

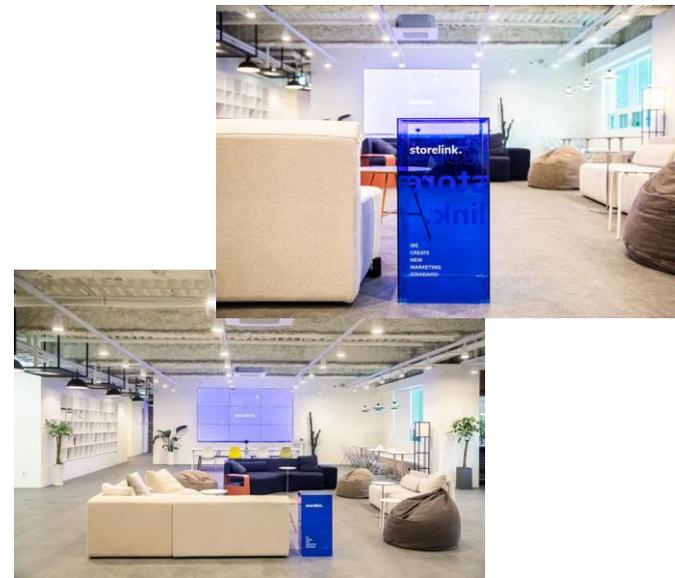


STORELINK 会社資料

STORELINK COMPANY GUIDE

弊社はデータ分析を駆使し、Eコマース市場に最適化された革新的なマーケティング戦略を提供し、独自のアプローチで確実な成果を導く企業です。

- 社名 : 株式会社ストアリンク
- 代表 : 本社 チョン・ヨンウン
支社 バク・ヨンホ
- 事業内容 : マーケティングプラットフォーム「POINTAIL」の開発・運営
データ活用・分析コンサルティング
パーソナライズ施策の立案・実装支援
- 従業員数 : 156名(正社員のみ)※2025年6月時点
- 資本金 : 1億746万ウォン(1,170万円)※2025年6月基準
- 設立 : 2020年4月27日
- 所在地 : 韓国本社
서울 중구 중림로 49 실로암빌딩, 1층(04507)
日本支社
東京都千代田区六番町15番2号鳳翔ビル3階B(102-0085)



主な取引先及び実績

日本市場への進出及び規模拡大を目的とした韓国企業を中心に
これまでに多くの企業様との取引実績があります。



STORELINKでは、ECマースにおける豊富な成功事例とこれまでに培ってきたノウハウを基にモニター管理サイト“POINTAIL”を運用・提供しています。



なぜ口コミなのか？

広告の信頼性が低下し、インフルエンサーの影響力にも限界が見え始めているいま、消費者が求めているのは、“リアルな体験に基づいた言葉”です。

私たちは、“買ってよかった”というシンプルで本音のレビューこそが、これからの時代もっとも信頼される判断材料及びマーケティング手法だと考えています。POINTAILでは、ユーザー自身の言葉で語られるレビューを企業が直接収集し、それを物販販売・広告・EC・CRM・訪問客数促進など様々な業種・領域で活用できる仕組みを提供しています。



レビュー確保サービス活用のメリット

商品の信頼度確保

ブランド信頼度確保

確実な売上確保

購買転換率上昇

安定的なKPI達成

広告効率の改善

POINTAILは韓国市場において、導入からわずか3年で会員数6万人超、月間アクティブ企業500社以上の導入実績を持つ、急成長中のプロダクトです。特にEC・教育・美容・ライフスタイルなど、D2C・B2Cビジネスを展開する中堅～大手企業から高い評価を獲得しています

購入型口コミ生成(レビューリワード施策)

オンライン上で実際に商品を購入していただき、指定されたレビューミッションをクリアすることで商品購入代金分が最大で全額キャッシュバックされます。



顧客が実際に商品を購入し、レビューを投稿することによって、レビュー投稿後に商品代金相当のポイントを還元する仕組みです。

単なる“サンプル提供型レビュー”とは異なり、**購入者目線でのリアルな口コミを収集できるのが特徴**です。



高評価なレビューの獲得

実際の購入体験に基づいた、信頼性の高いリアルなレビューを獲得します。各商品カテゴリーごとに、消費者がよく利用するサイトへ口コミやレビューを投稿。これにより、他の消費者の目に留まりやすくなり、購入の後押しにつながります。



利用者の購入リスクの軽減

レビュー件数の多さと評価の高い商品は、消費者の立場からも安心して購入できます。さらに簡単なミッションを達成するだけで購入にかかった代金の一部及び全額がキャッシュバックされる為、購入リスクのハードルを下げることができます。



有用性のあるデータ獲得

書き込まれた口コミ・レビューのデータをCDPIに取り込むことで、今後のマーケティング施策の指標を確立することが可能です。

サービス内容(訪問型口コミ生成)

訪問型口コミ生成(オフライン体験+レビュー)

お客様に実際に来店していただき飲食又はサービスを受けていただきます。
体験した内容を基に指定のプラットフォームにレビューを残していただきます。



飲食店・美容サロン・美容医療・POPUPなどリアルな場所での体験型レビューを促進するサービスです。

レビューは事前予約・訪問を経てサービスを体験し、その後にレビューを投稿。レビュー完了後に**来店費用等をポイント等で還元する形で参加を促します。**



信頼性の高い口コミの獲得

ご来店頂き、実際にサービスを体験された方々のレビューを獲得できます。実来店・来院者の体験に基づくレビューのみ獲得できる為、口コミの内容も信頼性が高く、来店を検討されている方に対しても効果的です。



各口コミサイトへの投稿が可能

一つのプラットフォームに限らず、ご希望に合わせて食ブログやGoogleマップ、ホットペッパーなど多数の各チャネルに投稿可能です。これにより露出を増やし認知度向上及び来店機運を高めます。



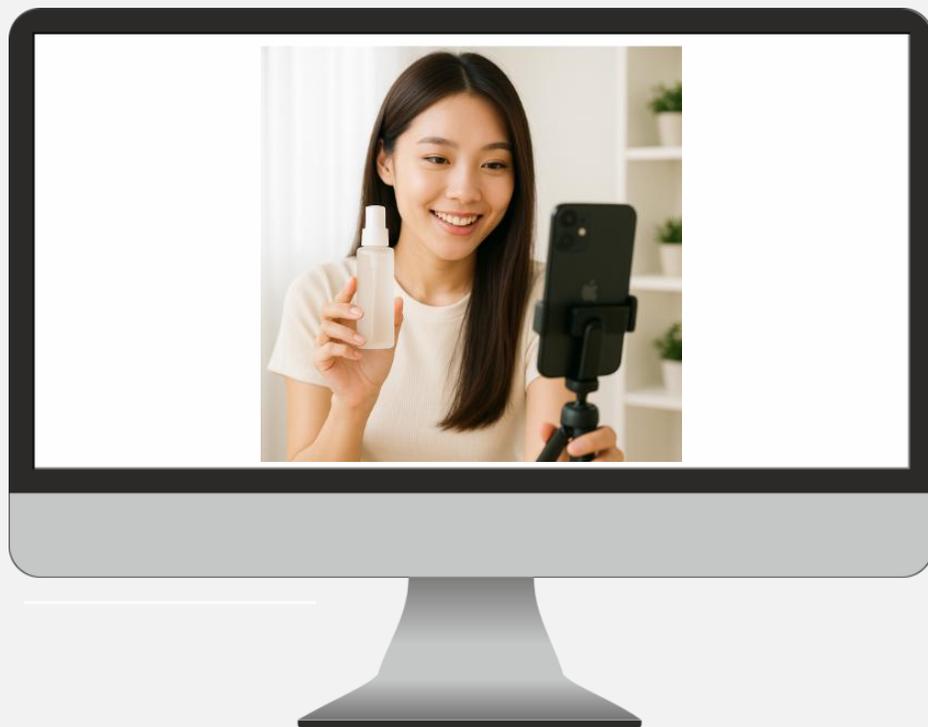
セグメント施策も展開可能

CDPと連携することにより、「訪問履歴 × レビュー投稿状況」というような条件でセグメント施策も展開可能です。実際に来店頂いた方からのリアルな感想を集約し、今後のマーケティングに活用していただけます。

サービス内容(インフルエンサーシーディング(SNS口コミ拡散))

インフルエンサーシーディング(SNS口コミ拡散)

広告したい商品及びサービスの内容を基に、最も効果的にPRできるインフルエンサーを選定しマッチング致します。インフルエンサーを通じて自然な形で拡散を図れるのが特徴です。



POINTAILに登録しているインフルエンサーの中から、商品特性やターゲットに合致したPRパートナーを選定し、SNS投稿を通じた商品認知の拡大施策を支援します。

投稿内容はレビュー形式・比較形式・動画など自由度が高く、**無償から有償までに柔軟に対応可能**です。



精緻なマッチングが可能

広報したい商品・サービスとインフルエンサーの属性、フォロワーの傾向を分析し、最も効果的な組み合わせでマッチングを行います。これにより、マーケティング費用の無駄を防ぎ、効率的なプロモーションが可能になります。



ジャンル別に多様なインフルエンサーに依頼可能

ジャンル特化型のインフルエンサーを起用することで、訴求力の高いコンテンツを提供し、ターゲット層への深いリーチが可能になります。これにより、ブランドや商品の特性に合った精度の高いマーケティング施策を実現します。



拡散量・反応数を自動で可視化・レポートニング

拡散量や反応数を自動で可視化・レポートニングすることで、インフルエンサーによる投稿の影響力をリアルタイムで把握可能です。これにより、効果検証や次回施策へのフィードバックがスムーズになり、より戦略的なシーディング施策の運用が実現します。

DX時代のマーケティング課題

それは“活用できないデータの増加”だと弊社は考えます。

近年、企業のマーケティングは急速にデジタルシフトが進み、Webサイト・アプリ・POS・メール・SNSなど多様なチャネルを通じて、膨大な顧客データを取得できるようになっています。しかし、「データを取得できる」と「それを活用できている」ことは全く別物であり、多くの企業が以下のような課題を抱えています。



課題①：データの分断

データが部門やツールごとにサイロ化されると、情報の一元化が難しく、全体像を把握することが困難になります。これにより、部門間の連携が弱まり、経営層が迅速かつ正確に意思決定を行うことが難しくなります。



課題②：MAツールの活用停滞

高機能なツールを導入しても、現場ではその活用が十分に進まず、結局一斉メール配信などの基本的な機能しか使われていないことが多いです。これではツールの本来の効果を引き出せず、投資に見合った成果を上げることができません。



課題③：顧客体験の画一化

顧客の属性や行動に基づいたパーソナライズ施策が十分に実施できていないため、マーケティング活動の効果が最大化されず、成果につながらない状況が続いています。これにより、顧客のニーズに適したアプローチが取れず、関心や購買意欲を引き出すことができていません。

POINTAILが提供する価値

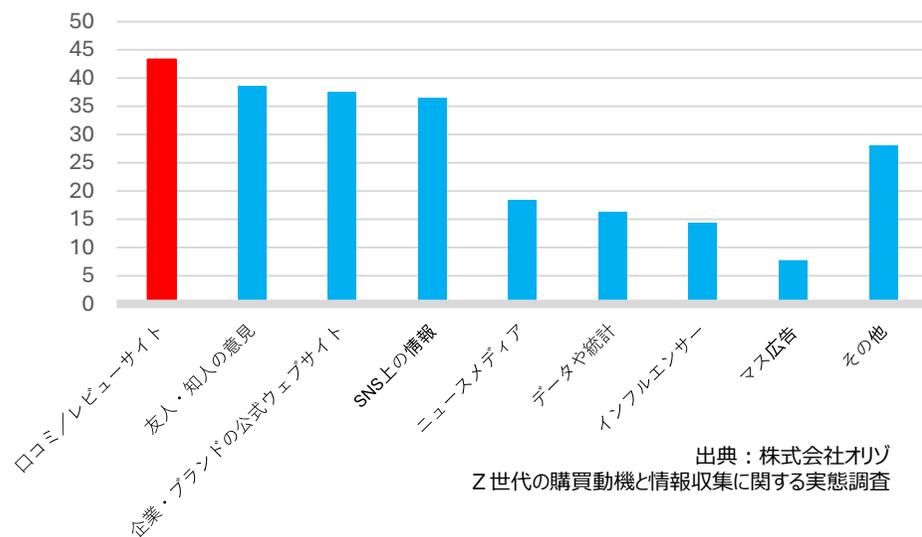
POINTAILは、こうしたデータ活用の「ラストワンマイル」を埋めるためのツールです。「統合」「可視化」「実行」「検証」という4つのプロセスを一つのプラットフォーム上で完結させることにより、現場マーケターの創造力と施策実行力を最大化します

導入背景と市場ニーズ②

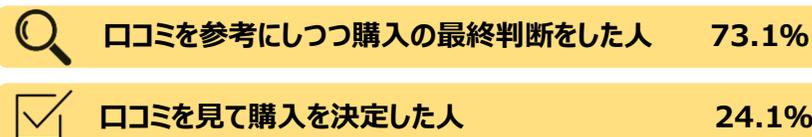
本来、購入や来店の意思決定に強い影響力を持っている“口コミ”がマーケティングの現場で上手く活用されていない実情

近年、口コミは購買や来店の意思決定において極めて大きな影響力を持っており、飲食店や美容サロンではGoogleマップやSNS、レビューサイトの評価を参考にすることが一般化し、ECモールでも星評価やレビュー数、投稿内容が商品選定の重要な基準となっています。さらに、SNS上での体験シェアがブランド認知を超えて“購入の決定打”となるケースも少なくありません。

商品購入時に信頼性を感じる情報源



口コミが購買決定に与える影響



出典：J-STAGE

星評価数と購入数の関係



出典：Martech Lab

上記の調査データによれば、Z世代の半数近くが商品購入検討時に口コミやレビューサイトの情報に信頼性を感じると回答しました。さらに商品に対する評価数によって消費者の購入率にも大きな違いがあり、現代では「レビューがあると安心」ではなく、「レビューがなければ売れない」時代であり、口コミはもはやオプションではなく、必要条件となっています

では、どのくらいの口コミが必要なのか？

集客のために必要な口コミ数

消費者の購入は口コミの質・内容によって大きく左右される。
信頼の第一歩を獲得するためには、最低5件以上の口コミが必要だと考えます！

商品の購入において、口コミの件数は消費者の購買意欲や信頼性に大きな影響を与えます。
新しい商品の販売を開始する際、最初の目標として信頼の第一歩となる5件の口コミを集めることが推奨されます。

最低**5**件以上 = 信頼の「第一歩」

30件以上 = 商品の認知度・購買率が向上

100件以上 = SNS拡散の起点になり、売上増加

そして、商品の認知度向上・SNSをきっかけとした売上増加・来店者数増加に繋げるためには“最低30～100件の口コミ”が必要です。

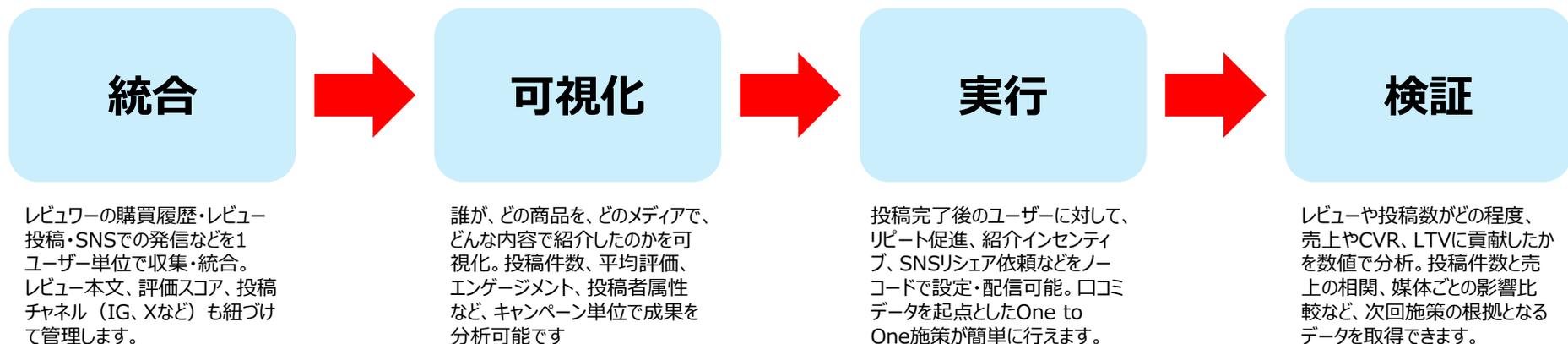


口コミの数と質が売上を左右する！売上UP・集客数促進には口コミ戦略の強化が最重要

POINTAILが実現する、“口コミを軸とした次世代マーケティング”

POINTAILは、これまで十分に活用されてこなかった「口コミ」という資産を、マーケティング施策の中核に据えて運用できる、統合型のプラットフォームです。ユーザー自身が実際に商品を購入し、体験をもとにレビューやSNS投稿を行う一連の流れを仕組み化し、そのデータを集約・可視化・活用することで、信頼性の高いクチコミがマーケティング成果に直結する体制を整えることができます。

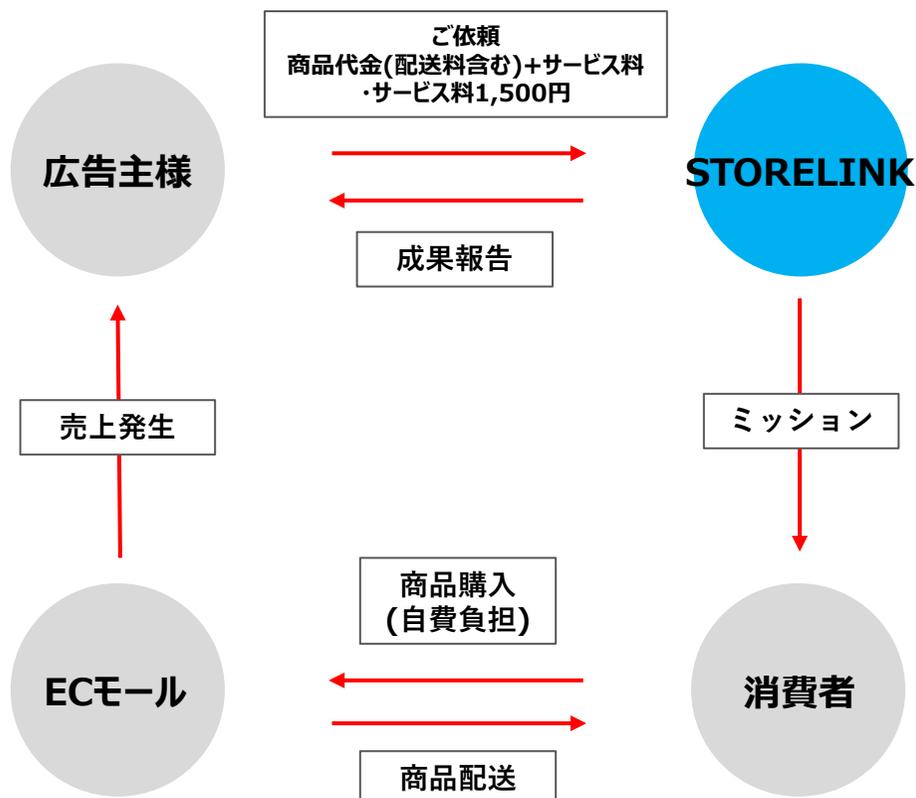
POINTAILでは、「統合」「可視化」「実行」「検証」という4つのプロセスを、ひとつのシステム上で一気通貫に提供し、以下を実現します



さらに、POINTAILでは、ユーザーが商品を自ら購入した後にレビュー投稿を行い、その完了に応じて商品代金をポイントで還元するという仕組みを導入しています。このモデルにより、企業側で商品を発送・手配したり、レビュー対応をする必要がなく、オペレーションコストをかけずに口コミを生成しながら、すべての購入が売上として計上されるのが特長です。信頼性のあるリアルな声を、手間なく、確実に、データとして活用できるこれこそが、POINTAILが実現する“口コミを軸にした次世代マーケティング”です。

システム構造及び進行フロー

プロジェクト進行フロー



キャンペーン参加の流れ

STEP1

キャンペーンの作成及び公開

- ・広告主が管理画面から商品・条件を設定し、POINTAILアプリ上でキャンペーンが公開されます。
- ・「先着順」や「報酬内容（全額ポイント還元など）」が明記されたページに自動生成されます。

STEP2

レビューがキャンペーンに応募

- ・ユーザーはアプリ上で商品を開覧し、「応募する」ボタンから簡単にエントリーできます。
- ・応募後、2時間以内に商品を購入することで、参加確定となります。（購入しない場合は自動キャンセル）

STEP3

商品到着後、レビュー作成

- ・商品受領後、ユーザーはQoo10などのECモールや、対象SNS/レビューサイトにて、レビュー投稿を行います。

STEP4

レビュー投稿キャプチャを提出

- ・アプリ内のミッション画面から、レビュー投稿のスクリーンショットをアップロード。
- ・投稿内容とURL、レビュールール遵守が確認され次第、認証が完了します。

STEP5

報酬ポイントの付与

- ・投稿が認証されると、商品代金相当のポイントがユーザーアカウントに付与されます。
- ・これにより、ユーザーは実質無料で商品を体験した上で、本音レビューを投稿する形になります。

STEP6

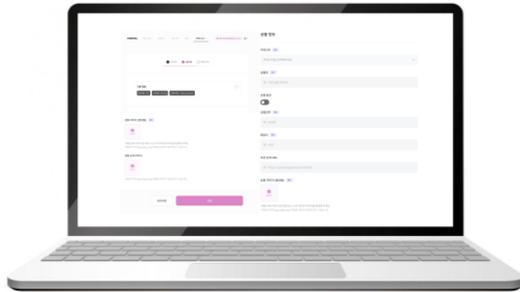
ポイントの出金・換金

- ・獲得ポイントは、月2回（1日・15日）に銀行口座へ出金可能。
- ・レビューの活動を継続的に促進する設計です。

企業向け管理画面(広告主用ダッシュボード)

主な機能一覧

① キャンペーンの一括申請機能



- ・専用の申請フォームより、複数商品の口コミ施策をまとめて登録可能
- ・申請完了後、通常最短1営業日以内でキャンペーンが公開
- ・商品情報を入力するだけで、キャンペーンが即時反映

② 実施中キャンペーンの一覧管理



- ・キャンペーンの進行状況が一目で分かるダッシュボード
- ・各キャンペーンの応募数・進捗・認証状況をリアルタイムで確認可能
- ・レビュー件数の上限変更や締切延長などの調整にも対応

③ 投稿・レビューの内容確認



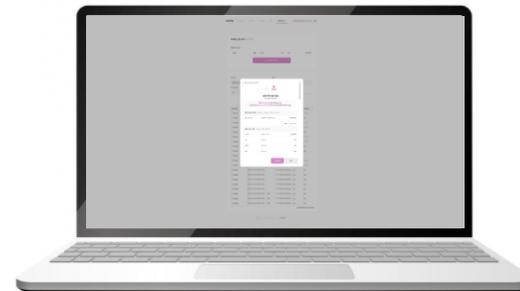
- ・提出されたレビューを管理画面で個別に確認可能
- ・媒体別に分類、不適切表現やコピーコンテンツは自動で確認・認証
- ・投稿内容はダウンロード形式での出力も可能 (CSV・PDF)

④ 成果レポート機能 (リアルタイム反映)



- ・施策ごとの実績データをリアルタイムで可視化
- ・日次・週次で自動生成されるレポートをダウンロード可能

⑤ 出稿履歴・請求管理機能



- ・過去に実施した全キャンペーンの履歴を一覧表示
- ・各キャンペーンの費用、件数、成果などを照らし合わせながら、ROIの比較検討が可能
- ・月次の請求書データも、PDFでいつでもダウンロード可能