/CVR/コスト合計
 CV(アップセル/サンクスアップセル/サンクスクロスセル)
 オファー成功率(アップセル/サンクスアップセル/サンクスクロスセル)

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

ABテスト

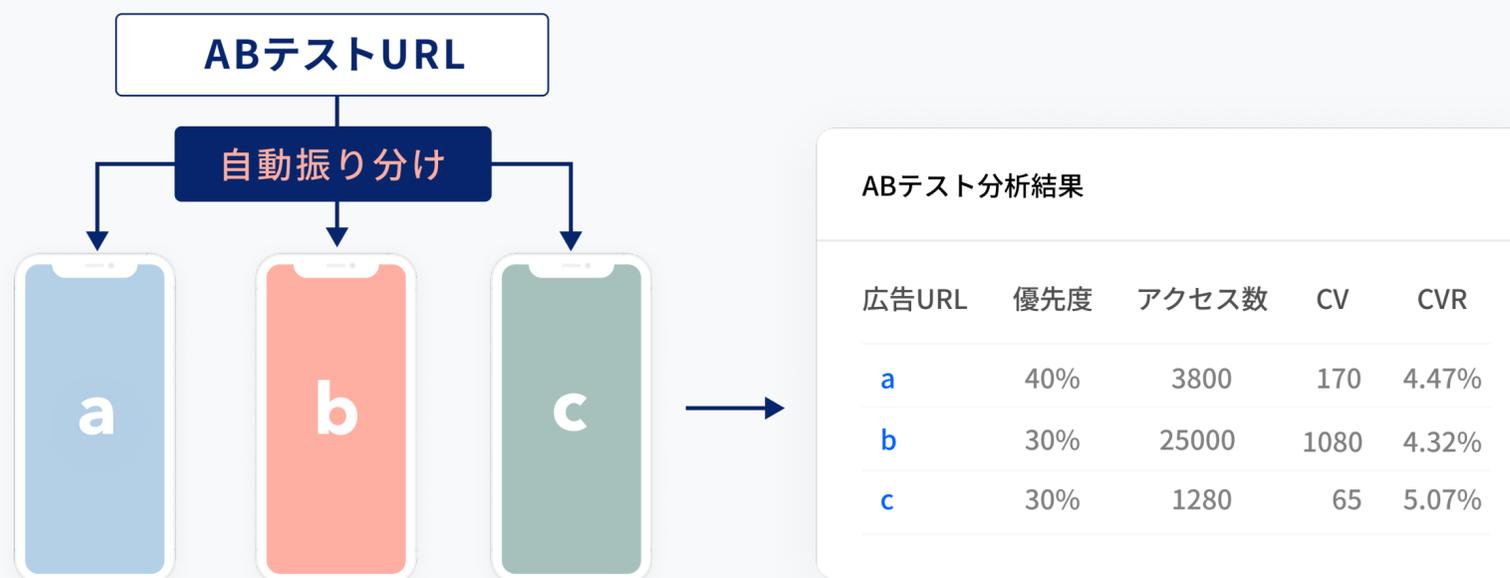
標準機能

できること

広告URLごとに設定する優先度に従い、表示するLPテンプレートを自動で振り分けます

効果

同じ広告から流入したエンドユーザーに対して、一番CVR効果の高いLPテンプレートを見定めることが可能



LPデザインテンプレートに「優先度」をつけ、優先度に合わせて自動的かつランダムに出し分けます。

紐づけられた広告URLにて、ABテストURL経由のアクセス数、CV数、CVRの計測が可能のため、広告URLの効果測定や分析にご活用いただけます。

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

クーポン

標準機能

できること

定期回数ごとに細かく割引率を設定できるクーポンや、紹介者・被紹介者の双方にメリットがある紹介クーポンの発行が可能

効果

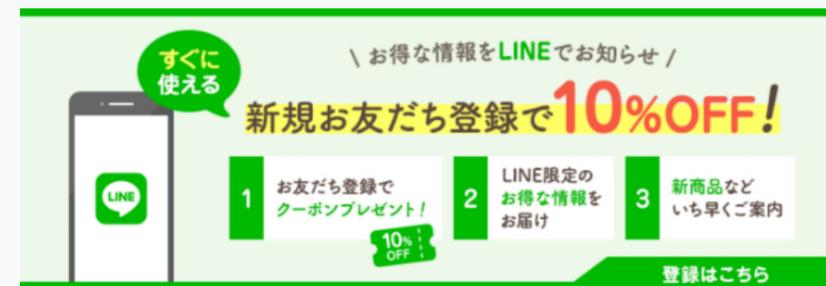
クーポン発行によるインセンティブを付与することで、顧客の自然波及を促す施策やLINEへの誘導が可能に

ecforceのショップ内で利用できるクーポンを発行することができます。
クーポンの設定項目については「額・率の選択」「利用回数」「対象SKU」
「有効期限」など顧客へのインセンティブを細かく設定することが可能です。



お友達紹介キャンペーンなどを通してポイントを付与することで、招待者と被招待者にポイントを付与し、お客様の自然発生を促すような施策が可能です。

LINE登録でのクーポン付与施策で
お友達リストの増加施策としても活用が可能です。



集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

フォーム一体型LP

標準機能

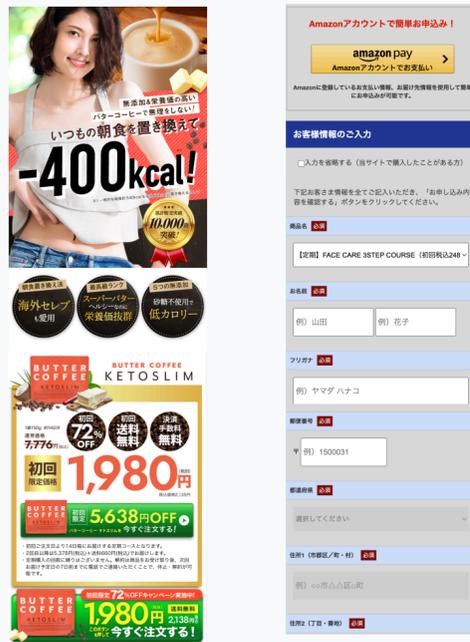
できること

商品紹介から購入フォームまで「画面遷移なし」のフォーム一体型ランディングページが枚数無制限で作成可能

効果

LP内での購入までのステップを最小化することで、集客した顧客の離脱を最小化

■ フォーム一体型LP



LPごとにフォームの項目を管理画面から変更することが可能であるため、エントリーフォームを最適化したフォーム一体型LPを活用しCVR向上を実現します。

■ 通常の入力フィールド

お名前	必須	姓: 山田 太郎	名: 例) 花子
フリガナ	必須	セイ: ヤマダ タロウ	メイ: 例) ハナコ
郵便番号	必須	〒 1530064	例) 0031
都道府県	必須	東京都	
住所1 (市郡区/町・村)	必須	目黒区	
住所2 (丁目・番地・マンション名・号室)	必須	下目黒2-23-18 目黒山手通ビル8F	
住所3 (建物名)		例) OOビル	
電話番号	必須	035759	例) 00C 例) 00C



■ 1フィールドに設定した場合

お名前	必須	山田 太郎
フリガナ	必須	ヤマダ タロウ
郵便番号	必須	〒 1530064
都道府県	必須	東京都
住所1 (市郡区/町・村)	必須	目黒区
住所2 (丁目・番地・マンション名・号室)	必須	下目黒2-23-18 目黒山手通ビル8F
電話番号	必須	0357596380
FAX 番号		例) 00000000000

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

smart dialog チャットボット型購入フォーム

オプション

できること

LPにおけるカゴ落ちを防ぎ、広告投資のROIを最大化させるチャットボット

効果

購入に必要な入力のストレスを最小化することで、購入意向のある顧客の離脱を最小化
また、チャットボット内アップセルを実装することで、顧客単価向上を実現



クレジットカード利用の促進や、
購入途中のモチベーションが高い顧客に対して、
没入感の高いチャット内アップセルを仕掛けることで、
初回購入時に確定するLTVを最大化できます。

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

確認画面スキップ

標準機能

できること

確認画面をLP入力フォーム配下に表示することで最大「1クリックで購入完了」へ

効果

LP内での購入までのステップを最小化することで、集客した顧客の離脱を最小化

■ フォーム直下に確認画面を表示

The screenshot shows a checkout form with fields for name, address, and payment method. A red box highlights a confirmation screen overlay that appears below the form. The confirmation screen contains a table of items and a total amount. A large red '確認' (Confirm) button is visible at the bottom left of the confirmation screen. Below the confirmation screen is a green 'ご注文完了へ' (Proceed to checkout) button.

商品名	単価	数量	小計
	1,200円	1個	1,200円
小計			1,200円
送料			600円
手数料			500円
消費税			250円
合計			2,550円

■ 通常フロー



■ 確認画面スキップ適用時



通常LPの購入時だけでなく、サックスオファー適用時や、チャットボット実装時でも確認画面スキップが設定可能なため、CVR向上施策としてご活用いただけます。

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

離脱防止ポップアップV2

オプション

できること

ブラウザバック時や、一定時間LPに止まった場合など、条件に合わせて離脱防止を行うポップアップの表示が可能

効果

LP離脱時にポップアップ表示を行うことで、離脱ユーザーの一部を離脱抑止し、全体CVR向上を実現



■ 自由なデザインが可能な離脱防止ポップアップ



設定しているLPにてブラウザバック、リロード、画面(ブラウザ、ウィンドウ、タブ)を閉じた場合に表示され、クーポン表示やLP商品の再訴求など、運用に合わせて様々な内容を訴求が可能です。

CV数、CVRなど各種データの確認やCSV出力を行えるため、URL毎に設置したポップアップを効果測定を行いROIを最大化できます。

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

サックスオファー（アップセル / クロスセル）

標準機能

できること

商品購入後の購入完了ページで、購入いただいた商品の上位商品や別商品を訴求できる機能

効果

購入直後のモチベーションが最も高くなっている顧客に対してアップセル / クロスセルを仕掛けることで、初回購入時の購入単価を引き上げ、顧客LTVを最大化



サックスオファー機能を有効にすると、確認ページで注文完了した後、通常のサックスページとは異なるサックスオファーページに遷移し、同じ商品のアップグレードや別商品の追加購入を促すことができます。

■サックスオファーフロー



集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

セット販売

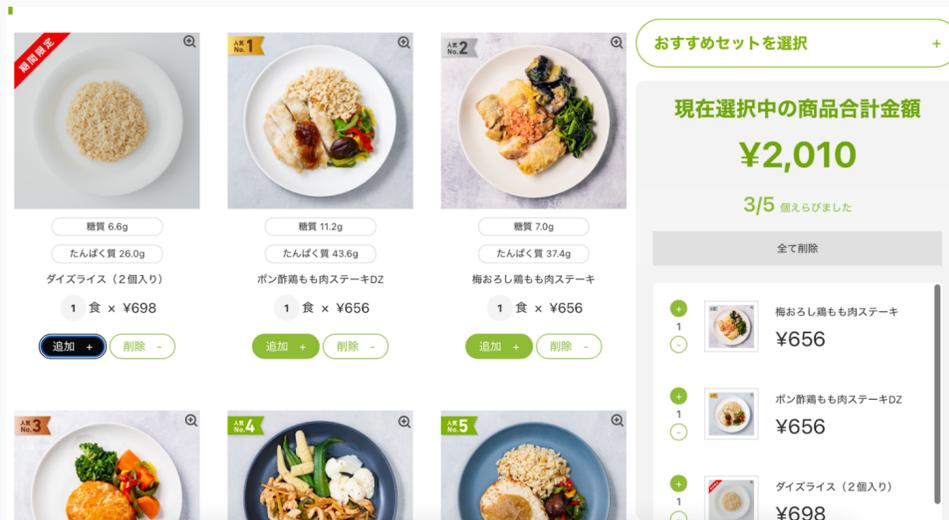
オプション

できること

複数の商品の中から、お客様自身でセット内容の組み合わせを選択可能

効果

セットで購入いただくことで購入単価を引き上げることができる他、マイページ上でセット内の商品変更もできるため、顧客を飽きさせず定期継続率やLTVの向上が見込める



「セットごとの固定価格販売」と「商品ごとの変動価格販売」の両方が可能で、顧客自身にセット内容を選んでもらうという独自性のある購入体験の提供ができます

特定のセット内容で購入をした後もマイページからセット内容の変更ができるため、顧客に飽きさせず継続的な商品の提供が可能

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

マイページ

標準機能

できること

顧客の購入履歴の確認や会員情報の変更、ポイント管理、定期購入している商品の管理・変更手続きなどを行える機能

効果

顧客自身が定期商品の配送サイクルや配送日、商品個数の変更をマイページ上で行えることで、高いユーザビリティを実現すると共にコールセンターなどの顧客対応コスト削減も可能

顧客がマイページでできることの一例

購入履歴

これまで購入した商品の履歴を一覧で表示

定期管理

定期購入している商品履歴を一覧で表示、定期購入している商品の詳細確認、発送前商品のお届け先住所変更可能。ショップで許可した設定項目に基づき、配送サイクル・配送予定日の変更、定期商品・個数の変更、支払い方法の変更、定期解約・再開、ポイント利用予約、クーポン使用なども可能

ポイント管理

所有ポイントの確認が可能
ポイント付与やポイント利用に関する履歴を一覧で表示

お気に入り一覧

ショップページでお気に入りに追加した商品の一覧を表示

招待クーポン

ショップで「招待クーポン機能」を有効にしている場合、利用できる招待クーポンの確認が可能

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

会員ランク・ポイント・クーポン

標準機能

できること

ショップの顧客に適用できる会員ランクや商品を購入いただいた際に付与するポイントやクーポンの設定ができる機能

効果

購入回数・金額に応じた様々な特典の付与や、会員ランクに応じた値引き、購入可能商品の出し分けを活用することで、顧客の購入意欲の向上を図り利用回数及びLTVの向上や新規会員の獲得が可能

「会員ランク」でできることの一例

ランク昇降格条件の設定(購入金額、購入回数、定期受注回数ごとに設定可能)、会員特典の設定、ランクに応じたポイント付与率の設定、ランクに応じた割引設定

「ポイント」機能でできることの一例

ポイント機能の利用有無の設定、ポイント有効期限の設定、ポイント付与率の設定、ポイント利用上限・下限値の設定、ポイント付与タイミングの設定、会員登録時のポイント付与設定、会員招待時のポイント付与

「クーポン」機能でできることの一例

クーポンの利用可能最低金額の設定、クーポンの利用可能回数の設定、クーポンの割引対象範囲の設定

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

ステップメール

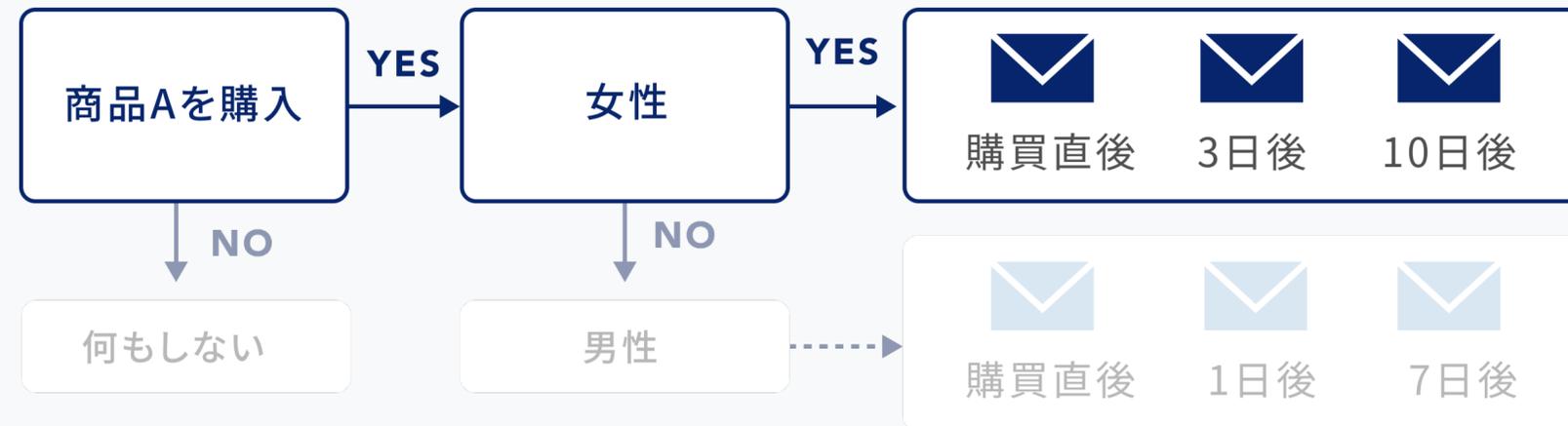
オプション

できること

一定の条件を満たすユーザーに対して段階的なメール配信を行える機能

効果

事前に設定したセグメントに沿って該当顧客に自動でメール配信ができるため、購入後のフォローアップや継続利用を促すことで、リピート率や定期継続率の向上が可能



ステップメールでは、条件を満たす顧客(シナリオ)に対して、セグメントごとに段階的なメール配信が行えます。

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

自動化設定

オプション

できること

設定したシナリオに沿って、手作業で行うルーティン作業を自動化が可能に

効果

手作業で行うメール一斉送信作業や決済処理を自動化、抜け漏れをなくし、ルーティン作業を効率化が可能
結果として作業コスト削減へ

例えば…

- 注文のステータスが「与信審査エラー」になったとき、「支払い方法変更メール」を自動で送る
- 注文のステータスが「決済エラー」になったとき、その注文のステータスを「要対応」に変更する

① 自動化設定をおこないます。

① イベント選択、② アクション、③ パラメーターを選択後、登録ボタンをクリックしてください。

イベントについて
受注関連のイベントは注文が確定した受注にのみ発生します。(注文中の受注はイベントが発生しません。)

① イベントを選択	② アクションを選択	③ パラメーターを選択
受注の対応状況が「発送完了」になったとき	メールを送信する	商品発送完了メール

クリア **この内容で登録する**

選択した「イベント(受注の〇〇が■■になったとき)」に対して「アクション(△△を行う)」と「パラメーター(テンプレート)」を設定でき、そのシナリオ数にも上限はありません。

集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

デザインテンプレート

標準機能

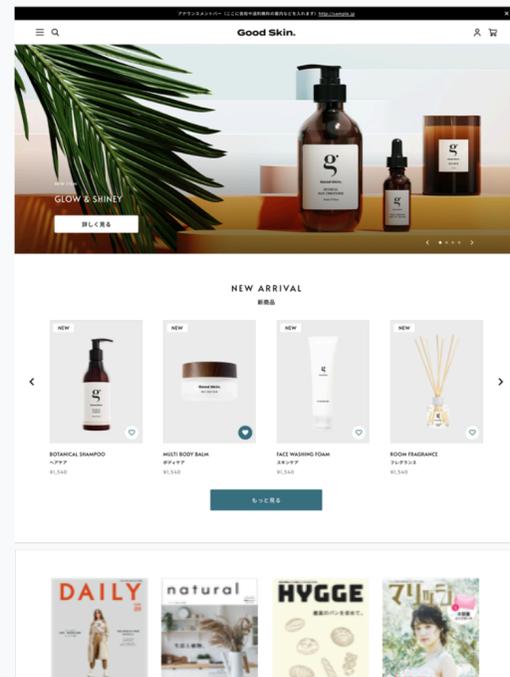
できること

ECサイトのデザインテンプレートをダウンロードし、コーディングをせずに直感的な作業で、誰でも簡単にECサイトを構築することができる機能

効果

スタイリッシュで機能性の高いサイトが低コストで実現

■ サイトトップイメージ

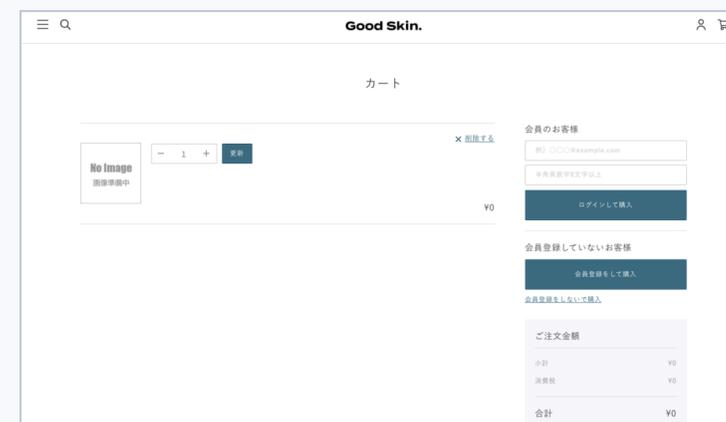


商品点数に合わせたテンプレートを3種類ご用意。コーディングとの併用も可能。

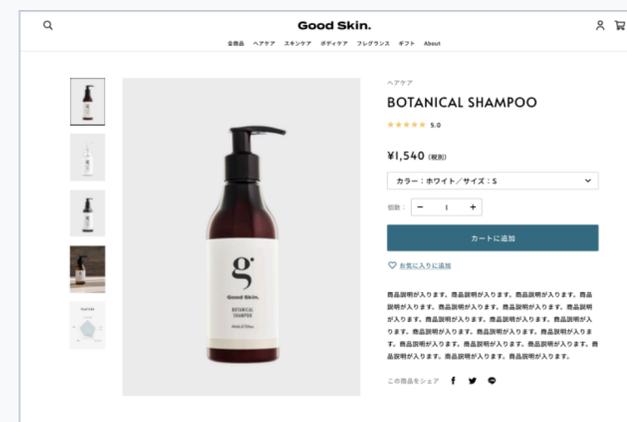
ベースをノーコードで編集し、こだわりたい部分は追加コーディングを行うことができ制作コストの削減ができます。

将来的を見据えた自由度の高い機能です。

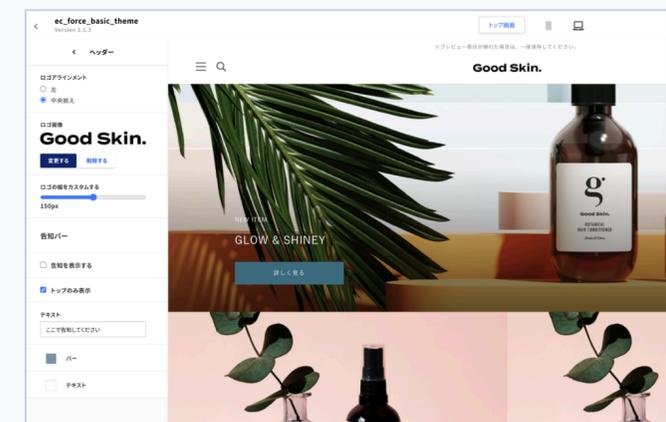
■ カート画面イメージ



■ 商品詳細ページイメージ



■ カスタマイズ画面イメージ



集客数
UP

購入率
UP

購入単価
UP

リピート率/継続率
UP

社内コスト
DOWN

外注コスト
DOWN

talkmation ウェブ接客自動化チャットボット

オプション

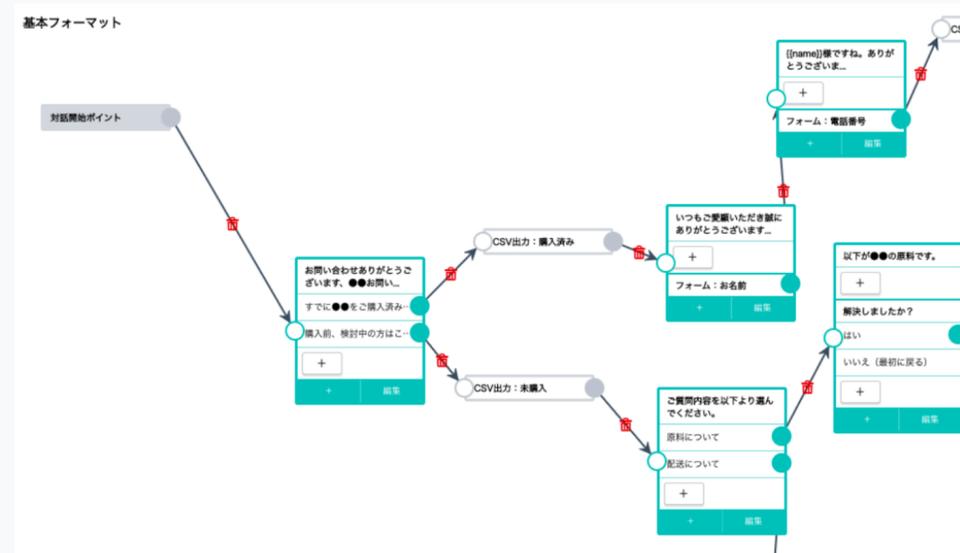
できること

顧客からの問い合わせに対して適切な対応から提案までリアルタイムかつ自動で行える、ウェブ接客自動化チャットボット

効果

サポートコストを削減し、顧客満足度を上げることが可能に。ECのカスタマーサポートをアップデート

■ シナリオ作成画面イメージ



■ カート画面イメージ

できること

- ecforceへも簡単連携
 - タグを1つ設置するだけでサイト上で起動
- ecforceへAPI連携が可能
 - 定期コースの解約
 - 定期コース内容の変更
 - 支払い方法・お客様情報の変更
- など情報変更がチャット上で可能に

導入メリット

1. 実績のあるテンプレートを無料でご提供
2. コールセンターの対応をチャットで自動化できるためCSコストの削減に
3. エンドユーザーも24時間いつでもスムーズなCS対応を受けられLTVの向上に寄与します