

参加者特典付き！



Cloud**CIRCUS**

【新規のお客様向け】

チャットボットツール IZANAI ご紹介セミナー

2021年6月23日 14:00-15:00

著作権者：スターティアラボ株式会社

<https://www.startialab.co.jp/>

※無断転載禁止

本日使用するスライド資料は、  
終了後にアンケートにお答えいただくと資料DLが可能になります。

私がセミナー終了ボタンを押すと、アンケート回答用のURLが表示されますので、ぜひご回答をお願いいたします！

また、アンケート内の**無料相談**をご希望いただいたお客様には  
下記2点の特典がございますのでぜひこの機会にご応募くださいませ。



参加者特典は  
こちら！

- (1) "実名入り"コロナ禍での成功事例集
- (2) IZANAIフリー設置の導入支援

1. **講師紹介・会社概要**
2. チャットボットについて
3. IZANAIとは
4. デモ・活用事例

## 山内 大(Yamauchi Oki)

スターティアラボ株式会社  
デジタルプロモーション事業部  
営業統括 兼 IZANAIプロダクトマネージャー



- **2018年** スターティアラボ 入社
- **2018年** クラウドアプリケーション事業部 自社開発のSaaSツールのセールスに従事
- **2019年** ラボグループMVP受賞（12月）、西日本エリアのBtoC企業様をメインで担当
- **2020年** スターティアラボ・Mtameを兼任 WEBマーケティング領域の総合支援に携わる  
IZANAIのプロダクトマネージャーとして開発・戦略立案・導入支援を実施中

顧客を増やすすべてがここに。



Cloud**CIRCUS**



BlueMonkey

Plusdb

AppGoose

LESSAR

BowNow

COCOAR

ActiBook

creca



やってみなサーカス

Cloud CIRCUS

CM公開中

社名：スターティアラボ株式会社(Startia Lab, Inc)

設立 2009年4月1日

資本金 150,000千円

代表取締役 北村 健一

本社：東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリスビル19階

支店：大阪支店、福岡支店、台湾支店

事業内容：

Webアプリケーションの企画・開発・保守・販売

親会社：スターティアホールディングス（東証一部上場）



東京証券取引所 市場第一部  
(証券コード：3393)

🏆 導入実績累計  
20,000以上※



※Cloud CIRCUSブランドのSaaSプロダクトの導入アカウント数 2020年9月実績



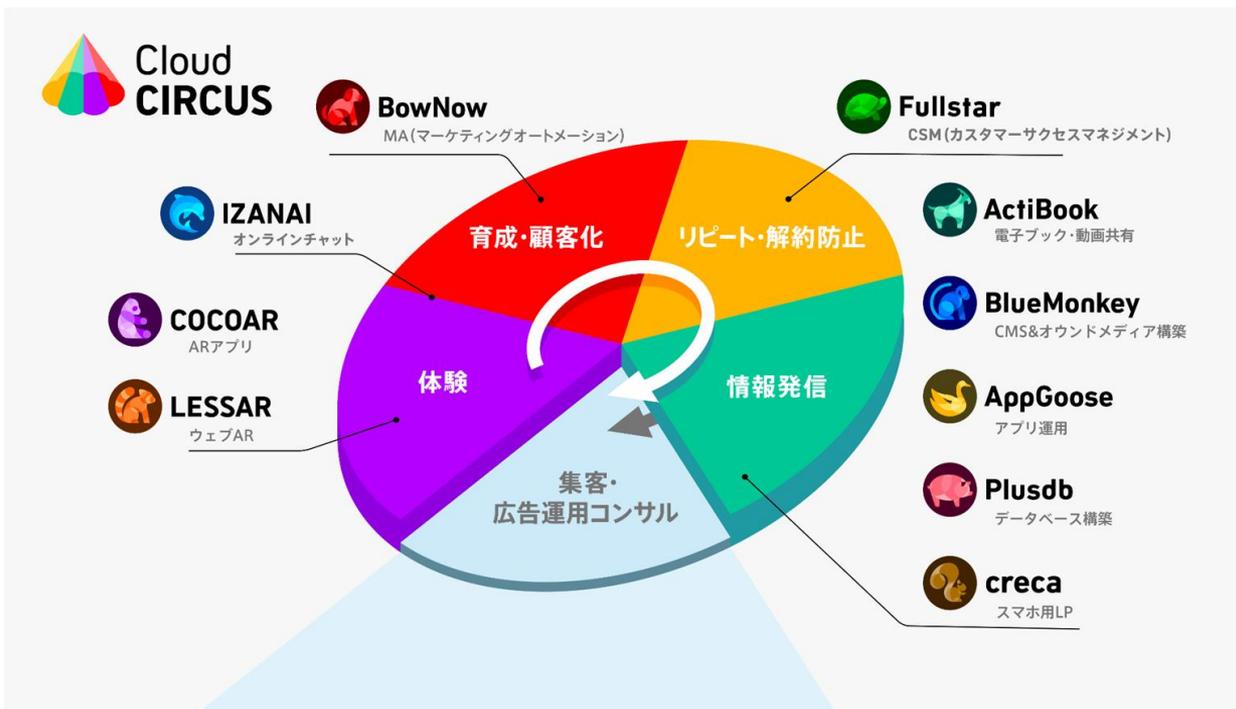
**IZANAI**

by Cloud**CIRCUS**

# Cloud CIRCUSについて

安価で、簡単に、使いこなせる、顧客を増やす5つの課題領域

「情報発信」「集客」「顧客体験価値向上」「見込顧客育成と顧客化」「解約防止・リピート増」  
を実現するSaaSツール群です。



# スターティアラボグループについて

*startialab*



**ActiBook**

電子ブック  
作成ツール



**COCOAR**

AR作成ツール



**Mtame**



**BlueMonkey**

Webサイト  
更新システム



**BowNow**

マーケティング  
オートメーション

2006年～  
6,700社

国内**1**位

2012年～  
2,400社

国内**1**位

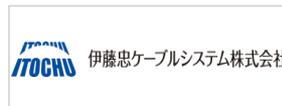
2012年～  
1,700社

上場企業**4**位

2016年～  
6,000社

国内**1**位

# 幅広い業種・業態の取引実績がございます(一部抜粋)

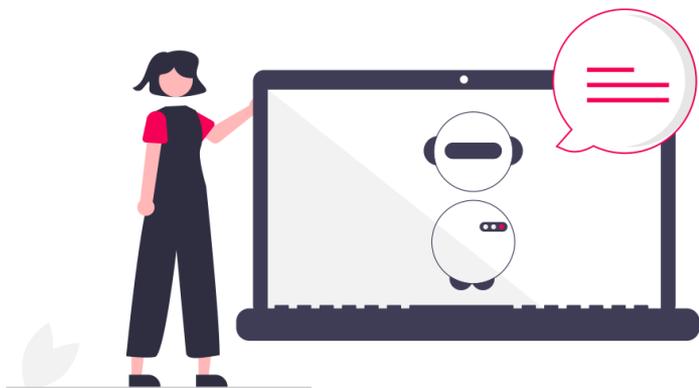




ちょっと

本題の前に「こぼなし」

突然ですが . . .



コロナの影響によって  
もたらされたものとは？

# 時代の「早送り」





画面右下のリアクションより  
反応いただけると嬉しいです



# 購買行動の変化

# 店頭購入はデジタルを経由してから

たまたま買うもの、少し高価なもの、日常の中でのちょっとした贅沢品に値するものを購入する場合、大半の人は事前にネット上で商品に関する情報を調べたのち、購入の意思を固めている。

## ZMOTの概念

Google提唱のマーケティング理論。(Zero Moment Of Truth)の略。  
お客さまが店に来る前に、すでに何をかうか決まっているという考え方。

\*「店に来る」というファーストアクションの前、「ゼロ」の段階で買うものが決まっていることが由来。

例



突然ですが・・・なんの数字でしょうか？

---

3 %

参照元：米PowerReviews調査

答えは . . .

---

オンライン上で買い物をする人の中で、  
**レビューを全く気にしない方の割合**

オンライン顧客が、レビューを読んでからの買い物する割合

---

97%

参照元：米PowerReviews調査

# 口コミを重視する深層心理は「まちがえたくない」こと

匿名でもいい、本当の情報が知りたい。価値観の近い人や趣味の合う仲間の率直な意見が聞きたい。

本当に企業PRのような  
効果・期待が望めるのか？

企業の思惑なしの  
本音に近い情報がほしい。

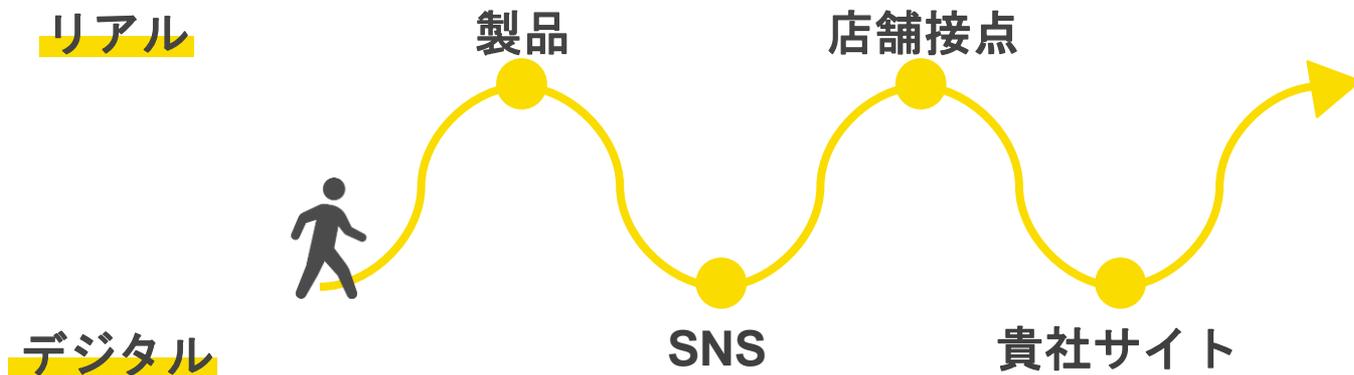
「失敗」  
したくない心理

健康・時間の損失に関わる購買

- ・ 値段の高いもの(車、家電)
- ・ 自分の健康に関わるもの(サプリ、ダイエット、食品)
- ・ 時間のかかるもの(ゲーム・映画)

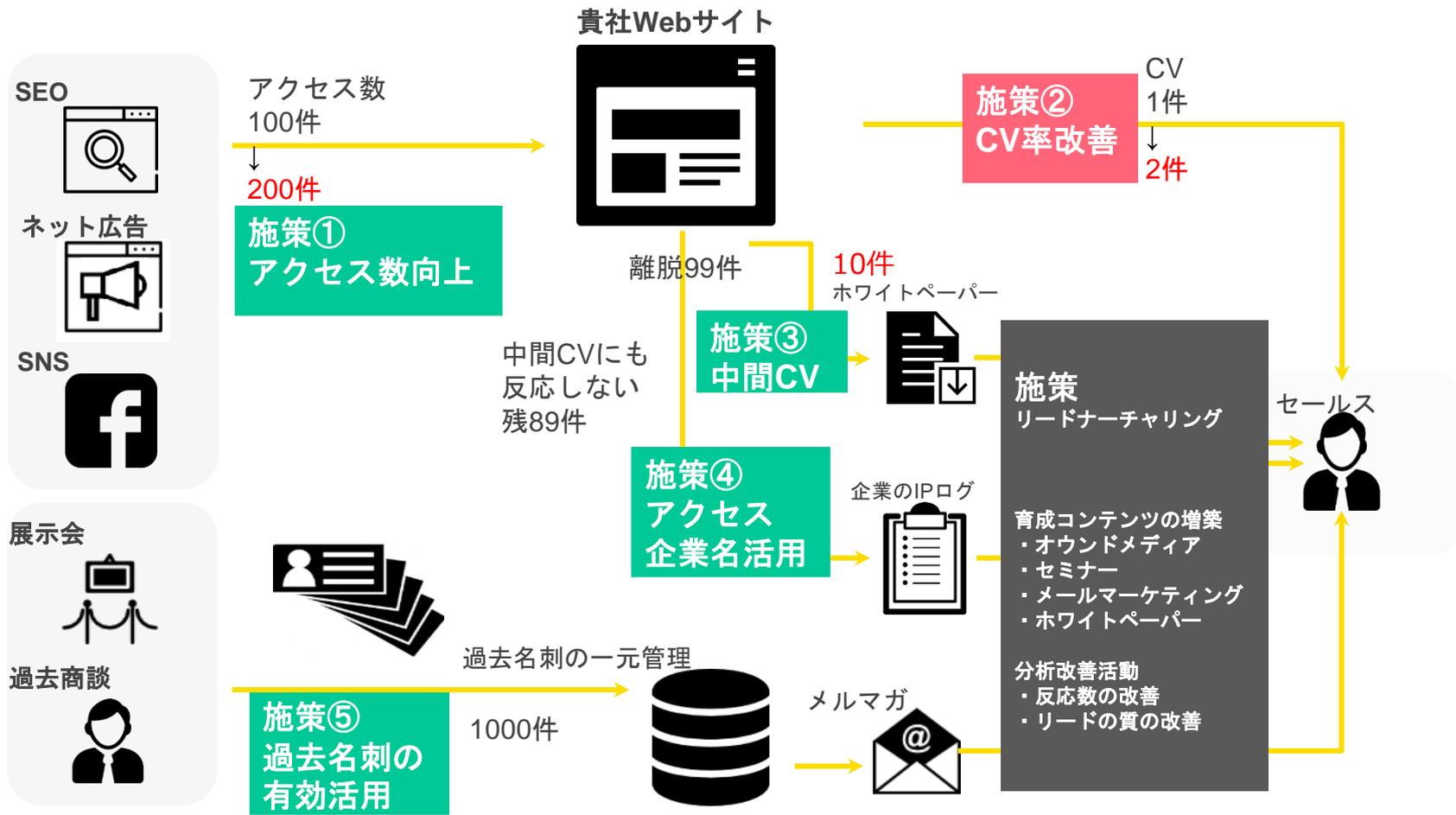
生活者側としての率直な  
デメリット意見もあるなら  
事前に押さえない。

# 顧客の購買行動の変化



リアル・デジタルの両接点を強化  
顧客に寄り添い体験価値を向上させる

# いま一度、有効なお問い合わせを増やすための大事な施策



# 貴社のマーケティング全体像

## コンテンツ力

ユーザーの心を  
がっちりつかんで離さない魅力

### 具体例

- ・サイト内記事
- ・SNS発信
- ・新規向け企画
- ・ファン/会員限定企画

## 送客力

魅力を伝える適切な集客導線の設置

### 具体例

- ・TV/ラジオなどのマス広告
- ・WEB広告
- ・インフルエンサー/アンバサダー
- ・アフィリエイト
- ・メルマガ配信
- ・DM送付

## 受け皿力

スムーズに欲しい商品・情報に  
たどり着いてもらえるサイト内の工夫

### 具体例

- ・サイト回遊導線の整備
- ・デザインのこまめな更新/改修
- ・カート内の動作が容易
- ・会員登録の導線がスムーズ
- ・メリット提示がニーズとマッチ



## 双方コミュニケーション力

お客様の声を吸い上げ、企業内のメンバーだけでなく、いかにユーザーとともに商品・サービスを作っているかどうか

具体例：サポート体制、ユーザーへの反応・参加型企画、お声からの商品/サービスブラッシュアップ

# 貴社のマーケティング全体像

## コンテンツ力

ユーザーの心を  
がっちりつかんで離さない魅力

### 具体例

- ・サイト内記事
- ・SNS発信
- ・新規向け企画
- ・ファン/会員限定企画

## 送客力

魅力を伝える適切な集客導線の設置

### 具体例

- ・TV/ラジオなどのマス広告
- ・WEB広告
- ・インフルエンサー/アンバサダー
- ・アフィリエイト
- ・メルマガ配信
- ・DM送付

## 受け皿力

スムーズに欲しい商品・情報に  
たどり着いてもらえるサイト内の工夫

### 具体例

- ・サイト回遊導線の整備
- ・デザインのこまめな更新/改修
- ・カート内の動作が容易
- ・会員登録の導線がスムーズ
- ・メリット提示がニーズとマッチ



## 双方コミュニケーション力

お客様の声を吸い上げ、企業内のメンバーだけでなく、いかにユーザーとともに商品・サービスを作っているかどうか

具体例：サポート体制、ユーザーへの反応・参加型企画、お声からの商品/サービスブラッシュアップ

貴社Webサイトに訪れたユーザーを離脱させないために  
**顧客導線を増やして受け皿を強化しませんか**



# チャットボット市場動向

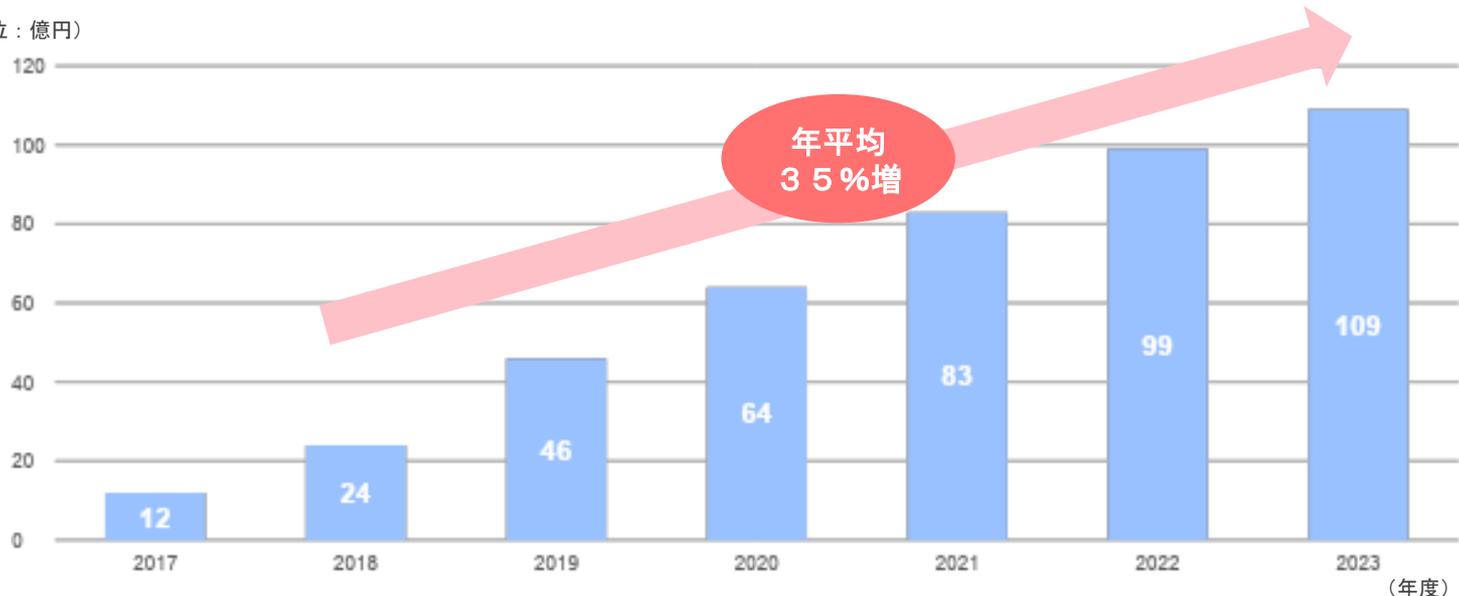
ここ数年で急速に認知が広がっている「チャットボット」。

その市場動向や最新のサービス状況、ユーザ利用状況などをお伝えします。

# チャットボット市場規模推移および予測

チャットボット市場の2018～2023年度CAGR（年平均成長率）は35.3%、  
2022年度には100億円規模に拡大すると予測されている。

（単位：億円）

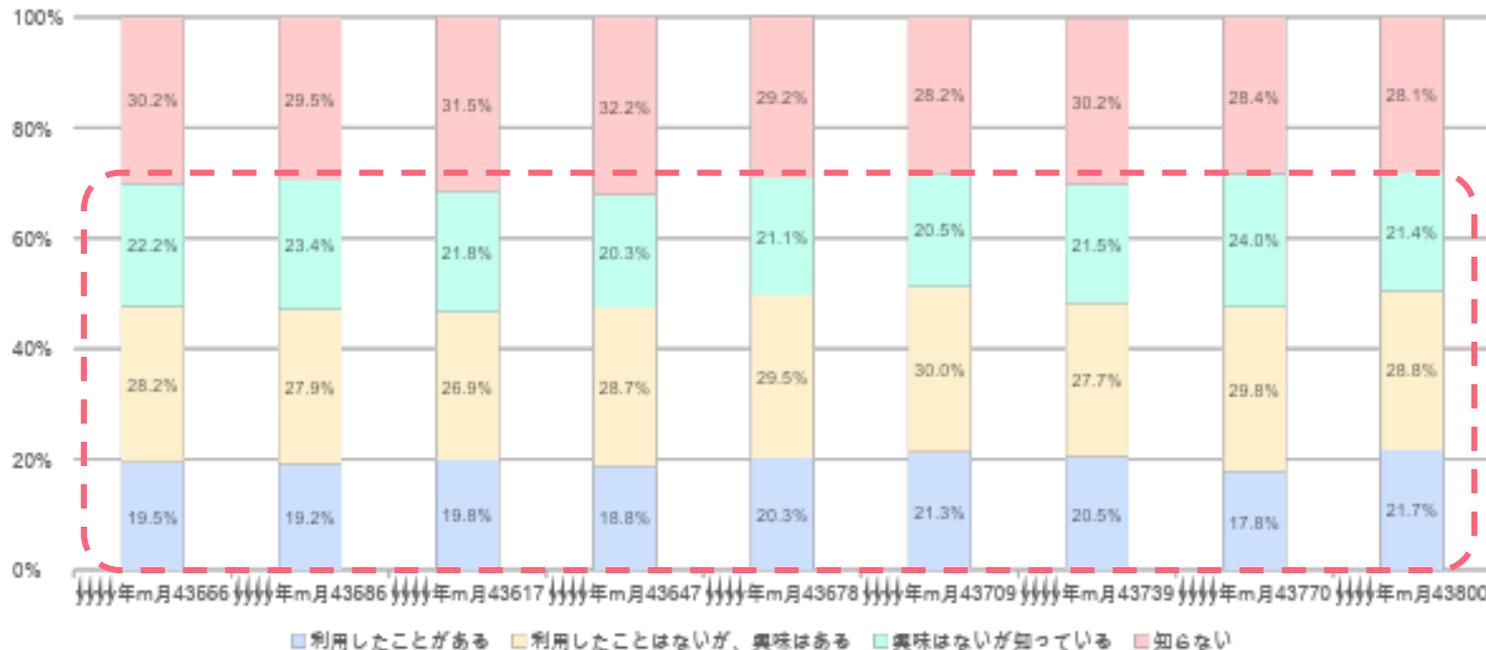


ITRのシニア・アナリストである三浦 竜樹は、「チャットボット市場は、新規導入が進んでいることに加え、導入済みの企業においても適用領域が拡大しており、高い成長率で推移しています。B2Cでは、従来のカスタマーサポート領域での利用に加え、AIチャットボットと有人チャットを組み合わせた接客・販売業務での利用がさらに進んでいくでしょう」とコメントしています。

（出典）ITR 『ビジネスチャット市場2019』 <https://www.itr.co.jp/report/marketview/M19001900.html>

# チャットボットの認知率

既に2割以上の一般消費者に利用実態があり、認知だけでいえば約7割の認知率。

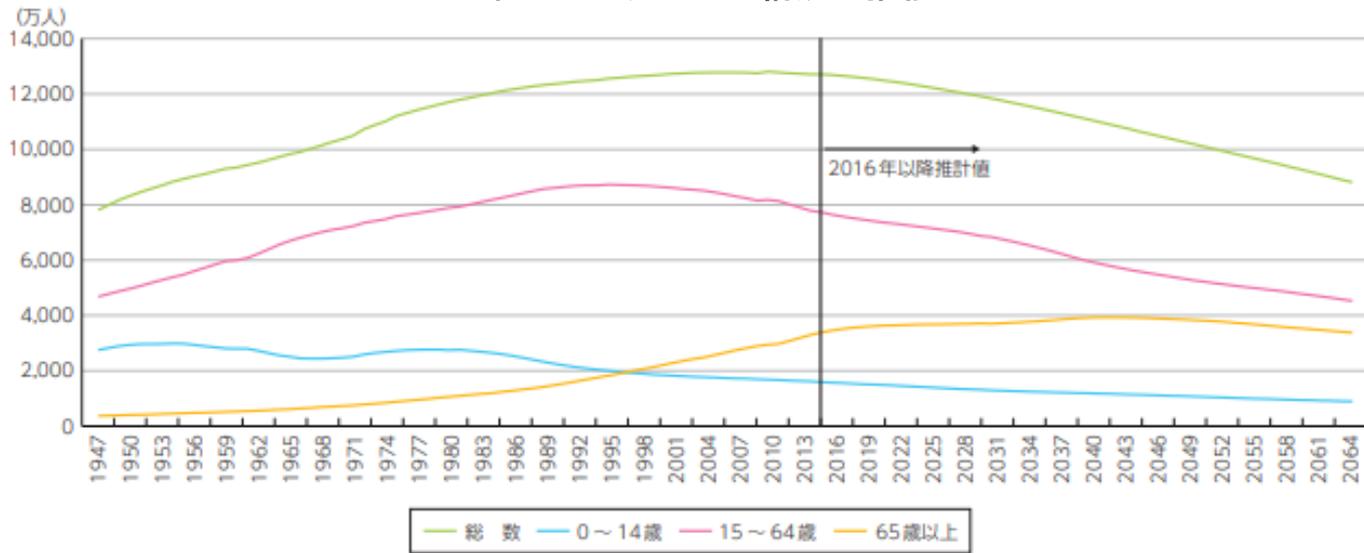


2019年12月度調査において、質問した内容などに対してテキストで自動回答してくれる、チャットボットを「知っている※1」人は71.9%、「利用したことがある」人は21.7%でした。「利用したことがある」人の割合を年代別に見てみると、10代（38.0%）、20代（29.5%）、30代（22.0%）、40代（22.0%）、50代（15.0%）、60代（12.0%）でした。10代の約4割に利用経験がありました。

（出典）株式会社ジャストシステム『人工知能（AI）＆ロボット月次定点調査 2019年総集編』<https://marketing-rc.com/report/report-ai-20200305.html>

# 市場成長の背景：人口の減少の現状

## 日本の人口及び人口構成の推移



※ 2018年以降：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年4月）」（出生中位・死亡中位推計）

（出典）2017年まで：総務省「国勢調査」、「人口推計（各年10月1日現在）」

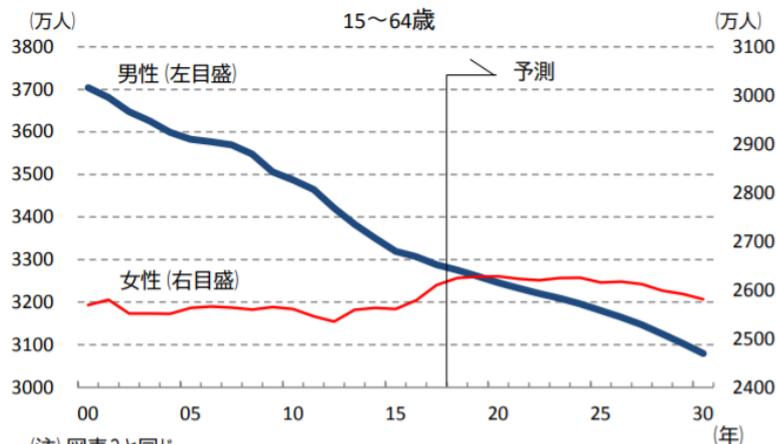
（総数には年齢「不詳人口」を含み、割合は年齢「不詳人口」を按分補正した人口による。1971年以前は沖縄県を含まない。）

## 2050年には日本の総人口は1億人を下回ることが予測されている

# 労働生産性向上への期待

チャットボットを活用して、人員削減や業務効率化、残業の削減など働き方の改善を目指す目的でもチャットボットは注目されている。

## 労働者人口は減少の一途



## 例) チャットボットに任せていくこと

問い合わせ対応や返品、キャンセル対応

スケジュール管理や会議室予約など  
細かな雑務

時間外の問い合わせ対応

(出典) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング『2030年までの労働人口・労働投入量の予測』  
[https://www.murc.jp/wp-content/uploads/2018/03/report\\_180312.pdf](https://www.murc.jp/wp-content/uploads/2018/03/report_180312.pdf)

# 売上の拡大

顧客との接点や時間帯など多様化しているなかで、チャットボットは人力を必要とせずに対応でき、且つデータを蓄積できる有効なツールとして、売上の拡大が期待できる。

## メリット

顧客との接点増加

データ蓄積による  
マーケティングへの活用

ユーザーニーズとのマッチ

顧客満足度向上

## 効果

これまでのWebやメールに加えて、LINEなどを活用した顧客対応窓口の開設が可能。即時性が高いのでユーザーの再利用率も期待できる。

ユーザーとの会話ログややり取りをデータ分析することで顧客のニーズ把握などマーケティングへの活用が可能。

若年層を中心に電話やメールからLINEなどチャットベースでのやり取りへ移行している中で、そういったユーザーニーズに対応したツールとして活用が可能

従来の電話やメールでは時間外に対応不可など成約があったが、チャットボットであれば24時間対応可となり、顧客満足度の向上につながる

顧客を離脱させない  
チャットボット



**IZANAI**  
by CloudCIRCUS

# IZANAI（イザナイ）とは？

IZANAIは、**CVRとCX（顧客体験）**を改善できるツール。

通常のフォームからチャットボット入力フォームに変えることでユーザー離脱を防ぎ、ユーザーに合った質問を出し合わせることで良質な顧客体験を実現する。

## CVR改善

スマートフォン  
LP



入力  
フォーム

最後までスマートフォンファースト  
お問い合わせのハードルが下がる導線作りが可能

## CX（顧客体験）向上

ボット



ユーザー



ユーザーに合った質問を“会話”という自然体で聞ける

# ご活用イメージ

無料査定申込みフォーム

姓 **必須**      名 **必須**

メールアドレス **必須**

電話番号 **必須**

メーカー名 **必須**

排気量 **必須**

バイク名 **必須**

通常フォーム



フリーランスエンジニアサンプル...

お仕事探しの際に1番重要視するものを下記からお選び下さい。

スキルアップ

スキルアップを軸にご希望に近い案件をお探しますね。

いつ頃フリーランスへのキャリアチェンジをお考えですか？

3ヶ月以内

ありがとうございます！色々とお話をお伺いし、ピッタリの案件をご提案できればと思います！

次にお名前を覚えていただけますか？

ここに入力してください

送信

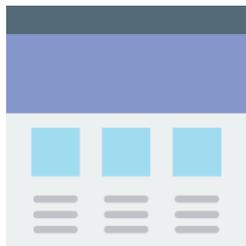
チャットボット

# チャットボット活用シーン



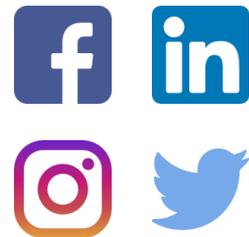
## 自社サービス

自社サービスに訪れたオーガニックユーザーの登録促進に活用可能です。サイトの右下や一部のバナーに設置するだけで、既存のエントリーフォームそのままにチャットボットで集客効果を上げる事が可能です。



## ランディングページ

リスティングやSNSなどWeb広告の受け皿となるLPの集客効果を最大限引き出す事が可能です。LPごとのチャットボット作成が可能でABテストなどの効果測定を行う事が出来ます。



## 各種SNS

自社で運用中のSNSのタイムラインやSNS運用型広告としてにリンクを貼るだけでチャットボット集客が可能です。多くのユーザーはスマホでSNSを利用します。スマホでの集客はエントリーフォームよりチャットボットが最適です。

# IZANAIの特徴

IZANAIを導入することで、広告予算だけに頼らず、効率と質を意識した集客が期待できます。



## ユーザーに合わせた質問

回答データを元に自動最適化されたヒアリングをユーザー毎に実施。  
年代、性別、特徴などで質問を最適化し、出し分ける事が可能。



## データ分析

離脱ポイント/CVユーザー/流入経路などのデータを分析。  
また、GoogleやYahoo!のタグマネージャーを利用して、自社で利用中のツールとの連携も可能。



## 手間なしでカンタン導入

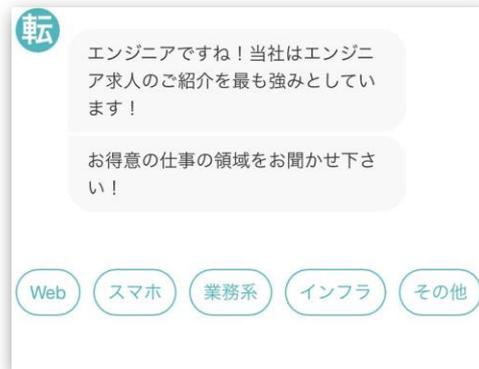
タグを貼るだけで、導入が可能。  
既存の入力フォームを残したまま、導線を追加するので、集客効率が悪くなるリスクも軽減。

# ユーザーが質問に答えたくなる仕掛け



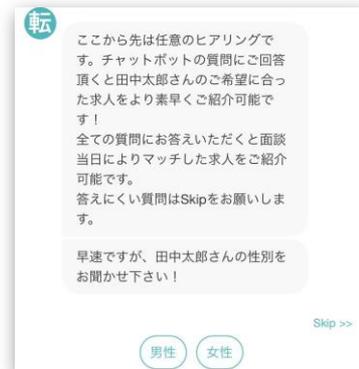
## 希望を聞いて離脱を防ぐ

氏名・電話番号などの個人情報をいきなり取得しません。まずはユーザーの希望をタップでカンタンにヒアリングします。いくつか質問に答えたユーザーは**サクコスト**で離脱率が下がります。



## 選択項目は5~9個で選びやすく

コロンビア大学ビジネススクールの教授、シーナ・アイエンガー氏の研究結果によると、**選択肢は5~9 (7±2) が”最適”**と言われており、それを意識した設計を行っています。

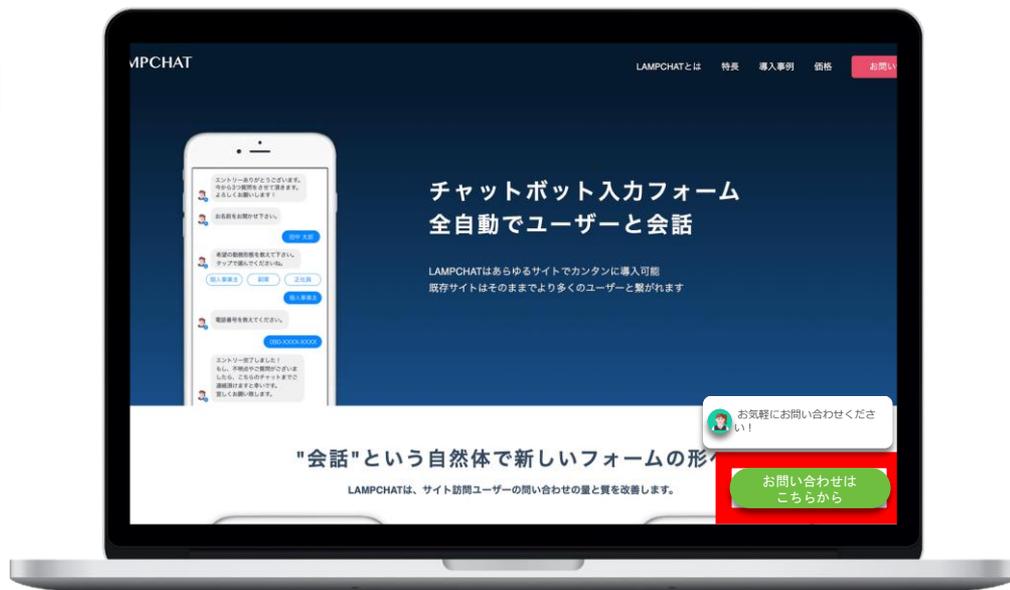


## インセンティブで追加入力

当社チャットボットでは基本情報のヒアリングを完了後、素早く・最適なお仕事紹介をする事をインセンティブに、詳細な情報をヒアリングします。これにより営業リードタイムの短縮と提案の質が向上します。

デモ画面にてご紹介させていただきます

# 新規お問い合わせ



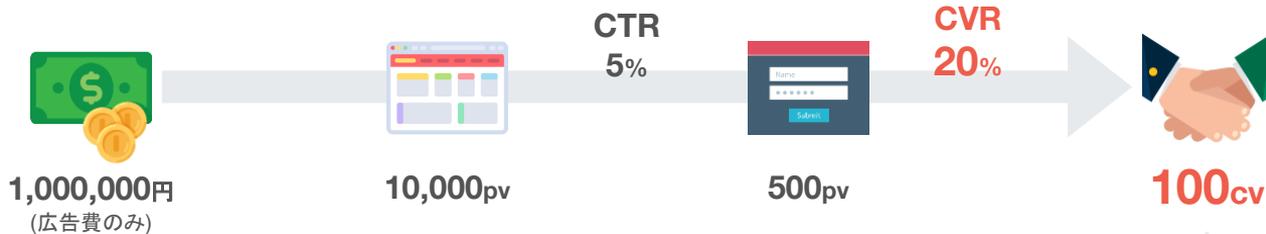
- エントリーチャット
- エントリー自動受付
- エントリー通知 (Email)
- 日程選択
- 質問毎の分岐

通常のエントリーフォームと比較し、6.5倍のCVR実績です。個人の興味関心や職種別にエントリー時のヒアリング事項を最適化する事でCVRが向上。コードを1行追加するだけで、サイト上に流入の導線設置が可能。

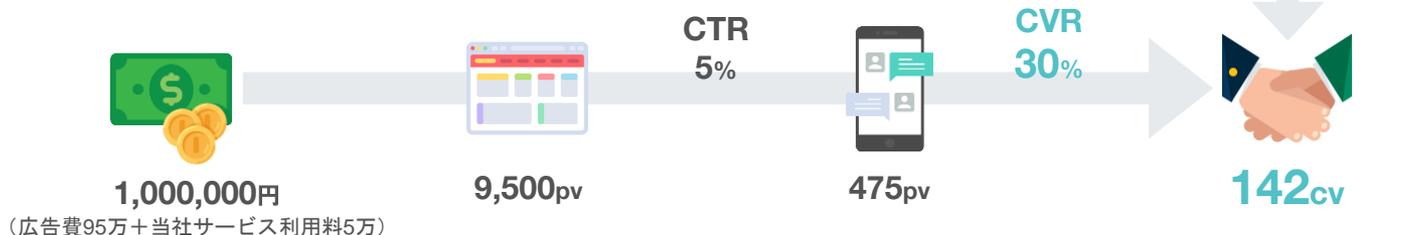
エントリーチャットへの導線

# 新規お問い合わせ (サイト上,LPでの利用)

## ■入力フォーム

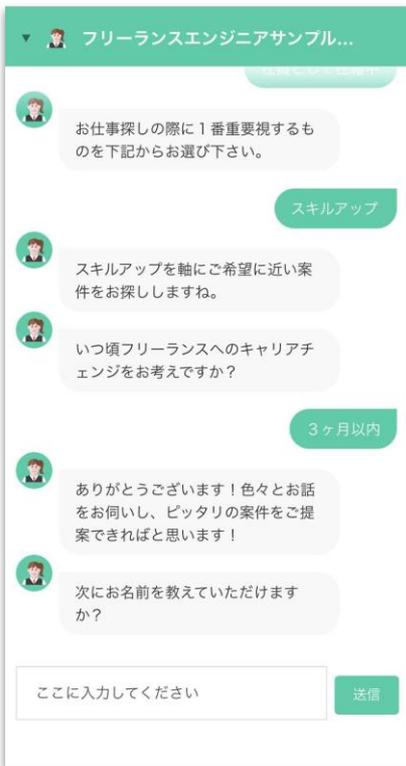


## ■チャットボット



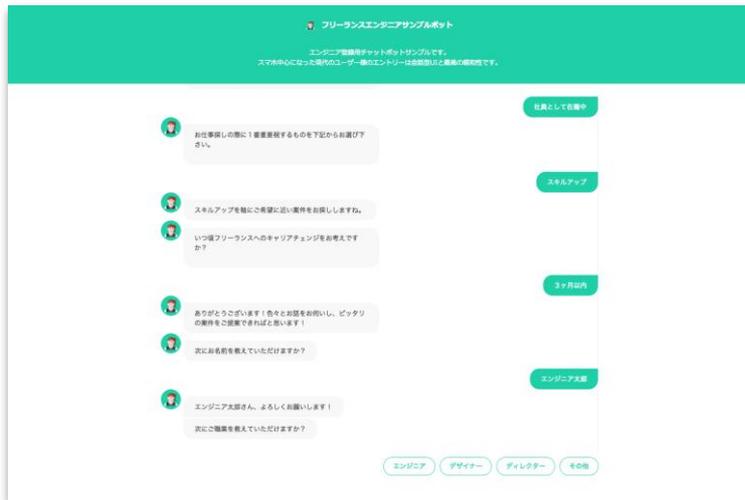
チャットボットと比べ、半分近くの見込みユーザーを逃しているケースも。  
損失分を広告費で賄う場合、ターゲットを広げるため倍額以上のコストが掛かる。

# ご利用イメージ：フォームの代わりに登録/登録後のヒアリング



貴社ボット

ユーザー



## ■従来のエントリーフォーム

- ・ 入力エリアが狭く見難く操作量も多い
- ・ どのユーザーにも固定の内容
- ・ 最後に入力漏れエラーで離脱
- ・ 登録前に情報把握が出来ない



## ■チャットボット

- ・ スマホ最適化のチャットUIでサクサク入力
- ・ 登録面談前にユーザーの状況を把握し、呼び込みの優先順位をつけ、業務効率UP
- ・ ユーザーの属性毎にフォーム内容が変化
- ・ LPのCVRに比べて最大6倍のCVR
- ・ 離脱ユーザーのデータも管理

# ユーザー集客を促進

チャット形式でカンタンに質問事項に回答できることで、入力フォームに比べ高いコンバージョン率を実現しユーザー集客を促進。

## コンバージョン率

2.17% ▶ 14.7%

導入前

導入後

迷わない入力完了によって、最大10倍以上の改善など高いCVRを実現。

## 直帰率

56.7% ▶ 23.8%

導入前

導入後

ボタンでの回答やチャット形式でスクロールさえも不要なUIで、入力時の心理的な障壁を軽減。

## 入力時間

1:30 ▶ 0:59

導入前

導入後

ユーザーの回答を元に最適化された選択肢を提供することで、迷わない入力完了を実現。

## 入力項目数

100% ▶ 160%

導入前

導入後

入力時の心理的な障壁を軽減し、登録後にユーザーの情報をヒアリングする人的コストを大幅に低下。

※導入済み企業様データ/10件のヒアリング項目を基準

# データ分析による可視化

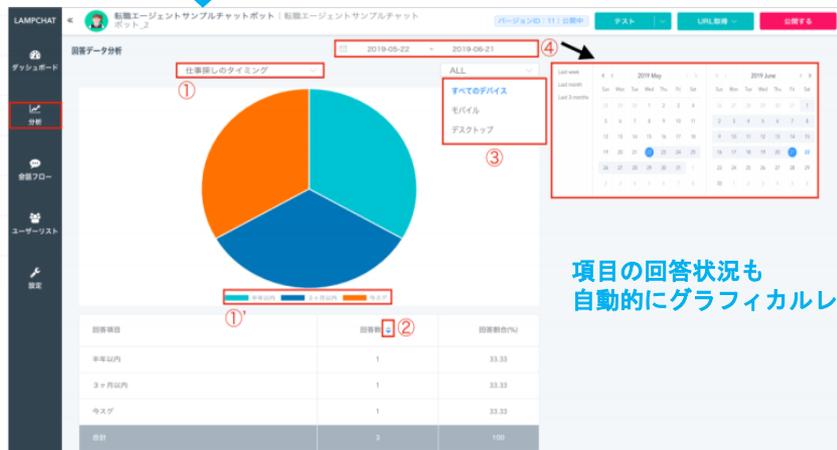
分析も自動でグラフィカルレポートになるから簡易に分析可能。どの質問で離脱されているか、どのくらい回答に時間が掛かっているかなども把握可能で傾向や対策が立てやすい。

## 項目別レポート

項目名	質問数	回答数	入力数	スキップ数	離脱率(%)	入力率(%)	スキップ率(%)	エラー回数	回答時間(sec)
1 現在の状況	29	11	18	0	37.93	62.07	0.00	0	14.62
2 優先度	18	2	16	0	11.11	88.89	0.00	0	6.80
3 仕事観のタイミング	16	0	16	0	0.00	100.00	0.00	0	9.28
4 氏名	16	2	14	0					
5 年齢	14	0	14	0					
6 職業	14	0	14	0					
7 領域	14	0	14	0					
8 スキル詳細	13	0	13	0					
9 経験年数	11	0	11	0					
10 地域	14	0	14	0					

質問ごとの離脱率や回答時間の平均レポートが表示されます

## 回答データ分析



項目の回答状況も自動的にグラフィカルレポートに

# データに基づいた改善により最適化が可能

自動ABテストが可能で、正しい効果測定とそれに基づく改善が可能。

- ・ Widgetボタン/チャット画面デザイン/会話内容などを出し分け、完全自動でABテストが可能。
- ・ テスト期間とテストしたいパーツの設定を行うだけで、テスト結果はリアルタイムで確認することが出来る。
- ・ 同時期間のABテストはシーズンリティーや会社の成長などの外的要因に影響を受けず、正しい効果測定が可能。

Widgetボタン



CTR 2.4%

CTR 4.6%

デザイン・会話内容



CVR 10%

CVR 20%

# 導入手順

## Phase0

-サイト埋め込み

貴社サービスサイトとLPにWidgetを埋め込み。既存エントリーフォームはそのまま。

## Phase1

-流入数計測

サービスページ上のチャットボット導線のCTR効果測定。ユーザーがクリックしたくなる導線を設置。

## Phase2

-CVR計測

流入後のユーザーのCVRや離脱ポイントを計測。会話フローのボトルネックを改善。

## Phase3

-LTV改善

チャットボットで集客したユーザーの成約率や継続率を検証。

- サービスサイトTopページ経由のエントリーを増やし、全体CPAを下げます
- 既存のフォームはそのままにチャットボットを導入するのでビジネス的なリスクが少ないです
- 貴社のCS担当が伴走して立ち上がりをフォローするので安心

# 導入事例

## 介護職派遣・紹介登録 (ウィルオブ・ワーク様)

エントリーフォームをチャットボット化。ビジネス担当のみでエントリーフォームのPDCAを回す事を実現。初回のヒアリング工数を削減し、初回アプローチから具体的な案件提案を行えるスキームを構築。

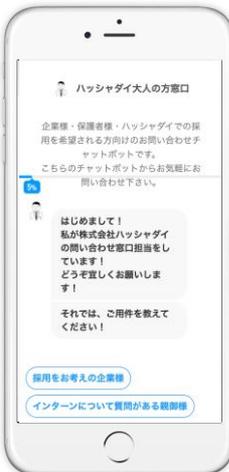
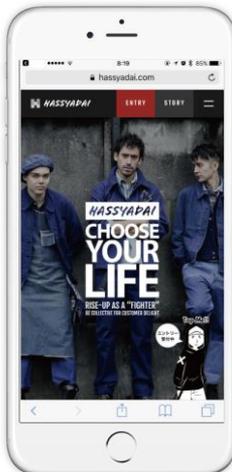
- ✓ エントリー
- ✓ ファイルアップロード
- ✓ メール通知
- ✓ 登録ユーザー管理機能
- ✓ 話しかけ機能



## 人材紹介エントリーボット (ハッシュダイヤ様)

エントリーフォームをチャットボット化し、エントリー情報入力ページへの流入が2倍。CVRが6.5倍に改善。エンジニア担当をつけずに、マーケターのみでエントリーフォームのPDCAを回す事を実現し、CV数10倍を実現。

- ✓ エントリー
- ✓ ファイルアップロード
- ✓ Gmail/Slack通知
- ✓ エントリー管理



## 不動産売買のお問い合わせ (相鉄不動産販売様)

物件を探しているが希望のものが見当たらないという方向けに、希望条件に合う物件が出たらお知らせする「希望物件登録」で活用。テレワークが増え、物件を探される方が増えた影響もあり、不動産を買いたい方の問い合わせ件数が対前年150%ほどに増加。

- ✓ エントリー
- ✓ メール通知
- ✓ 登録ユーザー管理機能
- ✓ 話しかけ機能





費用について

無料からお使いいただけます

---

# IZANAI 費用について

内訳	Free	Trial	Suite	Premium
初期費用	—	—	—	—
月額費用 (税抜)	¥0	¥10,000	¥30,000	¥50,000
ポット	1つ	1つ	3つ	無制限
ログ	○ (1ヶ月)	○ (1ヶ月)	2年間	2年間
シナリオ	無制限	無制限	無制限	無制限
広告表示あり	IZANAIロゴ表示、 商材サイトへのリンク有	表示なし	表示なし	表示なし
CV	~100CV/月	~100CV/月	~500CV/月	無制限
同時期間A/B テスト	×	×	×	○
google カレンダー連携	×	×	○	○
サポート	×	○	○	○
超過CV	—	100CV/1万円※	100CV/1万円※	—

※最低利用期間 1年間

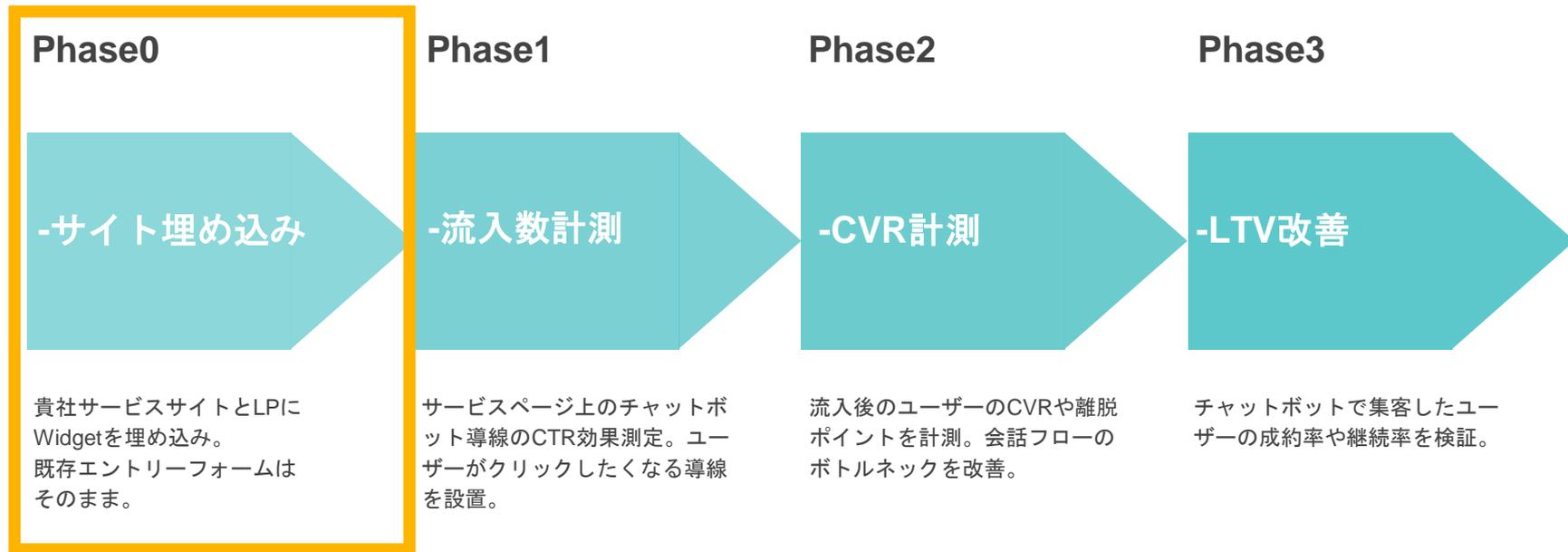
・オプション機能：Webhook：月額3万円

※CVは、CV完了数（ポット内の合計数）

※CV：セッションごとのCV数（＝フロー一覧の完了数）

※ポット：URLの作成数（URLは管理画面内で編集可能）

# 導入手順



本日のセミナーへの参加者特典として  
**IZANAIフリー設置の導入支援**をさせていただきます。

# 今後について

---

本日使用するスライド資料は、  
終了後にアンケートにお答えいただくと資料DLが可能になります。

私がセミナー終了ボタンを押すと、アンケート回答用のURLが表示されますので、ぜひご回答をお願いいたします！

また、アンケート内の**無料相談**をご希望いただいたお客様には  
下記2点の特典がございますのでぜひこの機会にご応募くださいませ。



参加者特典は  
こちら！

- (1) "実名入り"コロナ禍での成功事例集
- (2) IZANAIフリー設置の導入支援

ご清聴ありがとうございました

The logo for startialab, featuring the word "startialab" in a lowercase, sans-serif font. A white curved line arches over the letters "a", "r", and "t", resembling a stylized wave or a protective shield.