

Rakuten

# 楽天市場 支援サービス資料

株式会社Proteinum



 Proteinum

# Index

## 目次

01

楽天とは

About Rakuten

02

売上アップの考え方

Sales Growth Strategy

03

サービス概要

Service Overview

04

事例紹介

Case Studies

05

会社概要

Company Overview

# Index

## 目次

01

楽天とは

About Rakuten

02

売上アップの考え方

Sales Growth Strategy

03

サービス概要

Service Overview

04

事例紹介

Case Studies

05

会社概要

Company Overview

## 楽天市場とは

国内最大級のシェアを誇り、楽天ポイントによる経済圏を築いている楽天市場は、貴社EC事業の売上促進を期待できます。

【国内ECサービス】年間流通規模※1

Amazon 約 <b>6.79</b> 兆円	楽天市場 約 <b>5.63</b> 兆円 (トラベル等含む)
Yahoo!ショッピング 約 <b>1.75</b> 兆円 (LINEショッピング等含む)	Ecbeing 約 <b>9,900</b> 億円
	ヤフオク! 約 <b>9,800</b> 億円
	その他

【主要ECサービス】月間利用者数と特徴※2

サービス	利用者数	特徴
楽天	約6,631万人	日本最大級のECモール。楽天ポイント経済圏が強く、幅広い年齢層に利用されている。店舗ごとのページ設計ができ、ブランディングやリピーター獲得に強み。広告やキャンペーン施策が売上に直結する反面、運用ノウハウやコストが必要。
Amazon	約6,724万人	FBA利用で物流やカスタマー対応をAmazonに任せられるため、工数を削減しつつ効率よく販売可能。検索性が高く、書籍や日用品、PC機器、ガジェット系に強み。価格競争が激しく、レビュー対策も重要。
Yahoo!ショッピング	約3,541万人	PayPayとの連携が強く、PayPayユーザーの利用が多いのが特徴。集客力はやや劣るが、初期費用がかからないため低コストで出店可能。PayPay連携で価格重視のユーザーが多く、安価で始めたい事業者におすすめ。

## 楽天市場の4つの特徴

楽天市場は価格だけでなく、戦略とブランドで勝つECモールです。

1

### 国内最大級ECモール

- 月間流通総額：5兆円以上（国内ECトップクラス）
- 店舗数：約55,000店以上
- 楽天会員数：約1億人（楽天経済圏との連携）

2

### 購買を大きく動かす 販促イベント

- 「楽天スーパーSALE」や「お買い物マラソン」など、大型イベントが定期開催
- イベント時は特に購買意欲の高いユーザーが集まる
- イベントへの対応と販促設計が成果を左右する重要要素

3

### 店舗運営の自由度

- サイトデザイン・商品ページを自由にカスタマイズ可能
- 他社と差別化しやすく、ブランド訴求に強い
- 接客・メルマガ・レビュー施策など、多様な販促手段あり

4

### 強力な広告&販促メニュー

- RPP広告（楽天検索連動）やクーポンアドバンス広告、TDA広告の活用が可能
- 売上UPに直結するモール内プロモーション多数
- 自社施策との相乗効果を狙える運用が鍵

# Index

## 目次

01

楽天とは

About Rakuten

02

売上アップの考え方

Sales Growth Strategy

03

サービス概要

Service Overview

04

事例紹介

Case Studies

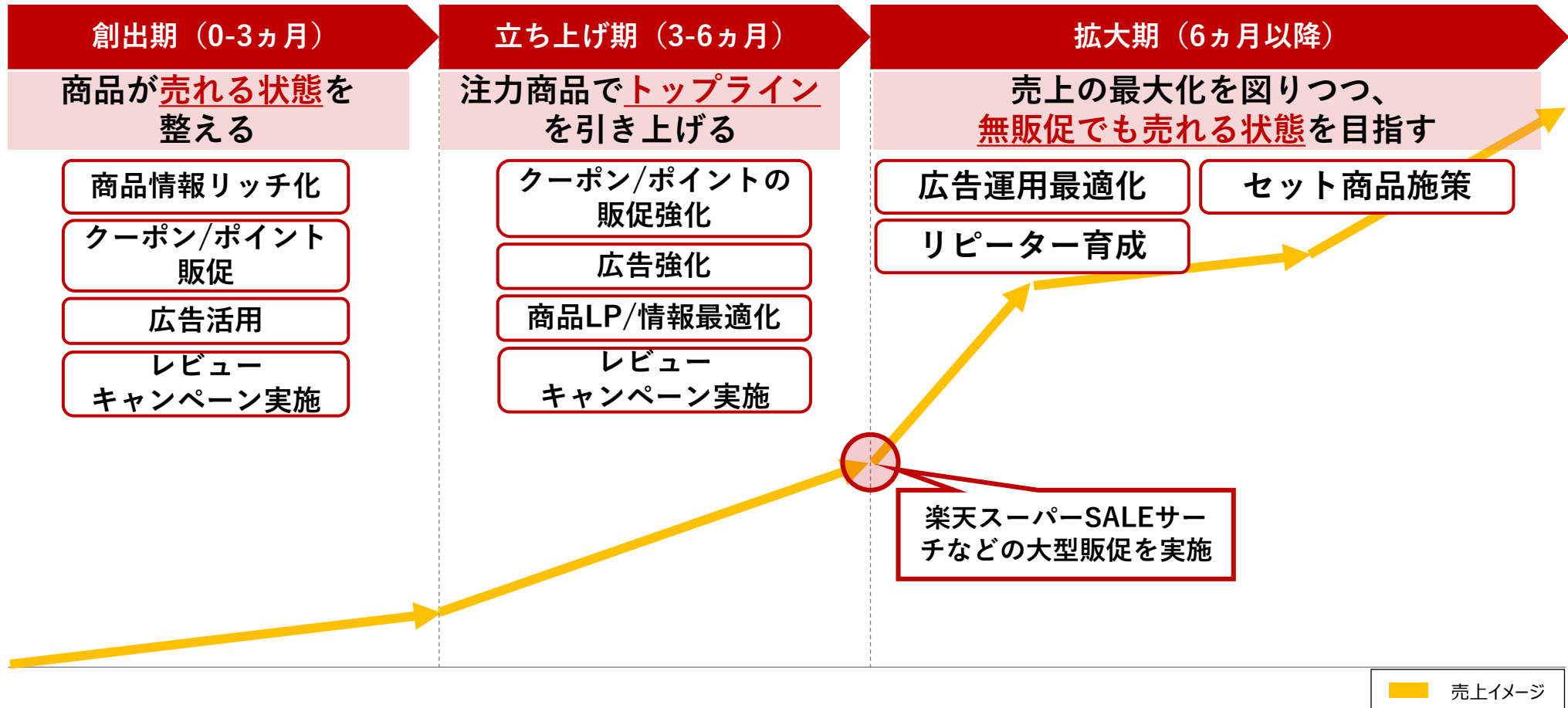
05

会社概要

Company Overview

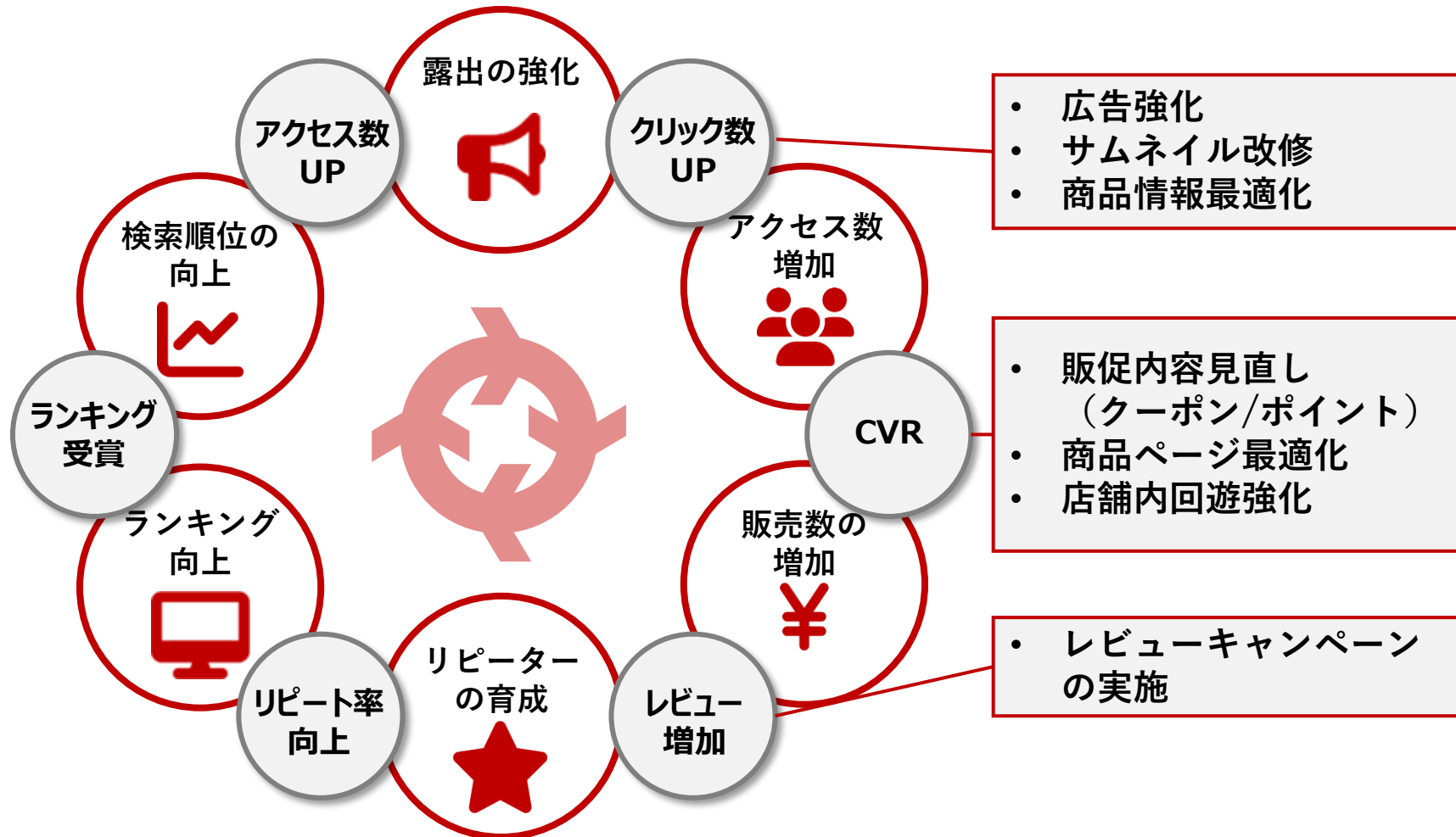
# 売上アップの考え方

事業の規模感や店舗のフェーズによって、とるべき戦略は大きく異なります。



## 売上アップの考え方

以下の循環を通じて店舗は成長していきます。各サイクルを効果的に回していくために施策の実施と効果検証による振り返りを必ず実施しましょう。



# 具体施策例

調査	認知	検索	サイト訪問			リピート	
			検索結果	商品ページ	購買の後押し	2回目購入	3回目以上購入
市場調査	広告運用	商品名・商品説明	サムネイル	サブ画像	クーポン	メルマガ	定期購入
ターゲットの選定	超目玉・目玉枠	キーワード選定	お得情報	機能など商品解説	〇〇%OFF	メルマガ登録促進バナーを作成・設置	メルマガ
ターゲットの市場規模調査	イベント広告	キーワード追加	権威付け	UGCの活用	〇〇円以上購入で〇〇円OFF	メルマガ登録用にクーポンを発行する	購買期間ごとに割引率を分け配信
カスタマージャーニー接点洗い出し	TDA広告	広告運用	機能紹介	ランキング情報	2個セット購入で〇〇円OFF	メルマガ限定セール	LINE
購買データ分析	TDA-EXP広告	RPP広告	写真背景	権威付け	商品別クーポン	LINE	LSEGでセグメント
CAC	アフィリエイト広告	クーポンアドバンス広告	キャッチフレーズをいれる	セット商品訴求	時間限定クーポン	LINE登録促進バナー	
LTV	グループ外広告	イベント	アイコン	大容量セットへの導線	ポイント	LINE友達登録用にクーポンを発行する	
新規数	DM	SSサーチ	ランキング入賞	まとめ買いお得クーポン発行	ポイント変倍	項目選択肢追加	
F2転換率			クーポン	組み合わせ販売設定	24時間限定ポイント	リッチメニュー4面	
流入分析			ポイント変倍	ギフト対応	商品レビュー	カードタイプメッセージ	
デモグラ分析			サイドバー	包装・熨斗対応	レビューを書いたらクーポンプレゼント	LINE限定セール	
キーワード分析			ディレクトリID	手提袋セットの訴求	レビューを書いたら商品プレゼント	LSEGでセグメント	
広告運用データ			タグID	回遊導線	らくらくクーポンの活用	同梱物	
データ確認			二重価格表記	関連商品への導線設定	ファンくるの活用	パンフレット	
設定確認				キャンペーンバナーの設置		キャンペーン告知	

# Index

## 目次

01

楽天とは

About Rakuten

02

売上アップの考え方

Sales Growth Strategy

03

サービス概要

Service Overview

04

事例紹介

Case Studies

05

会社概要

Company Overview

## サービス概要

弊社は2種類のサービスを展開し、戦略策定から運営、レポートニングまでECに関わるすべてのサービスをワンストップで支援しています。







# サービス範囲③ | データ分析

以下、データ分析サービス範囲の一例です。

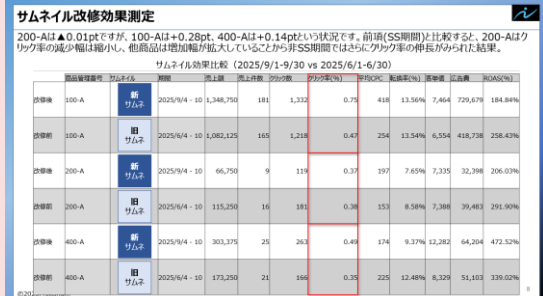
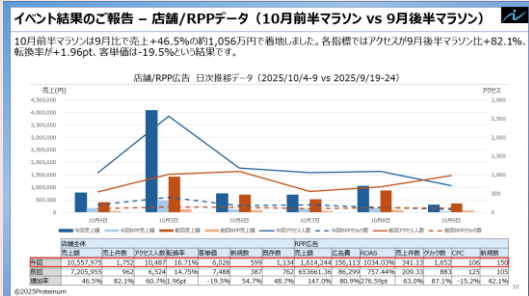
## レポート

定例(週次、月次)MTGにて、売上・商品・キーワード・販促レポートを作成し、次のアクションを検討・実行します。



## 施策効果検証

実施した施策は必ず効果検証を実施し、次のアクションプランを明確にします。PDCAを回し続けることで施策効果の最大化を図ります。



## 各施策への落とし込み

実施した効果検証から。単に、良い・悪いを判断するだけでなく次回は何を実施するのかを具体的に落とし込み、アクションを明確にします。

現状の課題と施策方針案	
現状と課題の整理、改善をしていくための施策方針案を以下の通りまとめています。	
現状/課題	施策方針案
<b>全体</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>直近1年の売上は約5割増</li> <li>アクセスは昨年対比約122.4%でプラス</li> <li>転換率は昨年対比約2%でマイナス</li> <li>直近1年の既存人数比率は約44.5%</li> <li>部先店舗が売上表示されておらずアクセス率が下がっている(指名・非指名含む)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アクセスの拡大に合わせた転換率対策</li> <li>キーワードや競合を踏まえたページ改修</li> <li>新規顧客の拡大</li> <li>広告配信先の選定(新規獲得率を重視)</li> <li>公式店としての訴求を強化し、顧客の売上を拡大</li> </ul>
<b>アクセス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>直近1年のアクセスは昨年対比約122.4%でプラス</li> <li>指名系の流入が多くなる</li> <li>RPPがアクセスは昨年対比約25%の増を低下</li> <li>CTRが減少傾向</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SEO対策の実施</li> <li>商品名、商品情報最適化</li> <li>広告運用の最適化/修正</li> <li>サムネイルの見直し(訴求内容の整理)</li> <li>RPP改善のキーワード追加/削除</li> <li>月予算の見直し</li> </ul>
<b>転換率</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>直近1年の転換率は昨年対比約92%でマイナス(7.0%→7.0%)</li> <li>売上に右商品がレビュー数50件超えが多い</li> <li>商品ページ内のコンテンツはシンプルなものが多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>競合商品の実施、リテラシーを商品ページの見直し</li> <li>キーワード、ポイント案の調整と検証</li> <li>商品ページ/画像の改修</li> <li>テキスト信頼性の強化</li> <li>商品画像とリンクの連携強化</li> <li>関連コンテンツの強化</li> </ul>
<b>リピーター</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>直近1年の既存人数比率は約44.5%</li> <li>メルマガ経由の売上は全体売上げの約3%</li> <li>LINE経由の売上は全体売上げの約3%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メルマガ/LINE配信の設計、検証</li> <li>LINE通知やイベントの検討(クーポン発行含む)、キャンペーンページ/画像設置</li> </ul>

3月 実施施策のご相談			
3月のイベント時の販促内容について確認をさせていただきます。			
メール	イベント	販促内容	コメント
	スーパー-SALE (3/4 - 3/11)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポイント変倍 → 10倍(A製品のみのみ)</li> <li>クーポン(3/5,10のみ) → 新規向け10%OFF(A製品のみのみ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実施施策を変更して効果検証を実施</li> <li>楽天: 既存向けクーポンで準備が引かぬか</li> <li>Yahoo!: 日曜日のみで効果があるか</li> <li>広告調整にてアクセス人数増を図る ※250ml主体で施策を検討していく</li> </ul>
	後半マラソン (3/21 - 3/27)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポイント変倍 → なし</li> <li>クーポン(3/25のみ) → 新規向け5%OFF(A製品のみのみ) - 既存向け5%OFF(利用条件7,000円以上)</li> </ul>	
	5の倍数日 (3/15,3/20,3/30)	<ul style="list-style-type: none"> <li>施策実施なし</li> </ul>	
	日曜日 (3/2,3/9,3/16,3/30)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポイント → なし</li> <li>クーポン → 新規向け5%OFF(A製品のみのみ)</li> </ul>	
	5の付く日 (3/5,3/15,3/25)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポイント → なし</li> <li>クーポン → なし</li> </ul>	
	大型販促 (3/22,3/29)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポイント → なし</li> <li>クーポン → なし</li> </ul>	

※図表の数値は実数値ではなく加工済の数値です



# 弊社独自の分析（一部抜粋）

以下、ご支援後弊社のデータ分析の一例です。

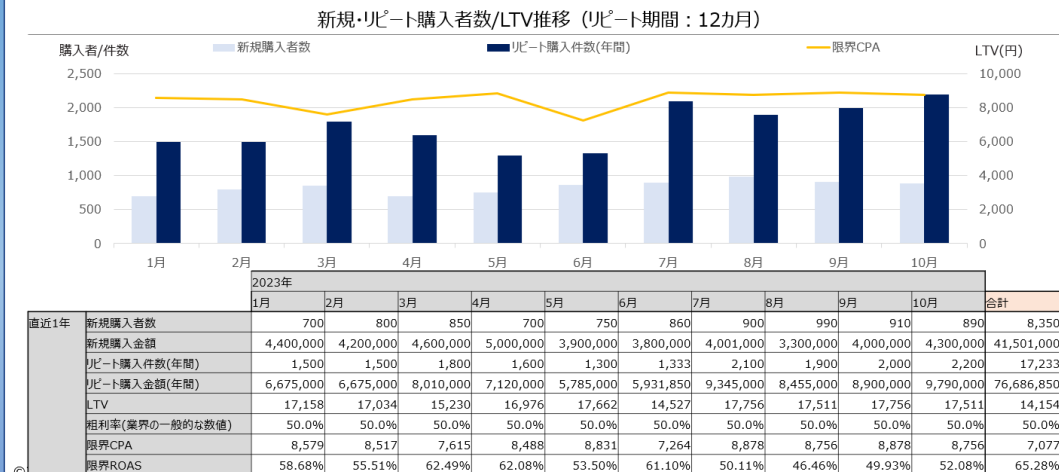
## LTV分析を用いて限界ROASを加味した広告チューニング

LTV分析による限界ROASの算出を実施

算出された限界ROASを広告調整に活用することでより精緻化された広告運用を実施

### 年間LTV、および限界CPAのご報告

粗利率を仮置きで50.0%とすると限界CPAは7,100円ほど、限界ROASは65%ほどになります。広告の新規顧客獲得向け用キャンペーンでは現状ROAS200%程度のため問題ない状況です。



※上記は実数値ではなく加工済の数値です

## ECPROを用いた広告運用

AIを搭載した楽天RPP広告の自動調整システム「ECPRO」を用いた広告調整を実施。

デイリーでの休業日もECPROが自動でRPP広告を調整します。

特許出願中!

## RPP広告運用は、AI搭載のECPROで自動化。

RPP広告運用は、ECPROにまるとお任せ。RPP広告の自動調整、掲載枠ごとのCPC確認、効果測定のレポート蓄積に対応しています。



# 初期分析イメージ

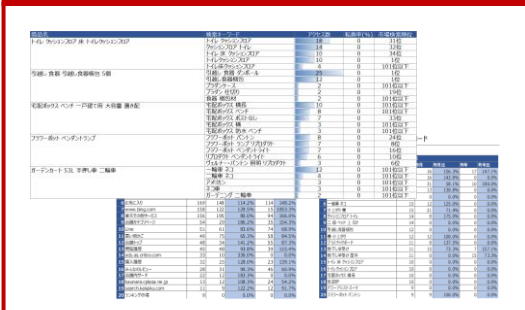
## NDAのご締結及びアカウントの権限付与後にデータ分析を実施し、貴社の現状に合わせた施策のご提案とシミュレーションを作成いたします。

### 初期分析

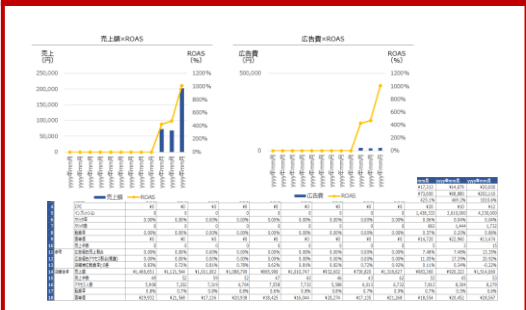
#### 主要指標



#### アクセス



#### 広告効果

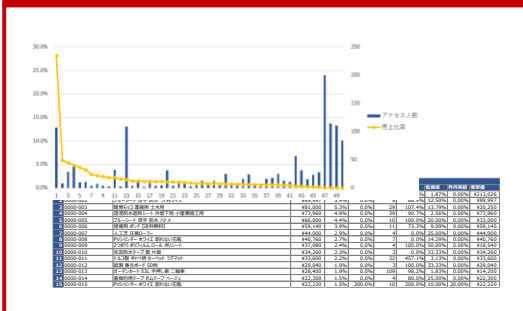


### 施策方針/予算計画

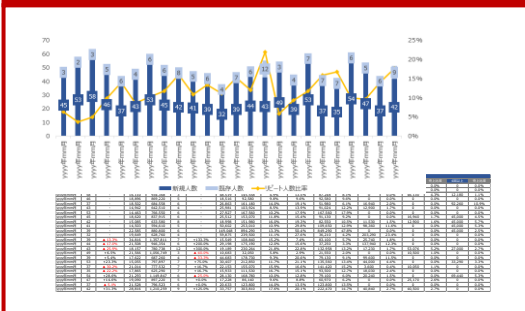
#### 施策方針



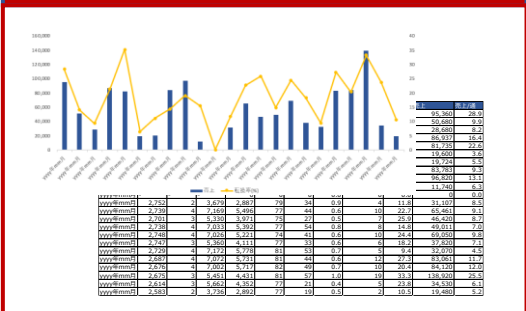
#### 商品別



#### 顧客



#### メルマガ/LINE分析



#### 予算計画

項目	2023年10月	11月	12月	2024年1月	2月
売上高	1,200,000	1,500,000	1,800,000	2,100,000	2,400,000
広告費	200,000	250,000	300,000	350,000	400,000
ROAS	600%	600%	600%	600%	600%

# Index

## 目次

01

楽天とは

About Rakuten

02

売上アップの考え方

Sales Growth Strategy

03

サービス概要

Service Overview

04

事例紹介

Case Studies

05

会社概要

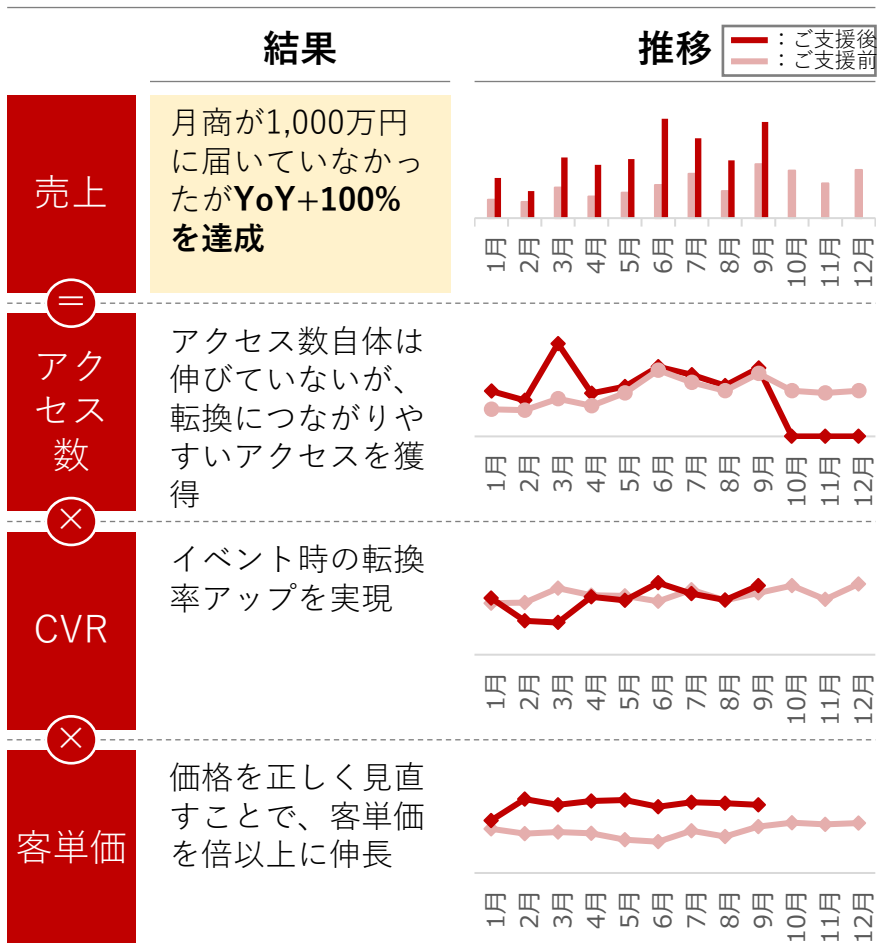
Company Overview

# 大手サプリメントメーカー様

卸先が安く販売をしており、売上を取られてしまっている中、ページの修正による公式店としての信頼感の醸成とメーカーしか実施できない施策を実施することで、YoY+100%以上を達成

概要

ご支援内容



	検索	広告	価格	ページ	販促	その他
<b>ユーザーの動き</b>	<p>まずは関連キーワードで検索</p>	<p>目についたバナークリック</p>	<p>ほしい商品の価格を確認</p>	<p>商品ページを見て買うか最終判断</p>	<p>クーポンやポイントで転換率UP</p>	<p>イベントなどの要素を加味</p>
<b>課題</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド名、非指名キーワードで、表示されない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>非指名キーワードにRPPを設定しても、成果が出ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>卸先の方が価格が安い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>最低限の商品画像のみ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>散発的にポイントなどを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベントへの対応は少し</li> <li>特に自社セールは実施しない</li> </ul>
<b>支援内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド名で表示されるよう、商品名など修正</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>卸先に勝てるようブランド名でRPP設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>競合の価格を調査し、SS時のみ価格調整</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以下を制作                             <ul style="list-style-type: none"> <li>商品説明</li> <li>レビュー促進</li> <li>回遊バナー</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>どの金額が一番効果的かを分析し、適切な設定とする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント時の仕込み</li> <li>自社セールの実施</li> </ul>
<b>結果</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド名での検索結果上位を独占</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド名での検索結果を独占</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SS時の売上増大</li> <li>SS以外でも検索順位が上昇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者の信頼を醸成</li> <li>レビュー増</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>最適なポイント倍率、クーポン金額を把握し、実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント時売上大幅UP</li> <li>自社セールでの売上増</li> </ul>

# ご支援事例：大手サプリメントメーカー様（アクセス数）

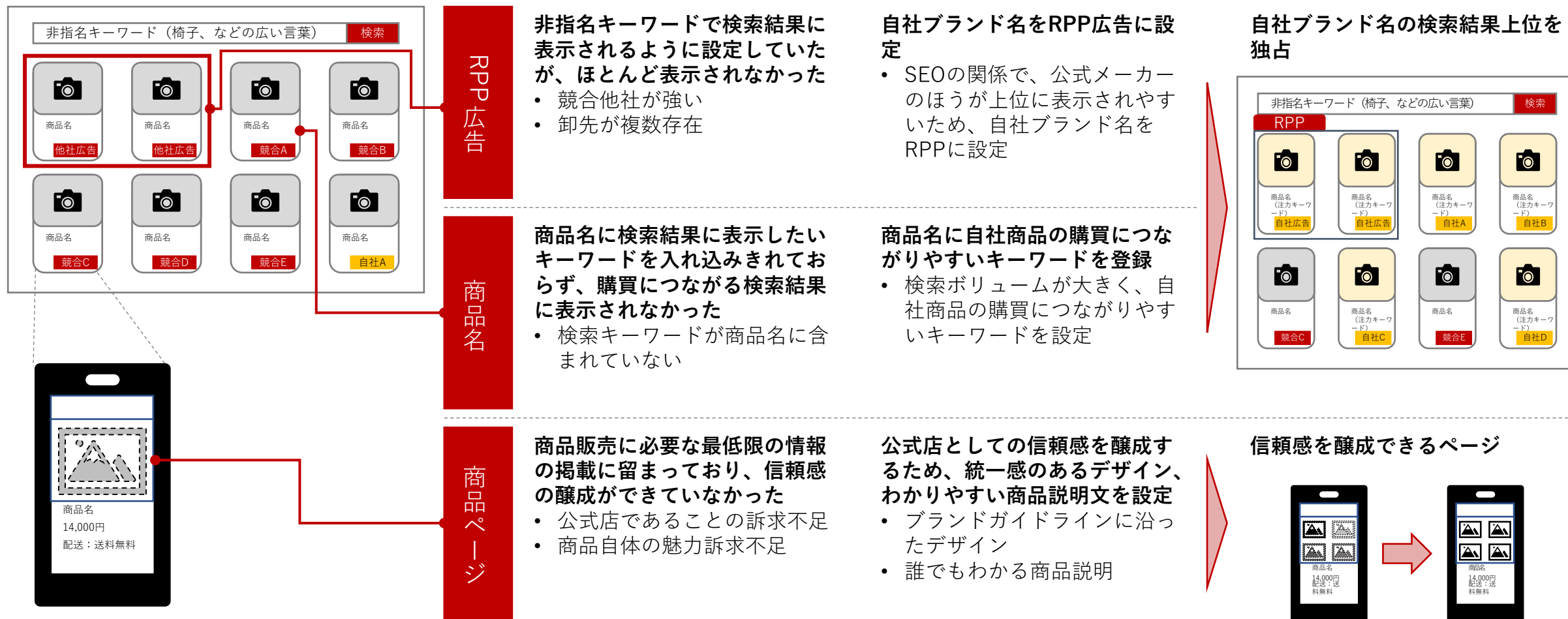
検索対策を行い、自社ブランド名で検索結果上位を独占することができ、売上アップに貢献できた

ご支援前

課題

ご支援内容

ご支援後



## ご支援事例：大手サプリメントメーカー様（CVR・客単価）

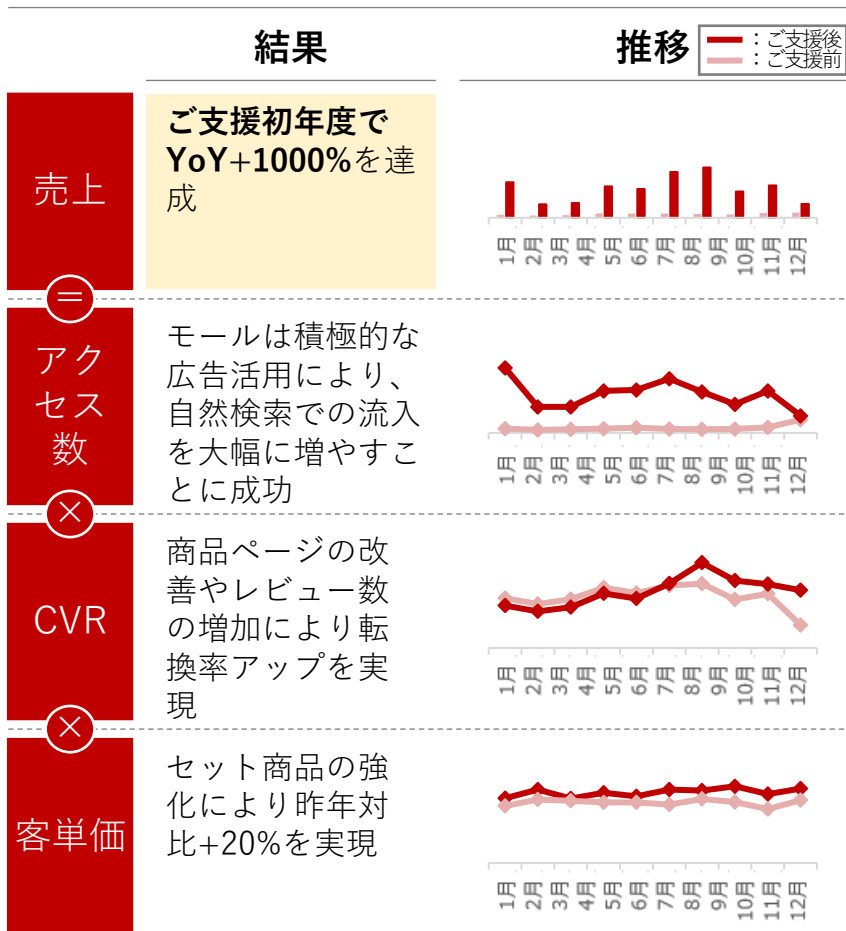
イベント時の価格調整や購入可能対象者を限定した特別セール、大容量商品の販売開始により、CVR・客単価の向上を実現

	課題	ご支援内容	結果	
			ご支援前	ご支援後
価格調整 SS時の	<p>公式メーカーであるため、値引きをこれまで実施してこなかった</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>卸先は値下げを実施しており、価格で勝てなかった</li> </ul>	<p>競合商品の価格を把握したうえで、価格調整を提案</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SSサーチに表示できるように、通常時の売上に影響が出ない程度の価格調整をご提案した</li> <li>競合商品に価格で負けないように、価格を調整</li> </ul>	<p>競合A ¥5,000 競合B ¥5,000 自社 ¥6,000</p> <p>自社商品価格が高い</p>	<p>競合A ¥5,000 競合B ¥5,000 自社 ¥4,980</p> <p>自社商品価格が最安</p>
対象者限定 特別セール	<p>公式メーカーであるため、一般向けにはセールをこれまで実施できていなかった</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>卸先への卸価格に影響があるため</li> </ul>	<p>対象者を限定した特別セールを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>対象者を限定することで、通常できないアウトレットセールを実施</li> <li>➢ 50%OFFなど</li> </ul>	<p>—</p> <p>モール全体のイベントのみ</p>	<p>Secret sale</p> <p>競合A ¥5,000 =&gt; ¥2,500 競合B ¥5,000 =&gt; ¥3,000 自社 ¥4,980 =&gt; ¥2,000</p> <p>特別セールを実施</p>
大容量商品	<p>これまでは売れ筋の容量が大きい商品は販売してなかった</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平均的な客単価の半額程度となっていた</li> <li>2個セットや3倍ぐらの容量で販売するのが通常の商品ジャンルだった</li> </ul>	<p>売れ筋商品の容量が大きい商品を販売</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大容量商品を扱うことで、単価アップ、利益額アップを実現</li> </ul>	<p>自社A ¥10,000 自社B ¥7,500 自社C ¥5,000</p> <p>1つの容量のみ</p>	<p>自社A ¥10,000 自社B ¥7,500 自社C ¥5,000</p> <p>大容量を販売</p>

# ご支援事例：老舗食品メーカー

ほとんどECのルールに沿った施策を打てていなかった状況で、基礎的なところから成果が出る施策を着実に実行することで、売上昨年対比+1,000%を達成

## 概要



## ご支援内容

	検索	広告	価格	ページ	販促	その他
ユーザーの動き	 まずは関連キーワードで検索	 目についたバナーをクリック	 ほしい商品の価格を確認	 商品ページを見て買うか最終判断	 クーポンやポイントで転換率UP	 イベントなどの要素を加味
支援内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>注力キーワードの洗い出し</li> <li>キーワードのページへの反映</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以下、広告を活用</li> <li>RPP広告</li> <li>クーポンアドバンス広告</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベントに合わせてキャンペーンを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>撮影を行い、サムネイル改修実施</li> <li>ストーリー性を意識してページ制作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>シーズナルイベントに合わせて、定期的実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>福袋の商品開発を提案</li> </ul>
結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社ブランド名、注力キーワードでの検索結果上位獲得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>費用対効果を維持しながら、広告出稿し、売上最大化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>転換率を向上（通常時の5倍）し、売上アップを実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「お歳暮」などのビッグワードで検索結果10位以内を実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>シーズナル期の売上を昨年対比10倍以上を達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1月の昨年対比+1,000%を達成</li> </ul>

## ご支援事例：老舗食品メーカー（イベント・シーズナル）

注力キーワードの選定により、検索結果の上位表示を実現、イベント時の広告によるアクセス増強、売上アップ。セット商品販売による単価向上を達成

課題

ご支援内容

結果

キーワード  
選定

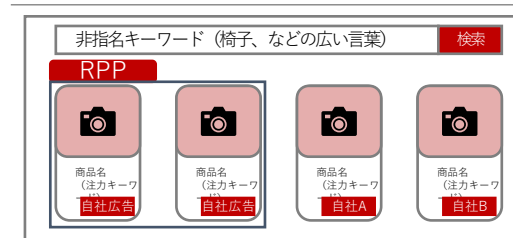
自社ブランド名以外で、検索結果上位に表示されない

- 非指名キーワードでは、ほぼ表示されない状態にあった

注力キーワード、シーズナル専用の検索キーワード洗い出し、SEO対策

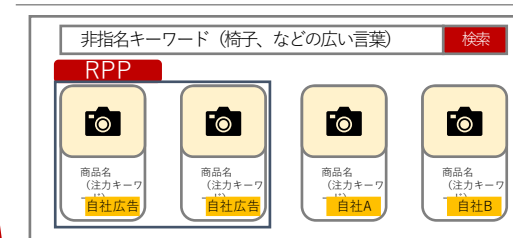
- 購入につながりやすいキーワードでのRPP広告出稿
- 商品名へのキーワード反映

ご支援前



検索結果に表示されない

ご支援後



非指名キーワードで上位表示

イベント  
の活用

イベント需要を全く取り込めていなかった

- 通常時とイベント時で施策を変えていなかった

イベントに合わせたキャンペーンの実施

- 競合他社のイベント内容を記録しておき、次回イベント時には競合他社よりも魅力的なキャンペーンを実施することを徹底
- お歳暮、母の日などのシーズナル対応

特に対応しない

Seasonal CPN



特別セールを実施

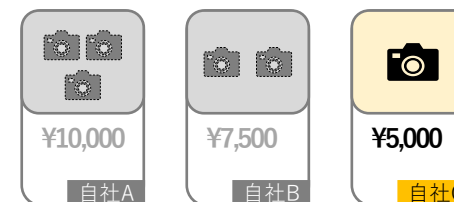
商品  
セット  
作成

単品での販売がほとんどで単価が低くなってしまっていた

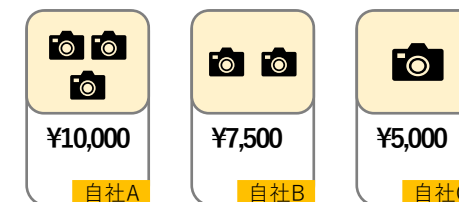
- 単品での単価が低く、売上があがりにくかった

セット商品開発、福袋セットの販売

- お試しセット
- ギフトセット
- 福袋セット



単品のみ



セットを販売

## EC全体へのテコ入れー老舗漬物メーカー様

京都の老舗漬物メーカーがご支援3か月で楽天市場での昨年対比1,000%を実現！  
3年間の長期間ご支援いただいています



株式会社大安様

インタビュー全文は[こちら](#)

大安様のECサイトはこちら

- [自社EC](#)
- [楽天市場](#)

コロナ前は、自社サイトと楽天市場を運営していましたが、ほとんど開店休業状態で、力を入れられていませんでした。この状況を打破するため、プロテナムさんの**豊富な経験とノウハウ**を頼りに、取り組みをスタートしました。

新型コロナウイルスの影響で、実店舗の売上が急激に減少しました。これまでの主力である直営店や百貨店への納入が減少する中で、新たな販路を模索する必要性を感じました。EC事業の強化がその解決策の一つであると判断しました。コロナ前は、自社サイトと楽天市場を運営していましたが、実際にはほとんど開店休業状態で、力を入れられていませんでした。この状況を打破し、EC事業の活性化を図るため、プロテナムさんの豊富な経験とノウハウを頼りに、取り組みをスタートすることにしました。

プロテナムさんのチームはまず現状をあらゆる観点で分析し、**実行施策を立案してくれました**。実行についても、**伴走してくださり、支援から3か月で数字面ではすでに驚くような改善が見られ、すでに3年ご支援いただいています**

プロテナムさんのチームが我々の現状を把握するための分析を行いました。自社サイトや楽天市場の運営状況、商品の魅力、競合他社の動向など、様々な要素を詳細に調査し、問題点を洗い出しました。その後、具体的な施策を立案し、プロテナムさんと協力しながら実行に移しました。具体的な施策としては、商品ページの改善、プロモーション戦略の見直し、自店舗にお客様を集めるための集客施策、その他顧客満足度向上の取り組みなどを行いました。モール内での集客施策については、広告運用方法を刷新し、徹底した検索対策により検索経由アクセスの増加を狙いました。また、自社ECについてもウェブサイトのリニューアルやプロモーション戦略の改善を行いました。

## 新規ECモール立ち上げ・運営支援－炭酸水メーカー様

オープンからご支援約1年で楽天市場・Yahoo!ショッピング合わせ月商4,000万円越え達成！



株式会社シナジートレーディング様

インタビュー全文は[こちら](#)

シナジートレーディング様のECサイトはこちら

- [楽天市場](#)
- [Yahoo!ショッピング](#)

店舗の初期構築～店舗運営まで一緒になって売上を伸ばしていただけるパートナーを探していました。需要期に合わせるためスケジュールが非常にタイトな状況だったのですが、オープンに向けてスピード感をもって取り組んでくれると言ってくれたのがプロテナムさんでした

プロテナムさんにご支援を受ける前までは、日本の卸業者様（家電量販店など）を経由してドリンクメイトなどの商品をEC上で販売いただいていた。しかし、本国のドリンクメイト社からより売上を伸ばすよう指示があり、自社でEC販売をコントロールする方針となりました。自社ECの運用は行っていましたが、楽天市場などECモールの運営は初めてで、社内にノウハウもなかったため、店舗の初期構築～店舗運営まで一緒になって売上を伸ばしていただけるパートナーを探していました。

支援開始から約1年が経過しますが、**店舗オープンから継続的に売上が伸びています。今年の夏の需要期も昨年対比を大きく伸長できました。正直、ここまで実績が出ていることに驚いています。**

楽天市場とYahoo!ショッピングにおける「ドリンクメイト公式店」の初期構築からページ作成、商品登録、広告運用、販促施策提案などECモール運営に関わる領域をほとんど担っていただいています。

週次で定例会も実施していただき、日次の売上推移や販促施策、広告効果などのフィードバックも細かにレポートいただいただき、分析に基づいたネクストアクションのご提案もいただいております。

## 新規でEC全般の立ち上げ・運営支援－炭酸水メーカー様

オープンからご支援約1年で楽天市場・Yahoo!ショッピング・Amazon合わせ月商1,500万円越え達成！



株式会社デルセージャパン様

インタビュー全文は[こちら](#)

デルセージャパン様のECサイトはこちら

- [自社EC](#)
- [amazon](#)
- [楽天市場](#)
- [Yahoo!ショッピング](#)

日本に事業を立ち上げた当初は、EC事業において十分な知見がなく、困難な状況に直面していました。しかし、幸いなことに**某有名ブランドの知人のご紹介により、プロテナムさんの支援を受けることができました**

日本に事業を立ち上げた当初は、EC事業において十分な知見がなく、困難な状況に直面していました。

アウトソースすることに正直抵抗がありましたが、信頼している方からきちんとした支援をしてくれるという評判でプロテナムさんをご紹介いただき、ご依頼することにしました。

**プロテナムさんの持つ知見・技術の真の強さを実感しています。ご支援により、デルセージャパンのビジネスは正しい方向にまっすぐ導かれ、売上を伸ばすことができます**

プロテナムさんの提案により、我々は様々な施策に取り組んできました。具体的な施策については、プロテナムさんから様々な角度からのご提案をいただき、その中から我々が最適なものを選択する形で進めています。その結果、本格的に売り上げを伸ばし始めた後は、わずか1年間で売上が昨対比で+100%を達成できました。売上0からスタートし、フランス本社からも高い評価を得ることができています。

## 楽天市場の運営支援ープロテインメーカー様

ご支援開始から3か月で昨年対比+100%達成！



株式会社 DNS様

インタビュー全文は[こちら](#)

DNS様のECサイトはこちら

• [楽天市場](#)

社内では人材リソース、EC モール知見不足という課題がありました。コスト感や提案内容などを比較してプロテナムさんにお任せさせていただきました

ECモールでの販売強化を進めようという中、社内では人材リソース、ECモール知見不足という課題がありました。ECモールでの改善を進めるため、EC運用のプロにお願いすることを決定し、コスト感や提案内容などを比較して、プロテナムさんにお任せしました。

**「RPP 広告の最適化」、「クリエイティブ作成と一貫した支援」、「店舗独自イベント提案」「市場調査や各種施策分析」、「プロテナムさまでしか入手できない成功事例・業界情報を展開いただける」この5つで大きな成果を挙げていただいています**

「RPP 広告の最適化」については、ご支援前と比較して、広告コストが22%削減されたのに対し、費用対効果（ROAS）が2~3倍になり、ROASが1,000%を越える月もありました。「クリエイティブ作成と一貫した支援」については、クリエイティブ作成と施策が連動していて効果検証もスムーズに行えることが非常に助かっています。「店舗独自イベント提案」については、独自イベント日における対象商品の売上比率が高くなっており、サプリメントやその他の商品の売上比率が伸長し、満遍なく当社商品をお客様にご購入いただけるようになりました。「市場調査や各種施策分析」を詳細に行っていただいております。独自イベントや金額条件でのプレゼント企画、クーポン別の新規比率などを細かく分析していただくことで「やって終わり」ではなく「継続すべきか」という判断までつながっています。最後に、「プロテナムさまでしか入手できない成功事例・業界情報を展開いただける」ことで、より売上の伸長につながっていると感じます。

## 自社サイトリニューアルー大手お菓子メーカー様

自社ECサイトの分析～リニューアルまで伴走！

共有シートで常に進捗確認できる透明性高い状態でのご支援を実施



チロルチョコ株式会社様

インタビュー全文は[こちら](#)

チロルチョコ様のECサイトはこちら

• [自社EC](#)

4～5年前に、コロナ禍でお店に来られないお客様向けに簡易的なECサイトを立ち上げ、その後ECを強化するため、本格的なサイトを立ち上げるといった状況でした。

立ち上げ当時は、ECサイトの作りこみについてはできるところまで自分で作ろうと思っていましたが、必要な作業はかなりのボリュームでとても大変な状況でした。

また、後に会社にCMOが入社され、ECに注力するという社内の流れがありコンサルをお願いすることになりました。

ネット検索で調べたところ、プロテナムさんの実績が目にとまり、問い合わせをしてみました。

当初は、サポート範囲が分からずどんな相談をしていいのか、どこまで作業依頼をしていいのか、といった状況でした。

弊社の場合、サイトリニューアルに向けて様々な分析をした上でサイト反映させていく流れだったので、分析中は共有シートで進捗状況が確認することができ、着実に分析が進んでいることが把握でき安心でした。

また、実装サポートの面では、なかなか手をつけられない細かい作業のサポートまでしてもらえて助かっています。

## 楽天のコンサルティング及び広告運用のご支援 日用品メーカー様

キーワードの見直しと設定、CPC調整を実施し、RPP/CAの両広告でROASを200%以上改善！



株式会社サンコー様

インタビュー全文は[こちら](#)

サンコー様のECサイトはこちら

- [楽天市場](#)

楽天の広告運用について、キーワードの設定やCPCの調整など自社内で適切な運用ができていない状況でした。

**運用型広告の運用に課題を感じ始めたタイミングでProteinum様を知り、楽天市場におけるコンサルティングと広告運用を任せさせていただく形となりました。**

広告運用については商品ごとにキーワードの見直しと設定をしていただき、キーワード別のCPCの調整を小まめに実施していただいております。結果としてもRPP広告、CA広告ともにROASは約200%改善され、広告経由のアクセス、売上増につながっています。

また、広告運用だけではなく、隔週での定例会でデータのレポートや分析をしていただくことによって、月間の広告費率に改善余地があるということが分かりました。

楽天のディスプレイ広告の効果分析から購入する枠の精査につながり、販促費の高騰を抑えることができ、その中で売上も各月対前年度比を+20%前後を達成する事ができています。

定期的なレポートや分析はもちろんですが、プロテナム様のご支援している他のクライアント様の成功事例の中から弊社の商材にもマッチする施策提案をいただき、それが成果につながっています。

今までこちらから情報を取りに行かないとご提案いただけないことが多かったのですが、「こういった施策ご存じですか？」と先んじて情報の提供をいただけるのは非常にありがたいです。

# Index

## 目次

01

楽天とは

About Rakuten

02

売上アップの考え方

Sales Growth Strategy

03

サービス概要

Service Overview

04

事例紹介

Case Studies

05

会社概要

Company Overview

## 会社概要

会社名	株式会社Proteinum（プロテーナム）
設立年月	2020年8月
本社	東京都港区新橋6丁目13-10 PMO新橋2F
資本金	9,000,000円
代表者	米沢 洋平
従業員数	36人
主要取引先	楽天グループ株式会社、アマゾンジャパン合同会社、第一三共ヘルスケア株式会社、ネスレ日本株式会社、アンカー・ジャパン株式会社、株式会社アデランス 他
取引銀行	三菱UFJ銀行、楽天銀行、さわやか信用金庫

## ECのトータルカンパニーとして、 ECがより身近な世界を創造する

経営コンサル、楽天、Amazon、ブランド出身者によって構成される、**EC事業に特化したコンサルティング会社**です



## メンバー紹介（抜粋）

### コンサルタント



代表取締役  
**米沢 洋平**

慶應義塾大学商学部卒業。楽天グループ株式会社、コンサルティングファームを経て、現職。  
3か月で売上を100万円から1,000万円を突破した店舗様やSOY店舗様の販売支援など幅広い経験をもつ。



**小野寺 克吉**

ネットショップ業界黎明期からディレクター、コンサルタントとして活動し、担当社数のべ300社を超える。自社ECサイトのコンサルティングや運営支援など知見が多く担当したコンサル案件10社の売上で3億円/月商を達成。



**樋口 智紀**

EC領域のコンサルファーム、戦略コンサルファームを経て、現職。ECにおいては3大モールを中心に自社ECサイト、auPAYマーケットなど幅広く担当。即信頼を獲得する人柄と細かなデータ分析スキルに基づく施策提案に定評がある。



取締役  
**渡邊 嵩大**

東京大学経済学部卒業。楽天グループ株式会社、日系コンサルティングファームを経て、現職。  
物流システムを含めたゼロからのEC立ち上げからマーケティング戦略の立案・実行まで、上流工程の設計・運用にも強み。



**伊東 瑞生**

ウェブマーケティング職を経て、現職。前職では各種ECサイトや採用サイトなどのWebマーケティング全般を担当。広告運用事業やメディア事業に携わり、SNS運用ではフォロワー10万人を達成するなど、幅広い経験をもつ。



**帯刀 伊織**

教職、教育系企業を経て、現職。前職では事業開発部や営業部に所属し、マネージャーとして営業チームのマネジメントと営業戦略の立案を中心に新規拠点の開拓や新規商材の開発、Webマーケティングなど幅広い業務に従事。

### 制作ディレクター



**渡邊 千春**

EC領域のコンサルファーム、産直ECプラットフォーム開発・運営会社を経て、現職。3大ECモールからアプリ開発などを伴う自社サイトの構築も支援。CVRを3倍に引き上げるなど圧倒的消費者視点によるページ改善が強み。



**伊藤 仁哉**

EC運用代行会社の制作・運營業務、マネジメントを経て現職。のべ数百社の運営支援に携わり、楽天SOY店舗や大手アパレルメーカーの運用を経験。キャリアに裏付けられたEC周りの横断的な知識に加え、RPA等の自動化業務に精通。



**宇和野 剛**

Webデザイナー、フロントエンドエンジニア歴10年以上。アパレルやスポーツなど大手ブランドのECサイト制作に携わり、ユーザー視点の設計と技術力で成果を出すサイト構築を得意とする。

# 弊社のご支援実績

豊富なご支援実績がございます。



## 当社の強み

これまで多数のクライアント様をご支援させていただき中で、以下の点でご評価いただいております。



### 大手メーカー様含めた 豊富なご支援実績

- 国内大手メーカーから中小企業まで、幅広い業種・規模のクライアント様をサポート
- 様々な業界での実績があり、業界特有の課題解決に強みを持つ
- 年間100社以上の企業様のEC運用を支援し、業界トップクラスの実績を誇る



### 豊富なノウハウ

- 延べ300社を超えるご支援経験と実績を通じて蓄積した独自のメソッドとデータベース
- 最新のトレンドやアルゴリズムの変化に即応し、売上向上に直結する実践的なノウハウを提供
- 定期的な社内共有によりナレッジを常に最新化



### 体制面/コンサルクオリティの高さ

- 元ECプラットフォーム社員や業界トップレベルの専門家で構成されたコンサルタントチーム
- 専任制で一貫したサポート体制を整え、クライアント様ごとの課題に深く向き合う
- 徹底したデータ分析と実績に基づく提案で、高い成果を実現

## 各社との相互連携

楽天市場とAmazonとの強固なパートナーシップを結んでおります。  
商品・戦略に合ったモール・カート選定から構築完了まで、ワンストップで対応可能です。


**Rakuten RMS** Service Square

**amazon**


もちろん、その他のショッピングカートやモールにも対応しております。

**Rakuten**

**YAHOO!** ショッピング  
JAPAN

 PayPay モール

**amazon**

 **shopify**

**MakeShop**  
by GMC

 **futureshop**

## 独自の取り組み

自社独自の取り組みとして、以下の3点を行っております。

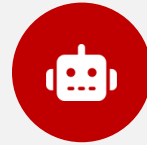


### 書籍出版

ECモールの売上アップに関する書籍を出版  
管理画面の操作方法や、支援実績を基にした効果的な販売戦略など網羅的に紹介。



<https://amzn.asia/d/0emrlsED>



### SaaS開発

AI搭載で楽天RPP広告の自動調整システム「ECPRO」を提供

RPP広告の月額広告費に応じた料金設計で5,000円/月～利用可能（1週間の無料トライアル実施中）

特許出願中！

RPP広告運用は、  
AI搭載の  
ECPROで自動化。

RPP広告運用は、ECPROにまるとお任せ。  
RPP広告の自動調整、掲載枠ごとのCPC確認、効果測定のリポート蓄積に対応しています。



### 自社物販

楽天市場でグラノーラを販売しており、徹底的なSEO対策や広告、アフィリエイトの活用で垂直立ち上げに成功



ジャンル一覧	リアルタイム	デイリー	週間	月間		
総合	1-80位	81-160位	161-240位	241-320位	321-400位	>>
パン・シヤム・シリアル						
シリアル						
コンフレーク						
オートミール						
ミューズリー						
グラノーラ						
玄米フレーク						
ブラン						
その他						

リアルタイム	デイリー	週間	月間
1位	1位	1位	1位
甘酒グラノーラ	甘酒グラノーラ	甘酒グラノーラ	甘酒グラノーラ
AMAGURA 糖質 低糖質 グラノーラ 糖質オフグルテンフリー オートミール 無添加			
1,592円			



**Thank you so much for your kind attention.**