



neccos

会社概要資料

neccos business overview

2020年10月～2021年3月期

 neccos

Copyright© neccos, Inc. All rights reserved.

目次 INDEX

1. 会社概要

- ・会社概要・事業沿革
- ・サービス拡大の取り組み
- ・メディア出演情報
- ・ユーザーファーストへの取り組み
- ・提携先企業一例
- ・自社開発ツール一例

2. 実績

- ・実績－LINE開発
- ・実績－オウンドメディアメディア
- ・実績－EC 通販事業
- ・実績－システム開発

3. ネッコスの子サービスの強みと特徴

会社概要

Company Information

会社概要 Company Information

会社名 株式会社ネッコス (neccos, Inc.)
代表 井口 美寿々
設立 2019年4月1日
連絡先 03-6869-5536
住所 〒110-0016
東京都台東区台東4-31-1 ALビル001

事業内容

- ・カスタマーサポートツールtunakan開発販売
- ・Webに関する受託業務
HP制作／オウンドメディア制作／SNS 運用代行
Web集客代行／Web開発／SEO対策
ライティング代行／IT人財チームビルディング
Webディレクション etc...



代表取締役社長

井口 美寿々 (いぐち・みすず)

1981年10月16日生まれ愛知県出身
2004年4月～ 体操教室講師として従事
2006年11月～2019年1月 アソシエプラス有限公司
(株式会社ハートソリューション) EC通販事業部
2019年6月 弊社 代表取締役社長就任

サービス拡大の 取り組み



株式会社パソナ主催

「女性起業家コンテスト」ファイナリストに選抜

<https://www.pasonagroup.co.jp/lba/qas.html#finalist>



eiicon 経済産業省主催

羽田イノベーションシティー経済産業省主催羽田イノベーションシティー
ビジネスビルドに選抜

<https://eiicon.net/about/haneda-innovationcity-bb2019/>



年商1億円以上限定!創業社長コミュニティEO TOKYOのinnovation program
3期生に選抜



Web集客コンサルティングに強いおすすめウェブ制作会社20選に選出

<https://www.biz.ne.jp/matome/2003124/>



株式会社パソナ主催「LINE1to1コンシェルジュfrom 羽田ミ
ライちゃん」



現在、試験運用中のサービスを加速させるLINE-API開放サービ
ス「myai(マイアイ)」で、LINEを活用した1to1コンシェルジュサ
ービス「羽田ミライちゃん」を構築したのは株式会社パソナ。
お土産案内、道案内、遊覧ツアーなどの訪客を、AIによる自動応答
で対応するというサービスをプレゼンした。得意先には従来の
ショッピングモールや空港にも導入していきたいという意気込
みを語り、属性データの蓄積で訪客マーケティングにも活かせる
といったビジネス面での強みも提案した。
審査員から「HiCityにはオフィスも多いが、起業家だけでなく
ビジネスマンへの提案も考えているのか？」という質問に対
して「ポートなどで訴求していきたい」と回答した。

NHK10月29日(木)[総合]後10:30
「マジカルクローゼット」
女性CEOとしてテレビ初出演!

テレビ出演
情報



NHKで10月29日に放送された「マジカルクローゼット」にIT系女性CEOとしてテレビ初出演。クローゼット内の断捨離と新しいファッションとの出会いを通して、プロダクトプレゼンテーションに挑む姿が放送されました。

2019年Japan IT Week 『通販ソリューション展(秋)(10月23~25日 @幕張メッセ)』に tunakanで出展

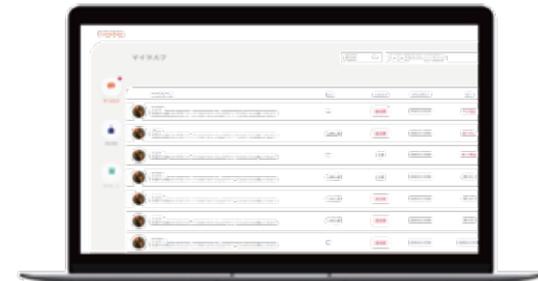
ユーザーファーストへの 取り組み



LINEを使った顧客管理ツール
使いやすいさ



調査方法: インターネット調査
調査期間: 2019年10月1日~2日
調査概要: LINEを使った顧客管理ツール10社を対象にしたサイト比較イメージ調査
調査対象: 全国の20代~50代の男女1052名
アンケートモニター提供元: ゼネラルリサーチ



自社開発ツール『tunakan(ツナカン)』がLINEを使った顧客管理ツール使いやすいさNo.1を獲得。
徹底したユーザー行動の分析、業界調査により、カスタマーサポートツールにありがちな
①機能が多岐にわたり使いこなせない ②複雑で見づらいデザイン最適なUI/UX設計で回避しました。

提携先企業一例

 SoftBank



KOIKI
design



NEXT▷BLUE

※ 情報提供のみの企業含む

自社開発ツール

tunakan (ツナカン)

これまでEC通販サイトを運用していた経験から、「もっとコミュニケーションを密にそれでいて効率化が図れるツールはないか?」と考え、自社で独自にコミュニケーションとカスタマーサポートの課題解決ができるカスタマーサポートツールを開発。

マニュアル化できない対応が必要な業種や、顧客とのコミュニケーションを大切にしている企業から高い評価を獲得。

今後はさらに機能を拡張し、集客や顧客育成ツールとしても利用規模を拡大していく予定。



AI Chatbotミライちゃん

会話クオリティの高さに注力した新感覚チャットボットAI。

以下3つのモードでコミュニケーションや販売購入などをサポートします。

- ECモード
(チャットボットとの会話で導き出された商品を表示、カートから購入まで可能)
- 店外モード
(混雑状況や一般的な問い合わせ、テイクアウトなどにも活用可能)
- 店内モード
(LINEを伝票代わりにLINEから注文したり、トイレの空き状況が分かったりwifiと連携などが可能)



LINE API開発実績

LINE API development results

■アンケート機能

・LINE で集計したアンケート結果をユーザーに開示する機能の開発・実装がメイン

・LINE 自体、リサーチ機能やアンケート機能を提供しているものの、結果をユーザーに公開できる仕様やどのような見せ方をするかなどの指定が出来ないため、独自開発を依頼



※画像はイメージです。

■連携により通知のみ LINE

- ・ LIFF の機能を活用し、自社サービスと LINE ID を連携。自社サイトの予約や新着メッセージなどのアクションを LINE で通知することにより、円滑なコミュニケーションを促進。
- ・ 自社サービス上で予約等があった場合、これまでは「気が付かなかった」などのトラブルがあった。
⇒LINE での通知により、サービス自体の活性化に繋がる狙い

※画像はイメージです。



公式アカウントから
LINE でログイン

LINE ID との連携を
許可

既存サービスと LINE の
連携が完了

既存サービス上での
アクションごとに
LINE のトーク画面に
通知でお知らせ

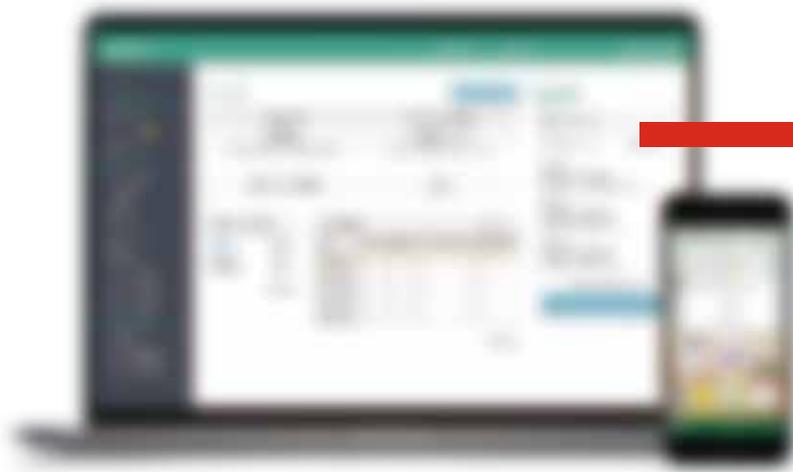
■連携による自動配信・セグメント配信

- ・医療業界の採用ツール

⇒メールでは実現できない開封率の高さや開封までのスピード感を採用シーンに用いることで、採用率アップやサポートコストの削減に繋がる

【主な機能】

- ・既存データベース（API）との接続機能
- ・メッセージのセグメント配信機能
- ・リッチメニューのセグメント表示機能
- ・個別メッセージの自動送信機能



既存のシステム・データベース



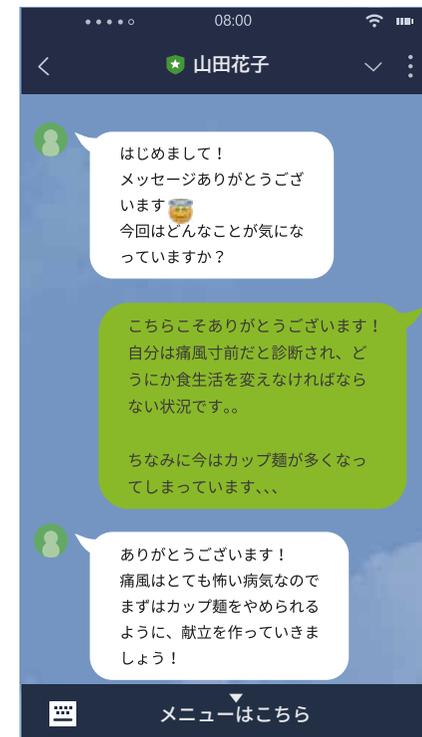
※画像はイメージです。

LINE でのマッチング機能

- ・ マッチングサイトの機能を LINE 上で実現

今回のケースでは、管理栄養士などの専門家と一般ユーザーとのマッチングがメイン

マッチングサイトの構築には大規模なもので 500 万~800 万かかるが、LINE 開発の場合、コミュニケーションが取りやすうえに開発コストは半分程度



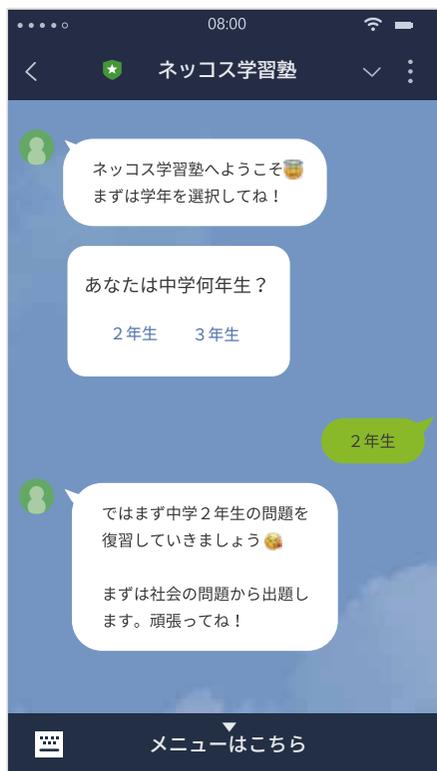
※画像はイメージです。

マッチングアプリのように特定の相手との
1to1 コミュニケーションも可能

■LINE bot（学習系アプリ）

- 学習ができる LINE bot を作成し、回答数ランキングや点数による順位ランキングを LINE 内で展開し⇒学習意欲につなげる狙い
- 学生に馴染みのある LINE を使用した展開だからこそ抵抗感がなく、浸透しやすい

※画像はイメージです。



チャットボットのシナリオ設計でユーザーとのスムーズな会話を実現



カルーセルでの選択でユーザビリティアップ



LIFF を使用したウェブページでランキングをチェック

■シフト管理・スケジュール調整機能

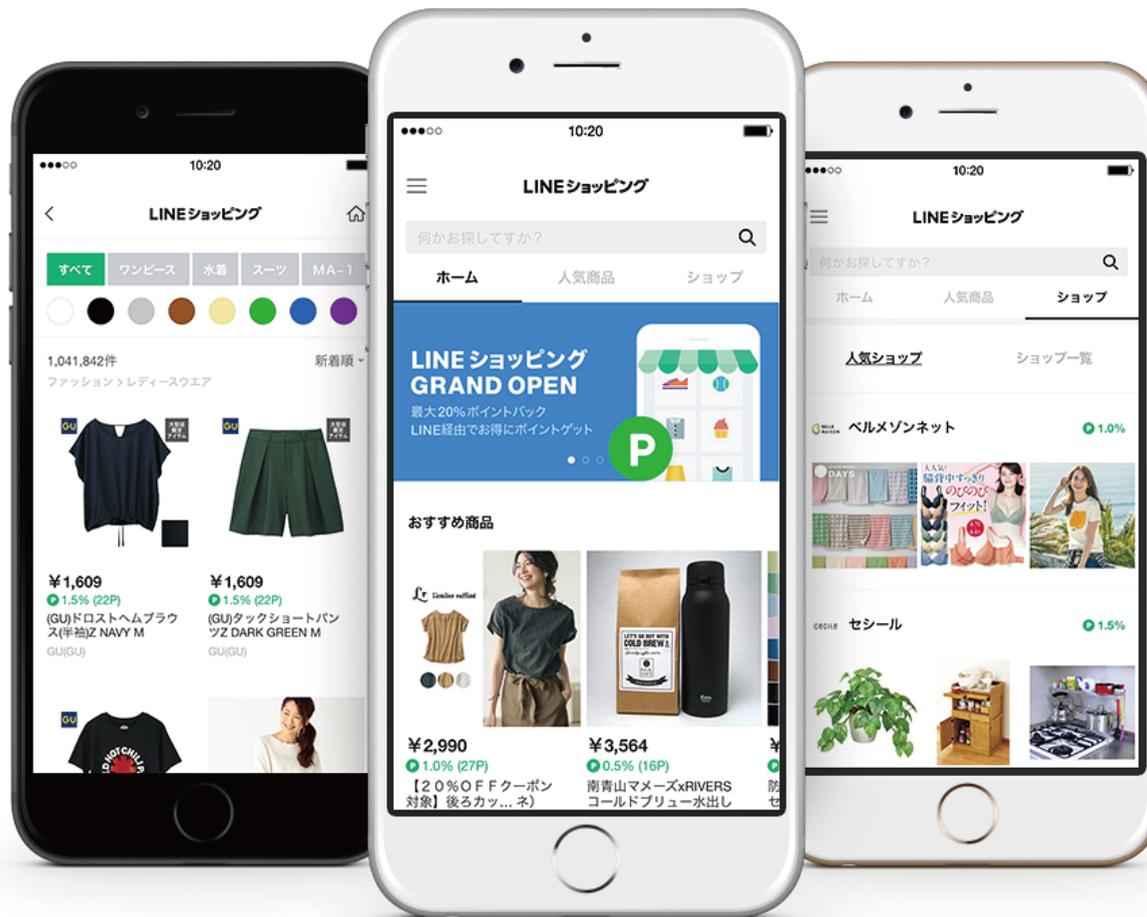
・ヘルパー版 Uber Eats のようなシステムのご要望

LINE 上で気軽に「対応可否」の判断をやり取りできたりシフトを調整できることで、業務効率化と利用者への返答スピードをアップすることが可能になる



■EC サイト機能（購入・決済まで）

- LIFF を活用し、LINE 上で商品の検索から決済までをワンストップで完結できるシステムを実装
- LINE ID との紐付けにより、余計な会員登録やログインの手間がなく、ユーザーにとってシームレスな購入体験を実現可能



※画像は LINE 社が提供するサービスです。

■QRコードの読み込み・情報の呼び出し

- ・薬局などの電子版お薬手帳のQRコードをLINE上のQRコードリーダーで読み込み、薬品名や個人情報を呼び出す機能を実装
- ・忘れてしまいがちな医薬品情報をLINE上に残すことができ、気軽に服用方法などを確認することが可能



※画像はイメージです。

■ユーザー属性ごとのリッチメニュー切り替え

- ユーザーの属性に合わせたリッチメニュー内容の切り替え（LINE Messaging API を利用して、リッチメニューの動的配信を行う）
- ユーザーの属性別にリッチメニューを切り替えることで自社サービスの利用促進に繋げる狙い



会員登録前のユーザーに見せるリッチメニュー

会員登録後のユーザーに見せるものと属性で切り分け

他社では「出来ない」と言われた機能も LINE開発の豊富な実績を持つネッコスならば 実現可能です！

LINE上での QRコード読み込み



LIFFを活用したQRコードの読み込みと、呼び出し結果の表示機能は、薬局や飲料メーカーなどの企業様からのご依頼が増えています。

既読・未読の把握



通常は取得できない未読・既読データも、多くのLINE開発経験から、取得可能な手法・ノウハウがあります。

導線リファラーの取得



流入経路などのトラフィックデータをとりたいニーズにお応えし、LINE内でのGoogleAnalyticsのような機能も開発可能です。

ネッコスは実現可否について、お客様に「NO」とお伝えすることはほとんどありません。これまでの数多くのLINE開発から**不可能な機能やサービスはほとんどない**と断言出来るからです。

また、**抜群のフットワークの軽さ**でお客様をトータルサポートさせていただきますので、初めての開発でもお任せください。



他実績例
achievement

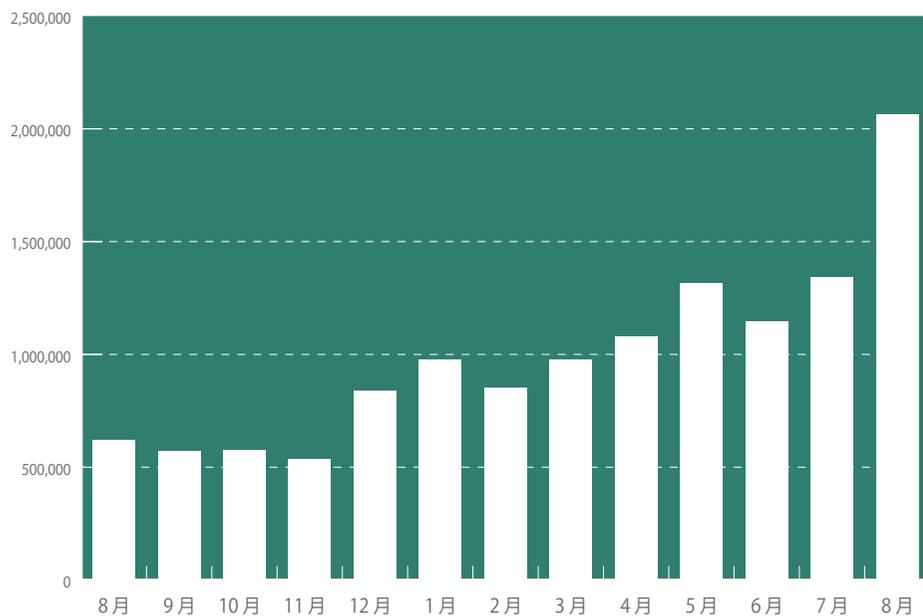
エンタメ系オウンド「トレタメ」

The screenshot shows the homepage of the 'Toretame' website. At the top left is the logo 'トレタメ toretame' with the tagline '「興味」するエンタメ情報'. Below the logo is a navigation menu with categories like '男性アイドル', '主婦歌劇団', 'K-POP・韓流', 'アニメ・声優・ゲーム', 'アイドル', '音楽', 'ビジュアル系', 'レコメンド', 'スタッフブログ', and 'おすすめサイト'. The main content area features a search bar, a '注目記事' (Featured Article) section with a video player for '乃木坂46 「ウチの彼...」', and a '取材記事！トレタメスタッフが突撃取材!!' (Interview Article) section with three featured articles. On the right side, there is a '人気記事ランキング' (Popular Article Ranking) section with a list of five articles, including 'TWICEがヨジャドルの頂点に君臨！人気メンバーランキングを大公開♡...'. The website has a clean, modern design with a light blue and white color scheme.

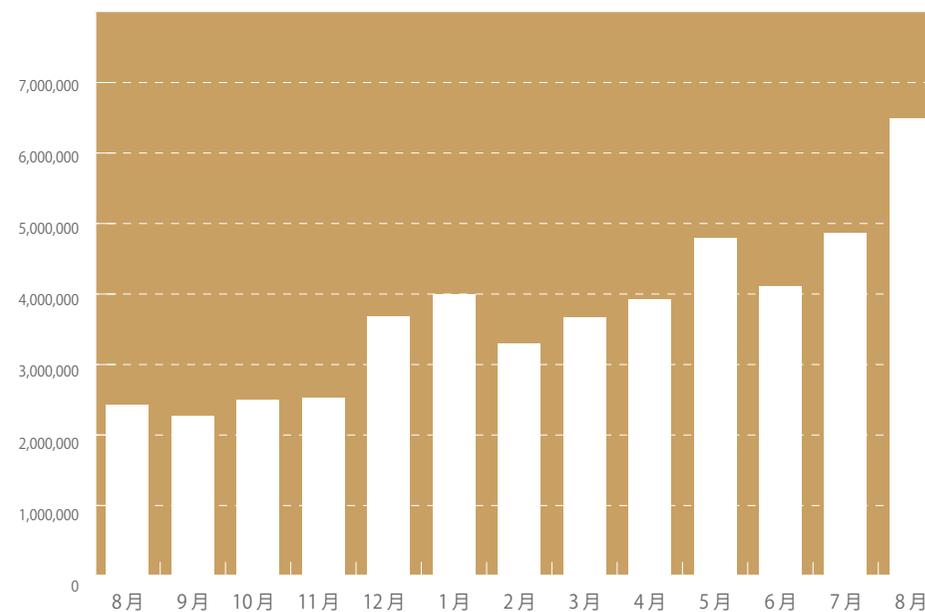
- ・月間**600万PV**、UU580万達成（公開後約2年）
- ・高順位取得比率をKPIにコンテンツ制作を実施
- ・1記事ごとのセッション数や滞在率に着目した丁寧な分析・改善を繰り返し行い、ドメイン強化

オウンドメディア実績

オーガニック検索流入数



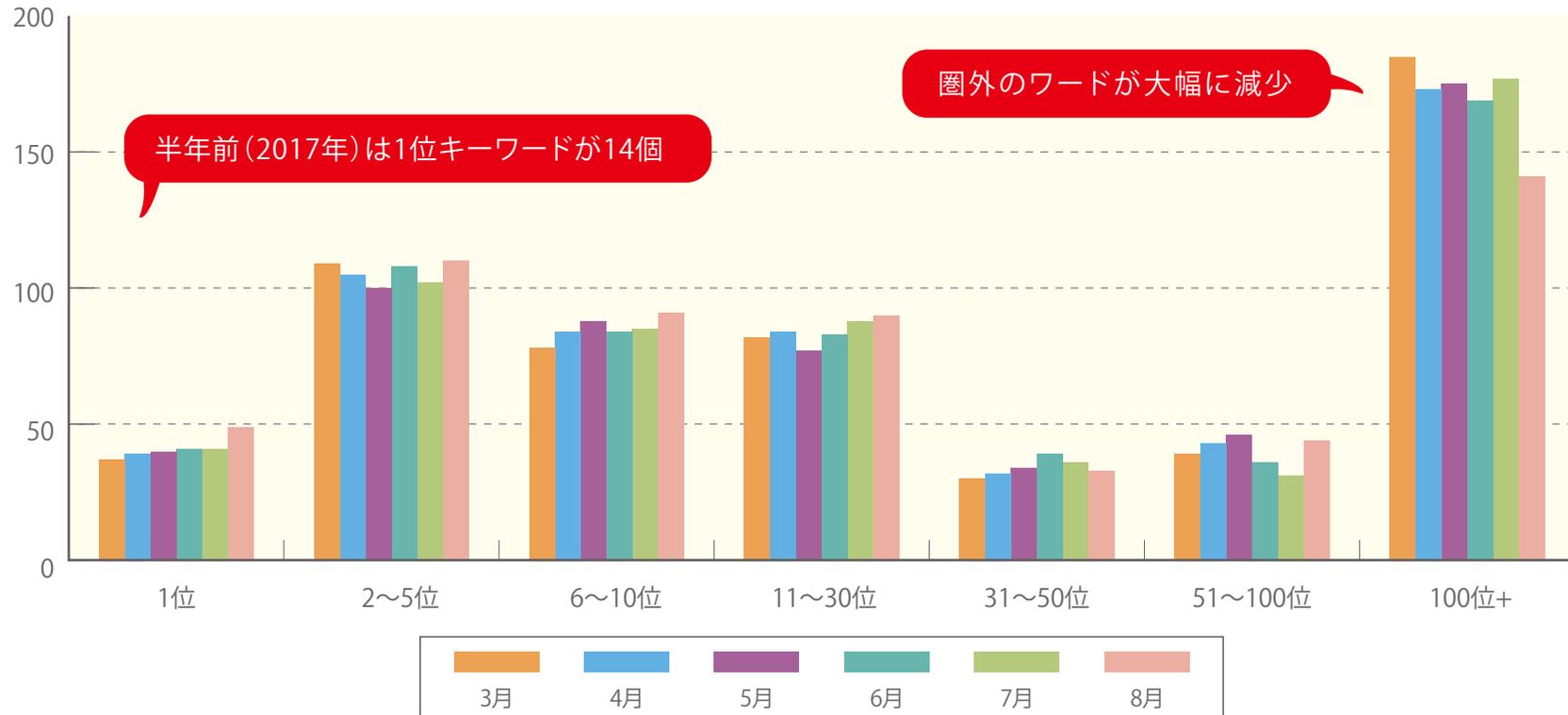
PV数



■実績 (サイト公開後約2年後 (2018年) 時点での成果)

2018年8月のオーガニック検索流入数は、昨月対比+720,610 (153.6%)、PV数は、昨月対比+1,630,867 (133.5%)、昨年対比+4,068,530 (267.8%)と大幅に上昇

テールワードの順位

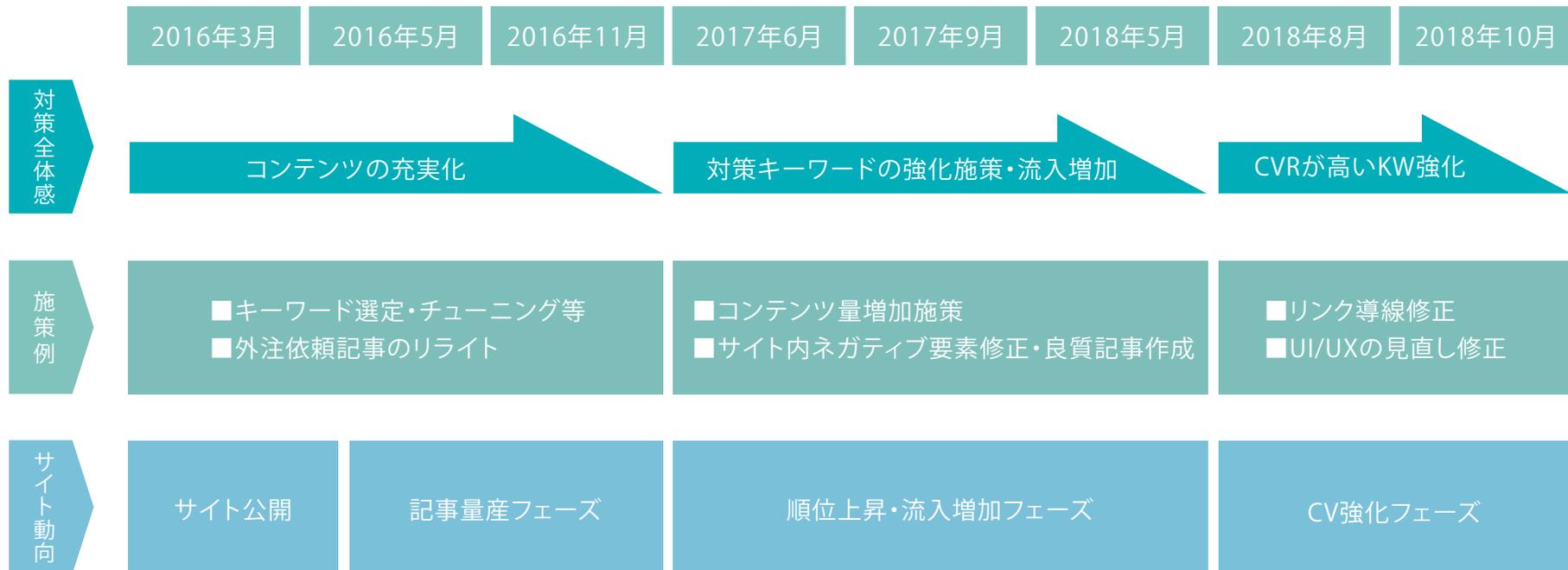


【実績】(サイト公開後約2年後(2018年)時点での成果)

上位順位取得のため記事を制作しマークしていた560キーワード中、250キーワードが検索順位10位以内、そのうち49キーワードが1位を獲得

オウンドメディア実績

ロードマップ



主な対策と効果

アプリ、Web、AMPページ、それぞれの滞在時間、直帰率、リピーター率、セッション、ユーザー、PV数を日毎に集計

時間帯、曜日ごと、ジャンルごとでも数値を日毎に集計



数値が悪い箇所の原因を徹底的に洗い出し、スピード感を持った対策を行うことにより時間がかかると思われがちなSEO対策も最短での効果を実現

SEOを意識しつつも、ユーザーが一番に欲しい情報をタイトルと相違がないよう混ぜ込んでいき、ユーザーに役立つ記事として充実させていくリライト作業を3ヶ月間、全スタッフ(5名)で行う



エンタメメディアでは直帰率が80%ほどのところ、最終的に58.36%まで下げることに成功

回遊率を上げるため、ページネーションのデザインや位置、大きさを2週間毎に変更しABテストを行う



1セッションあたりのページビュー数を1.6から3.1まで上げることに成功

EC通販事業実績

ライブ・エンタメ関連の入場チケットの予約受注による購入代行、ならびに仕入販売事業 (BtoC) 商品の特性上、量産品ではなく一点物もしくは数量限定の小ロットの取扱いが大半を占める
顧客からの注文も同一のものはほぼなく、代替が効かないケースが多く、ひとつひとつの注文

2006年頃

当時は社員の新規事業企画として社内創業の形式で開業

2007年
～
2010年

大手オークションサイトを販売チャネルとして運営
法人アカウントとしてサイトでの年間カテゴリランキング1位獲得の実績あり
同サイトでの取引件数は累計3万件を超える

人員構成: 2～5名
月商
200万→500万

2011年
～
2014年

業界のWEB化エンジニアの直接雇用、自社システムの独自開発に着手
商品仕入から販売、販売管理のシステム化を進め事業規模を拡大

人員構成: 5～10名
月商
500万→1000万～1500万

2015年
～
2018年

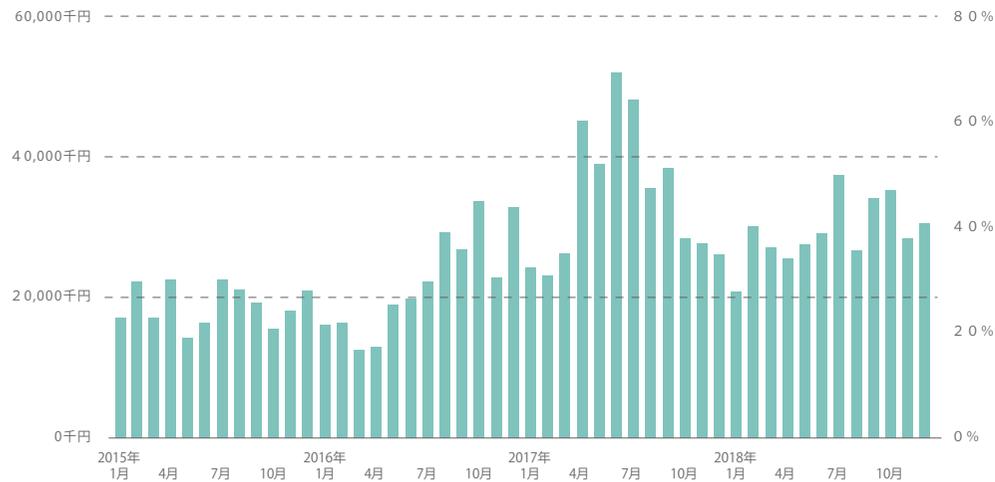
事業規模の拡大に伴い認知度が向上、当時相次いだECモールやマーケットプレイスサイトの新規起ち上げに伴い、協業・提携のオファーがあり、複数サイトでの店舗展開や直販以外のアライアンス契約も実施

人員構成: 10～20名
月商
1500万→2000万～4000万

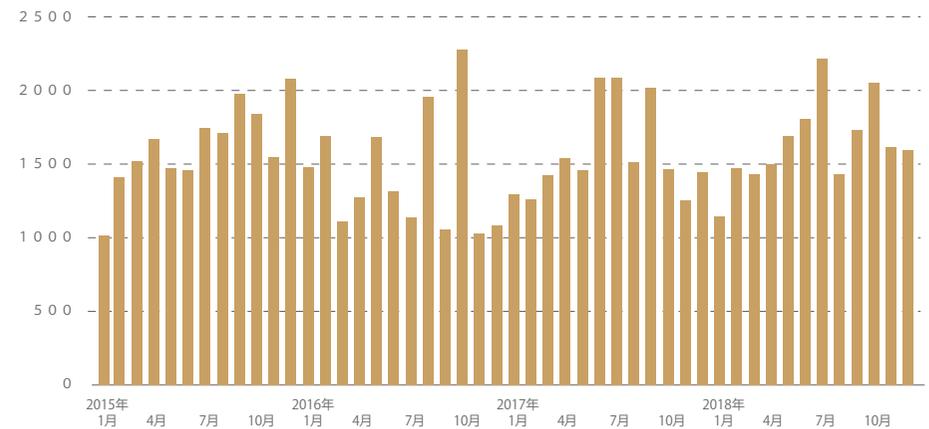
EC通販事業実績

2015～2018年の直販による売上と粗利の推移

EC販売事業実績（売上推移）



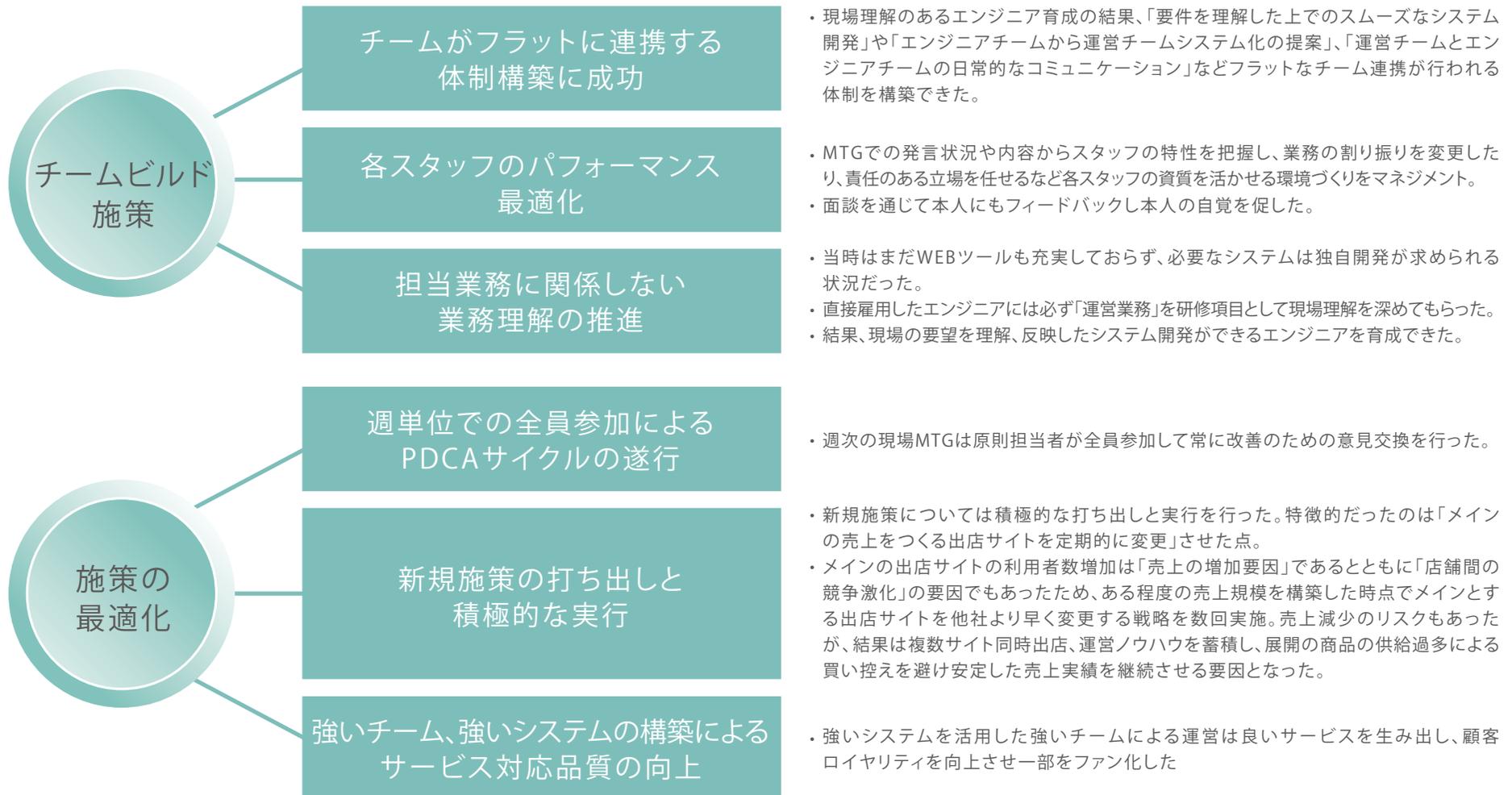
EC販売事業実績（発送件数）



2015年時点で月間売上2000万未満、かつ月による増減の激しい販売状況を改善、2016年6月以降31ヶ月連続で売上**2000万以上**を維持
17年6月に記録した月間**売上5000万**が最高額

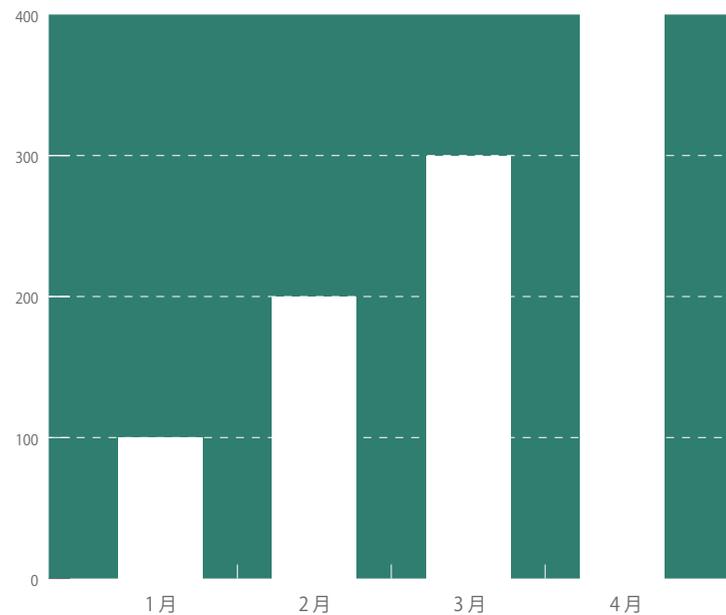
2015-2018年の3年間常に月間**1000～2000件**の取引を対応
年間約350日前後(GW,年末年始除く)の営業を4～6名の
スタッフのシフティングで対応

好実績を生むための工夫やポイント



EC通販事業実績

好実績を生むための工夫やポイント



【概要】

webページを毎日自動的にスクレイピングし、WebAPI経由でデータ登録を行う

【開発】

基本部分は1週間程度、その後都度メンテナンスしつつの運用

【開発環境】

Go.1.11

【工夫した点】

メンテしやすいようにログ出力の整理や自動リトライ機能の実装など

ネッコス**の強みと特徴**

Our Advantages and features

最小限でスマートな制作・開発ができるよう、
ツールやシステムが経営や運営の
ボトルネックにならない設計を提案します。

システムがボトルネックになる悪い例

- データ容量が●●MBまでしか対応できない
(もしくは対応するとサーバー代がかかりすぎる)
- 言語選定
(広く使われていない言語選定で保守が大変、出来る人が少ないと求人が難航)
- システム上、運用ルールの変更に耐えきれず、
手動オペレーションが発生



システムの作り直しに繋がる可能性

追加で付け足しが難しい機能は改修が必要



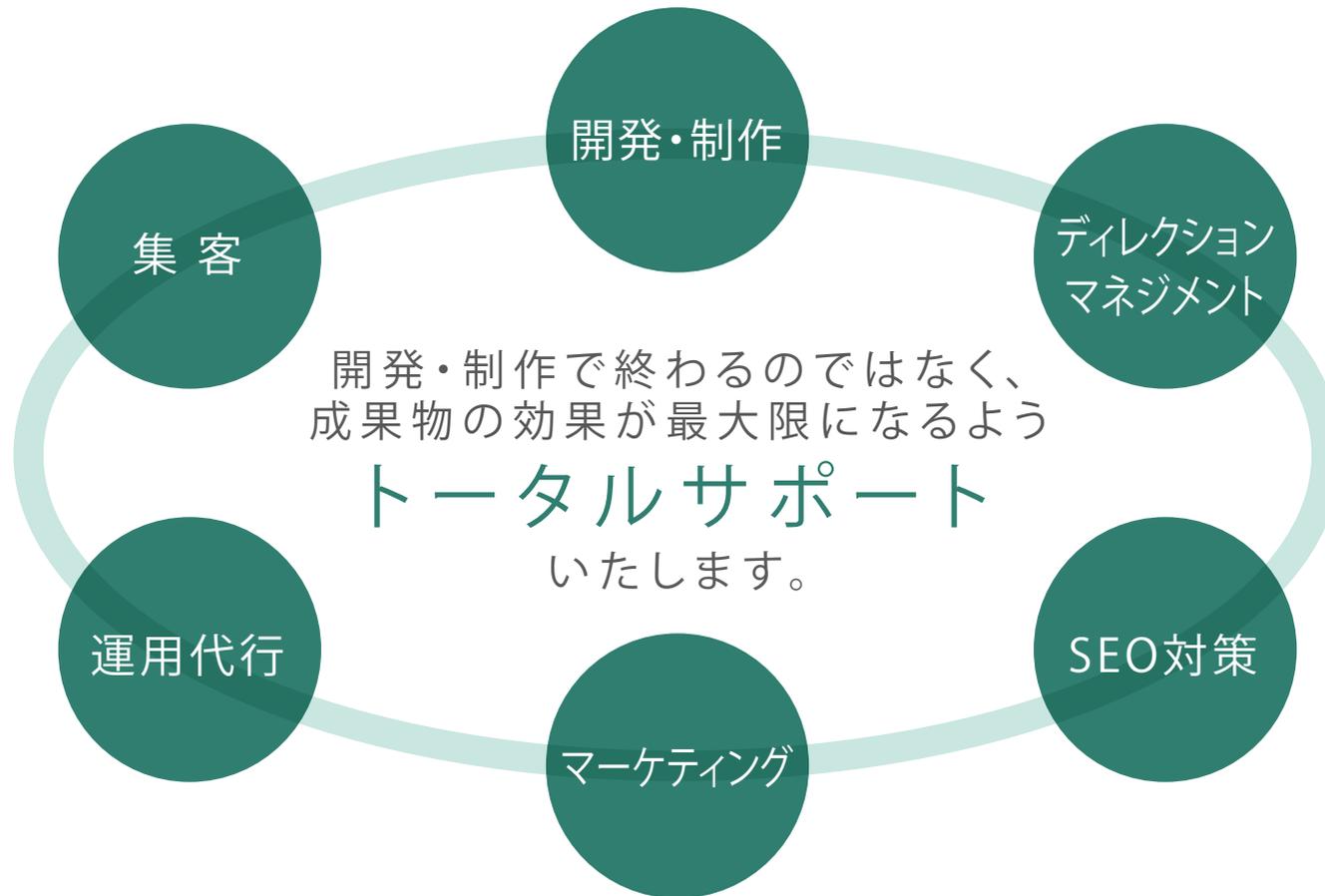
neccosのご提案

- ゆくゆく必要になるであろう機能の洗い出し・ご提案
- 維持にかかるシステム費用の最適化のご提案
- 先々の売上規模を想定したシステム設計のご提案
- 目標達成のために逆算した最適なフェーズ、スケジュール
ミニマム仕様をどこまで作るかの整理・ご提案



コストの最適化が可能

制作・開発に無駄な期間や工数を発生させない



ネッコスのメンバーは12年ほどEC通販サイトを運営したのち、制作会社として起業しました。
だからこそ、作って終わりではなく運用に寄り添った提案に重きをおいて、Webに関するサポートをワンストップで
ご提供しています。

制作・開発の開始前に
「集客」「運用フロー」「コンバージョン(目的)」
3つのポイントにスポットを当てた設計を行います。

集客を意識した設計

- ★「見られる」サイトにするための集客手法の決定
- ★ヒアリングシートを用いた運用イメージの具体化



運用フローを意識した設計

- ★毎日の運用で工数が嵩まないためのサイト構成
- ★規模や目的に応じた運用フローのご提案



コンバージョン(目的)を意識した設計

- ★収益増加やユーザービリティ改善に長けたデザイナー
- ★エンジニアによる目的達成のためのUI/UX設計



ただ作るだけ、サイトやシステムができれば終わりという対応ではなく、その**成果物を使ってどんな効果を得たいか**を軸に制作・開発を行います。

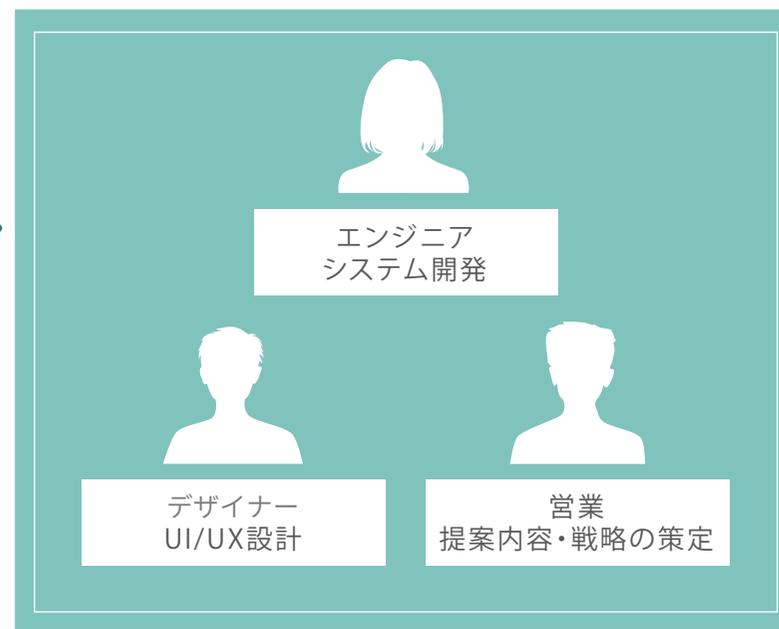
そのため、ネッコスの成果物は**収益性が高く、しっかりと価値を創出**することが可能です。

少人数精鋭でありながら、
クオリティーの高い制作・開発力、専門性の高いディレクション
で、目標達成に向けた最適なサービスを提供します。

neccos充実のサポートチーム体制

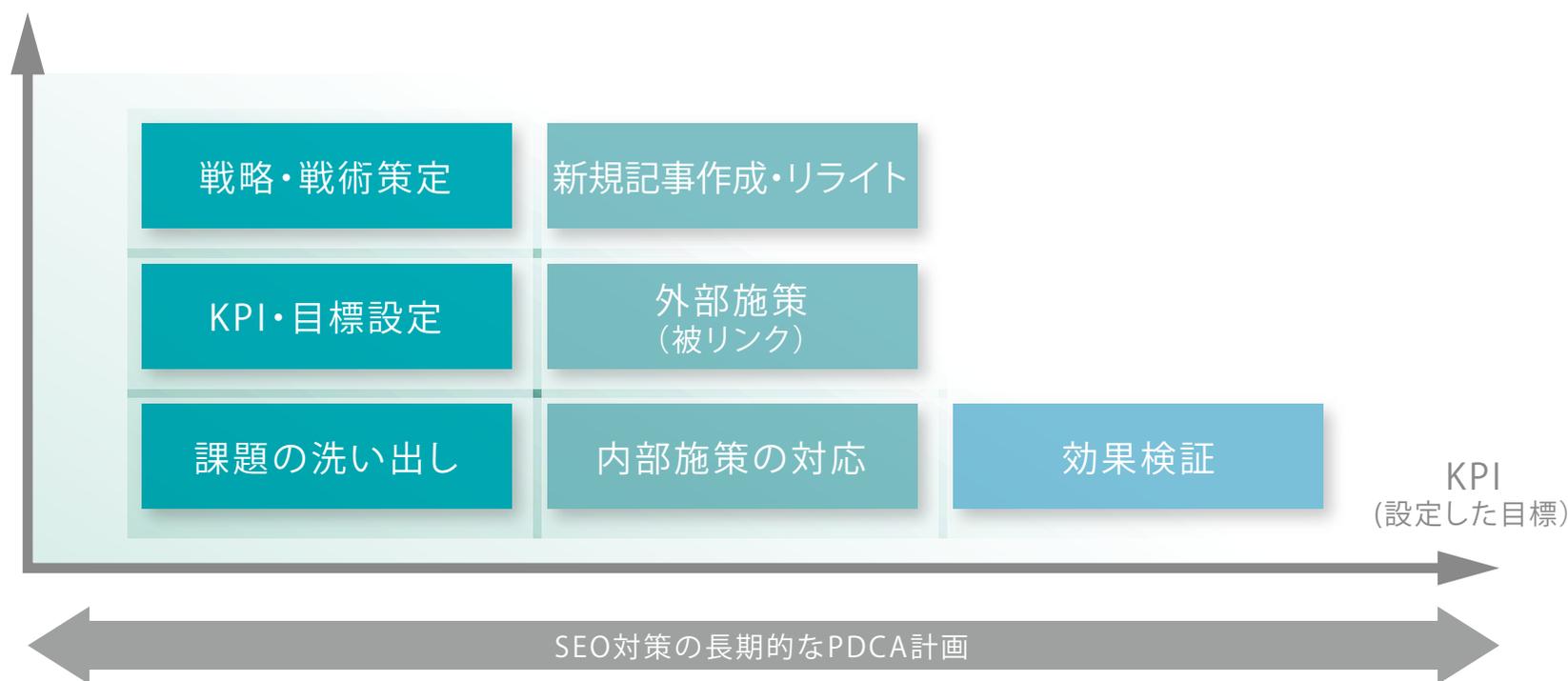


パートナー会社との連携



弊社のパートナー会社との連携により、開発・コマースキャリア、データ分析など、ITにまつわる
さまざまな人材のご紹介も可能です。

SEO対策のサポートでは、
KPI達成に向けた長期的なプランニングと
最適なSEO戦略・戦術を策定、資料に落とし込みPDCAを回していきます。



サイトの階層を見直した上で、対策キーワードを網羅的に抽出、トレンドや現状の順位、検索数などを加味した上で、優先度やボリューム等を設定します。

SEO対策サポートでは、豊富なメディア運用経験から効果的な施策を資料ベースでの提案だけでなく、実際の作業までをサポートします。

改めての見直し・改修



課題点・ご提案資料のご提出

- 課題点の洗い出し
- プランニング・スケジュール
- キーワード選定
- 施策ご提案

作業効率のアップ・PDCA



記事作成やそれに伴うマニュアル作りなど

- 記事の文字数や必要要素
- タイトルつけのポイント
- 効果的な記事の提供
- 迅速なコンテンツ改善

内製化への取り組みなど



施策実行後のレポートご提出

- ヘルスチェック
- レポートニング
- 施策管理
- 新たな施策のご提案など

目的の如何を問わず、本資料より得られる情報の無断共有、無断複製、無断転載その他二次利用行為等の国内および国外の著作権により禁止される行為を固く禁じます。そのような行為が発見された場合、弊社は法的措置をとる場合がございます。

本資料に関するご不明点・ご質問点等は下記までお問い合わせください。