

# Yahoo!ショッピング 支援サービス資料

株式会社Proteinum



# Index

目次

01

**Yahoo!**  
**ショッピングとは**  
About Yahoo! Shopping

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

**Yahoo!**  
**ショッピングとは**  
About Yahoo! Shopping

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

## Yahoo!ショッピングとは

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。

※1:<https://ecclab.empowershop.co.jp/archives/82303>

※2:[https://www.netratings.co.jp/news\\_release/2024/07/Newsrelease20240725.html](https://www.netratings.co.jp/news_release/2024/07/Newsrelease20240725.html)

## Yahoo!ショッピングの4つの特徴

Amazon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

### 出店コストの低さが魅力

- 初期/月額費用が無料  
(※一部有料オプションあり)
- 成果報酬型で、コストを抑えた出店が可能
- 小規模事業者・個人事業主の参入がしやすい

2

### ソフトバンク・PayPay 経済圏との連携

- LYPプレミアムユーザー向けキャンペーン多数
- PayPay残高払いによる決済ユーザーが増加傾向
- Yahoo! JAPANトップページからの導線が強い
- PayPay連携による集客効果あり

3

### 販促イベントと連動性

- 「5のつく日」や「超PayPay祭」など定期的な販促企画
- PayPayポイント還元が大きな購買動機に
- イベント参加による短期売上アップが狙いやすい

4

### 店舗運営の自由度とサポート

- 商品ページやバナーのカスタマイズ性あり
- 出店者向けの管理ツールやデータ分析機能が充実
- 初心者でも運営しやすいUIとサポート体制

# Index

目次

01

Yahoo!  
ショッピングとは  
About Yahoo! Shopping

02

売上アップの考え方  
Sales Growth Strategy

03

サービス概要  
Service Overview

04

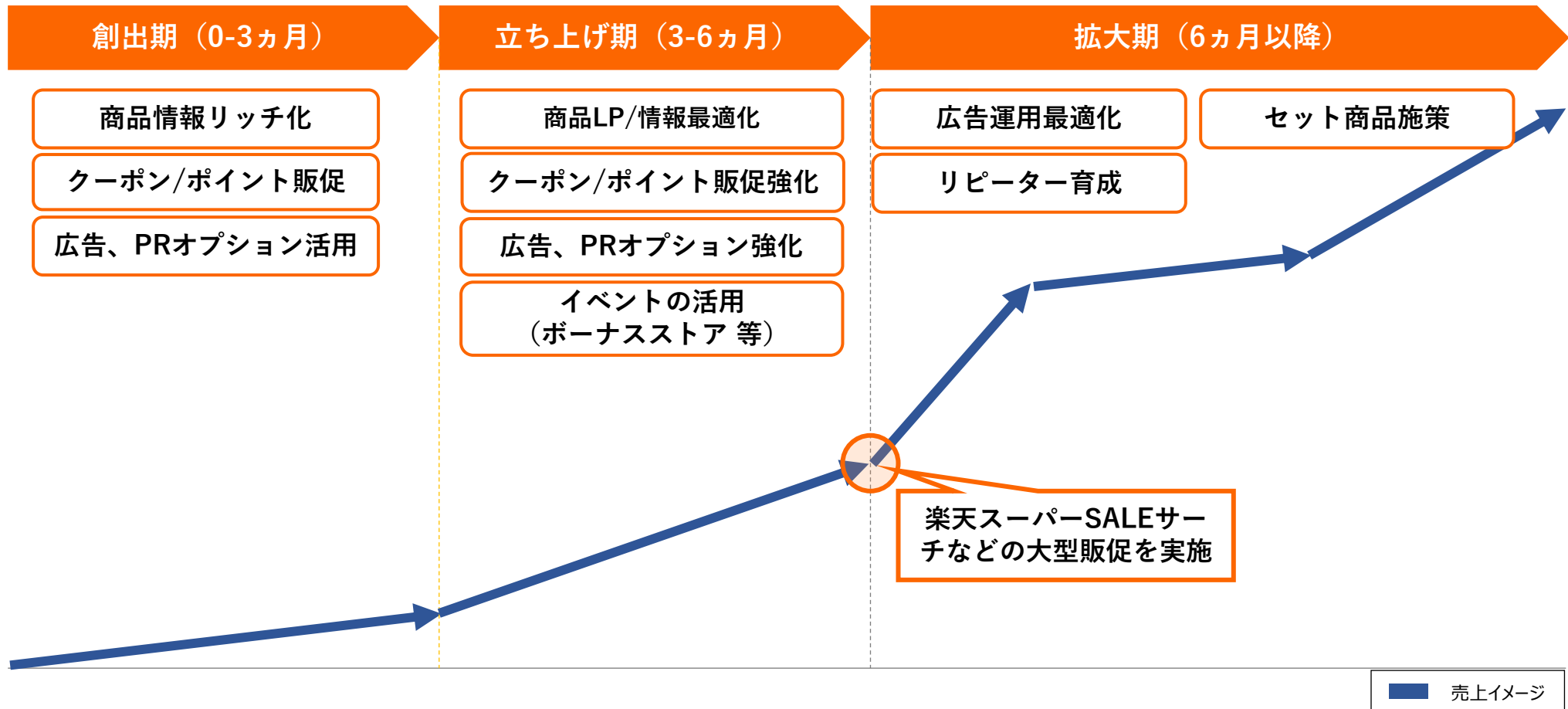
事例紹介  
Case Studies

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6つのポイント

Amazonで売上を上げるためには、以下6つのポイントを抑えることが必須となります。

01



商品選定

販売する商品を選定

- 市場/競合調査

02



商品情報の最適化

商品の魅力をいかに伝えられているか

- キーワード選定
- 商品情報最適化
- 商品画像改修
- ページ内動画設置

03



在庫・配送

配送品質の向上

- 優良配送の獲得

04



販促・マーケティング

商品露出と  
索結果画面の表示

- アイテム/ブランドリーチ広告強化
- PRオプション料率引き上げ
- ボーナストア参加

05



商品価格

最安値設定による  
カート獲得

- 競合調査
- 価格設定
- クーポン/ポイント実施

06



レビュー

継続的なレビュー  
依頼

- レビューキャンペーンの実施

## 商品情報最適化：商品名、キャッチコピー

商品名・キャッチコピーにキーワードを入れ込んでいきます。入れ込む際は以下の点を意識しましょう。

### 商品名・キャッチコピーの表示箇所

ご飯はもちろん、お酒にもとってもよく合う1品です。  
いづりがっご ミニ

★★★★★ 4.42 (12件の商品レビュー)

項目別評価  
食感 很满意、少し很满意、普通、少し落ちる、落ちる

ユーザーのレビューを見る

価格(税込)  
**725円**

+ 送料990円(東京都)  
同一ストア10,000円以上で送料無料 対象商品を見る  
※条件により送料が異なる場合があります。

1%獲得 (6円相当) 内訳

ログインして獲得ポイントを確認する

### 取るべきアクション

①

重要なキーワードは商品名の前のほうに入れる

②

キャッチコピーにも上位表示させたいワードを入れる

③

商品名は半角100文字以内にする

④

複合ワードは続けて入力

検索窓で選定したサジェストワードはそのまま入れるよう  
(例：プロテイン 1kg)

⑤

減点になる記号は使用しない

[] []!★☆☆ 《》 ◆ <> ♪ ○ ◎ ※ ◇ □ △ ▲ ▼ ▽  
これらは使用すると減点対象となる

## 商品情報最適化：商品情報（内容、原材料等）

商品名・キャッチコピーの次は商品情報にも上位表示をさせたいワードを入力していきます

### 商品情報の表示箇所



#### 商品情報

いぶした大根を漬けた秋田名産いぶりがっこ

【内容量】 260g

【原材料名】 干し大根 漬け原材料（天日塩、米ぬか、砂糖） 酒精、調味料（アミノ酸）  
甘味料（スクラロース、カンゾウ抽出物） 酸味料

【アレルギー表示】

【梱包・包装】 真空パック

### 取るべきアクション

①

**商品情報は最大1,000文字まで入力可能**  
商品名やキャッチコピーに入れられなかったキーワードを入れ込む

②

**キーワードの羅列ではなく、自然の文字で**  
羅列にしまうと、上位表示の減点となる

③

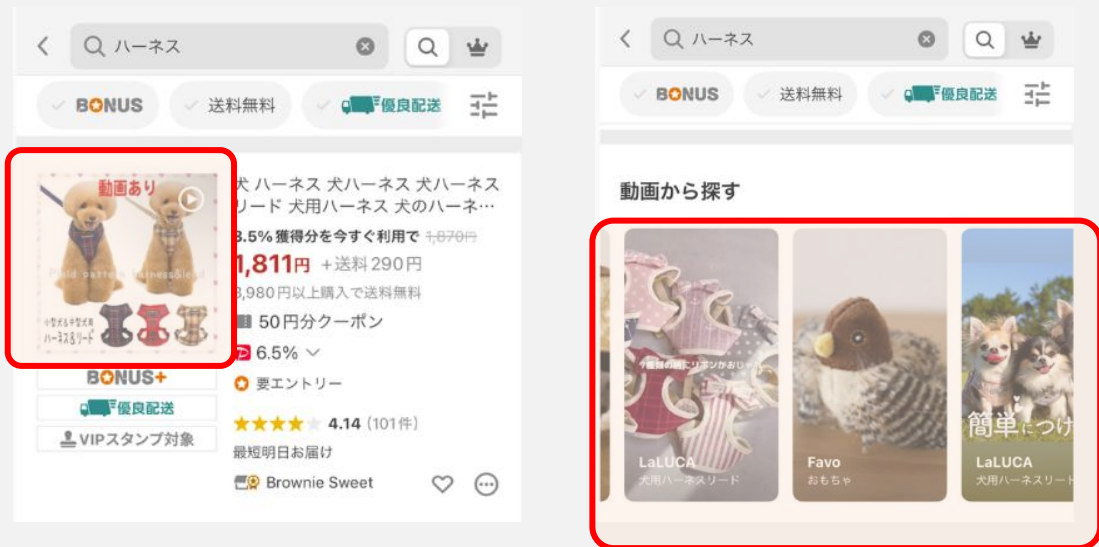
**サイズ、内容量、重さなどのスペック情報も商品情報に追加**  
このような内容も記載することで上位表示されやすくなる

## 商品情報最適化：商品紹介動画の活用

商品紹介動画を商品ページに設定する事で、サムネイル上で動画訴求可能になりCTR向上が見込めるほか、検索結果の「動画から探す」に掲載されるようになるため露出増加に繋がります。

### 検索結果での動画露出

- ・サムネイル上で動画訴求ができ、CTRの向上に繋がる。
- ・「動画から探す」に掲載されるため露出増にも繋がる。



### 商品紹介動画レギュレーション

#### 商品紹介動画・縦型動仕様

- 縦横比率：9:16（縦長）
  - 動画サイズ：1080ピクセル×1920ピクセル  
※720×1280でも可
  - ファイル尺：最大60秒程度
  - ファイルサイズ：200MB以内
  - 画素数：480×854以上

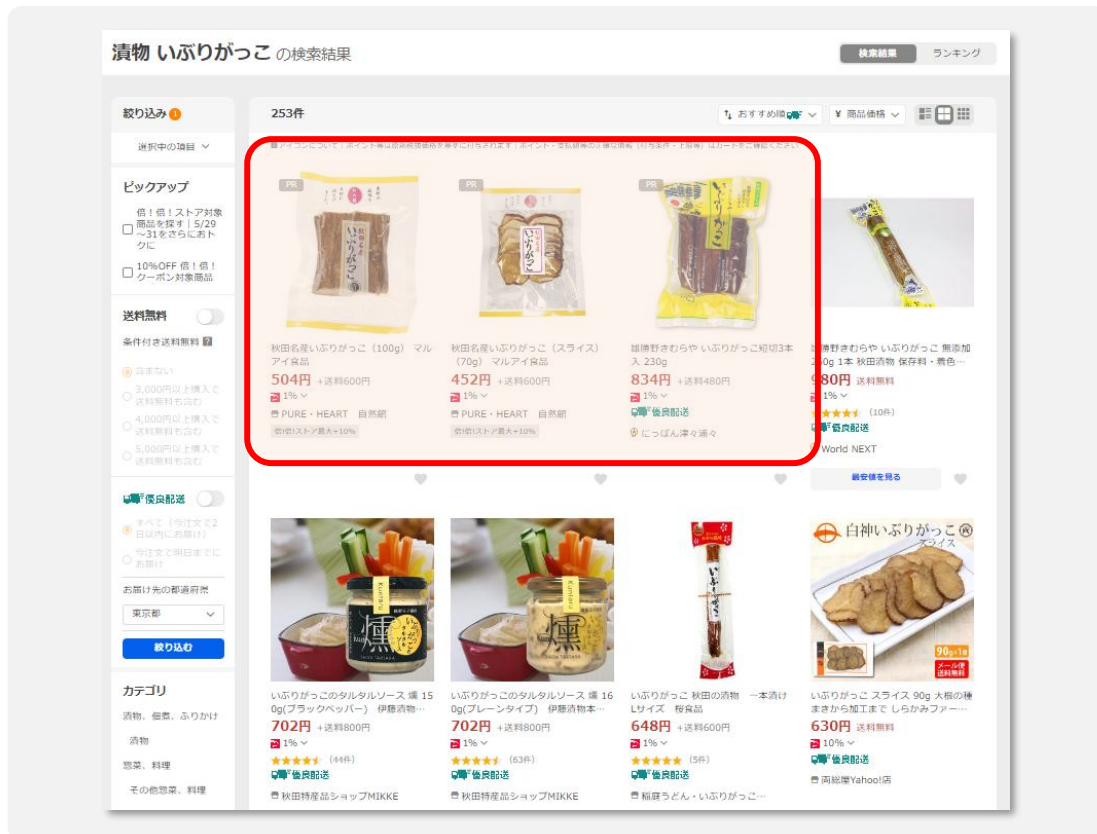
#### 商品紹介動画・縦型動仕様

- 縦横比率：16:9（横長）
  - 動画サイズ：1920ピクセル×1080ピクセル
  - ファイル尺：最大60秒程度
  - ファイルサイズ：200MB以内
  - 画素数：854×480以上

## 販促マーケティング：アイテムリーチ広告

アイテムリーチ広告を活用する事で検索上位に表示させることが可能に。露出を強化して売上を向上させることで自然検索順位の向上を狙います。

### アイテムリーチ広告の主な表示箇所



### アイテムリーチ広告出稿に必要な調整

①

#### 予算の設定

日次1,500円~/月次5万円~

②

#### 出稿対象商品の選定

利益率・在庫・レビューで優先順位づけ

③

#### 入札金額の設定

目安CPC非表示のため、  
カテゴリ実績と自店の目標ROASで調整

## 販促マーケティング：アイテムリーチ広告 – CPCの考え方

商品やキーワードごとにCPCを設定することで、商品購入につながりやすいアクセスを獲得することが可能です。

### 最低限の価格で設定

### 効果測定の確認

### 商品・キーワードCPC調整



キーワード	消費額	広告売上	ROAS
A	100	600	600%
B	200	1000	500%
C	400	40	10%

キーワード	消費額	広告売上	ROAS
A	100	600	600%
D	200	2000	1000%
E	400	40	10%
除外			

- まずは設定できる加減予算で設定
  - 徐々に引き上げる前提で設定する

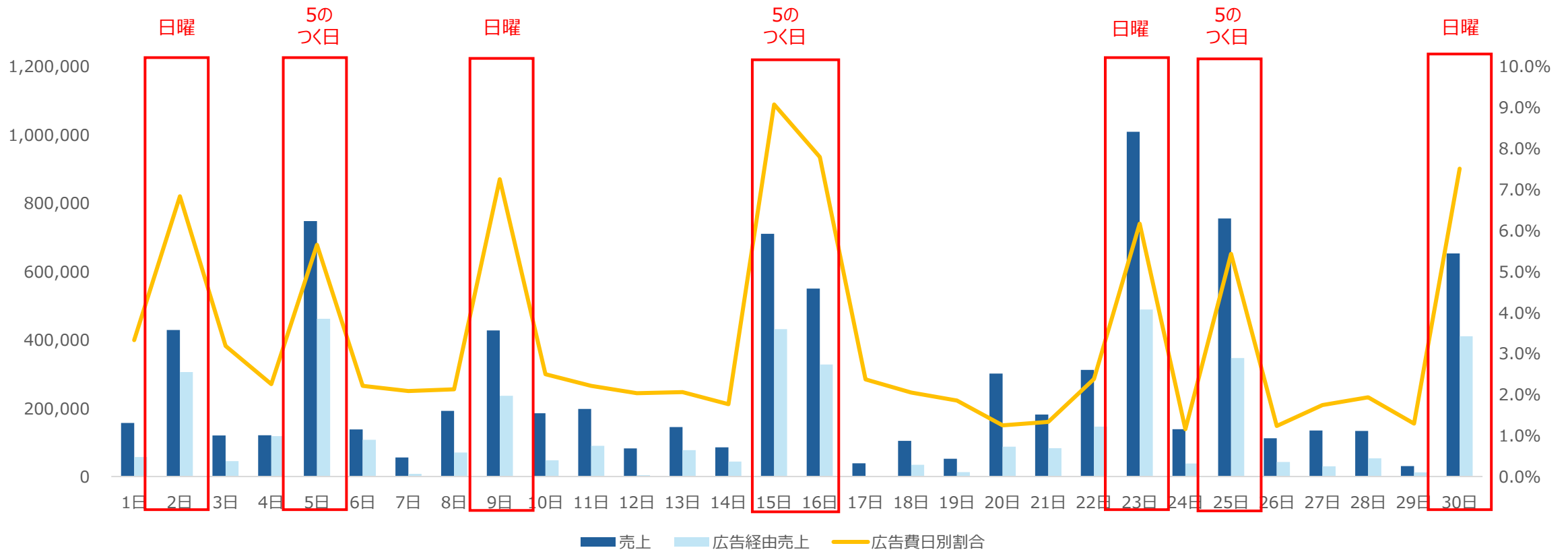
- 効果測定を確認
- 売上が上がっている商品やキーワードのなかで、**自社の基準に対し、ROASが高いもののCPCを引き上げる**
- ROASが低いものはCPC引き下げ、除外を検討する

- 配信後1週間以上経過したら、効果測定を確認
- 効果がよい商品・キーワードのCPCを上げる
- **効果が悪い商品・キーワードは除外を検討**

## 販促マーケティング：アイテムリーチ広告

非イベント日とイベント日にはモールへの流入数や転換に大きな差分が生じます。イベント日に露出・集客最大化を図るために日予算を引き上げ、非イベント日は費用を抑えることで効率的な広告運用が可能になります。

### 日次広告費割合推移イメージ



# 具体施策例

調査	認知	検索	サイト訪問			レポート	
			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	PRオプション	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	YDA/YCA	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	ソリューションパッケージ	広告運用	機能紹介	ランキング情報	商品別クーポン	メルマガ限定セール	LINE
購買データ分析		アイテムリーチ(商品)広告	写真背景	権威付け	時間限定クーポン	クーポン	LSEGでセグメント
CAC		アイテムリーチ(KW)広告	キャッチフレーズをいれる	セット商品訴求	新規顧客用クーポン	既存顧客用クーポン	
LTV		ブランドリーチ広告	アイコン	大容量セットへの導線	ポイント	LINE	
新規数		イベント	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	LINE登録促進バナー	
F2転換率		ボーナスストアPlus	クーポン	組み合わせ販売設定	24時間限定ポイント	LINE友達登録用にクーポンを発行する	
流入分析		超PayPay祭	ポイント変倍	ギフト対応	商品レビュー	項目選択肢追加	
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	リッチメニュー4面	
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	カードタイプメッセージ	
広告運用データ			タグID	回遊導線	ファンくるの活用	LINE限定セール	
データ確認			二重価格表記	関連商品への導線設定		同梱物	
設定確認				キャンペーンバナーの設置		パンフレット	
						キャンペーン告知	

# Index

## 目次

01

Yahoo!  
ショッピングとは  
About Yahoo! Shopping

02

売上アップの考え方  
Sales Growth Strategy

03

サービス概要  
Service Overview

04

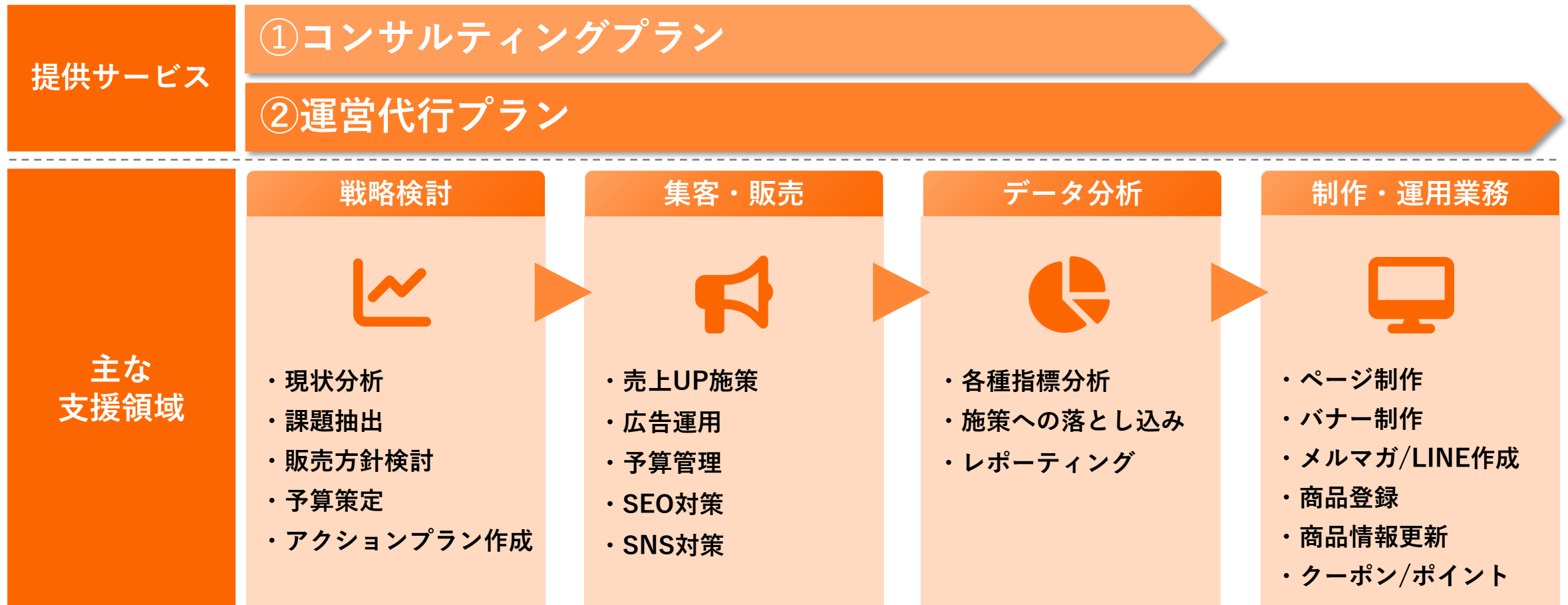
事例紹介  
Case Studies

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② | 集客・販売

以下、集客・販売サービス範囲の一例です。

## SEO/検索対策

商品名/キャッチコピーのみならず、PC販売用説明文やカテゴリ最適化も実施し、楽天市場内での自然検索順位を向上させます。

## 広告調整

以下は商品ごとの利益率をもとに限界CPC/ROASを算出するレポートイメージです。

商品管理番号 (商品URL)	商品名	客単価	想定転換率	利益率	利益額	必要クリック数	限界CPC	実績CPC	限界ROAS
3000		8.0%	50.0%	1,500	13	120	100	200%	
1000		12.0%	50.0%	500	8	60	50	200%	
2000		10.0%	50.0%	1,000	10	100	90	200%	
3000		8.0%	50.0%	1,500	13	120	100	200%	
1000		12.0%	50.0%	500	8	60	50	200%	
2000		10.0%	50.0%	1,000	10	100	90	200%	
3000		8.0%	50.0%	1,500	13	120	100	200%	
1000		12.0%	50.0%	500	8	60	50	200%	
2000		10.0%	50.0%	1,000	10	100	90	200%	
3000		8.0%	50.0%	1,500	13	120	100	200%	
1000		12.0%	50.0%	500	8	60	50	200%	
2000		10.0%	50.0%	1,000	10	100	90	200%	
3000		8.0%	50.0%	1,500	13	120	100	200%	
1000		12.0%	50.0%	500	8	60	50	200%	
2000		10.0%	50.0%	1,000	10	100	90	200%	
3000		8.0%	50.0%	1,500	13	120	100	200%	
1000		12.0%	50.0%	500	8	60	50	200%	
2000		10.0%	50.0%	1,000	10	100	90	200%	
3000		8.0%	50.0%	1,500	13	120	100	200%	

## ページ改善

LP/商品ページのABテスト、レビュー活用による継続的な改善でCVRを向上させます。

【主な変更点】 (50aについて)  
一番上のレビューは削除し、2番目以降を以下に変更

- ★ 高評価な口コミも少なくともも増やしたいです。少なからず高評価の口コミを増やして、検索で見ただけなら止まらなくなりました。検索順位も多少は上がり、高評価はほとんどなくも少しは増えれば期待できるかなと思います。インに寄せたりアリスに誘ったり拡声に入れたりもします。
- ★ せからちみお 商品のレビューが1つ増えました。ありがとうございます。引き続きよろしくお願いします。 [https://www.amazon.co.jp/customer-reviews/R3G6M9K2Z2F2A/ref=cm\\_cr\\_dp\\_d\\_review\\_11785ASIN-B00P931FD](https://www.amazon.co.jp/customer-reviews/R3G6M9K2Z2F2A/ref=cm_cr_dp_d_review_11785ASIN-B00P931FD)
- ★ 【主な変更点】 (50bについて) 以下に変更
- ★ 高評価な口コミを増やしたいです。少なからず高評価の口コミを増やして、検索で見ただけなら止まらなくなりました。検索順位も多少は上がり、高評価はほとんどなくも少しは増えれば期待できるかなと思います。インに寄せたりアリスに誘ったり拡声に入れたりもします。
- ★ せからちみお 商品のレビューが1つ増えました。ありがとうございます。引き続きよろしくお願いします。 [https://www.amazon.co.jp/customer-reviews/R3G6M9K2Z2F2A/ref=cm\\_cr\\_dp\\_d\\_review\\_11785ASIN-B00P931FD](https://www.amazon.co.jp/customer-reviews/R3G6M9K2Z2F2A/ref=cm_cr_dp_d_review_11785ASIN-B00P931FD)
- ★ 【主な変更点】 (50cについて) 以下に変更
- ★ 高評価な口コミを増やしたいです。少なからず高評価の口コミを増やして、検索で見ただけなら止まらなくなりました。検索順位も多少は上がり、高評価はほとんどなくも少しは増えれば期待できるかなと思います。インに寄せたりアリスに誘ったり拡声に入れたりもします。
- ★ せからちみお 商品のレビューが1つ増えました。ありがとうございます。引き続きよろしくお願いします。 [https://www.amazon.co.jp/customer-reviews/R3G6M9K2Z2F2A/ref=cm\\_cr\\_dp\\_d\\_review\\_11785ASIN-B00P931FD](https://www.amazon.co.jp/customer-reviews/R3G6M9K2Z2F2A/ref=cm_cr_dp_d_review_11785ASIN-B00P931FD)
- ★ 【主な変更点】 (50dについて) 以下に変更
- ★ 高評価な口コミを増やしたいです。少なからず高評価の口コミを増やして、検索で見ただけなら止まらなくなりました。検索順位も多少は上がり、高評価はほとんどなくも少しは増えれば期待できるかなと思います。インに寄せたりアリスに誘ったり拡声に入れたりもします。
- ★ せからちみお 商品のレビューが1つ増えました。ありがとうございます。引き続きよろしくお願いします。 [https://www.amazon.co.jp/customer-reviews/R3G6M9K2Z2F2A/ref=cm\\_cr\\_dp\\_d\\_review\\_11785ASIN-B00P931FD](https://www.amazon.co.jp/customer-reviews/R3G6M9K2Z2F2A/ref=cm_cr_dp_d_review_11785ASIN-B00P931FD)

※図表の数値はすべて加工しております

# 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。

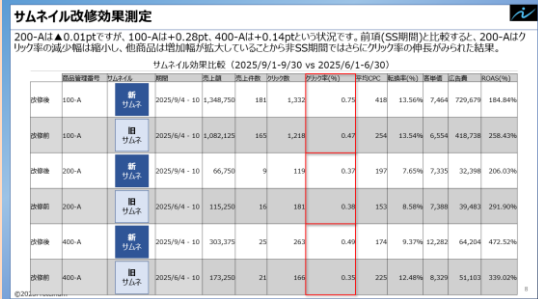
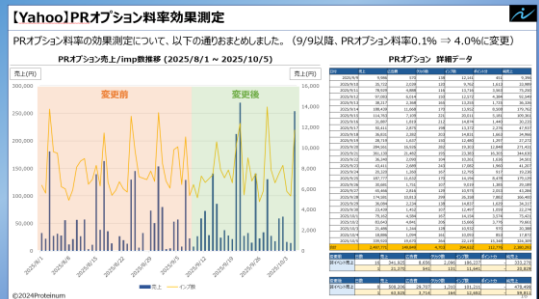
## レポートング

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                     <ul style="list-style-type: none"> <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> </ul> </li> <li>直近1年の既存人数比率は約44.5%</li> <li>卸先店舗が上表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                     <ul style="list-style-type: none"> <li>キーワードや競合を踏まえたページ改善</li> <li>新規顧客の拡大                             <ul style="list-style-type: none"> <li>広告配信手段の選定(新規獲得率を重視)</li> </ul> </li> <li>公式店としての訴求を強化し、顧客の売上を拡大(指名・非指名含む)</li> </ul> </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>RPPや広告表示は約25%の予算を低下</li> <li>CTRが減少傾向</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SEO対策の実施                     <ul style="list-style-type: none"> <li>商品名、商品価格最適化</li> <li>広告運用の最適化/見直し</li> <li>サムネイルの見直し(訴求内容の整理)</li> <li>RPP広告のキーワード追加/削除</li> <li>月予算の見直し</li> </ul> </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>売上で商品レビュー数50件を超えている</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>競合調査の実施、リテラシー商品ページの見直し                     <ul style="list-style-type: none"> <li>キーワード、ポイント実装の調整と検証</li> <li>商品ページ/画像の改善</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> </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>M&amp;MがLINE配信の設計、検証</li> <li>LINE配信キャンペーンの検討(クーポン発行含む)</li> <li>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)</li> <li>クーポン(3/5, 10のみ) → 新規向け10%OFF(A製品のみ)</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申込が引きあがるか</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) / 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)</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, 3/23)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポイント → なし</li> <li>クーポン → なし</li> </ul>	

※図表の数値はすべて加工しております



## 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。

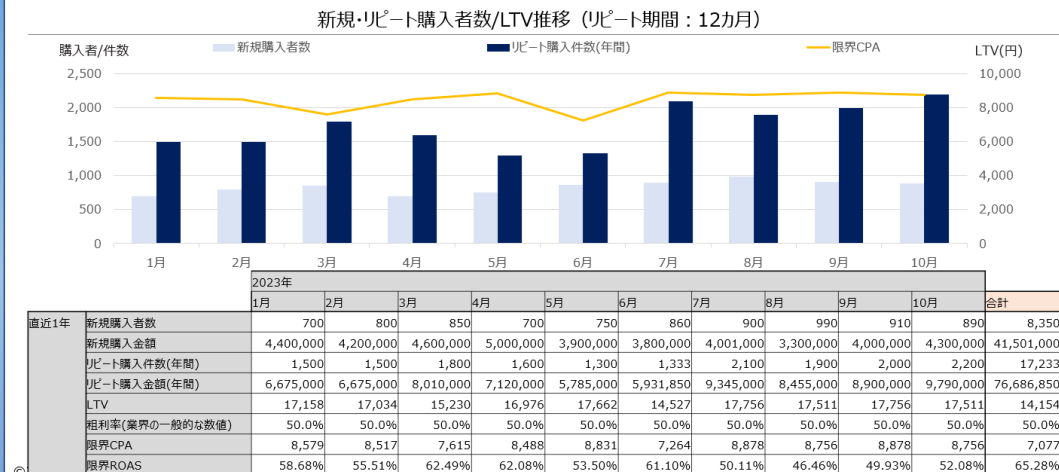
### LTV分析を用いて限界ROASを加味した広告チューニング

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。

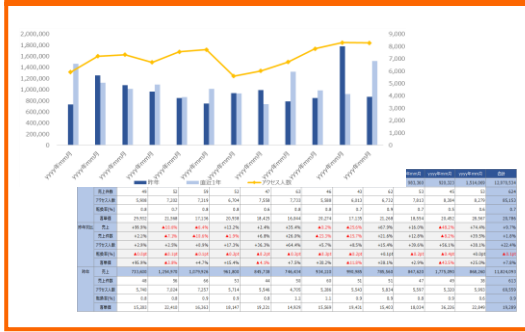


# 初期分析イメージ

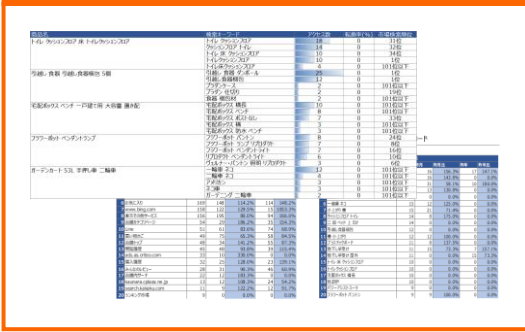
## NDAのご締結及びアカウントの権限付与後にデータ分析を実施し、貴社の現状に合わせた施策のご提案とシミュレーションを作成いたします。

### 初期分析

#### 主要指標



#### アクセス

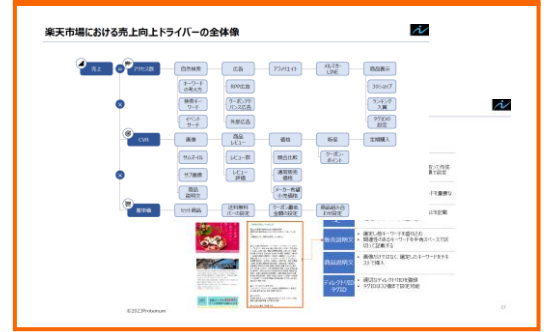


#### 広告効果

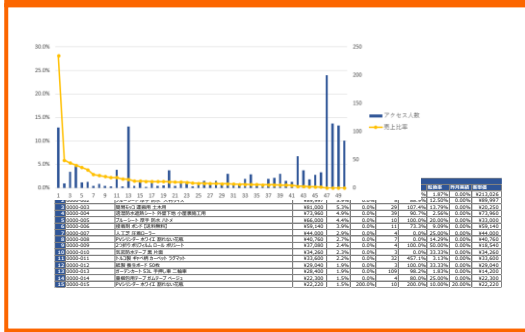


### 施策方針/予算計画

#### 施策方針



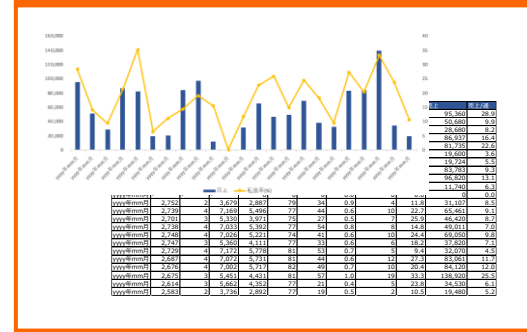
#### 商品別



#### 顧客



#### メルマガ/LINE分析



#### 予算計画

項目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年
売上高	1,000,000	1,200,000	1,500,000	1,800,000	2,100,000
広告費	200,000	250,000	300,000	350,000	400,000
人件費	500,000	550,000	600,000	650,000	700,000
経費	100,000	110,000	120,000	130,000	140,000
利益	200,000	290,000	380,000	470,000	560,000

# Index

目次

01

Yahoo!  
ショッピングとは  
About Yahoo! Shopping

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

## 新規ECモール立ち上げ・運営支援ー炭酸水メーカー様

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）を經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していただき、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・運営支援ー炭酸水メーカー様

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。

## 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。

## 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、問い合わせを試してみました。

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って助かっています。

## 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

Yahoo!  
ショッピングとは  
About Yahoo! Shopping

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

## 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。

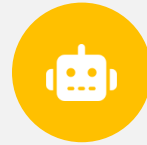


### 書籍出版

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、効果測定レ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



# 自社ツール紹介、他社にはないという訴求は入れたい

弊社からのご案内

## AWC独自開発の広告運用ツール

AWCで独自開発した様々な運用補助ツールを活用することで、きめ細やかな調整・運用を行います。

帽子 hathomes
帽子 冬
帽子 撥水
帽子 冬 レディース
帽子 ハット

### CPC自動調整ツール

- ・楽天RPP広告のCPC単価を自動で調整可能
- ・5と0のつく日やお買い物マラソンなどの特定日に対応
- ・土日・祝日など、露出を強化したいタイミングを事前に設定
- ・イベント時の表示機会損失を防ぎ、成果の最大化に貢献
- ・手動運用の手間を減らし、作業効率を大幅に改善

### サジェスト表示ツール

- ・特定キーワードを楽天検索のサジェスト欄に表示させることが可能
- ・自社名や商品名を表示させることで、認知拡大や再検索を促進
- ・キーワードへの大量アクセスを誘導し、検索候補として上位表示
- ・認知フェーズの商品やキャンペーン時の導線強化に効果的
- ・自然検索からの流入率向上やブランド露出の拡大に貢献

Copyright © ALL WEB CONSULTING. All Rights Reserved. 38

## AWC独自開発の調査・分析ツールのご紹介②

AWCで独自開発した様々な調査分析ツールを活用することで、通常だと取得できないデータ分析を行います。

商品名	キーワード	自然検索順位	100位まで	キーワード	順位	順位
多岐アパレルショップ 楽天市場店	フィッティング マスク	1位	3位	1位	1位	2位
多岐アパレルショップ 楽天市場店	フィッティング	1位	1位	1位	1位	2位
多岐アパレルショップ 楽天市場店	フィッティング マスク 犬舎	1位	3位	2位	1位	2位
多岐アパレルショップ 楽天市場店	物入 マスク 犬舎	1位	4位	2位	1位	2位
多岐アパレルショップ 楽天市場店	お菓パン	1位	3位	3位	1位	2位
多岐アパレルショップ 楽天市場店	デジタルカメラ	2位	1位	1位	1位	2位
多岐アパレルショップ 楽天市場店	ひざ 膝サポーター	2位	2位	1位	1位	2位

### 検索順位調査ツール

- ・楽天市場内での検索順位を毎日自動取得し、変動をモニタリング
- ・タイムセールや商品名の変更による順位変化を追跡可能
- ・検索ボリューム調査ツールと組み合わせ、狙うべきキーワードを発見
- ・ボリュームがありCVRが高いのに順位が低い「ポテンシャルが高いキーワード」を特定できる

キーワード	検索結果数	検索結果数(ショップ)
ハーネス	716157	50
ハーネス 小型犬 抜けにくい	3265	50
ハーネス 犬	78056	50
ハーネス 子犬用	2837	50
ハーネス 中型犬	20390	50
ハーネス 中型犬 抜けにくい	2220	50
ハーネス 中型犬 犬用	1403	50
抜けにくいハーネス 犬用	188	5
抜けにくいハーネス	5125	5
ハーネス 小型犬 抜けにくい マラソン用	195	50
抜けにくい ハーネス 小型犬 マラソン用	687	50
ハーネス 犬 ハーネス	7059	50
ハーネス 犬 幼犬	430	50
ハーネス 犬 おしゃれ 小型犬	1864	50
ハーネス 犬 革	664	4
犬ハーネス かわいい	20583	50
犬ハーネス カワイイ	1360	50

### サジェストキーワード分析ツール

- ・楽天のサジェストキーワードが商品名にどれだけ含まれているか一覧化
- ・サジェストキーワードは検索頻度が高く、商品名に入っていないと露出機会を逃す可能性あり
- ・含有率を把握することで、商品名の最適化とSEO強化が可能
- ・流入の機会損失を防ぎ、検索結果での上位表示を後押し

CONSULTING

弊社からのご案内

## AWC独自開発の調査・分析ツールのご紹介①

AWCで独自開発した様々な調査分析ツールを活用することで、通常だと取得できないデータ分析を行います。

キーワード	検索ボリューム	キーワード	検索ボリューム	キーワード	検索ボリューム
電験2種	54,944	電験2種	5,747	電験2種	16,154
電験2種	5,143	電験2種	5,689	電験2種	8,783
電験2種	4,402	電験2種	2,302	電験2種	7,151
電験2種	3,986	電験2種	1,851	電験2種	2,396
電験2種	2,406	電験2種	1,839	電験2種	1,256
電験2種	2,313	電験2種	1,546	電験2種	1,043
電験2種	1,851	電験2種	412	電験2種	785
電験2種	1,829	電験2種	341	電験2種	274
電験2種	1,575	電験2種	335	電験2種	228
電験2種	1,522	電験2種	313	電験2種	127
電験2種	1,119	電験2種	246	電験2種	151
電験2種	1,041	電験2種	241	電験2種	60
電験2種	875	電験2種	216	電験2種	17
電験2種	869	電験2種	214	電験2種	14
電験2種	855	電験2種	137	電験2種	9
電験2種	742	電験2種	116	電験2種	2
電験2種	700	電験2種	111	電験2種	2
電験2種	571	電験2種	95	電験2種	2
電験2種	499	電験2種	80	電験2種	1
電験2種	490	電験2種	63	電験2種	1

### 日報自動取得ツール

- ・楽天市場の日報（主要指標・RPP広告状況）を自動取得
- ・デイリーデータを蓄積し、売上やアクセスの急変にすばやく気づける
- ・広告費や露出の急激な変動も把握し、早期の対策が可能

### 検索キーワード・ボリューム調査ツール

- ・通常は見られない楽天内の検索ボリュームを取得可能
- ・自社がどのキーワードで流入しているか、獲得シェアを可視化
- ・どのキーワードを狙うべきか、優先順位を戦略的に判断可能

## AWC独自開発の調査・分析ツールのご紹介③

AWCで独自開発した様々な調査分析ツールを活用することで、通常だと取得できないデータ分析を行います。

### 楽天レビュー分析ツール

- ・自社・競合商品のレビューをスクレイピングし一覧化
- ・投稿者の属性・使用シーン・感想を抽出して可視化
- ・ユーザーが商品に抱く感情や評価ポイントを定量的に分析
- ・競合商品と比較し、選ばれている理由や自社の優位性を把握可能

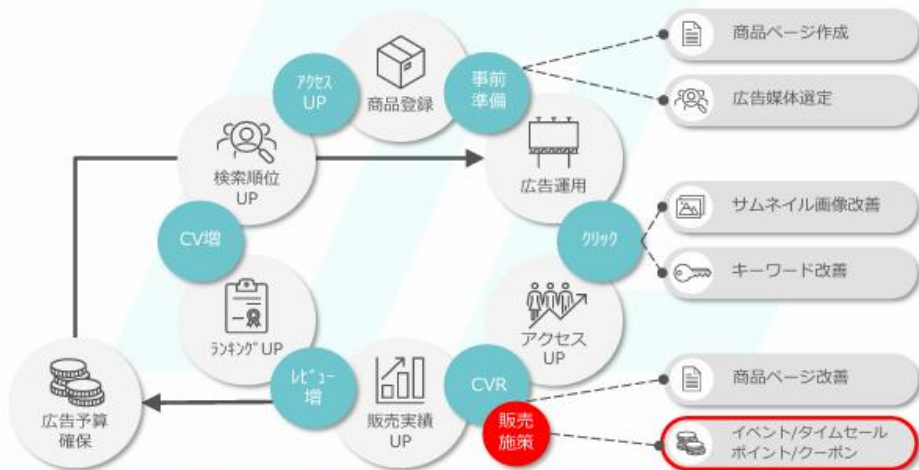
### 損益計算 (P/L) 分析シート

- ・必要項目を入力するだけで店舗全体の損益状況を自動で可視化
- ・送料・資材・ロイヤリティ・原価・広告費・ポイント施策などを一元管理
- ・経常利益までの構造を明確化し、改善ポイントを特定
- ・利益をもとに、現実的かつ効果的なKPI設計が可能に

売上アップの流れ、支援の流れ、ステップ論で整理したい

## 販売構造

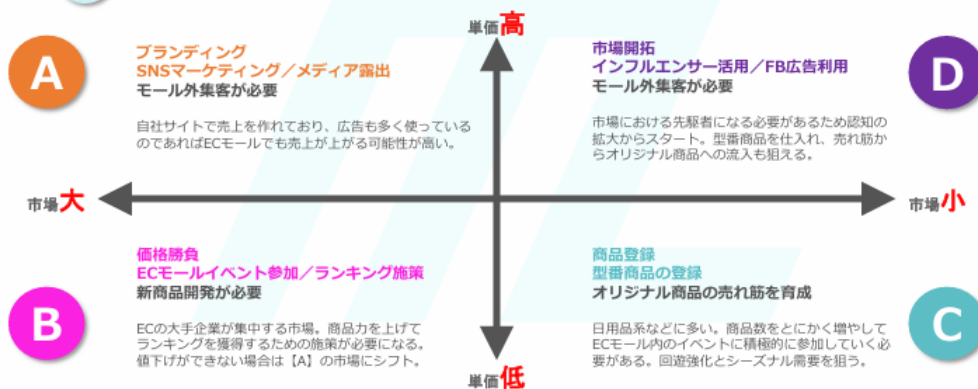
売上を拡大するため、売上UPのサイクルを正しく理解し準備/対応することが重要。  
売上が上がらない原因を正しく判断し、正しいアクションを取ることで改善される。



マ700

## 業界におけるポジショニング

大幅な売上拡大を実現するためには、新たなポジションへの顧客開拓が重要。



マ700

## 内製化と外注の“ポイント”

### 内製で自走できる組織とは？



- 自社でデータ分析とデータ活用ができています
- バリューチェーンごとに課題の明確で全体最適に動いている
- 担当者別に役割とKPIが明確に設計されている
- 目標達成のためのアクションが正しく設計されている
- 短期的/中長期的な課題とアクションが明確で動いている
- 正しくKPIのモニタリングがされており正しいPDCAが回せている

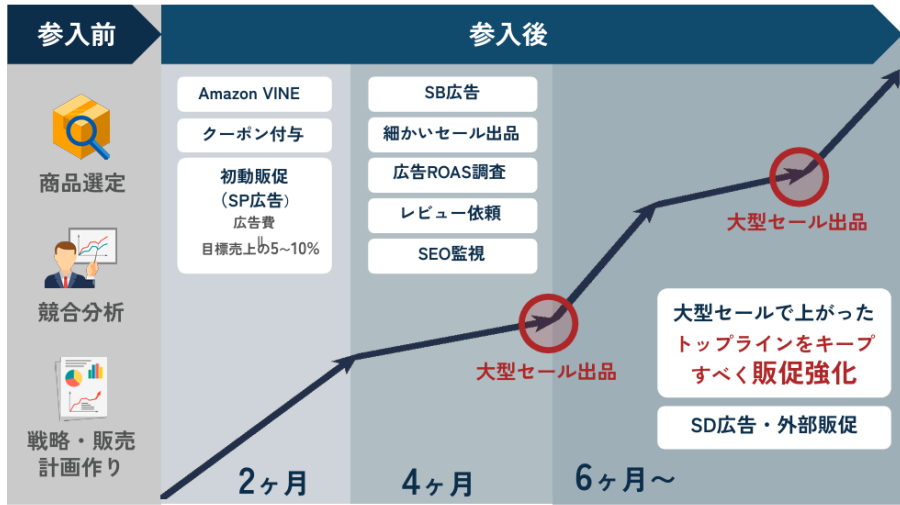
## 内製化と外注の“ポイント”

### 外製で自走できる組織とは？



- ~~自社でデータ分析とデータ活用ができています~~
- ~~バリューチェーンごとに課題の明確で全体最適に動いている~~
- ~~担当者別に役割とKPIが明確に設計されている~~
- ~~目標達成のためのアクションが正しく設計されている~~
- ~~短期的/中長期的な課題とアクションが明確で動いている~~
- ~~正しくKPIのモニタリングがされており正しいPDCAが回せている~~

外注活用による組織構築



POINT  
キーワードをインデックスする方法

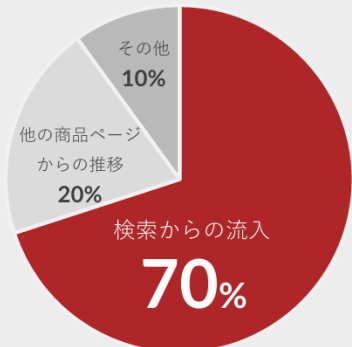
- 01 商品詳細ページを最適化する  
まずは、この後の解説にある商品カタログのクオリティを上げるのが最優先です。インデックスしたいKWを、**タイトル・箇条書き説明・商品説明・検索KW**に入れる。
- 02 スポンサープロダクト広告を活用する  
スポンサープロダクト広告のマニュアル設定 (入札単価と予算を高める) で、**マッチタイプ=完全一致**インデックス化したいキーワードをターゲティングする。
- 03 単純に販売数量を増やす  
1. 短期的な割引やセールを活用する。  
2. 狙っているKWで完全一致ターゲットの広告経由売上を増やす。  
3. "ASIN + KW" (動的URL) での検索結果のURLからの購入を増やす。

BACKGROUND

Amazon.co.jp内での販売傾向

自社の商品にたどりつく割合

70%超が「検索」



Amazon.co.jp攻略の鍵は…

いかにターゲットKWの  
“検索順位上位を維持”  
することが出来るか

Amazon内  
検索エンジンの攻略が必要

POINT

Amazon.co.jpでの売上アップのポイント

Amazon販売においては以下の5つのポイントを押さえる必要があります。

SELECTION セレクション	QUALITY クオリティ	AVAILABILITY アベイラビリティ	PROMOTION プロモーション	PRICE プライシング
品揃え	ASINの品質	在庫・配送	販促 マーケティング	価格
Amazonで 何を販売するか	商品の魅力を いかに正しく伝えるか	配送品質を いかに向上させるか	検索順位を いかに向上させるか	カートボックスを いかに獲得するか
Amazonで 売れている 商品を研究	商品画像 & 商品ページ内 KW改善	基本的に FBAを利用 (orマケプレブライム)	スポンサー プロダクト広告 & タイムセール活用	ABテストで 転換率を 随時チェック

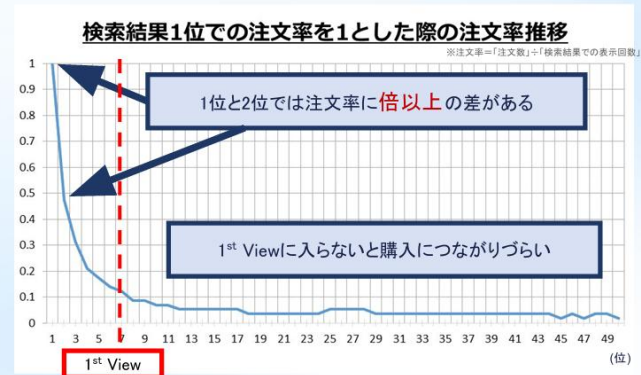
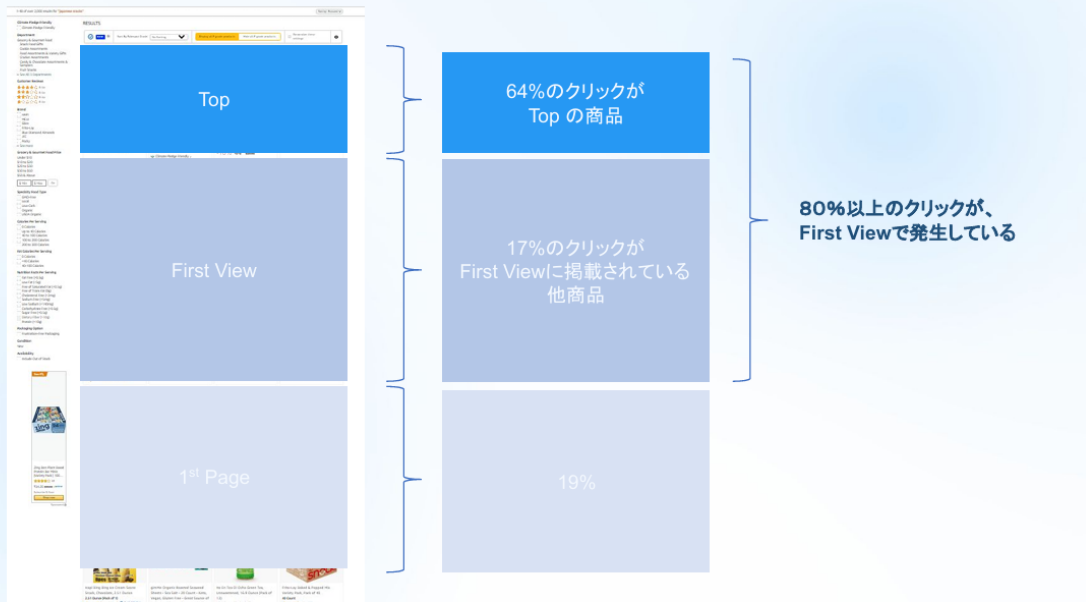
# Amazonアルゴリズムに対して、十分な説明ができていますか？

Indexとは:アマゾンがキーワードに対して、該当商品を紐づける行為



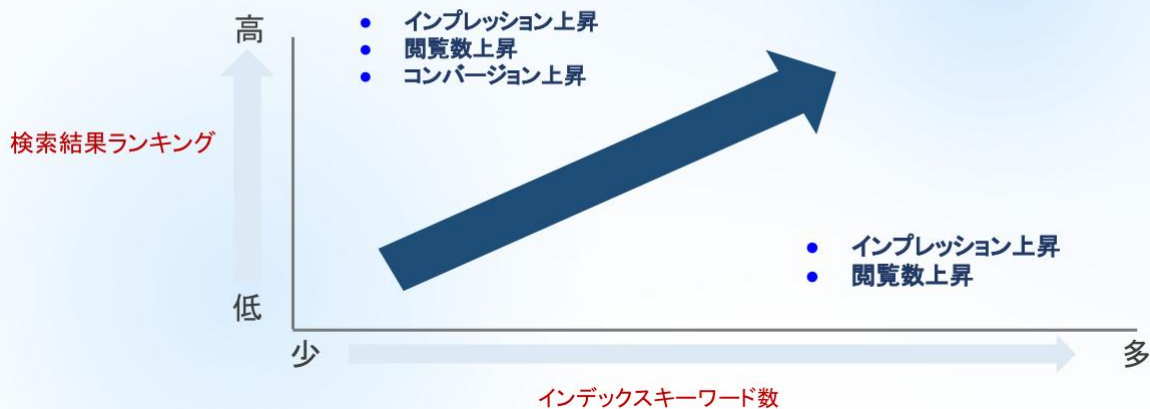
アマゾンとしては、「このキーワードとその商品の関連性が高く、お客様が検索した際にその商品を表示させることが、顧客満足につながる」と考えているという意味

Index keyword数は、検索流入時のimpression/GVを上げることに繋がり、売上と相関関係がある



検索結果ランキング 7位以下は購入してもらえない

## キーワードの広がり、検索結果ランキングの上昇の2軸でカタログの最適化が必要



## 商品トレンド解析ツール

商品トレンド解析ツール

eye mask

検索ボリューム (過去360日間) 18,462,898

検索ボリュームの増加率 (過去180日間) 11.14%

平均価格 (過去360日間) \$14.32

平均販売単価 (過去360日間) 30,000-40,000

クリック数が上位#の商品 52

商品年 (過去360日間) 1.26%

このニッチ商品はお役に立ちましたか? 評価

このニッチ商品の検索キーワード

検索用語	合計数	伸び率	伸び率	クリック率	検索実績	商品名	ASIN	画像	商品名	ASIN
under eye patches	1,801,302	-3.55%	22.86%	11.34%	5.85%	grace & stella Under Eye Mask - Gifts for Wo...	B014E2D68Y		Under Eye Patches 40 Pairs Eye Mask for Dark...	B08TK
eye patches	1,449,529	10.97%	17.25%	7.99%	4.99%	grace & stella Under Eye Mask - Gifts for Wo...	B014E2D68Y		Under Eye Patches 40 Pairs Eye Mask for Dark...	B08TK
eye masks for sleep	1,419,914	-2.90%	-16.15%	7.26%	6.48%	YVIEW Sleep Mask for Side Sleeper Complet...	B07Q6WLX5J		M200 Sleep Eye Mask for Side Sleeper Men...	B07KC
sleeping mask	803,625	-14.73%	-6.61%	3.69%	5.61%	YVIEW Sleep Mask for Side Sleeper Complet...	B07Q6WLX5J		WAKAW Sleep Mask for Men Women Black...	B0971
sleep masks for women	613,990	-34.65%	25.99%	2.65%	4.98%	YVIEW Sleep Mask for Side Sleeper Complet...	B07Q6WLX5J		M200 Sleep Eye Mask for Side Sleeper Men...	B07KC

## 検索クエリパフォーマンス

検索クエリパフォーマンス

このダッシュボードには、購入者および発注者のブランドの商品に適用した上位の問い合わせが表示されます。各検索キーワードに対するインプレッション数、クリック数、カート追加数、購入数など、検索キーワードの全体的なパフォーマンスと、各パフォーマンスにおけるブランドシェアが提供されます。ブランドビューは、ブランド全体の問い合わせパフォーマンスを示します。ASINビューには、特定のASINに関する上位の検索クエリが表示されます。

検索クエリ	検索キーワード数	検索ファネル-インプレッション数			検索ファネル-クリック数			検索ファネル-購入数				
		合計数	ASIN数	ASINシェア	合計数	クリック率	ASIN数	ASINシェア	合計数	購入率	ASIN数	ASINシェア
eye mask	284,041	6,676,001	285	0%	116,506	41.02%	2	0%	22,305	7.85%	0	0%
under eye patches	139,643	3,178,181	551	0.02%	71,364	51.1%	4	0.01%	12,476	8.93%	1	0.01%
eye patches	121,684	2,895,924	647	0.02%	55,760	45.82%	13	0.02%	10,505	8.63%	3	0.03%
eye masks for sleep	99,794	2,271,118	338	0.02%	48,510	48.61%	0	0%	8,344	8.86%	0	0%
eye patches for puffy eyes and dark circles	52,352	1,161,030	666	0.06%	27,445	52.41%	10	0.04%	5,862	11.3%	2	0.03%
eye masks	32,239	835,629	224	0.03%	13,982	43.37%	1	0.01%	2,633	8.17%	0	0%
eye masks for dark circles and puffiness	31,525	713,748	230	0.03%	15,230	48.28%	2	0.01%	3,047	9.67%	0	0%
eye patches for women	24,425	553,794	425	0.08%	10,703	45.82%	3	0.03%	2,125	8.7%	0	0%
under eye mask	19,073	453,218	718	0.16%	9,221	48.35%	5	0.05%	1,437	7.53%	0	0%
steam eye mask	14,334	336,689	339	0.1%	8,245	57.52%	4	0.05%	1,214	8.47%	0	0%
under eye mask patches	13,687	308,502	290	0.09%	6,870	50.19%	4	0.06%	1,185	8.66%	1	0.08%
eye mask skincare	6,147	142,071	84	0.06%	2,677	43.55%	3	0.11%	368	5.99%	0	0%
under eye masks	5,230	135,607	157	0.12%	2,600	49.71%	2	0.08%	432	8.26%	0	0%

## Picaro AI - カタログ分析・作成ツールの見方

Master Keyword List

Overview

Search

Competitors	Niche Median	ザ・プレミアム...	黒ラベル	Suntory	スーパードライ	エビスビール	パーフェクトサ...			
Brand	6	ザ・プレミアム...	黒ラベル	Suntory	スーパードライ	エビスビール	パーフェクトサ...			
ASIN	6	B08Q2STC6F	B001TRIKRS	B08TMGYPSD	B0029ZFJYQ	B01C84VRXE	B09MLYK76W			
Strength	0 1 2 3 4 5 6	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong			
Search Terms	29	SV 403k	Relev.	Sugg. bid & range	ザ・プレミアム...	黒ラベル	Suntory	スーパードライ	エビスビール	パーフェクトサ...
ビール	199,413	100%	-	-	22	6	7	1	17	4
ビール 350ml 24本 タイムセール	123,133	100%	-	-	24	8	16	3	20	12
ビール 350ml 24本	21,117	100%	-	-	25	5	20	3	15	12
缶ビール	5,794	83%	-	-	12	2	9	4	10	4
缶ビール 350ml 24本 タイムセ...	5,361	100%	-	-	26	6	8	1	10	11
ビール タイムセール	5,178	100%	-	-	24	6	10	7	30	4
beer	4,595	100%	-	-	14	3	21	1	4	6
生ビール	4,457	100%	-	-	16	9	3	5	24	13
amazon-ビール	2,802	100%	-	-	22	3	7	2	6	13

検索ボリュームの上位キーワード

検索ボリュームの大きさを数値化

キーワードと商品の関連度

競合中での検索順位

## Picaro AI - カタログ分析・作成ツールの見方

The screenshot displays the Picaro AI tool interface. On the left, the 'Title Ranking Juice' section shows a score of 211,293 and a list of suggested titles, with the top one being 'サントリー ザプレミアム モルツ 350ml 24本 ビール プレモル生ビール 缶ビール ギフト 特選'. Below this is an 'Amazon Product Title Validator' with three rules: 'Keep it under 200 characters', 'Avoid using special symbols', and 'Limit repetition to two instances per word'. A 'Suggest keywords' section shows 53/200 keywords. On the right, the 'Overall Listing Ranking Juice' section shows a score of 211,293 and a breakdown of metrics: EXACTs (0%), SV (0%), Roots (6%), and Broad SV (53%). Below this is a 'Listing Ranking Juice Leaderboard' with a table of top listings.

Rank	Listing	Score
1	My Listing	211,293
2	黒ラベル (B001TRIKRS)	204,414 (+6,879)
3	Suntory (B0BTMGYP5D)	201,740 (+9,553)
4	ザ・プレミアム・モルツ (B0BQ25T..)	200,403 (+10,890)

Annotations with arrows point from the text below to the new title and the current score in the leaderboard.

新たな商品タイトルとそのカタログスコア

現状のカタログスコア

## Alt Text / Meta Data (画像インデックス)



画像ファイル名に主要キーワードを組み込むことで、データベースへのメッセージングが強化され、検索結果での上位表示が促進される。

ポイント

## Alt Text / Meta Data (画像インデックス)

The screenshot shows an Amazon product page for a RENPHO massage gun. The main image shows the device and its accessories. The product title is '筋膜リリースガン RENPHO レンフォ ハンディガン トータルボディケア 5個ヘッド付属 5段階強力振動 Activeハンディガン 全身リラクゼーション Type-C充電式 3200回/分強振動 静音 軽量'. The price is listed as '¥11,049' with a '-15%' discount. The page also includes a 'タイムセール' (Time Sale) banner and a 'ポイント' (Points) section. At the bottom, there are several 'Missing alt attribute' warnings for the product images.

Annotations with arrows point from the text below to the alt text warnings and the product title.

画像ファイル名に主要キーワードを入れることにより、アルゴリズムへのインデックスが促され、検索結果上位に表示されやすくなる。

ポイント

# GROOVEの選ばれる理由

## 1. EC戦略構築、戦術の提案から運用まで一気通貫のサポート

D2C事業を起源とするGROOVEだからこそ、ECで物売る全ての工程においての提案と運用が可能。戦略策定から市場規模や競合の調査、サプライチェーンマネジメント・ロジスティクスなどのオペレーション構築、広告運用や商品登録、カスタマーサポートまですべてのバリューチェーンで価値を提供。

## 1. Amazon出身者が多数在籍し、カルチャーの理解やネットワークを形成

アマゾン出身者が多数在籍し、アマゾンの考え方やアマゾン社員の行動パターンを把握し、クライアント様・アマゾン・GROOVEの3社間でのスムーズな連携も可能。2021年からAmazonとの合同セミナーも複数回実施し、のべ3,500人以上の参加、全てのセミナーで4.2以上の評価を獲得している。

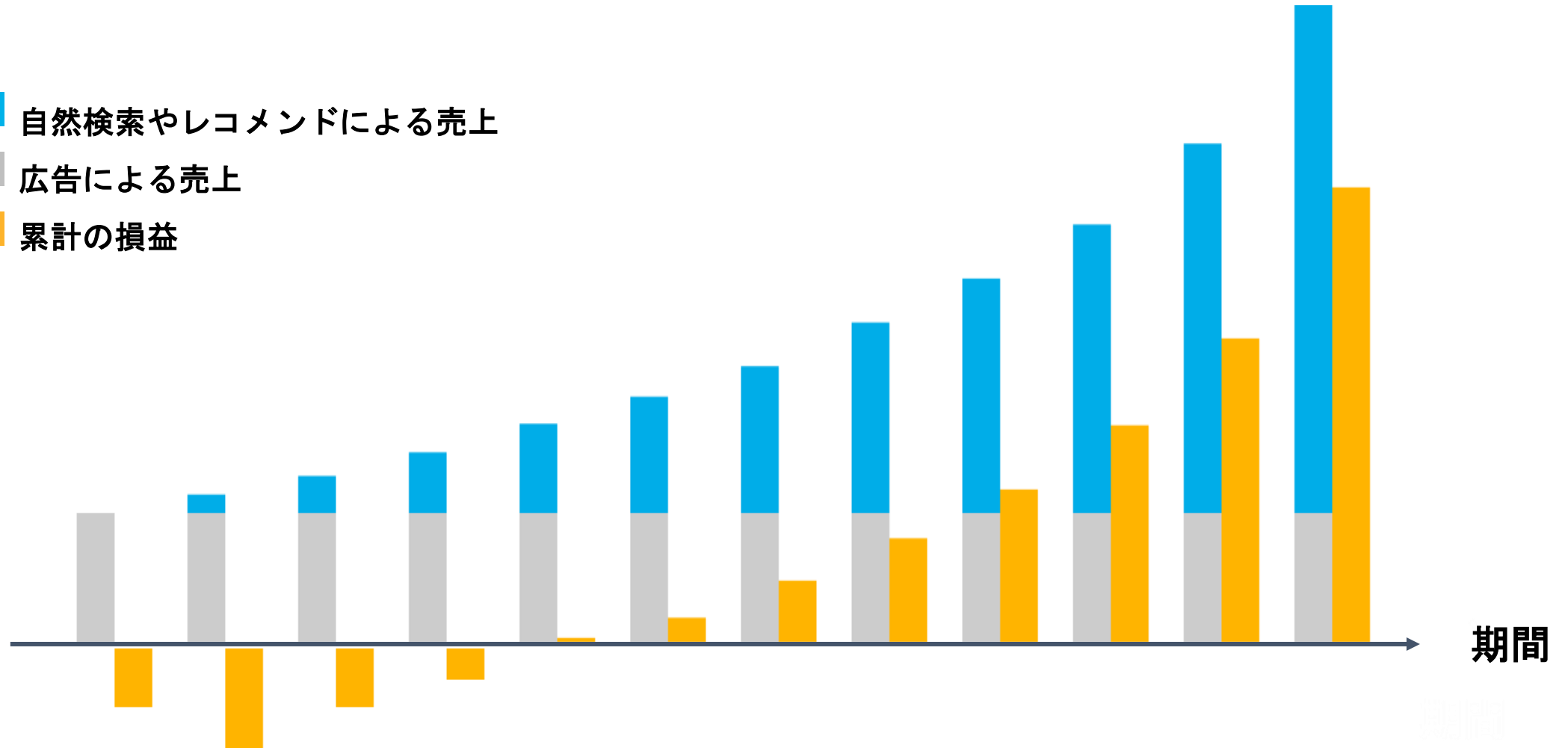
## 1. 変化の激しい環境下で、最先端のノウハウを蓄積・更新し続ける

常時100ブランド以上のクライアント様をサポートをしているだけでなく、自社内にアマゾンに特化したEC調査分析チームを保有し、市場動向の変化やアルゴリズム研究、新しく開発された施策の分析やグローバル比較まで常に情報を更新し続けている。また、キーワードやレビューなどのデータを蓄積し独自のデータベースを構築、今後クライアント様に一部のデータを活用していただけるツールも開発中。

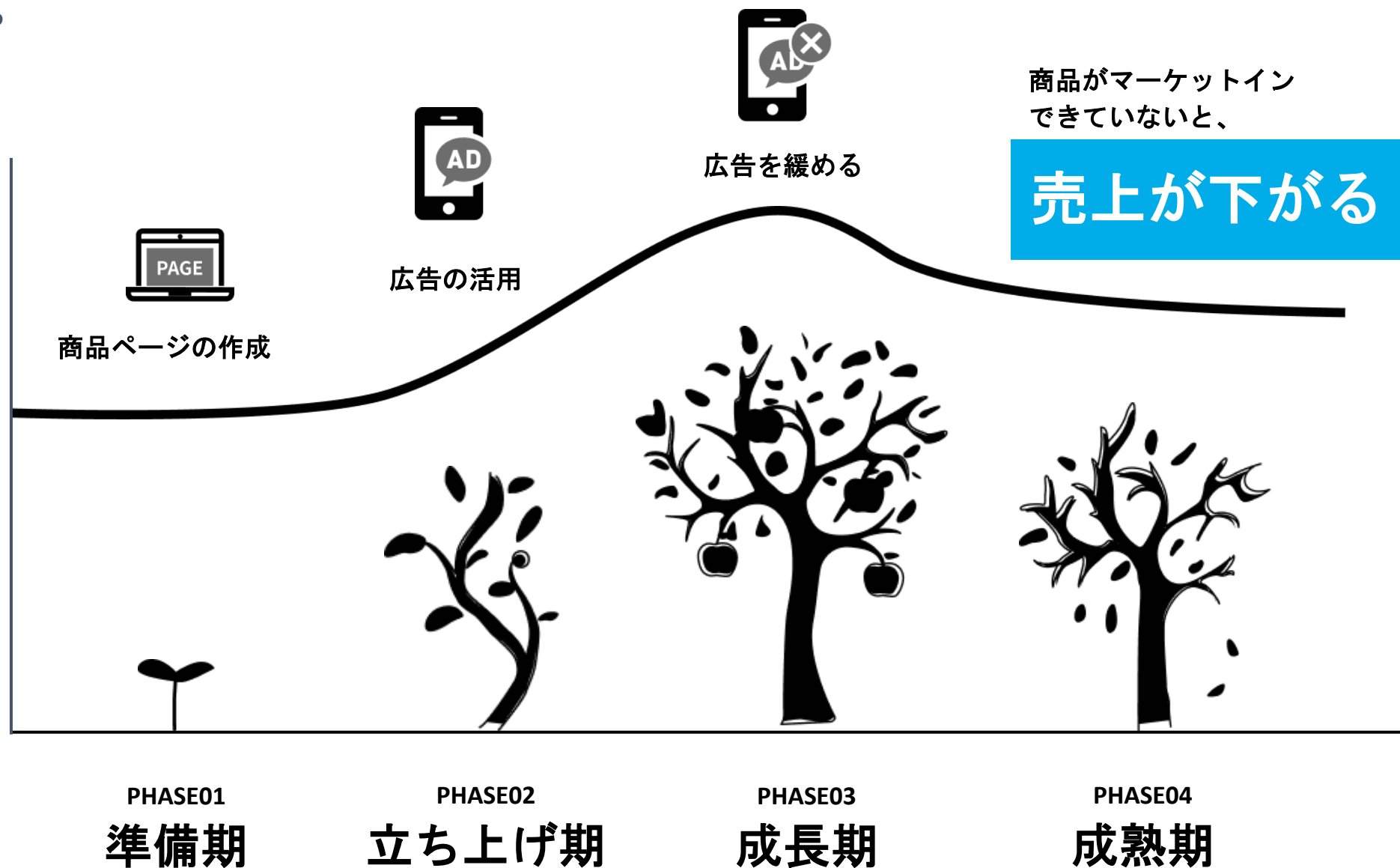
Amazon攻略の王道パターン

# Amazonの収益モデル

- 自然検索やレコメンドによる売上
- 広告による売上
- 累計の損益

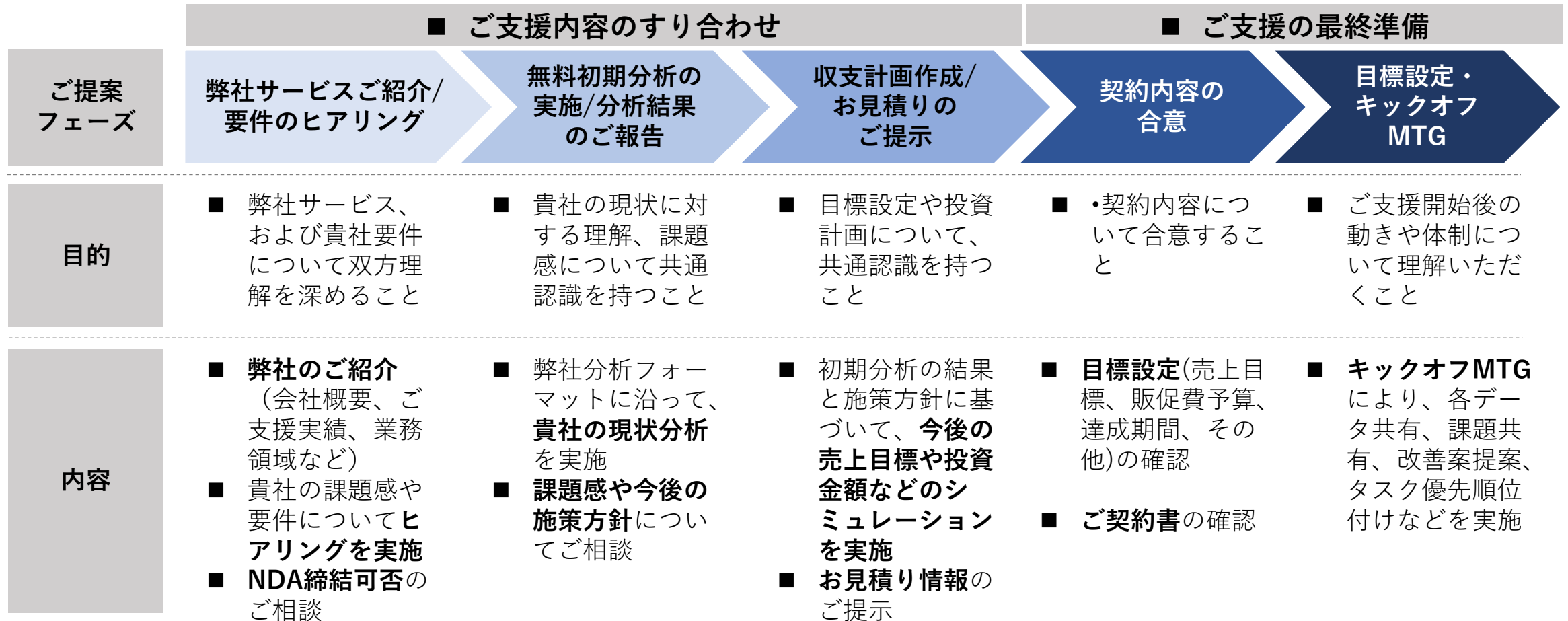


成長STEP



## 今後のご提案の流れ

今後のご提案の流れについて、大きく以下5ステップに沿ってご提案を進めさせていただきます。貴社に寄り添った伴走型支援を得意としております。





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