

AIがECサイトの成長を加速させる

マーケティング SaaS「AI Advisor(仮)」事業計画

株式会社Welcart

南部 正光

登壇の目的

資金調達

2億円

会社概要

会社名:株式会社Welcart

代 表:代表取締役 南部 正光

所在地:福井県福井市中央1丁目3-5 FUKUMACHI BLOCK 11F

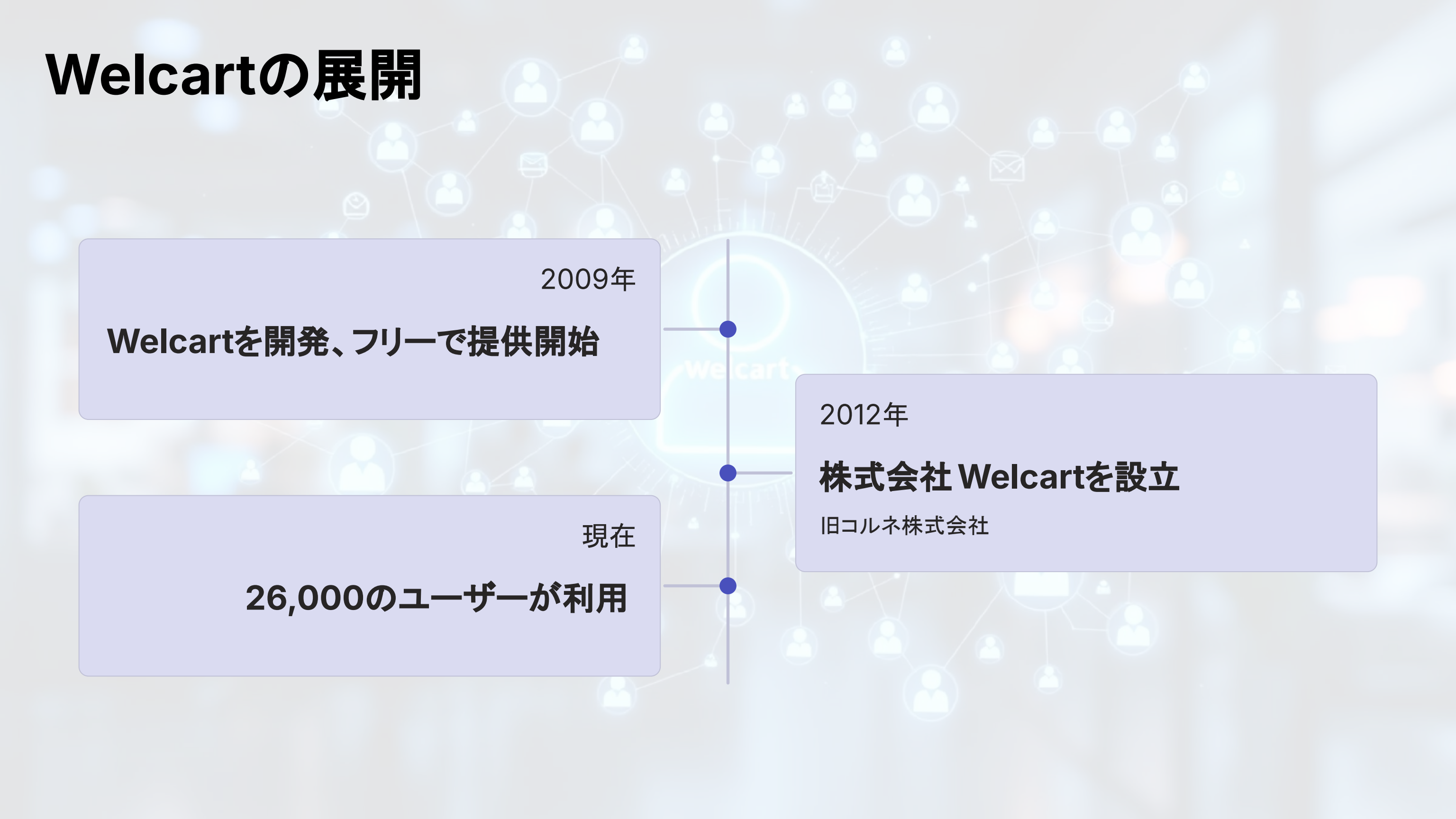
設 立:2012年8月

従業員:10名

売 上:1.2億円

理 念:『頑張る人を応援する』

Welcartの展開



2009年

Welcartを開発、フリーで提供開始

2012年

株式会社 Welcartを設立

旧コルネ株式会社

現在

26,000のユーザーが利用

既存事業から見た現実



良い商材



しかし撤退



ビジネスの成功を支援したい！

世界のネットショップの現状

世界のECサイト数

2,600万

90万

年間新規参入サイト

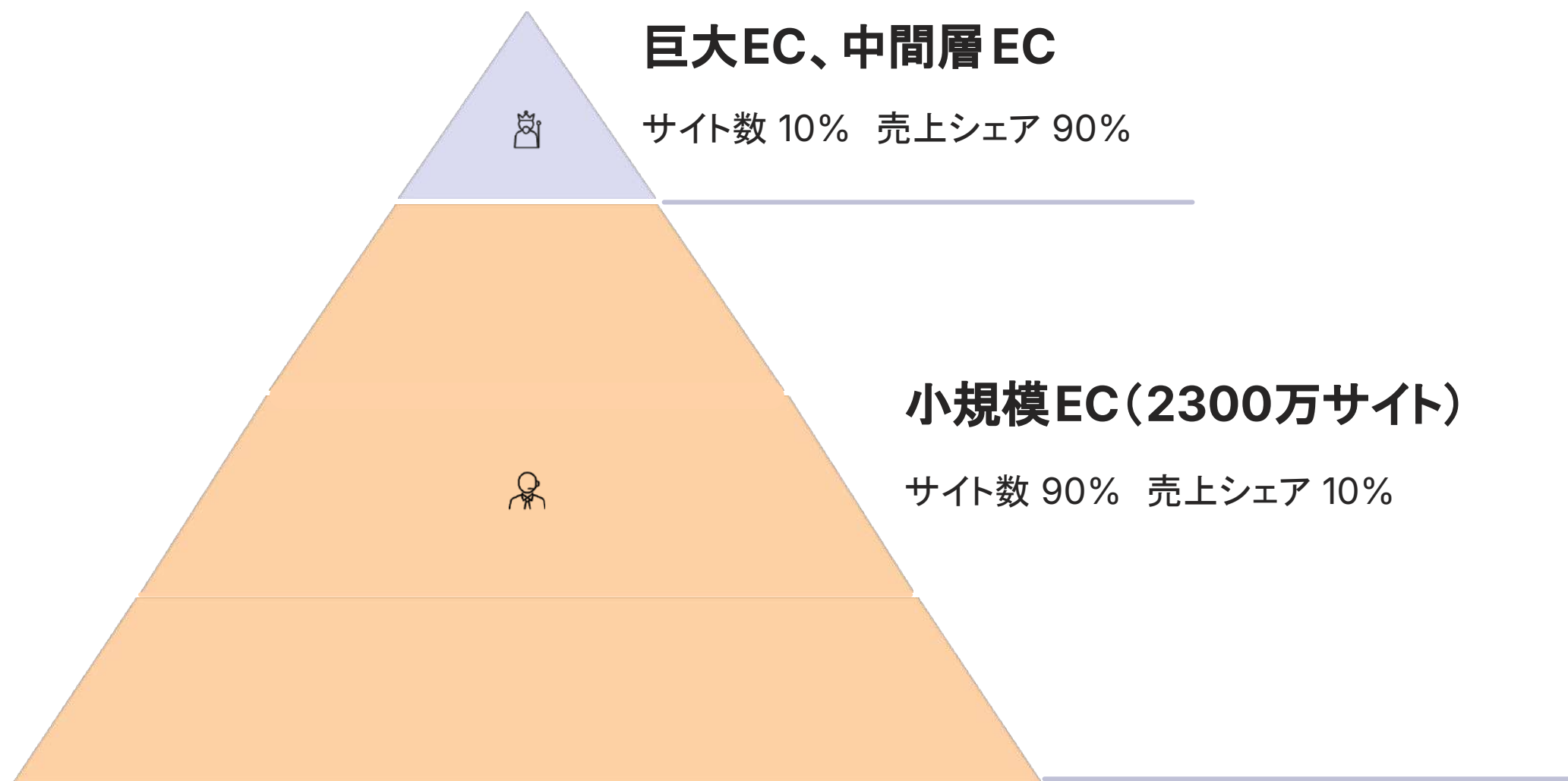
90%

1年以内の撤退率

EC市場のピラミッド構造



小規模ECにこそ支援が必要



AIで解決

AIアドバイザー



知識

ノウハウと結果の
可視化



時間

運用の自動化



低コスト

手頃な料金体系

コンテンツ 分析

操作フィールドを表示

191 件のコンテンツ

1234...

コンテンツを検索

検索

解除

Post ID	優先度	タイトル	投稿タイプ	ジャンル	クラスター	カテゴリー	キーワード	query	順位	クリック率	更新日	公開状態
11496 詳細	critical	パートナーリスト	page			パートナーシップ	パートナー	パートナーリスト seo 対策 上越市 長野市 btob ホームページ作成 長野県 btob ホームページ作成 株式会社トライアーチ	6 位	1.2 %	2025-07-30	publish
25041 詳細	Low	検索エンジンは本当に終わるのか？―「ゼロクリック時代」の SEO 再定義ガイド	tips	マーケティング・販促・分析	マーケティング・SEO・アクセス分析・集客ノウハウ	ニュース/お知らせ マーケティング	SEO ゼロクリック	ゼロクリック検索 seo 検索ゼロクリック ゼロクリックサーチ seo zero ゼロクリック	33 位	1.1 %	2025-07-29	publish
15899 詳細	Medium	連携プラグインLP	page	拡張機能/連携サービス・テーマデザイン	Welcart拡張プラグイン・公式テーマ導入・デザインカスタマイズ	自社サービス紹介	Welcart連携サービス	welcart とは welcart 導入 送り状連携 らくらく送り状発行サービス ヤマト運輸 らくらく送り状発行サービス	21 位	2.5 %	2025-07-28	publish
10338 詳細	High	Welcart パートナープログラム	page	Welcart概要・導入ガイド	Welcart導入ガイド・	パートナーシップ	Welcart パートナー	site:welcart.com seo	4 位	2.5 %	2025-07-28	publish

インストールするだけで、サイト内コンテンツを自動リストアップ

24029 詳細	Low	WordPressで作るECサイトのセキュリティ対策完全ガイド	tips	セキュリティ	セキュリティ・SSL・PCI DSS・不正/改ざん/なりすまし・実践対策	セキュリティ コーナーストーン	セキュリティ対策	ec セキュリティ対策 ec サイト セキュリティ 対策 ec サイトのセキュリティ 対策 ec セキュリティ ec サイトセキュリティ対策	14 位	2. %	2025-07-26	publish
23305 詳細	Low	島田工房	case	導入事例・インタビュー	WelcartによるECサイト実践導入事例・インタビュー	ファッション小物	welcart 導入事例 島田工房	島田工房 結婚指輪 島田 結婚指輪 島田市 島田工房 チタン チタン アクセサリー専門店	14 位	0.8 %	2025-07-25	publish
23070 詳細	Low	ウェブサイトのCookieの削除方法について	tips	運用・トラブル対応		不具合対処 操作関連	Cookieの削除	chrome cookie 削除 chrome cookie 削除 特定のサイト chrome cookie 個別削除 chrome cookie 削除 chrome クッキー	9 位	0.5 %	2025-07-25	publish

コンテンツ

優先

コンテンツはそれぞれ評価され、改善点などをアドバイス

公開状態	publish
タイトル	検索エンジンは本当に終わるのか？―「ゼロクリック時代」の SEO 再定義ガイド
所属クラスター	マーケティング・SEO・アクセス分析・集客ノウハウ
コーナーストーン構造	WordPressだからできるECサイトのコンテンツマーケティング ECサイトのSEOチェックリストを公開！ 検索上位を目指して売上アップ 検索エンジンは本当に終わるのか？―「ゼロクリック時代」の SEO 再定義ガイド Welcartでコンバージョン率（CVR）を改善する5つの施策 ショップ運営に必須！Welcartの「構造化データ機能」を詳しく解説 【初心者向け】Googleアナリティクス4（GA4）の導入と活用方法を解説 WelcartにGA4を導入しよう！簡単ステップでコンバージョンも連携 Google AnalyticsのGA4への切り替えについて
キーワード	SEO ゼロクリック
メタディスクリプション	
投稿タイプ	tips
カテゴリー	ニュース／お知らせ マーケティング
ジャンル	マーケティング・販促・分析 マーケティング・販促・分析

Guide

総合スコア93
プライオリティLow

プライオリティの根拠

SEO・AIによる最新検索環境変化を具体的かつ体系的に分析し、現場が直面する課題と対応策を網羅的に提示。記事がターゲット層（中小企業EC運営者・技術者）の疑問やニーズに合致しており、即応性・実践性も高い。話題のAI検索や分散チャネル活用ノウハウが多く、今後の流入拡大にダイレクトに役立つ。一方、情報密度・国内文脈のさらなる強化に余地があるため『高』優先。

詳細スコア

- Experience : 5
- Expertise & Depth : 5
- Authoritativeness : 5
- Trust & Accuracy : 5
- SEO Optimization : 5
- Readability : 5
- Engagement Potential : 4
- Freshness : 4

問題点

- 内容が非常に充実しているが、情報量の多さから初学者にはやや長い・複雑に感じる部分がある。
- 実データの出典リンクは豊富だが、日本語による最新事例の追加があれば説得力がさらに増す。
- 最新のAI検索該当データに国内分析など独自調査を示せるとより信頼性が高まる。

改善点

- 主要ポイントごとに章冒頭で一行要点を要約し、初心者にも流れが掴みやすくする
インパクト：Medium 効果：Low
- 国内のEC実例やオリジナル統計データ（独自リサーチ等）を織り込む
インパクト：High 効果：Medium
- 長文記事向けの目次ナビや章内リンクなどUXをさらに向上させる
インパクト：Medium 効果：Low

評価を実施した日時2025-09-25

コンテンツ&キーワードカバーのウィークポイント

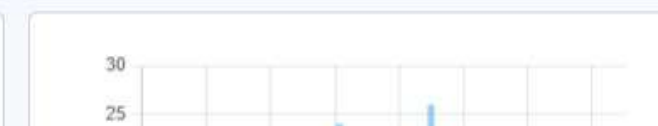
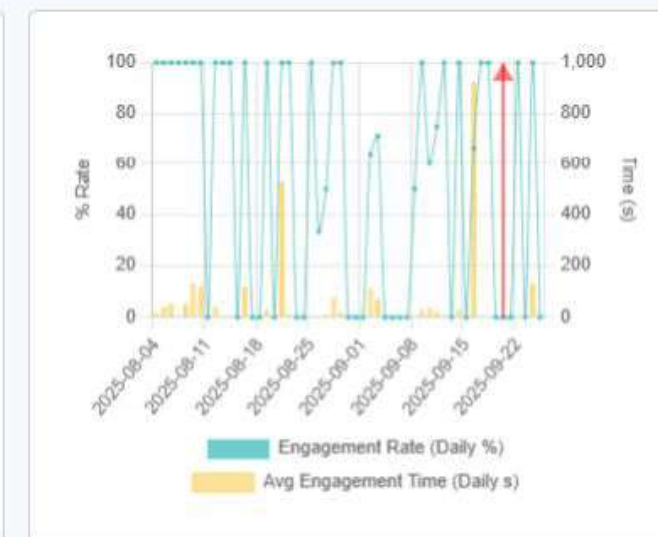
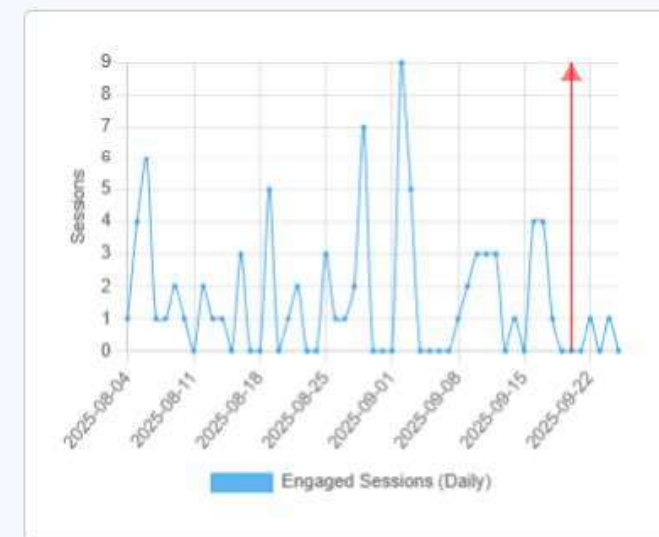
#	弱点	根拠となるデータ断片
1	「welcart basic」や「welcart basic child」など、Welcartの標準テーマや子テーマに関するニーズへ直結する記事・詳細な活用ガイドが見当たらない	サイト内検索で「welcart basic」「welcart basic child」への一定量の検索需要があるが、既存記事はテーマ比較やカスタマイズ手順が中心で、個別標準テーマの具体的な設定法やカスタマイズ事例解説が不足している
2	「WCEX Kuroneko Web Collect」や「J-Payment」など、主要拡張プラグイン・外部決済モジュールの最新導入・運用ガイド、事例解説が不足	検索需要上位（WCEX Kuroneko Web Collect 1.2.6、J-Payment決済モジュールなど）に関するユーザーの具体的なニーズが高いが、該当サービス専用の個別導入・運用ガイド記事（成功事例含む）が未整備
3	サイトのウィークポイントを洗い出し	
4	「領収書」「納品書」など帳票出力・運用に特化した汎用的ノウハウ記事が見当たらない	検索上位に「領収書」のみならず伝票関連の需要が見られるが、既存記事はテーマや受注管理、機能一覧など部分的な記載のみ。帳票出力全体像や拡張Tipsのガイドがない
5	Welcartユーザーや導入検討者を勇気づけるストーリー/ブランドイメージ/成功エピソード（企業育成・経営者視点）コンテンツが少ない	既存事例記事は各社/業種の個別紹介中心で、製品ストーリーや開発裏話、ブランド成長・顧客変化といった”理念・信頼”観点のコラムが不足している。顧客教育・ファン化の観点が薄い

ウィークポイントを埋める新規コンテンツ案

#	想定タイトル（SEO＋キャッチ）	ジャンル	クラスター	カテゴリ	狙いキーワード	ペルソナ訴求ポイント
1	ウェルカート標準テーマ活用大全：Welcart Basicで始めるネットショップ成功術	Welcartの主機能・拡張	Welcart拡張プラグイン・公式テーマ導入・カスタマイズ	テーマ 操作関連	welcart basic, welcart basic child, Welcart Default Theme	技術的カスタマイズ未経験の中小事業主・個人事業主でも“すぐ実践できる”を強調し、画像・動画・トラブルQ&Aも加えた初心者～中級者向け解説。ペルソナの“安心”と“WordPress親和性重視”意識へ訴求
2	【最新事例＆徹底解説】WCEX Kuroneko Web Collect/ J-Payment 対応ガイド Welcart拡張決済の導入から運用・サポートまで	クレジット決済	決済手段・決済モジュール導入／トラブル対応	操作関連 他社サービス紹介	WCEX Kuroneko Web Collect, J-Payment 決済モジュール, 決済, payment	『安心・安全の国内商習慣対応・高機能決済』を強調、主要BtoBユーザーやITリテラシー層に法令準拠・最新バージョン対応・運用安定性を詳細に解説。ペルソナのコスト感度にも配慮して事務負担軽減/サポート体制も伝える
3	ウィークポイント埋めるための新規コンテンツを提案・作成					
4	Welcartショップでできる！領収書・納品書・帳票一括ガイド【デジタル・紙対応／実務現場ノウハウ】	Welcartの主機能・拡張	Welcart機能・拡張・使い方How-to	操作関連 資料	領収書, 納品書, 伝票, 帳票, 出力, 印刷, EC運営	受発注管理や経理・法令対応・顧客要望への実務負担が多い中小企業担当者も『すぐ対応できる』『安心運用できる』ための実践ポイント集&プラグイン連携Tipsを掲載。ペルソナの“安心”“効率化”“法令遵守”へのこだわりに合致
5	ウェルカートストーリー：開発舞台裏＆ブランドに込めた思い―「もっと手軽に、快適に」への挑戦と未来	Welcart概要・導入ガイド	該当せず	PICK UP 自社サービス紹介	Welcart, ブランド, 開発ストーリー, 成功事例, ファンコミュニティ	起業家・制作担当者・経営者層の『安心できる相手と長く付き合いたい』気持ちや“共感・信頼・ブランド理念”へ深く刺さる内容。“理念軸・お客様との共創・顧客教育”をストーリー形式で伝え、ブランドエンゲージメント醸成も狙う

ジャンル	マーケティング・販促・分析
クエリ	ゼロクリック検索 seo 検索ゼロクリック ゼロクリックサーチ seo zero ゼロクリック
クリック数	7
インプレッション数	613
クリック率	1.1 %
内部リンク数	
ポジション	33 位
エンゲージドセッション	105 (基準値: 76)

評価を実施した日時 2025-09-25



施策をアクションとして登録することで..

ダッシュボード表示 表示する

更新

アクション履歴 改善アクション リストへ

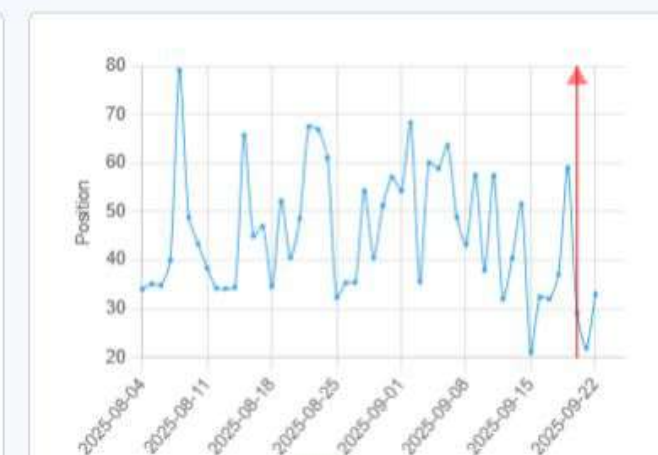
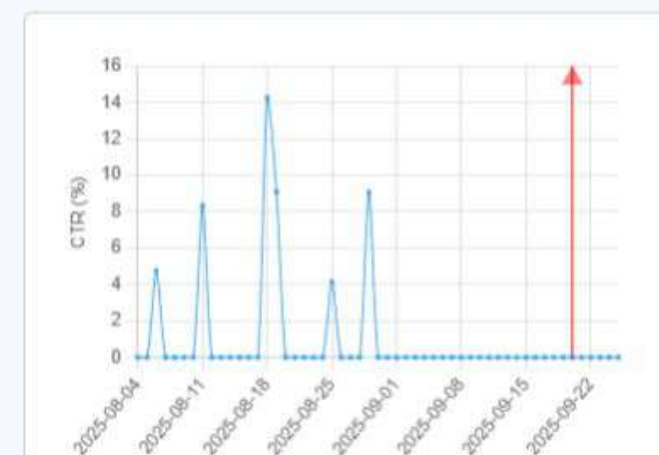
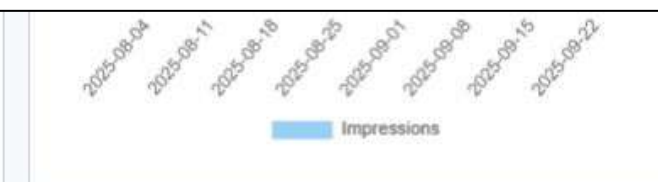
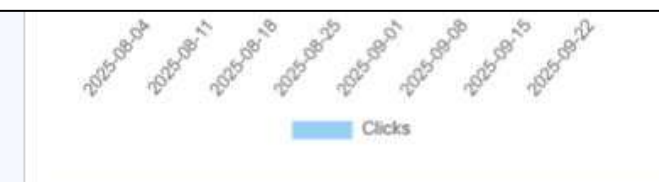
新規アクション登録

#45

記事修正

2025-09-20

計測中



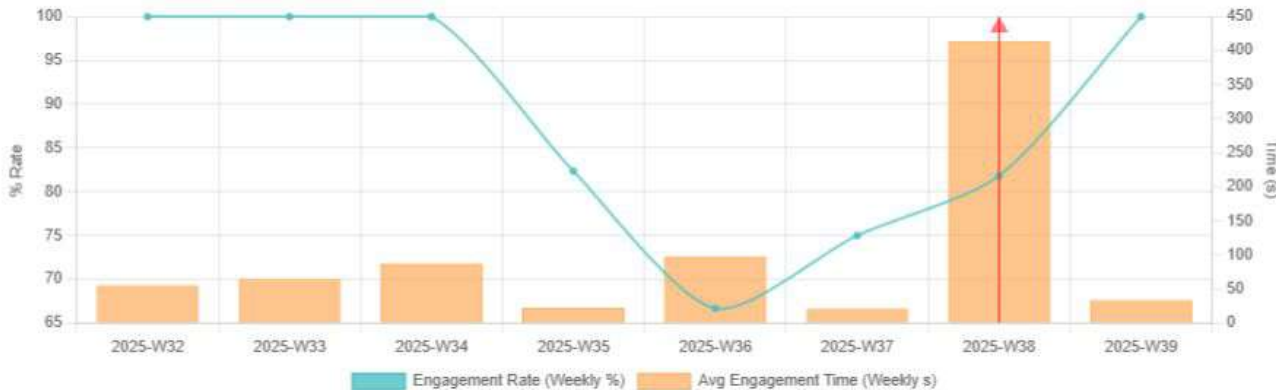
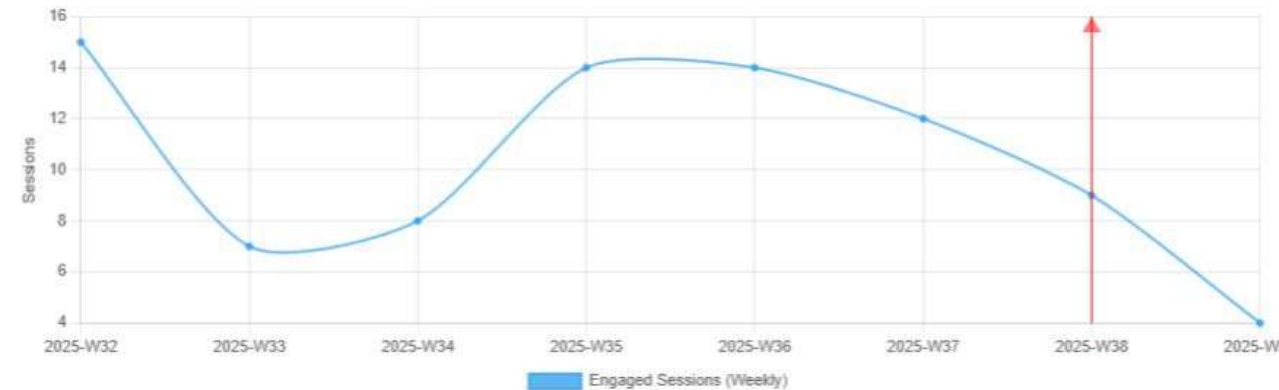
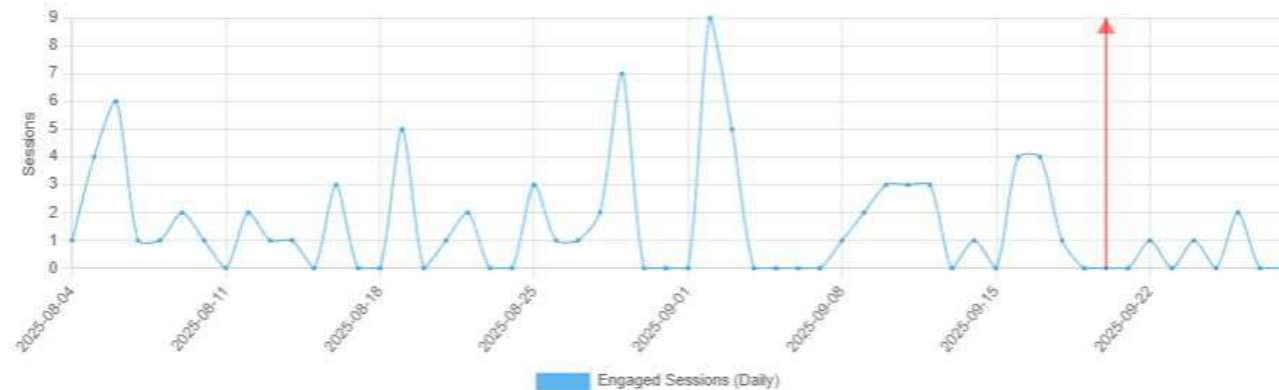
施策の効果を測定、次の課題を提案

Action Assessment

検索エンジンは本当に終わるのか？—「ゼロクリック時代」の SEO 再定義ガイド

【改善アクション（actions）に基づく評価】2025-09-20より『記事修正』が実施され、その効果を計測中です。【進次トレンド】2025-W38（9/15～9/21）まではセッション9～W39（9/22～9/28）で4とセッション数がさらに半減しましたが、エンゲージメント率（engagementRate）は1.0（100%）と全セッションがエンゲージしている状態となっています。平均エンゲージメント時間は、前週413秒→今週34秒と大幅低下していますが、これは9/24に特異的に134秒、9/25に2秒などばらつきが目立つためと考えられます。【日次データ】改善後（9/20～9/28）のセッション合計は8件で、そのうちエンゲージメント率100%（日次値1.0）の日も多いですが、平均時間は日によって大きく上下しています。9/24以外は多くが10秒未満、または0秒となり、滞在時間が期待に届いていません。【アクションの有効性】記事修正後、エンゲージメント率は非常に高く維持出来ていますが、セッション数の減少と平均エンゲージメント時間の大幅な縮小が見られます。エンゲージ回遊ユーザーはいるものの、記事自体の深い読み込みや長時間閲覧には繋がっていないことが明確です。今後は内容の深掘りや滞在施策強化をさらに検討する必要があります。

Engagement Overview



KPI

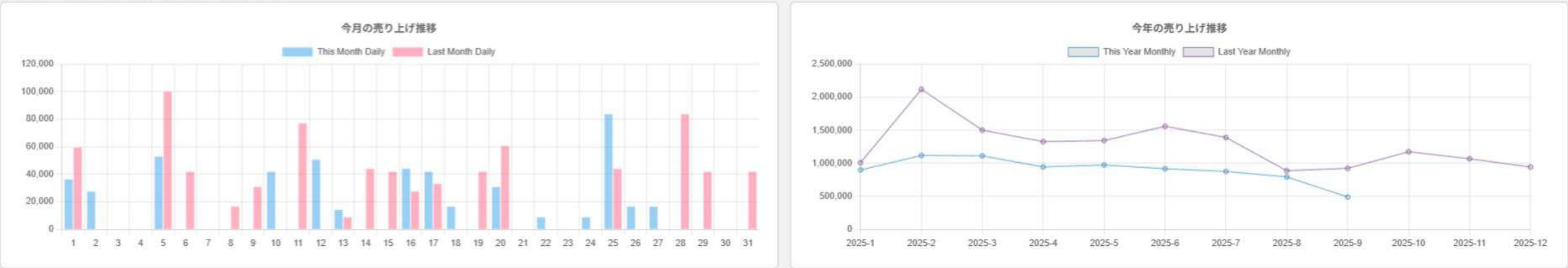
上段は今月、下段は今年の数値。パーセンテージは対先月、対昨年での成長率。

総売上	注文数	注文単価	新規購入客数	リピータ客数	新規会員数	セッション数	コンバージョン率
-----	-----	------	--------	--------	-------	--------	----------

PDCAを自動化、知識がなくとも自然にマーケを進めることができる

Trend

左は今月、右は今年の推移。赤い縦ラインはアクション開始日。



売上動向評価

今月：

9月後半（下旬）までの状況を見ると、売上や新規客数など多くの主要KPIが前年・前月比で大きく減少しています。売上（revenue）は前年比-32.4%、前月比-31%と深刻なマイナストレンドです。注文数は前月比でわずかに増えていますが（+8.3%）、平均客単価（aov）が大きく減少（-36.3%）したことで売上全体も下がっています。新規客数や会員数も減少傾向で、リピーター比率だけがわずかに改善しているのが目立つ程度です。セッション数自体は微増（+6.4%）ですが、CVR（1.2%）が低く推移しています。会員制BtoBツールというサイト特性上、通常のBtoCよりCVRが低いのは問題ありませんが、前年比でも大幅落ち込み（-0.6ポイント）となっており、全体の集客・転換の弱さが如実に出ています。コンテンツ追加・機能拡張などユーザーへの新しい訴求が弱まっている懸念も見受けられます。

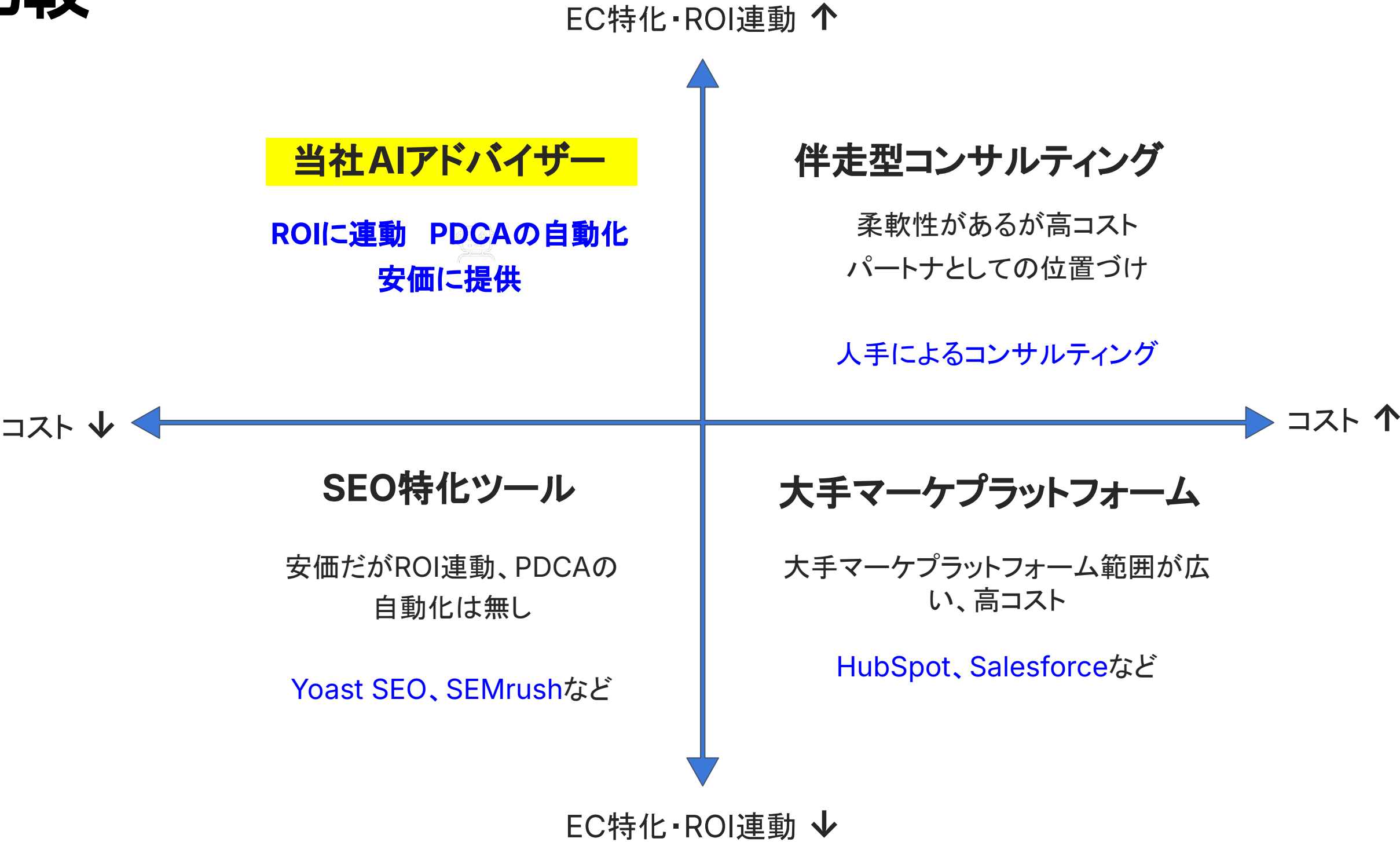
今年：

2025年間で見ると、売上・注文数ともに昨年に大きく下回るペースが続いています。売上は前年同期比-32.4%、注文数も-28.2%と目立ち、平均客単価も-5.8%と下げ傾向です。セッション数は微減（-0.1%）で、流入数そのものには大きな変化がないため、主に転換率の低下と顧客単価の減少がパフォーマンス悪化の要因と推察されます。年間のLTV推移も『Champions』『Recent』いずれのセグメントも伸び悩み、ロイヤリティ顧客層からの売上も頭打ち状況が続いています。

KPI相関関係:

- 注文数とセッション数はほぼ横ばい/微増ですが、客単価が急減している点が大きな特徴です。→ユーザーの行動量自体は変化が少なく、購入単価の低下が収益減の主要因となっています。
- リピーター数（repeat cut）はわずかに増加。新規客数、会員数は減少という傾向で、既存ユーザーが細かな注文を継続。新規獲得、高LTV化には苦戦。リパス

競合比較



ビジネスモデル

サブスクリプション型で、3つのプランの **フリーミアム戦略**

Free 無料

- 基本的な分析機能
- 限定的な提案
- 初期導入・検証向け

Pro 月額5万円

- 高度なAI分析・戦略提案
- EEAT準拠コンテンツ制作支援
- PDCA自動化
- 中小規模ECサイト向け

Agency 月額10万円

- Proプランの全機能
- 複数サイト管理機能
- レポート機能
- 大規模EC・代理店向け

戦術 WordPressプロモーション

公式プラグインとして提供

導入のしやすさ

数百万のWordPress利用者に一瞬でリーチ

信頼性の確立

信頼とブランド力を確保

グローバルな展開

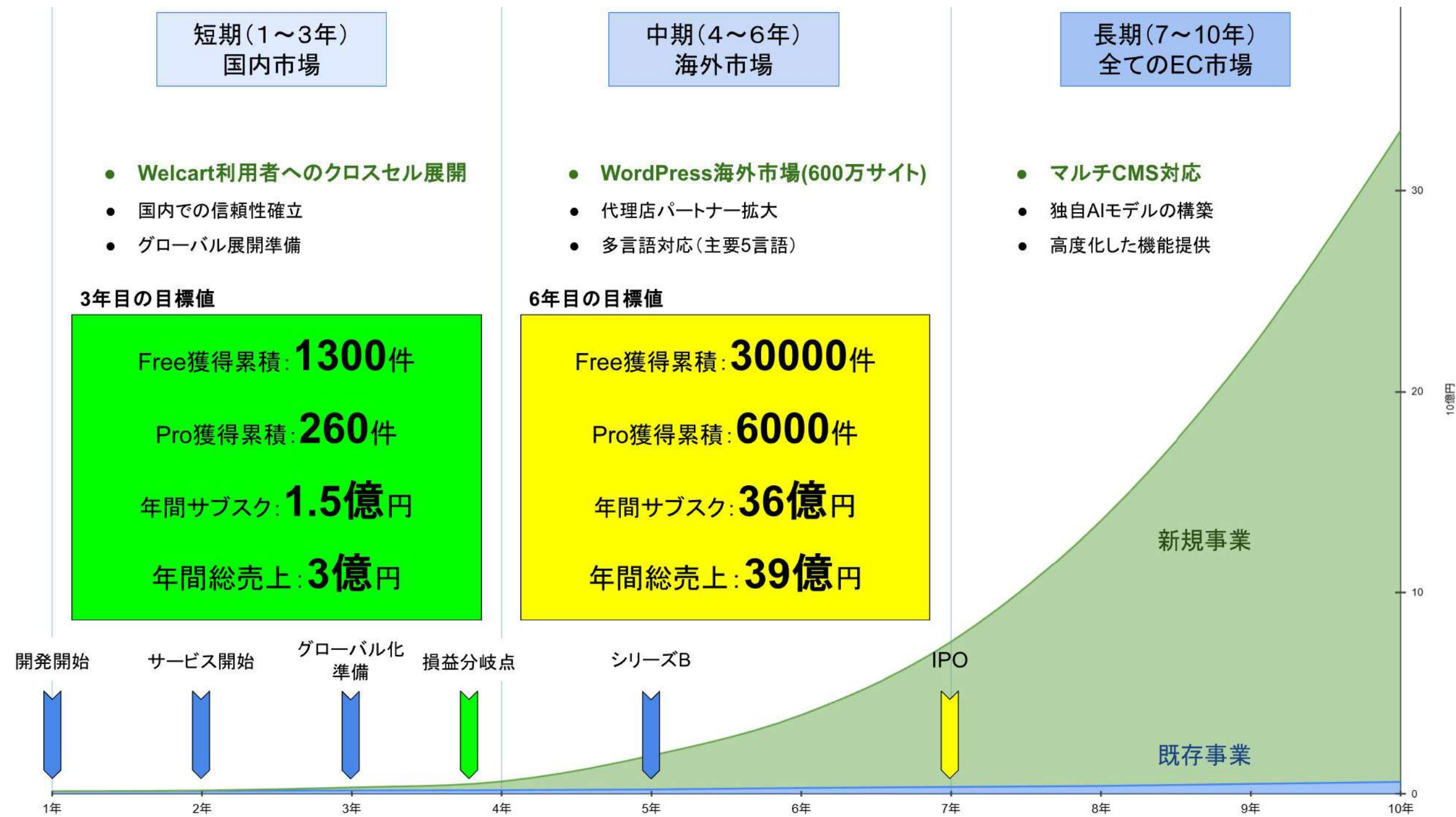
世界各国のWordPressカンファレンスに参加

短期計画



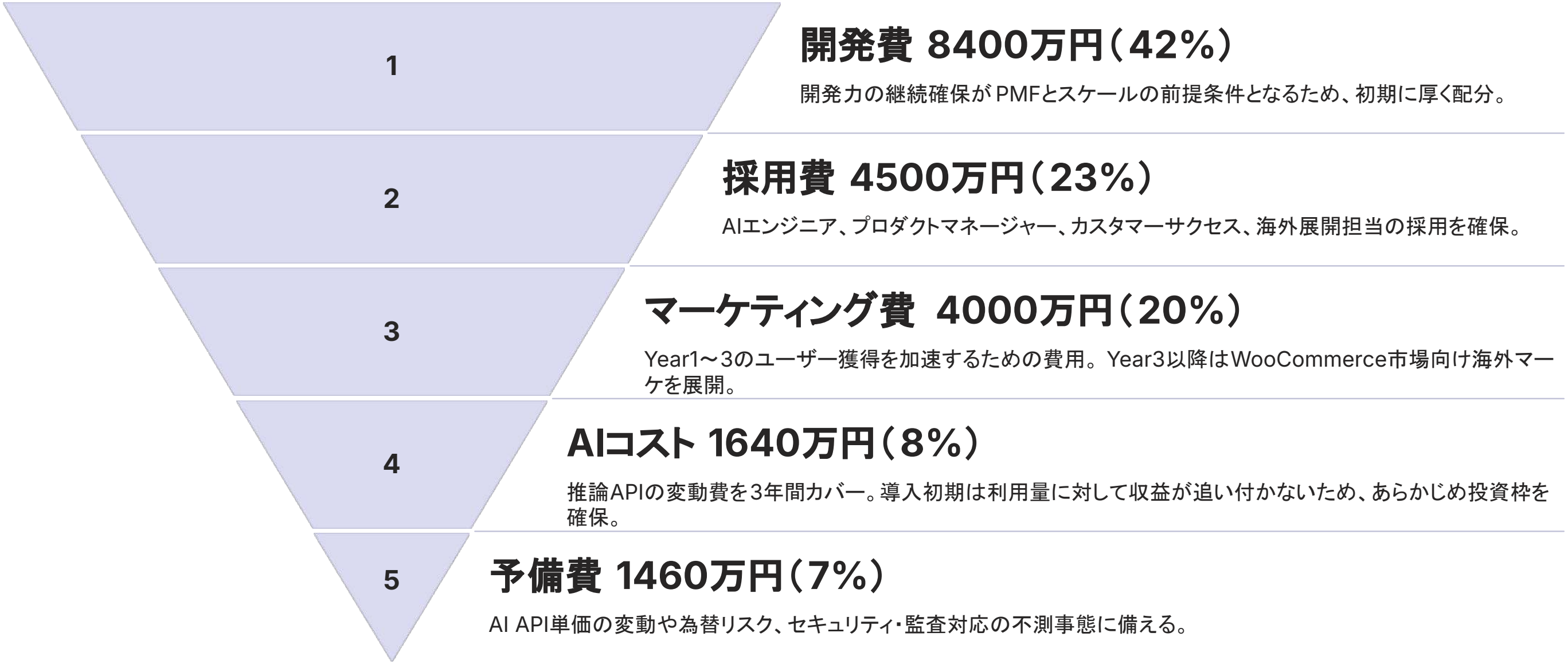
中期計画

事業成長のロードマップ



必要な資金

2億円



企業理念: **頑張る人を応援する**

Welcartの提供

→ **システム・環境を支援**

AIアドバイザーの提供

→ **ECの成長を支援**

ご協力お願いいたします

お問い合わせ先

会社名:株式会社 Welcart

代 表:代表取締役 南部 正光

所在地:福井県福井市中央 1丁目 3-5 FUKUMACHI BLOCK 11F

直 通:090-2099-4152

e-mail:m.nambu@collne.com

コーポレートサイト:<https://www.collne.com/>

プロダクトサイト :<https://www.welcart.com/>

日本での AIサービスの実情

コンテンツ東京 2024

出展社 308社

AI活用EXPO 2025年9月

出展社 70社

- ・コンテンツの自動生成
- ・分析の評価 (主にGA4の分析)
- ・会計や人事、勤怠のチェック

既存サービスを AI化しているものが多い。
「分析データの主軸」は、ほとんどが GA4と Search Console のデータに依存。
ROI連動でPDCAを自動化するエージェント型のサービスはなかった。

「記事そのもの」を AIが理解できないと本質的な改善はできない

GoogleAnalyticsが扱うのは基本的に数値的データ(行動・流入)ですが、コンテンツマーケティングの本質は「読まれる内容」「伝わり方」「検索・共感のされ方」にあります。AIが「何を書いている記事か」を理解しない限り、提案は表面的になる。

CMSデータと直結している必要がある

Google Analyticsの限界

ECサイトでは、「Google Analyticsのコンバージョンデータだけでは不十分」であり、実売上・商品・顧客・受注といったECの一次データを統合することが、AI分析やAI提案の精度を大きく左右します。

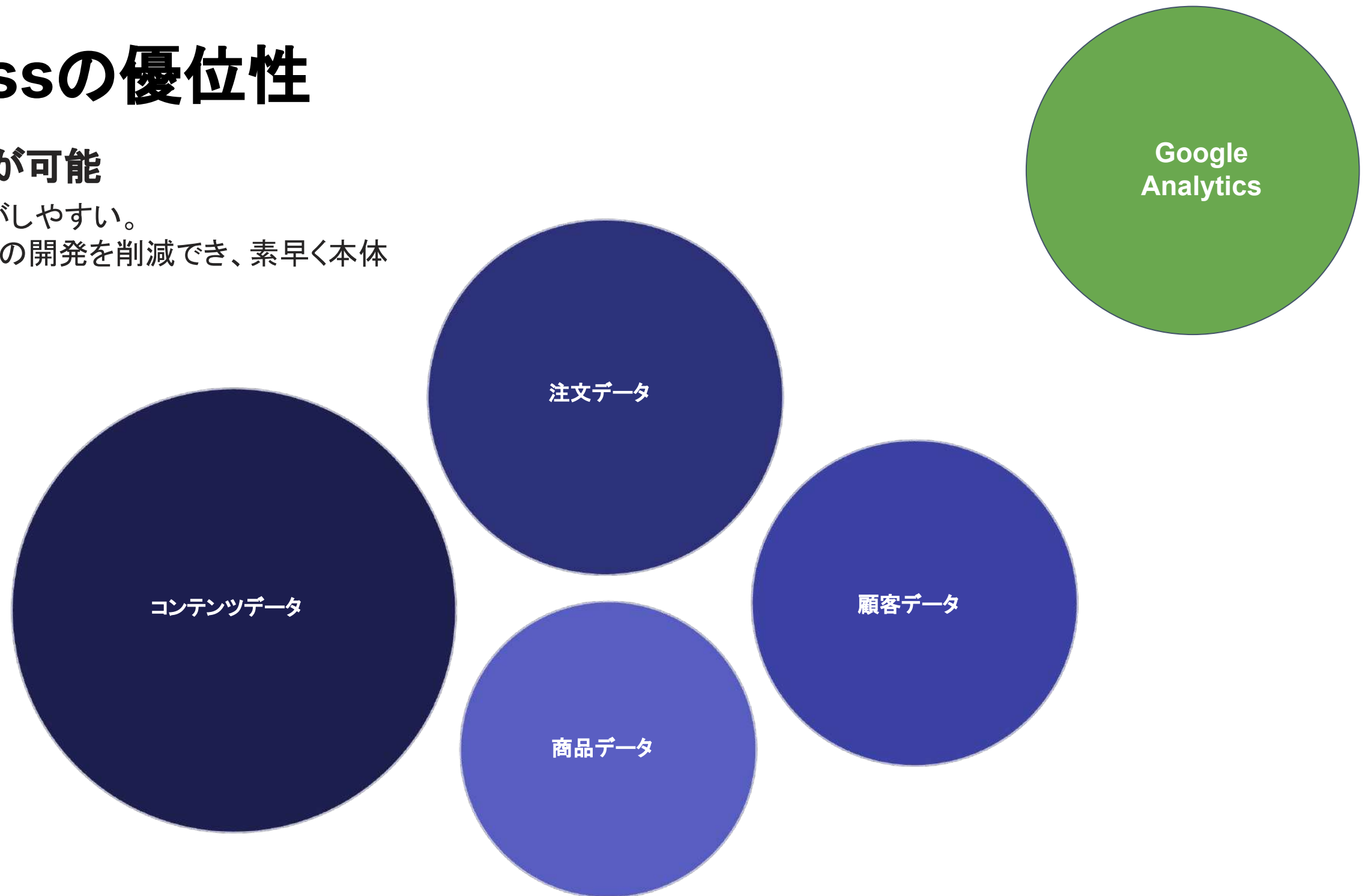
GAデータだけでは「CVが上がった／下がった」レベルの提案しかできませんが、EC一次データを含めるとAIは戦略的示唆を返せるようになります。

つまり、GA4+ECデータ+コンテンツデータの一元取得が重要

WordPressの優位性

データの一元取得が可能

AIに必要なデータ連携がしやすい。
また、データ取得のための開発を削減でき、素早く本体開発を行うことができる。



ユーザー獲得目標

	Welcart	海外WordPress
ユーザー数	26,000件	6,000,000件
Freeプラン獲得率	ユーザー数の5%	ユーザー数の0.5%
Freeプラン獲得数	1,300件	30,000件
Proへの移行率	Freeプラン獲得数の20%	
Proプラン獲得数	260件	6,000件

月々5万ならマーケティングサポートを受けたいか

YES 34% NO 56%

Welcartユーザーを対象に行ったこのアンケート結果から、
無料版から有料版の移行率20%は、サービスの価値を納得いただければ十分に獲得できる

(千円)	短期			中期		
年度	Year1	Year2	Year3	Year4	Year5	Year6
想定顧客数	0	54	252	720	2,637	6,039
平均単価(月額)	0	30	50	50	50	50
年間売上	0	19,440	151,200	432,000	1,582,200	3,623,400
AIコスト費	1,000	5,832	45,360	129,600	474,660	1,087,020
開発費	30,000	24,000	30,000	30,000	40,000	50,000
営業サポート費	14,000	14,000	20,000	30,000	40,000	50,000
インフラ費	300	1,000	1,500	3,000	5,000	8,000
広告費	5,000	5,000	10,000	20,000	30,000	50,000
リクルート費	15,000	5,000	15,000	10,000	10,000	10,000
その他経費	1,000	1,000	2,000	10,000	20,000	20,000
経費合計	66,300	55,832	123,860	232,600	619,660	1,275,020
営業利益	-66,300	-36,392	27,340	199,400	962,540	2,348,380
利益率			18.1%	46.2%	60.8%	64.8%

損益分岐点

本事業における損益分岐点は、売上規模**約1.5億円**と想定しています。これは有料プラン250件を契約した場合に相当し、サービス開始後**3年目で達成**します。

この水準に達すれば、開発・人材・インフラ等の固定費をカバーでき、黒字化が実現可能となります。

