

成功事例付

究極のユーザー体験を実現する  
パーソナライズプラットフォーム



フライウィールのパーソナライズプラットフォーム  
“Conata” (コナタ)™ご紹介資料

# はじめに

オンライン・オフラインを問わず、顧客一人ひとりにパーソナライズした体験を提供することは、近年増々重要になっています。

ここで言う「パーソナライズ」とは、顧客を何らかの固定的なルールでセグメンテーションする従来型のマーケティングではなく、AIを活用して顧客一人ひとりの行動を予測することで、「その時」「その人」に最適な体験を提供することです。

すべての顧客接点においてパーソナライズは重要ですが、特に**ウェブサイトにおけるレコメンド(おすすめ機能)や検索(サイト内検索やアプリ内検索)を高度にパーソナライズ**することは、その第一歩として必須となっています。

しかしながら、Google や Facebook、Amazon、Netflix、Tiktokといったレコメンドや検索を強みとするグローバルプレーヤーと比べると、最先端の AI を十分に活用できている国内企業はあまり見当たりません。

フライウィールのレコメンドエンジン・サイト内検索エンジン “Conata(コナタ)™” (以後、Conata)は、既存ツールの問題点を解決し、最先端のレコメンド・サイト内検索をご提供するためのプロダクトとして開発されました。

本資料では、サイト内検索やレコメンドのパーソナライズの重要性や “Conata” のご紹介を取りまとめました。レコメンドやサイト内検索を見直されている方々や、既存のツールに満足していない方々にご参考にして頂ければ幸いです。

## 目次

レコメンド・サイト内検索におけるパーソナライズの重要性	3
フライウィールのパーソナライズエンジン “Conata” 概要	10
レコメンドエンジン	13
サイト/アプリ内検索エンジン	17
導入事例	21
フライウィール紹介	23



# レコメンド・サイト内検索における パーソナライズの重要性

Personalization in Recommendations and In-site Search



# 本章の位置づけ

本章では、レコメンドやサイト内検索を高度にパーソナライズし、顧客一人ひとりで異なる最適なコンテンツを提示することの重要性について紹介します。



ECサイトやデジタルコンテンツサイト(書籍/マンガや動画コンテンツなど)、人材紹介サイトなどにおいては、レコメンド(おすすめ機能)やサイト内検索の搭載が当たり前になっています。

しかしながら、最先端のAIを活用した世界水準のパフォーマンスを実現できるレコメンドやサイト内検索の実装は、国内ではまだまだ進んでいないようです。

本章では、なぜいまレコメンドやサイト内検索の強化に取り組むべきなのか、紹介します。

# 顧客とのコミュニケーションにおけるパラダイムシフト

顧客とのコミュニケーションは、顧客を年齢や性別などで分類したセグメント別に施策を立案する従来型のものから、AIを活用し個々の顧客に最適化された顧客体験を届けるパーソナライズマーケティングに急速にシフトしています。

## 従来までのマーケティング

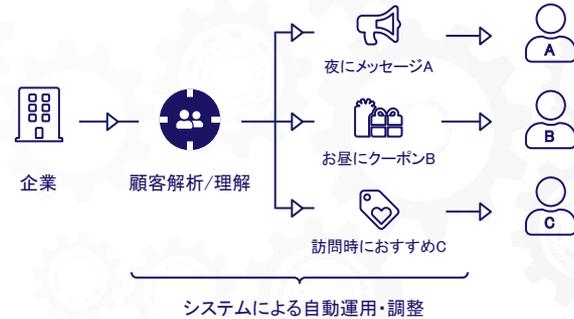
~ Existing Marketing ~



- KPI** : 主に CPA や CV 数で評価
- 顧客分類** : 顧客属性情報のみの  
ルールベースによるセグメント化
- 運用** : 異なるツールを活用し  
手動で提供コンテンツを調整

## パーソナライズ マーケティング

~ Personalized Marketing ~



- KPI** : 主に LTV や顧客満足度で評価
- 顧客分類** : 顧客属性や行動情報を活用した  
アルゴリズムによる個々人の識別
- 運用** : ワンストップで一元管理し、リアル  
タイムで自動的にコンテンツを調整

# パーソナライゼーションは今取り組むべき経営課題

パーソナライズへの取り組みの遅れは、顧客体験と企業収益において大きな足かせになってしまいます。しかしながら、データのサイロ化をはじめとする数々の課題が存在しており、十分な取り組みを行うことは簡単ではありません。

## パーソナライズの必要性

### 顧客ニーズの高まり

91%

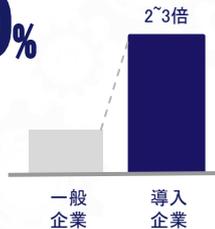


約91%の消費者は自身と関連性のあるオファーやおすすめを提供するブランドで**買い物をする傾向**がある。

参照: [Personalization Pulse Check | Accenture](#)

### 企業収益への影響

~10%



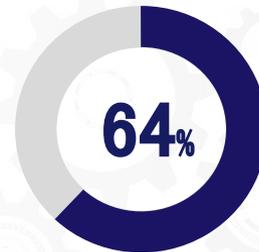
パーソナライズした体験を作り出しているブランドは6~10%の**売上拡大**を実現し、これはその他企業の**2-3倍の成長スピード**である

参照: [Boston Consulting Group](#)

## 課題

### データによる価値提供

64%



64%の組織がデータ収集していないか、**データがサイロ化**されて顧客にパーソナライズされていない体験を提供している

参照: [Sitecore research](#)

# サイト/アプリ内検索・レコメンドの重要性

顧客接点のなかでも、サイト/アプリ内検索やレコメンドは顧客の購買行動に直接結びつくことが多く、まさきにパーソナライゼーションに取り組むべき領域です。

64%

国内最大級  
ECサイト

サイト内検索を行うユーザーの  
売上貢献度

35%

amazon.com

レコメンドから購入される  
商品の割合

75%

NETFLIX

レコメンドから視聴される  
動画の割合

38%

Google  
News

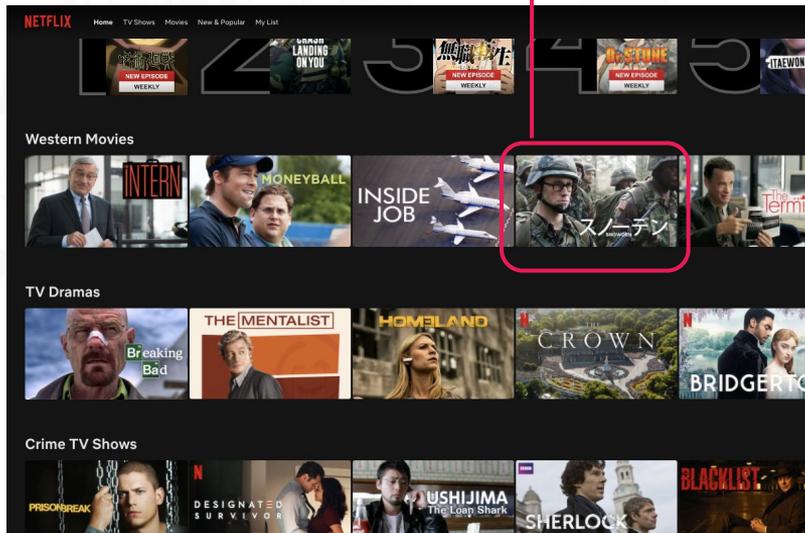
レコメンドされた記事の  
CTR 上昇率

Source: [How retailers can keep up with consumers | McKinsey](#)

# パーソナライズ先進事例 (Netflix の例)

パーソナライズを競争優位とするための取り組みは日進月歩で進化が続いています。いまや、レコメンドやサイト内検索は「導入しているだけ」では不十分です。

各作品のサムネイルを A/B テスト等を通じ調整



1万以上の“行候補”の中からパーソナライズ

左記のようなページ全体のパーソナライズに加えて、好みの作品を選んでもらうアンケートを通じて利用履歴のない新規ユーザーへのパーソナライズを実現するなど、様々な取り組みを行っています。

Source: Netflix

それぞれの“行”に表示する作品や表示順をパーソナライズ

# こんなお困りございませんか

貴社のレコメンド・サイト内検索を、よりよいものに。

レコメンドやサイト内検索は、いまや導入するだけでは不十分で、**最先端のAIを活用したプロダクトを最適な形で搭載することが不可欠**です。

まだレコメンドやサイト内検索の導入が進んでいない方はもちろん、現状に不満や違和感がある方にも、次章のフライウィールのご提供するレコメンド・検索エンジンのご紹介をご参照頂ければと思います。

## レコメンドの“お困りごと”

誰にでも同じようなアイテムがおすすめされてしまう

どのページにどんなレコメンドを表示すればいいのかわからない

表示されるレコメンドが本当に最適なものなのか、違和感がある

何年も前にレコメンドを導入したのち、**放置**している

**ユーザーの行動データ**をレコメンドに活用できていない

利益率の高いアイテムを**優先的に表示**したいが、そんな機能はない

## サイト内検索の“お困りごと”

期待していたのとまったく**違う**検索結果が返ってきてしまう

少々の打ち間違いで検索結果が**大きく異なる**

洋服など、ユーザーの性別や嗜好で**異なる検索結果**を表示したい

記入途中で何を記入したいのか**先回りしてサジェスト**してほしい

該当アイテムは存在しているはずなのだが、**検索結果がゼロ**

**AND検索**や**OR検索**といった**基本機能**も備えていない

# フライウィールのパーソナライズエンジン“Conata” 概要

Product & Service Summary



# Conata (コナタ) とは？

フライウィールがご提供する、あらゆる顧客接点のパーソナライズを実現するSaaSソリューションです。レコメンドやサイト内検索、メールやLINEなど、包括的なパーソナライズを実現します。

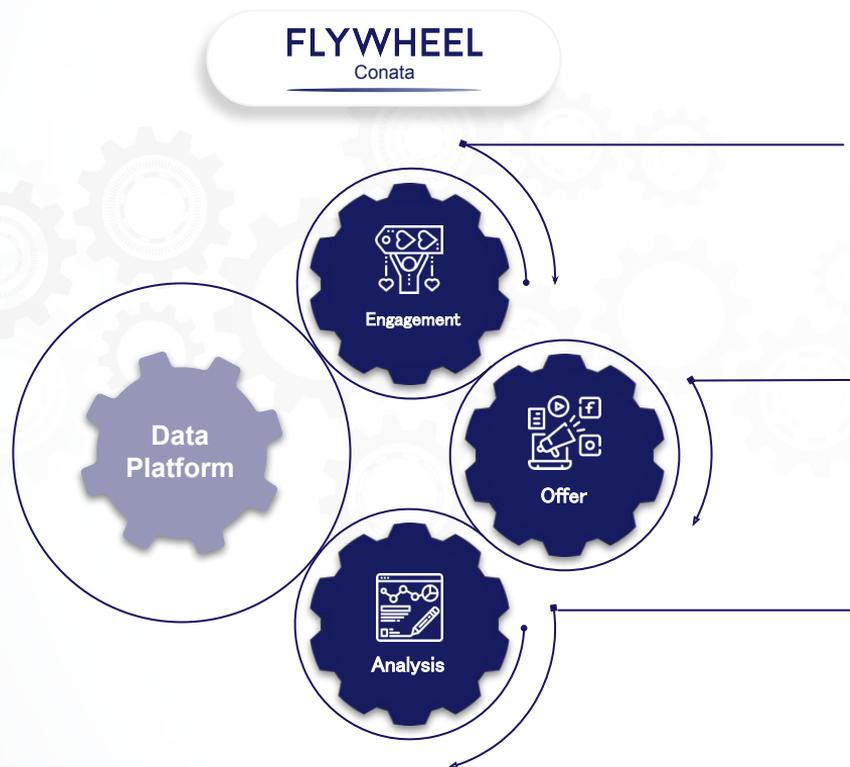
顧客一人ひとりの「したい」瞬間に“寄り添う”メッセージやコンテンツを提供し、顧客満足度と収益性を同時に向上できるパーソナライズプラットフォームとして、高い評価を頂いています。

\* Conata という名前は「クライアントと一緒に、顧客1人ひとりのそばに寄り添った意思決定をサポートする」ことを意味しています。語源である「此方(こなた)」という言葉は「こちらのほう」という意味ですが、その対象は自分のことでも、相手のことでも用いることができます。わたし(フライウィール)は近くにいながら、あなた(お客様企業)と一緒に意思決定を行っていく、そしてあなた(顧客)にベストな情報を届けるという意志を表しています。一方で Conata は、ラテン語で「試み」「挑戦」を意味します。顧客1人ひとりのデータを最大限活用し、多様な試みをしながら顧客に最適なコミュニケーションを届けていく。私たちフライウィールは、パーソナライズされたトータルコミュニケーションの実現に向けて挑戦し続けます。



# “Conata” のご提供する機能

Conata は、メール・LINEなどの顧客接点におけるパーソナライズまで含めた包括的ソリューションです。本資料では、レコメンドエンジンやサイト/アプリ内検索エンジンについてご紹介します



## 3つの提供エンジン



### エンゲージメント エンジン

本資料のフォーカス

主な対象者: メディア担当

パーソナライズレコメンドエンジン、サイト/アプリ内検索エンジンなどをご提供



### オファー エンジン

主な対象者: マーケティング担当

メール・LINEなどの顧客接点に対しパーソナライズされたメッセージを配信できる Push 型のエンジン



### アナリシス エンジン

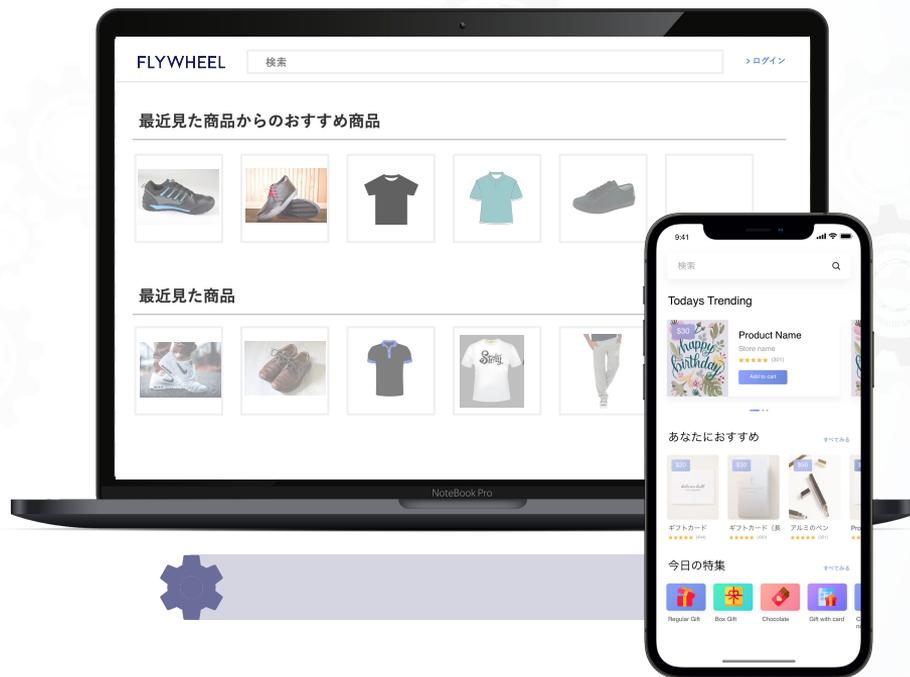
主な対象者: すべて

顧客・商品に関する多様なデータや顧客の属性データを施策やメディアの効果と結びつけ意味を導き出すことで、顧客理解を深め、マーケティング施策や製品開発検討に活用



## 顧客行動や商品情報を活用した 高水準のレコメンドで 購買意欲を喚起

多彩なアルゴリズムや高精度なパーソナライズされた  
おすすめ表示からリピート購買やエンゲージメント強化等  
KPI を改善しうるパーソナライズ体験を提供できます



Conata のレコメンドエンジンは、既存ツールの課題を解決し、最先端のパーソナライズレコメンドを実現するために開発されたプロダクトです。

## 既存ツールの課題例

誰にでも同じようなアイテムがおすすめされてしまう

どのページにどんなレコメンドを表示すればいいのかわからない

何年も前にレコメンドを導入したのち、放置している

ユーザーの行動データをレコメンドに活用できていない

表示されるレコメンドが本当に最適なものなのか、違和感がある

利益率の高いアイテムを優先的に表示したいが、そんな機能はない



## Conata レコメンドエンジン



最先端のAI・複数アルゴリズムを駆使した **高度なパーソナライズ**



ユーザー行動や在庫状況の **リアルタイム反映**



利益率や季節性を考慮したレコメンド表示アイテム調整などの **多彩な機能**をGUIで利用可能



データエンジニアリングとDXにおける高い **知見と技術力**、それに支えられたサポート体制



**手軽な導入・手頃な価格体系**

個別のおすすめや一緒によく購入する商品など、おすすめに関わる基本的な機能は全て備えています。お客様の商材・サービスに合わせて機能の実装が可能です。

## あなたへのおすすめ

Recommended for you

顧客の購入履歴や最近見た商品、お気に入り情報を基に購入する可能性の高い商品をレコメンドする



## 一緒に購入

Frequently bought together

顧客が閲覧中の商品とよく一緒に購入されている商品をレコメンドする  
平均単価増が期待できる



## 最近チェックした

Session Recommendation

顧客が最近見た商品やすでに興味を示した商品に基づいてレコメンドする  
リマインドとして機能する



## ルール(除外・組合せ)

Exclusion/Attribution Rule

特定のルールに基づいておすすめを出し分け。  
欠品商品は非表示にしたりコーディネートしたりできる

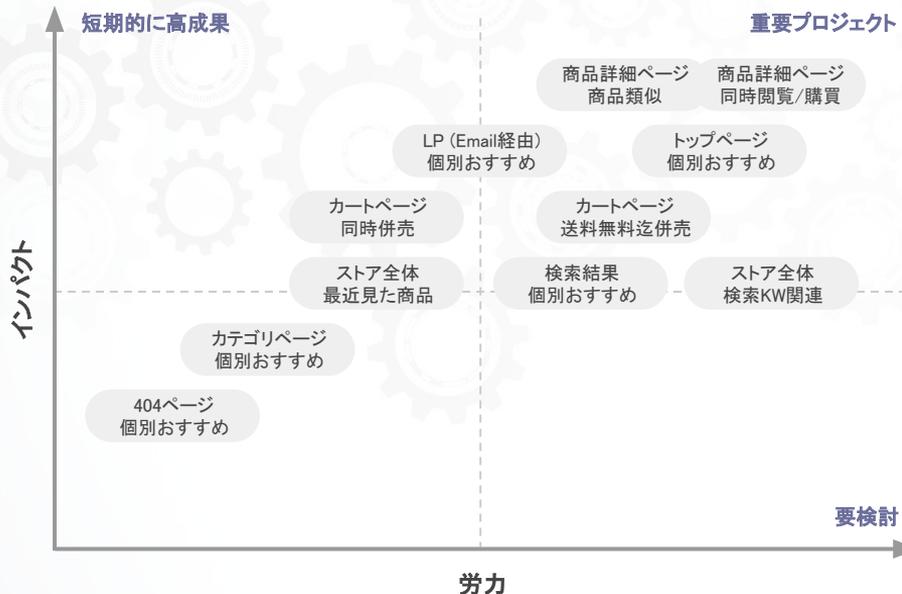


# レコメンドの全体設計 (ECサイトの例)

どのページにどのような種類のレコメンドを表示するのが最適なのか。パーソナライズを知り尽くしたエキスパートがご支援します。

## レコメンド キャンペーン アイディア

～ 優先順位の決定に向けたインパクトと開発労力の関係 ～

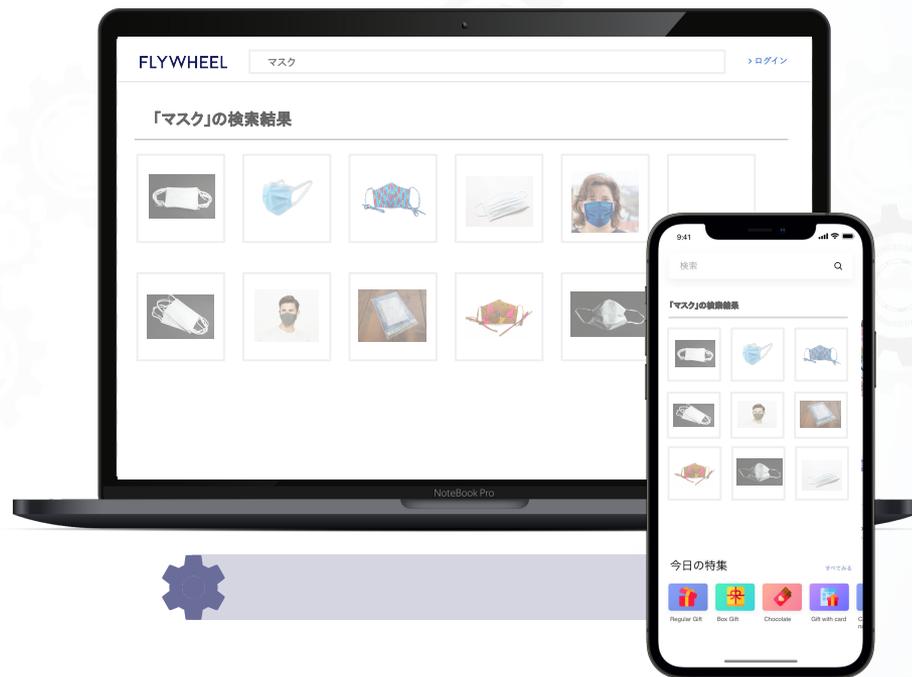


目的	表示ページ例	レコメンドの種類例
購買誘導	・商品詳細ページ	この商品を見た人は こちらの商品も見ています
	・商品詳細ページ	よく一緒に購入されている商品
	・トップ / 404 ページ ・ランディングページ	あなたへのおすすめ
	・カートページ	カート内にある商品を見た人は こちらの商品も見ています
	・トップページ	売れ筋ランキング 新着・再入荷商品、など
	・カテゴリトップ	カテゴリ内のあなたへのおすすめ
クロスセル 単価向上	・ストア全体	検索KWと関連した商品
	・カート / CV ページ ・商品詳細ページ	カート内の商品と一緒に 購入されている商品
離脱/忘却 防止	・カートページ	送料無料までの 合わせ買い
	・トップページ ・カートページ	最近チェックした商品
	・ポップアップ ・サイト内バナー	あなたへのおすすめ



## 顧客一人ひとりが 本当に探しているものを 適切に表示する検索エンジン

顧客の声(キーワード)に応じて、まるで実際の販売員が個別の顧客に提示するかのような検索結果を提供できます。新商品を上位表示する機能も搭載しています。



Conata のサイト/アプリ内検索エンジンは、既存ツールの課題を解決し、グローバル水準の検索機能をご提供するために開発されました。

## 既存ツールの課題例

期待していたのとまったく違う検索結果が返ってきてしまう

少々の打ち間違いで検索結果が大きく異なる

該当アイテムは存在しているはずなのだが、検索結果がゼロ

洋服など、ユーザーの性別や嗜好で異なる検索結果を表示したい

記入途中でも何を記入したいのか先回りしてサジェストしてほしい

AND検索やOR検索といった基本機能も備えていない



## Conata 検索エンジン



GAFAM出身エンジニアの高い検索技術に支えられた**充実した検索機能**



同一のクエリでも顧客一人ひとりに合わせ最適な結果を表示する**パーソナライズ検索**



データエンジニアリングとDXにおける高い**知見と技術力**、それに支えられたサポート体制



**手軽な導入・手頃な価格体系**

サイト内検索が搭載されていても、性能や使い勝手が低く、ユーザーの不満を招いているケースが多く見られます。Conataのサイト内検索は、サジェスト・絞り込み・並べ替え・表記ゆれ対応など必要な機能を全て備えています。

## サジェスト機能

Autocomplete

キーワード入力時に候補ワードを先回りして表示できる機能。候補をカテゴリ別に表示することも可能

マスク



マスク

マスク 日本製

マスク 洗える

マスク ケース

## 関連ワード機能

Synonyms

関連ワードとは、入力したキーワードと関連する人気キーワードを表示することができる機能

マスク



関連するキーワード

マスク在庫あり      マスクAmazon

マスク人気            マスク 洗える

マスク安い            マスク 冬用

## 表記ゆれ吸収機能

Spelling Inconsistencies

キーワードの入力ミス、スペルミス、漢字間違いに修正したキーワードでの検索結果を表示できる機能

masuku



次の検索結果を表示しています:

マスク

## スペルチェック機能

Spellcheck

スペルチェックとは、キーワードの入力ミスに対して修正したキーワードでの検索結果を表示できる機能

マsk



もしかして:

マスク

\* 上記は実装機能の一部です

# パーソナライズ検索エンジンのメリット

レコメンド

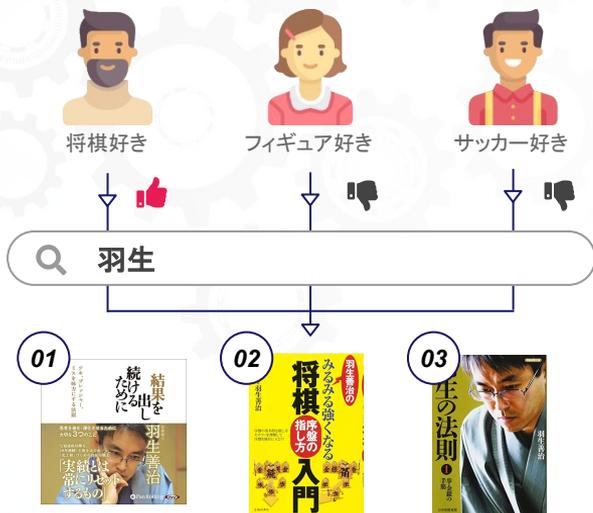
サイト内検索

例え同一のクエリであったとしても、ユーザーごとの興味や嗜好によって期待する商品表示は決定的に異なります。その違いを AI が判断し、パーソナライズされた商品表示を個別に表示します。

## 従来までの検索エンジン

Existing Search Engine

検索キーワードに対して同一結果を表示

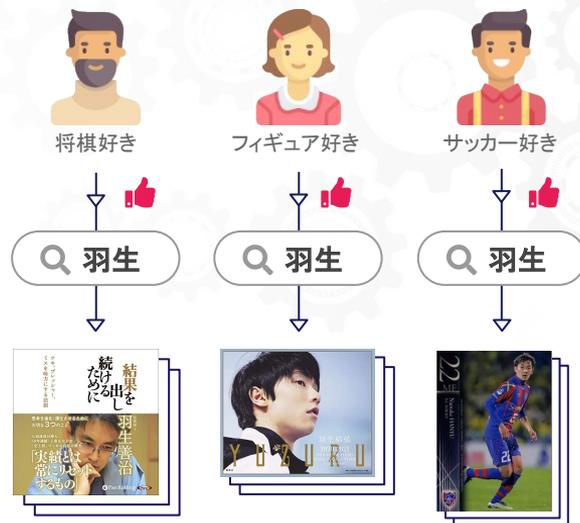


将棋の羽生善治さんの商品が並ぶ

## パーソナライズ検索エンジン

Personalized Search Engine

過去の視聴・購入情報から個人に合わせた結果を表示



「羽生」に関わる各ユーザーの好みの商品が並ぶ

# 実績のご紹介 - B to B 卸モール

国内最大級の BtoB 卸モールに Conata レコメンドと検索を導入頂きました。既存のレコメンドエンジンに比べCTVRが改善し、約4倍のレコメンド経由売上を達成しました。



## 課題

当サイトでは年々サプライヤーが増え、商品カテゴリーや取扱点数が多彩になるにつれ、**欲しいものが探しづら**なりつつありました。

また、データ量が膨大になる中で、既存検索エンジンの安定性に問題が生じていました。



## 解決策

Conata レコメンドと検索を同時に導入頂きました。

サイロ化されていた検索キーワードや購買行動など顧客行動データをすべて取り入れ、Conata の最先端のアルゴリズムを活用することで、顧客それぞれに対して最適なコンテンツを表示しました。



## 結果

すでに利用されていたレコメンドツールに比べ、CTVR を高めることができ、結果として約 4 倍の売上を達成することに成功しました。

# 実績のご紹介 - 日用品通販サイト

既存プロダクトで活用しきれていなかったユーザーの行動データに加え、アイテム別の利益率を考慮したレコメンドアルゴリズムによって、クリック率・レコメンド枠の利益率を大幅に改善しました。



## 課題

データ整備が不十分で、一部の商品情報や顧客行動しかレコメンドに利用できていませんでした。

また、利益率の調整などができないため、利益率の低い商品が高頻度で表示されてしまっていました。



## 解決策

Conata レコメンドを導入頂きました。商品や顧客情報、利益率、在庫情報を統合したデータプラットフォームを構築し、表示精度向上を実現しました。

また、必要に応じて利益率の高いアイテムをブーストし優先的にレコメンド表示できる機能をご提供しました。



## 結果

既存システムに比べ、買い物かご商品追加数は 3.4 倍、クリック率は 4 倍を達成しました

物流・在庫コストを加味すると赤字だったレコメンド枠の黒字化に成功

# フライウィール紹介

FLYWHEEL



FLYWHEEL

# GAFAM で得た データ活用技術でDXを実現

フライウィールは、GAFAM\*出身のメンバーが中心となり  
2018年に設立したテックスタートアップです。

最先端のデータ活用技術と知見を強みに、  
数々のクライアント企業の  
データ活用・DXをご支援しています。

\* GAFAM: Google/Amazon/Facebook/Apple/Microsoft の企業の頭文字を使用した呼称

© FLYWHEEL Inc. All Rights Reserved. Strictly Confidential.

Company Vision

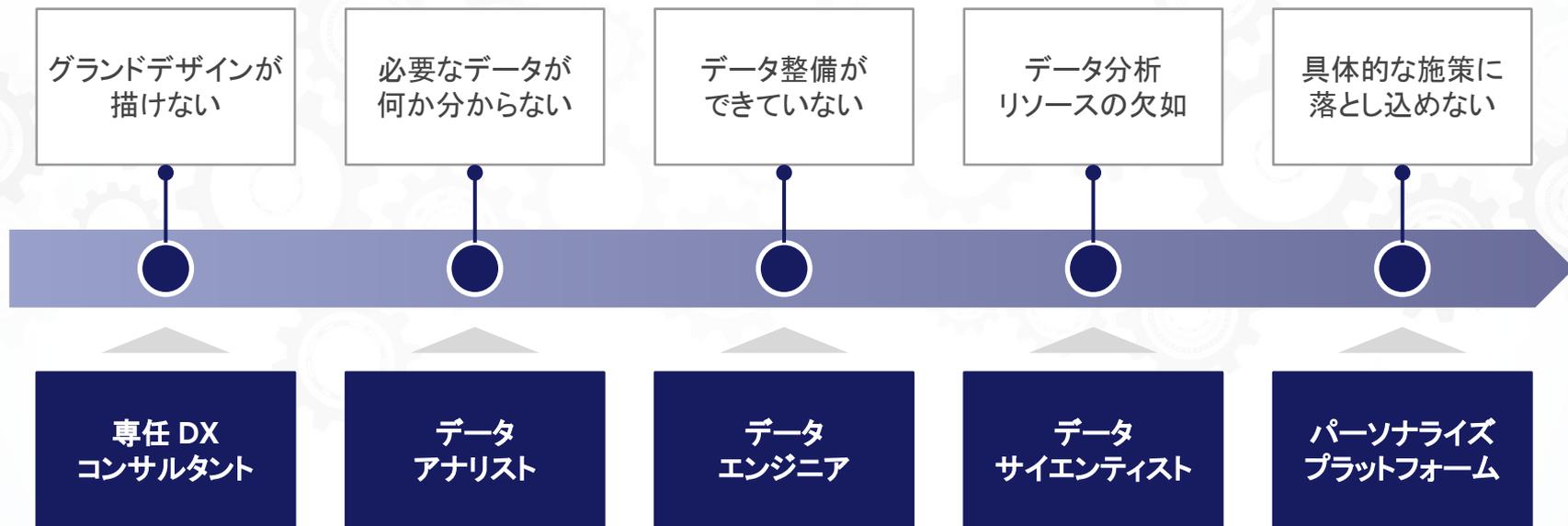
データを  
人々のエネルギーに

Company Mission

データドリブンな  
意思決定とビジネスプロセスを  
すべての組織へ

## 一気通貫のサービス提供

GAFAMで培った技術・ノウハウ/運用実績・ツールによる再現性を持った支援が可能



パーソナライズプラットフォーム“Conata”に関する詳細な製品紹介、費用見積をご希望の方は、以下サイトのお問合せフォームへ気軽にお問い合わせください。

<https://www.flywheel.jp/contact/>





会社名	: 株式会社フライウィール / FLYWHEEL, Inc.
所在地	: 東京都千代田区麹町2丁目5-1 半蔵門 PREX South
事業内容	: データ及び人工知能を活用したサービスソリューションの提供
資本金	: 100,000千円
従業員数	: 49人(内、GAFAM 出身 18 人)
取締役	: 代表取締役CEO 横山 直人 取締役CTO 波村 大悟 社外取締役 今野 穰
顧問	: 土肥 亜都子
TEL	: 070-4396-9243(代表)
EMAIL	: info@flywheel.jp
WEB	: <a href="https://www.flywheel.jp/">https://www.flywheel.jp/</a>

