

【全50ページ】
楽天市場：売上最大化のための基本戦略と実践ガイド



2026年1月

1. はじめに
2. アクセス数を最大化する方法
3. 転換率（CVR）を高める方法
4. 客単価を向上させる方法
5. おわりに



1. はじめに

- 2. アクセス数を最大化する方法
- 3. 転換率（CVR）を高める方法
- 4. 客単価を向上させる方法
- 5. おわりに



● 背景

- 楽天市場は店舗数の増加とアルゴリズムの高度化により、単純な出品のみで売上を維持することが困難な状況にあります。
- 2026年現在、競合に打ち勝ち成長を続けるには、アクセス・転換率・客単価の各要素を論理的に分析し、網羅的な施策を講じる運用体制が不可欠となっています。

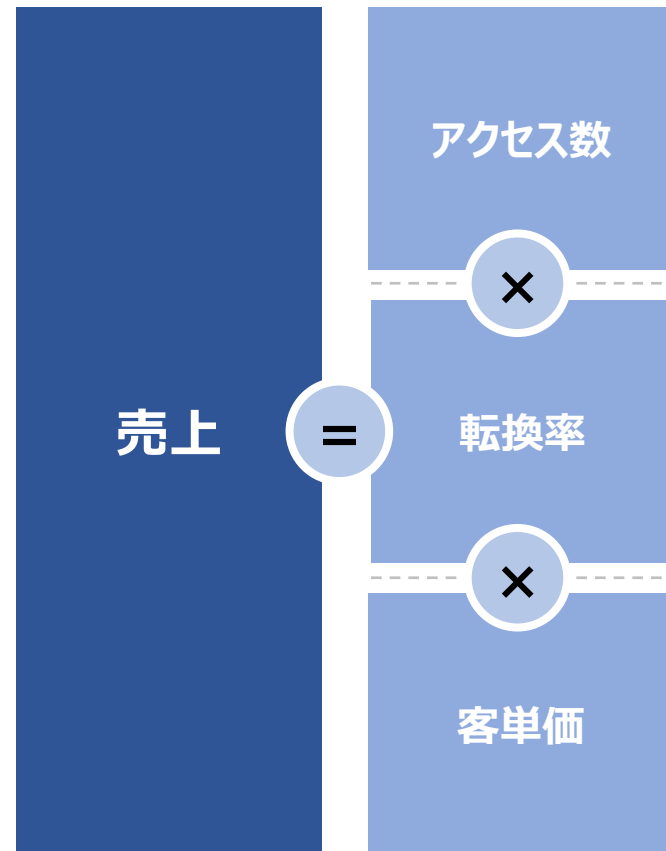
● 目的

- 本レポートの目的は、売上の構成要素に基づいた「最大化の方程式」を提示し、具体的な実践ノウハウを網羅的に解説することです。
- 各施策の優先順位を明確にすることで、読者の皆様が自店舗の課題を正しく把握し、事業成長に向けた次の一歩を確実踏み出していただくための指針を提供します。

はじめに（ECサイトにおける売上の公式とは）

ECにおける売上は、「アクセス数×転換率×客単価」という方程式によって成り立っています。

売上の公式



定義（楽天RMS 店舗運営ナビより）

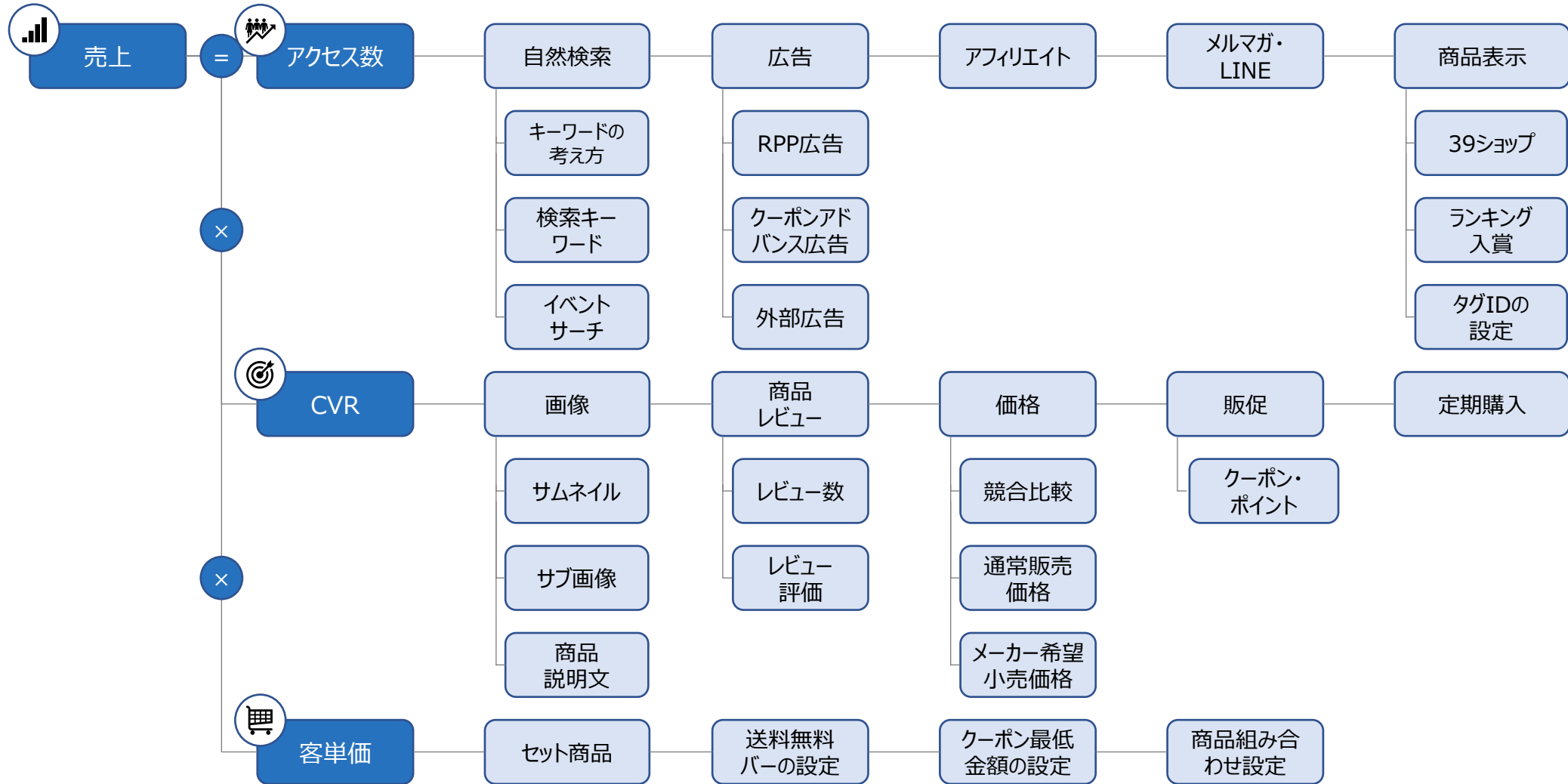
ページを訪問したアクセス人数（人）です。
ページ訪問開始から30分以内の訪問を1とカウントしています。
ページ離脱から30分以上経過して再訪問した場合には、アクセス人数は新たに1とカウントされます。

ページを訪れたひとのうち、どのくらい購入にいたったかを数値にしたもの
＜算出方法＞
売上件数÷アクセス人数

売上件数 1 件に対する売上金額の平均値
＜算出方法＞
売上÷売上件数

はじめに（楽天市場における売上向上ドライバー）

ECで売上を上げるには、売上を構成するアクセス数、転換率、客単価をそれぞれ効率的に伸ばしていくことが重要です。



(参考) 楽天市場実施施策一覧



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		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		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	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	

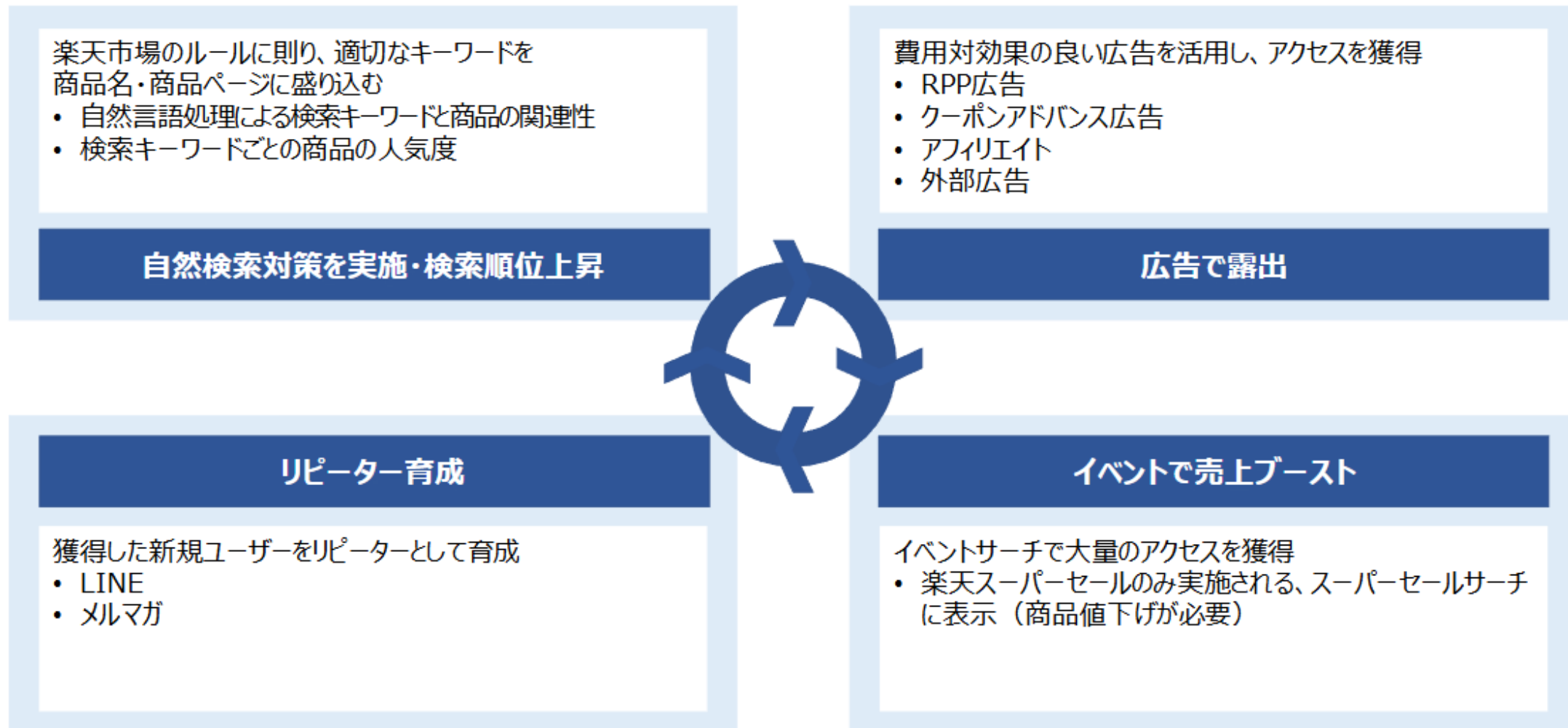


1. はじめに
- 2. アクセス数を最大化する方法**
3. 転換率（CVR）を高める方法
4. 客単価を向上させる方法
5. おわりに

アクセス数向上施策の全体像



楽天市場でアクセス数を獲得する施策のイメージを以下の通りまとめました。以下のサイクルを回し続けていくことがアクセス数を伸ばすためには重要です。





アクセス数を高めるうえで、まず楽天市場のSEOロジックを知ることは重要です。
楽天市場での検索ロジックは以下のとおり公表されています。



➤ **楽天市場におけるSEOは上記4つの要素で構成されており、それぞれの対策が必要です。**

出典：楽天市場「検索ロジックの評価軸および楽天市場における検索SEOの考え方」



それぞれの項目別の対策は以下の通りです。

商品情報の最適化

- 商品名やキャッチコピー、商品説明文・販売説明文など、商品情報に含まれるキーワードが商品自体やその特徴を正確に反映しているかどうか
- 商品が属するジャンルIDも、同様に商品が属するカテゴリとしての的確である必要

商品・SKU画像の最適化

- 商品画像およびSKU画像には、適切な解像度と明るさを持つ画像を使用
- 検索結果に直接表示されない画像であっても、商品の魅力を伝える複数の画像を登録することは重要

価格の最適化

- 適正で競争力のある価格と合理的な送料を設定すること
- 過剰に高い送料や、商品価格に対して不自然に高い送料を設定した場合、検索順位に悪影響を及ぼす可能性

属性情報の最適化

- SKUごとに管理できる属性情報は、検索ロジックにおいて重要
- 正確でありながらより多くの属性情報をご登録されることを推奨
- ただし、不適切な属性情報は評価を落とす場合あり

【アクセス】SEO向上のために対策すべき項目

自然検索（SEO）対策



商品ページの項目別に必要なSEO対策は以下の通りです。
商品名、キャッチコピー、販売説明文などにキーワードを盛り込んでいくことが重要となります。

商品ページイメージ

1

3

【1〜2人向け】ホタテ、数の子、ほっけ、いくら、昆布巻きなど
2025年4月7日〜4月13日 セット・詰め合わせランキング 週間1位を受賞

2

母の日 プレゼント 北海道海鮮8点セット NAGOMI【グルメ大賞2024受賞】【送料無料】

内祝い お返し 誕生日 ギフト 食べ物 食品 お取り寄せグルメ 海鮮 海産 おつまみ 高級 詰め合わせ 出産内祝い 結婚内祝い 60代 70代 80代 5000円 入学祝い 父の日 冷凍食品 花以外

39ジョップ

商品番号: A71-19737-11830

5,140〜5,990円 送料無料

47〜55ポイント(1倍) ①

■【4月7日(月)10:00まで】楽天カード新規入会 & 利用で10,000ポイントゲット!

海の美食に心ほころぶ、なごみ。北海道産の新鮮な食材を、心をこめてお届けします。包装紙や熨斗はご希望のものを選択いただけます。

熨斗は様式の上から貼るため箱が汚れません。直接手渡しする方にもオススメです。

4

■さまざまなシーンでご利用いただいております。

母の日 プレゼント 母の日 ギフト 父の日 プレゼント 父の日 ギフト 内祝い 内祝い お祝い返し 結婚内祝い 出産内祝い 命名内祝い 入学内祝い 卒園内祝い 卒業内祝い 就職内祝い 新築内祝い 引越し内祝い 快気内祝い 開店内祝い お祝い 御祝 結婚祝い 出産祝い 初節句 七五三 入学祝い 入学祝い 卒業祝い 成人祝い 就職祝い 昇進祝い 新築祝い 上棟祝い 引っ越し祝い 引越し祝い 開店祝い 退職祝い 退職祝い 快気祝い 全快祝い 初老祝い 還暦祝い 古稀祝い 喜寿祝い 米寿祝い 卒寿祝い 白寿祝い 長寿祝い 金婚式 銀婚式 ダイアモンド婚式 結婚記念日 贈答品 お返し お礼 御礼 謝礼 ご挨拶 お見舞い お見舞御礼 お祝い 引越 引越し祝い 記念日 誕生日 父の日 母の日 敬老の日 記念品 卒業記念品 定年退職記念品 ゴルフコンペ コンペ景品 景品 賞品 粗品 香典返し 志 喪中除志 弔事 会葬御礼 法要 法要引き出物 法要引出物 法事 法事引き出物 法事引出物 忌明け 四十九日 七七日忌明け志 一周忌 三回忌 回忌法要 偲び草 粗供養 初盆 供物 お供え お中元 御中元 お歳暮 御歳暮 お年賀 御年賀 残暑見舞い 年始挨拶 大賀注文 贈り物 遅れてごめんね お正月 お彼岸 クリスマス 御挨拶 小学校 中学校 高校 大学 手土産 パレンタインデー ホワイトデー お花見 ひな祭り こどもの日 お父さん お母さん おばあちゃん おじいちゃん 同僚 上司 親戚 まだ間に合う

SEO対象項目

- 商品画像**
 - 商品画像登録ガイドラインに乗っ取って作成
 - できる限り白背景でなく、写真背景で設定
 - 商品名**
 - 文字数の上限は127文字
 - 選定したキーワードを重要なワードから順に盛り込む
 - キャッチコピー**
 - 商品名に入りきらないキーワードなどを記載
 - 選定したキーワードを盛り込む
 - 販売説明文**
 - 選定し他キーワードを盛り込む
 - 関連性のあるキーワードを半角スペースで区切って記載
- ### 商品説明文
- 画像だけではなく、選定したキーワードをテキストで挿入
- ### ディレクトリID・タグID
- 適切なディレクトリIDを登録
 - タグIDは32個まで設定可能



キーワード選定→キーワード反映をした後にRPP広告へ出稿することで、(売上につながりやすい)検索キーワード経由での売上を上げることができ、自然検索の順位向上へも寄与します。

キーワード選定



- 検索ボリュームの大きさ
- 購買へのつながりやすさ

キーワード反映



- 商品名
- 商品ページ

RPP出稿



- キーワード設定
- 更新頻度
- イベント



キーワードは以下2つの方法で選定しましょう。

検索 ボリューム

- ✓ 関連するビッグワードでサジェストキーワード抽出
- ✓ 競合商品からキーワード抽出

購買へのつ ながりやすさ

- ✓ RMSで、自店舗内の転換率が高いキーワード選定
（合わせて、RPP広告へキーワード出稿している場合はパフォーマンスレポートから、キーワード別の転換率を確認することも可能）

始めに、その商品から想定されるビッグワードを抽出していきます。
その後、その想定されるビッグワードからサジェストキーワードを抽出していきます。

キーワード選定手順

ラッコキーワード使用イメージ

1

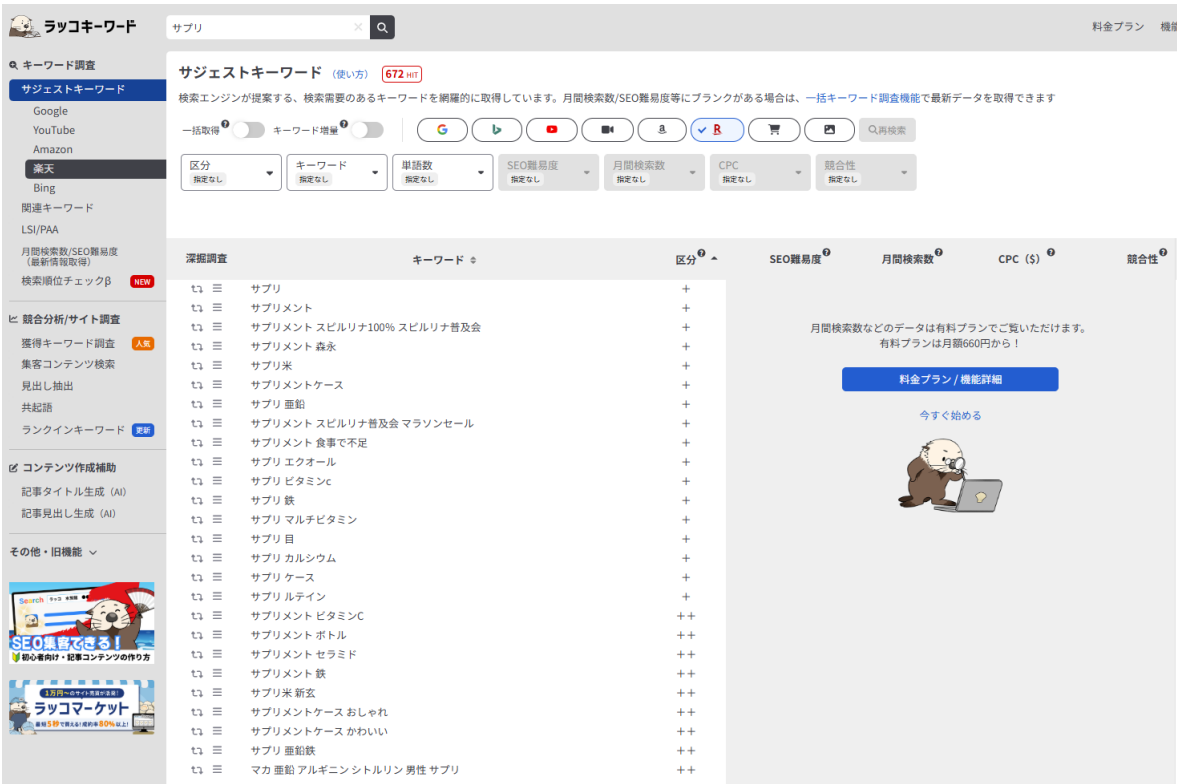
対象の商品から想定されるビッグワードをリストアップ

2

ラッコキーワードを使用し選定したビッグワードを入力した際のサジェストキーワードを抽出

3

抽出したサジェストキーワードの中で商品との関連性が高いキーワードをピックアップ





競合商品には、検索対策になりそうなキーワードがたくさん掲載されています。
ページをチェックし、対象の商品と関連性の高そうなキーワードをピックアップしていきます。

競合商品の例

クリスマスギフト サイドバッグ 15L サドルバッグ リアバッグ 多機能 収納力 防水技術 バイク サイドバック レブル250 汎用 15L 大容量 ドリンクホルダー付属 金具防錆 小物収納

【30%OFFクーポンあり】KEMIMOTO バイク サイドバッグ レインカバー付き 15L 大容量 バイク用 サドルバッグ レブル 250 Rebel500 vn250 レインカバー付き バイク サドルバッグ オートバイ 防撥水 ドリンクホルダー付属 収納

39ショップ

検索用キーワード

ウインカー避け バックル レザー調 鞆 かばん 取付簡単 荷物 収納 オートバイ 単車 タオル 財布 携帯 バイク用グロー バイク用品 ブ ブラック ブラウン BLACK 黒
バイクサイドバッグ バイク バイクサイド アメリカン シートバッグ バイカーズ ツーリング バッグ バック サドルバッグ サイドバッグ サイドバック 両サイド 固定ベルト付き 小物入れ PUレザー レザー 合皮 大容量 バイクサイドバック 送料無料
バイク用 サイドバッグ 左側 右側 バッグ バック 防水 サイドバック ドリンクホルダー レインカバー付き 合皮 バイク オートバイ アメリカン 黒 ブラック ドラッグスター/スポーツスター/ビラーゴ/ソフテイル/マグナ/シャドウ/スティード/TW/SR
オートバイ サドルバック サイドバック レザーバック パニアバック ツールバック ソロツーリング ソロキャンプ 長距離 バイク用 サドルバッグ サイドバッグ レザーバッグ 左右セット アメリカン ツーリング ツールバッグ ハーレー 大容量 収納 パニアバッグ タンデム

自社商品の例

【正規品/新品保障】BMW純正品がお買得！
BMW純正 インナー ポケット トップ ケース 2 小 30L

39ショップ

商品番号：bm_77438549130

15,300円 送料無料

848ポイント(6倍) 内訳

- 対象の商品と似たジャンルや関連キーワードから、検索上位表示商品の商品名/キャッチコピー/商品説明文をチェックする
- 対象の商品との関連性が高いキーワードをピックアップし、別シートにリストアップしておく

(参考) キーワード抽出をした際のまとめ方



抽出したキーワードを、Excel上で整理してまとめておきます。まとめておくと、後の作業の際に漏れもなく便利です。

活用方法

- サジェストキーワードをExcelにまとめ、その中で商品との関連度が高いキーワードには色を付けておく
 - オレンジ：特に関連度の高いキーワード
 - 黄色：オレンジほどではないが、商品との関連性があるキーワード
- 抽出したキーワードは色付け後もすべて残しておくことで漏れを防ぐ

まとめ方の例

キーワードリスト

カレー	レトルトカレー	競合カレー
カレー レトルト	レトルトカレー セット	ビーフカレー
カレー レトルト 詰め合わせ	レトルトカレー まとめ買い	チキンカレー
レトルト カレー 名店	レトルトカレー ギフト	保存食
業務用 カレー	レトルトカレー 業務用	常温保存
お中元 カレー セット	レトルトカレー 送料無料	保存
お中元 レトルト カレー	CoCo壱 レトルトカレー	スパイス
お弁当 カレー レトルト	mcc レトルトカレー	おかず
カレー ギフト	おもしろ レトルトカレー	カレーライス
カレー レトルト SB	お肉屋さんの レトルトカレー	中辛
100 均 カレー 皿	キャニオンスパイス レトルトカレー	お取り寄せグルメ
18 金 カレー	ココイチ レトルトカレー	お試し
ana カレー	ご当地 レトルトカレー 食比べ	おいしい
ana とびっきり カレー	スジャータ レトルトカレー	美味しい
c&c カレー	ハウス レトルトカレー	スパイシー
camp カレー	ふると納税 レトルトカレー	コク
camp カレー レジビ	レトルトカレー ヒマラヤ貿易	濃厚
coco 壱 カレー	レトルトカレー ミニ	簡単調理
coco 壱 カレー レトルト	レトルトカレー 牡蠣	プレゼント
coco 壱番屋 冷凍 カレー	レトルトカレー 甘口	非常食
coco壱番屋 カレー レトルト	レトルトカレー 業務用 3kg	備蓄
haldiram's カレー	レトルトカレー 高級	備蓄食料
ja ふらの 富良野 スープ カレー	レトルトカレー 少量	カレーセット
jal カレー	丸大食品 レトルトカレー	ルー
LEE カレー	熊本 レトルトカレー	ルウ
mcc カレー 缶	栗原はるみ レトルトカレー	スパイス
MTR カレー	五島軒 レトルトカレー	スパイスカレー
rock カレー	新宿中村屋 レトルトカレー	母の日
S&B カレー粉	低糖質 レトルトカレー	父の日
tamaki カレー バスタ皿	北海道 レトルトカレー	お歳暮
アナン カレー粉		御中元
アマノフーズ カレー		お中元
アンパンマン カレー		アウトドア
いなばの グリーン カレー		キャンプ
いなばの 缶詰 カレー		食比べ

うどん	カレーうどん/けんちんうどん	競合うどん
うどん ギフト	インスタント カレーうどん	インスタント
うどんセット	カレーうどん 袋麺	食品
アオキ うどん	カレーうどん レトルト	おかず
あかもく うどん	けんちんうどん	麺
アルミ うどん	カレーうどん 缶	ギフト
ウエスト うどん 福岡	カレーうどん 素	徳用
うす 家 うどん	カレーうどん 粉 業務用	得用
うどん kg	カレーうどん 冷凍	保存食
うどん カッター	ココイチ カレーうどん	時短
うどん くわかい	テーブルマーク カレーうどん	簡単
うどん こね機	ヒガシマル カレーうどんスープ	煮込み
うどん ごまだれ	マルちゃん カレーうどん	お歳暮
うどん シマダヤ	めいらく カレーうどん	御歳暮
うどん スープ の 素	黒い豚 カレーうどん	
うどん そば 自動 販売 機	石丸製麺 カレーうどん	
うどん そば 自販機 販売		
うどん だし 関西		
うどん つけ汁		
うどん つゆ		
うどん つゆ 個包装		
うどん つゆ 小袋		
うどん つるつるしこしこ		
うどん どんどん		
うどん どんぶり		
うどん どんぶり おしゃれ		
うどん のぼり 旗		
うどん パチ		
うどん やわらかい		
うどん 屋 風 一夜 葉 本舗		
うどん 乾麺		
うどん 乾麺 訳あり		
うどん 機械 家庭 用		
うどん 極太		
うどん 佐藤		

バスタソース	競合バスタソース
バスタソース まとめ買い	スパゲティ
バスタソース 業務用	スパゲティ
あえるだけ バスタソース	バスタ
バスタソース ギフト	ソース
バスタソース レトルト	セット
レストラン バスタソース	お中元
クッチーナ バスタソース	お歳暮
クラシコ バスタソース	贈り物
クラフト バスタソース	スパゲティ
コストコ バスタソース	バスタ
ゴルゴンソーラ バスタソース	和えるだけ
ザウザ バスタソース セット	食品
たらこ バスタソース	おかず
トリュフ バスタソース	プレゼント
ハインツ バスタソース	レストラン
バスタソース はごろも	簡単
バスタソース バジル	時短
バスタソース ヨコイ	食比べ
バスタソース 業務用 たらこ	イタリアン
バスタソース 瓶	
バスタソース 粉末	
バスタソース 無添加	
バスタソース 訳あり	
バスタソース 冷凍	
フリーズドライ バスタソース	
ふると納税 バスタソース	
ママー バスタソース	
マルコ バスタソース	
永谷園 バキョット バスタソース	
青の洞窟 バスタソース	
青の洞窟 ポロネーゼ (バスタソース)	
低カロリー バスタソース	
糖質制限 バスタソース	
明太子 バスタソース	



RMSメニュー内の「データ分析」＞「3 アクセス・流入分析」＞「楽天サーチ」より、品別検索キーワードの分析が上位30商品まで可能

	商品名②	市場検索経由の アクセス総数②	検索キーワード②	アクセス数②	転換率②	市場検索順位② 順位は常に変動しており現在の順位と必ずしも一致しません。
1	<u>confidential</u>	735	<u>confidential</u>	387	17.83%	3位
				118	12.71%	2位
				110	9.09%	3位
				27	0.00%	7位
				23	21.74%	47位
2	<u>confidential</u>	244	<u>confidential</u>	141	26.24%	1位
				43	23.26%	1位
				34	41.18%	1位
				5	0.00%	2位
				4	0.00%	1位

各広告の概要と費用対効果、コスト、インパクトをまとめました。次ページ以降で各広告の活用方法等を説明していきます。

	概要	費用対効果 (優先度)	コスト	インパクト	運用工数
RPP広告	✓ 楽天市場で検索をした際、検索結果上部に掲載される広告 ✓ 任意商品に対してキーワード別にCPC設定が可能		中～多	大	大
クーポンアドバンス 広告	✓ RPP同様、検索結果上部に掲載される広告 ✓ ユーザーが興味を持ち、クーポンをクリックすると、クーポンの獲得と同時に商品ページへ移動		中	中	中
TDA広告	✓ 楽天内ユーザーの興味・関心等でセグメントを設定して配信できるディスプレイ広告 ✓ 課金方法はIMP課金		少～中	小～中	中～大
CPA広告	✓ 楽天グループの関連ページにランダムで表示される成果報酬型広告 ✓ 売上金額の20%が広告費となる		少	小	小
楽天市場広告	✓ 楽天スーパーSALEやお買い物マラソン等で購入できる純広告 ✓ 母の日やお歳暮などシーズン系の枠もある		多	中～大	中～大



楽天市場内のリスティング広告にあたる広告です。
キーワード設定の自由度が最も高い広告となっており、楽天内SEO対策にも活用できます。

広告仕様

掲載 イメージ



設定内容

- ✓ 商品毎にCPC10円～、キーワードCPC40円～設定可能
- ✓ キーワードは1商品10個まで設定可能
- ✓ 配信除外設定をしていない商品は全て配信される
※ CPC単価はキャンペーンCPC単価が適用される

活用方法

● 検索順位の低いキーワード経由での売上獲得

- 検索順位の低いキーワードではアクセスがほぼ発生しないため売上獲得が期待できないが、RPP広告を活用することで獲得が可能になる
- 上記を応用させ、セール実施時等に合わせて入札強化することで、**短期的な売上集中による検索順位向上**を実現することも可能

● 競合ブランド/メーカーからのシェア奪取 (商標登録していないものに限る)

- 競合ブランド/メーカー名にて広告を配信することで、シェア率を奪取することが可能
- 逆に、自社商品の指名ワードで競合が広告を配信している場合は、**自社の指名ワードで配信することでシェアを取られないよう運用**することも可能



クーポン付きの広告を配信できる運用型広告です。
ユーザーに値引きされているように表示され、おトク感を強めることができ、高ROASを維持できます。

広告仕様

掲載 イメージ



設定内容

- ✓ 商品毎にCPC40円～、キーワードCPC40円～設定可能
- ✓ キーワードは1商品10個まで設定可能
- ✓ クーポン割引率は4%～手動で設定可能

活用方法

● 転換率の低い商品での売上獲得

- 値引き表示で検索結果上位に表示できるため、転換率の低い商品での売上獲得が可能
- RPP広告と比べるとROASが+100～300%程度高くなる傾向が強く、費用対効果よく運用することが可能

● 検索順位の低いキーワード経由での売上獲得

- 検索順位の低いキーワードではアクセスがほぼ発生しないため売上獲得が期待できないが、クーポンアドバンス広告を活用することで獲得が可能になる
- 上記を応用させ、セール実施時等に合わせて入札強化することで、**短期的な売上集中による検索順位向上**を実現することも可能



興味・関心、性別・年齢等でセグメントを設定して配信できるディスプレイ広告です。
お気に入りページや閲覧履歴等、RPPでは配信できない面へ配信することが可能です。

広告仕様

掲載 イメージ



設定内容

- ✓ 0.75～10.00円/Vimpで入札可能
※0.05円単位で調整可能
- ✓ 性別/年齢/閲覧履歴/購買履歴/自店舗来訪・購入履歴等細かくセグメントを設定可能
- ✓ バナーへの文字入れは遷移先ページ内に記載のあるもののみ掲載可能

活用方法

● ターゲットユーザーからの売上獲得

- 性別/年齢を絞って配信できるため、イメージしているターゲット層に対してアプローチが可能

● 関連ジャンルに興味のあるユーザーからの売上獲得

- 楽天内ジャンルの閲覧履歴を絞って配信できるため、ユーザーの検索キーワード以外からのアプローチが可能

● リターゲティング広告として配信が可能

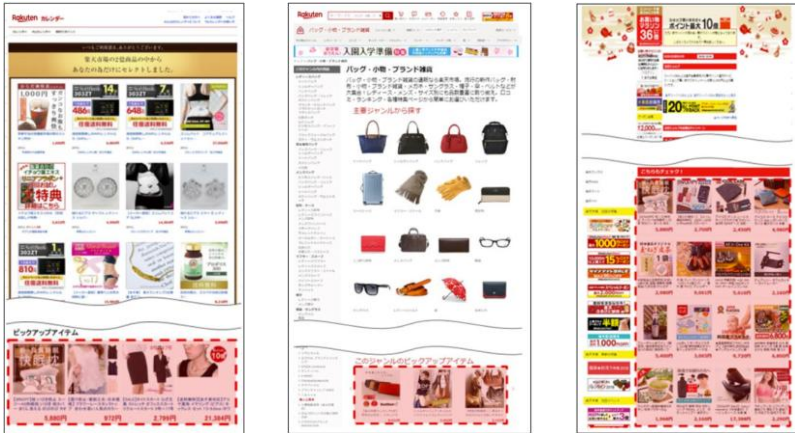
- 自店舗来訪・購入履歴でセグメントが切れるため、自店に訪れているが購入していないユーザーなどへのセグメント設定が可能



楽天市場のジャンルTOPや楽天グループサービスページ等に配信できる成果報酬型広告です。
売上金額の20%のみ広告費になるため、利益率に問題ない商品は配信することをおすすめします。

広告仕様

掲載 イメージ



設定内容

- ✓ 広告経由で発生した売上に対して、20%のみが広告費となる(ROAS500%が担保される)。
- ✓ 配信商品のみ調整可能となっており、配信先等の調整はできないため、設定した後は効果を確認するのみとなる

活用方法

- 楽天市場外（グループサービスページ）からの売上獲得
 - 他メニューでは配信できないグループサービスページに対してアプローチが可能
- 基準ROAS次第ではとりあえず出稿も一つの手。
 - RPPのようにCPCやキーワードのチューニングなどのコストがほとんど不要、且つ**ROAS500%**が担保されるため。とりあえず出稿しておくのも一つの手。
 - ただ、他の広告において基準となるROASが500%を超えている商品は、CPA広告では設定する意味はあまりないので、検討が必要。



楽天市場TOPや特集ページ等に配信できる純広告です。
不特定多数のユーザーに表示されるためROASは低迷しがちですが、新規顧客の獲得を強化できます。

広告仕様

活用方法

掲載 イメージ



広告概要

- ✓ 楽天市場TOPページや特集ページ内の広告枠を買い取る純広告
- ✓ 枠により金額は異なるが5～50万円の枠が多い
- ✓ 楽天ECC(ECコマースコンサルタント)から購入する、一般には出回っていない広告枠もある（自店舗のECCに確認）。

● 新規顧客獲得強化

- 検索結果以外の面からの顧客獲得が可能なため、潜在層へのアプローチが可能
- 上記のため、新規顧客獲得に寄与するが、ROASが低く出る傾向が強いいため、LTVを加味したKPIの設定が必要
 - ※ ROAS 20～80%程度の枠が多い傾向だが、相性のいい広を選べばROAS200～400%も。

● 楽天市場内での店舗認知度強化

- 上記の通り潜在層へのアプローチが可能なため、楽天市場内での認知度強化が可能
- 楽天内で認知度を測る指標が存在しないため、効果検証が困難
 - ※ 指名ワードでの流入数の推移で計測することが一般的

LINEを有効活用することで、リピート率の向上を狙えます。

概要

実施内容	目的	ECサイトに訪れた顧客にLINE会員登録を促し、継続的に接点を確保することで、リピート率の向上を狙う
	会員登録	- LINE配信するには、会員登録が必須。 - 会員登録を促進
	接点確保	様々な情報を発信することで継続的に接点を確保し、ブランドを覚えてもらう - シーズナル商品の紹介 - 自社商品に関するクイズ - キャンペーン
	セール告知	セールに合わせて告知を実施 - 新商品発売セール - 定期開催セール - 在庫処分セール

プロフィール



メッセージ配信



リッチメニュー

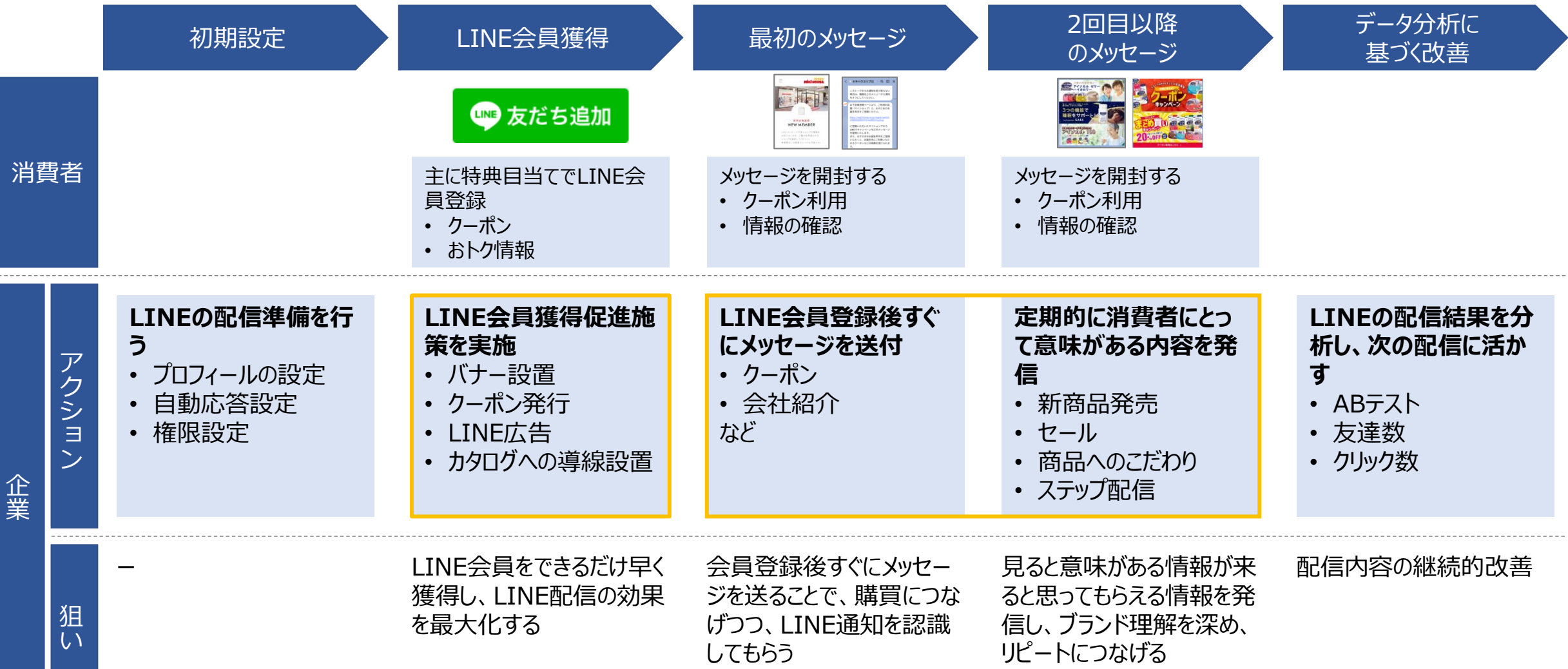


料金プラン詳細

初期費用 ¥0	+ 月額固定費	コミュニケーションプラン	ライトプラン	スタンダードプラン	
		0円	5,000円	15,000円	
		200通/月	5,000通/月	30,000通/月	
		不可	不可	~3円/通	
		無料メッセージ通数	集客や販促目的のメッセージ配信ならこちらがおすすめ		
		追加メッセージ料金			

※料金プランはアカウント作成後にアップグレード、ダウングレードが可能です。

LINE運用の流れは以下の通り。弊社では全プロセスのご支援実績がございます。



【アクセス】LINE会員獲得促進施策

LINE活用



ECサイトやカタログにアクセスしてくる消費者を取りこぼしなく、LINE会員登録をしてもらえるよう、漏れなく施策実施していきます。

実施内容

バナー設置

LINEへの導線をECサイトの目立つ箇所に設定

- ・ トップバナー
- ・ カテゴリバナー
- ・ 追従バナー

クーポン発行

LINE登録で〇〇円OFFクーポンを発行

- ・ 購入直前にクーポン告知

LINE友だち追加広告

LINE広告で友達数アップ

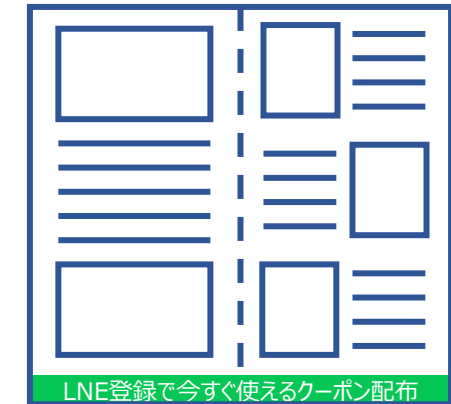
- ・ 友達1人獲得コスト：50-100円程度
- ・ 金額：月10万円程度（3か月）

カタログへの導線設置

カタログ上にLINE会員登録のQRコードを設置

- ・ LINE会員登録でカタログ注文で使えるクーポン配布

実施イメージ



LINE登録で今すぐ使えるクーポン配布

【アクセス】LINEメッセージ例

LINE活用



セールから会社紹介、独自のコンテンツなど各社様々なメッセージでコミュニケーションを取っています。



1. はじめに
2. アクセス数を最大化する方法
- 3. 転換率（CVR）を高める方法**
4. 客単価を向上させる方法
5. おわりに

転換率向上施策は大別すると以下に分類できます。転換率向上施策に限らず、それぞれの施策を検討する際に重要なことは、想定インパクトが大きいものから実施することです。以下施策ごとの概要に関してそれぞれ説明していきます。

施策内容	インパクト	再現性	想定工数	優先度
価格・送料	◎	高	少	高
クーポン	◎	高	少	高
ポイント	◎	高	少	高
特典・プレゼント	○	中～高	多	中
商品ページ	○	低～中	多	中
レビュー件数・点数	○	中～高	多	中
納期	△	中	中	低
店舗内回遊	△	中	中	低

【転換率】価格・送料調整



転換率に最も影響が大きいのは価格を調整し競合他社よりも安く販売することです。このとき、送料も含めた価格で最安値をとれるようにすることが前提になりますので注意しましょう。

値引き実施の考え方

【金額検討方法】

1. 自社製品を購入する消費者が検索しそうなキーワードで検索
2. 上位商品のうち自社製品とターゲットが似ていそうな商品の価格より安くする

【タイミング】

1. **イベントや5の倍数日にのみ値下げを実施**
2. 1で検索順位が上がらない場合、**通常時もしくは自社独自イベント時に値下げを実施**

【参考】楽天市場内での商品の価格差

最安値が取れている商品がレビュー数が最も多く、売れている状況

同じ商品で絞り込み

最安値商品



ポイント20倍&10%OFFクーポン対象 5/9 20:00~5/16...

11,664円 送料無料
3,888円/個 (3個)
2,160ポイント(1倍+19倍UP)

3個セット

★★★★★ 4.41 (1,143件)

5/13 10:00までの注文で最短5/15お...

👉 ランキング入賞

🏠 39ショップ

🏠 新日本製菓オンラインショップ



【3箱セット】 Wの健康青汁
55.8g (1.8g × 31本) 新日...

12,840円 送料無料
4,280円/個 (3個)
118ポイント(1倍)

3個セット

★★★★★ 4 (1件)

14:00までの注文で最短5/13(翌日)お...

🏠 39ショップ

🏠 バリューストア



【3箱セット】 Wの健康青汁
55.8g (1.8g × 31本) 新日...

12,840円 送料無料
4,280円/個 (3個)
118ポイント(1倍)

3個セット

14:00までの注文で最短5/13(翌日)お...

🏠 39ショップ

🏠 SNOWFLAKE



【3箱セット】 Wの健康青汁
55.8g (1.8g × 31本) 新日...

12,840円 送料無料
4,280円/個 (3個)
118ポイント(1倍)

3個セット

14:00までの注文で最短5/13(翌日)お...

🏠 39ショップ

🏠 MY.h



価格調整の次に有効な方法はクーポンです。価格調整と異なり、定価を維持しつつ一時的に値下げが可能になります。

	概要	料率調整	工数
配布型クーポン	✓ 期間を指定して発行可能なクーポン ✓ イベント時や店舗独自セール時などに活用	○	中
自動付与型の サンキュークーポン	✓ 商品購入後、自動で付与されるクーポン ✓ リピーター獲得強化時に活用	○	少
クーポンアドバンス広告	✓ クーポン付きの運用型広告 ✓ 集客強化、広告費用対効果改善時などに活用	○	多
楽天発行クーポン	✓ 楽天側で不定期に発行されるクーポン ✓ クーポン発行の工数を削減したい際に活用	×	少

【転換率】ポイント施策



自社の販売価格は下げたくない(メーカー等卸との兼ね合いで下げられない)ものの、競合他社商品に価格で負けている場合はポイントを活用することで売上を上げることができます。

	概要	料率調整	工数
楽天市場実施の キャンペーン	✓ 楽天負担でポイントキャンペーンを実施可能 ✓ 楽天に申し込むことで抽選に通ると実施可能	×	少
店舗作成の 独自キャンペーン	✓ 店舗独自に設定できる店舗負担のポイント キャンペーン ✓ 店舗内の全商品にポイント変倍が適用される	△	少
商品別の ポイント変倍設定	✓ 商品個別で設定できるポイント変倍 設定期間が24時間～設定可能	○	多

【転換率】特典・プレゼント施策



価格・クーポン・ポイントでの調整が難しい、または他社最安値に合わせても転換率が向上しない場合は商品購入での特典やプレゼントをつける施策を実施します。

プレゼント施策例

特にCVRを上げたい**商品と親和性の高い、もしくは季節需要を満たした特典**をつけることで大きく転換率を伸ばすことが可能です。

- ✓ スマホケース商品購入でスマホの充電コードをプレゼント
- ✓ 化粧水購入で同一商品プレゼント
- ✓ 対象商品を購入いただいた方、抽選で〇名様にプレゼント(右図)

他社実施例

The banner for the 'TAKAGI PRESENT CAMPAIGN' features a blue background. At the top, a white banner with the text 'TAKAGI PRESENT CAMPAIGN' is displayed. Below it, the text 'キャンペーン対象商品を購入いただいた方 \ 抽選で20名様に/' is written. The center of the banner shows three circular images: a black t-shirt and shorts, a box of Takagi Ramen, and a white thermos. At the bottom, the text '初夏にもらってうれしい 人気商品プレゼント!' is written in large white characters. The footer contains the text '期間限定 2025年5月1日から 2025年6月30日まで'.

TAKAGI PRESENT CAMPAIGN

キャンペーン対象商品を購入いただいた方 \ 抽選で20名様に/

初夏にもらってうれしい
人気商品プレゼント!

期間限定 2025年5月1日から 2025年6月30日まで

【転換率】納期設定



価格・クーポン・ポイントでの調整が難しい、または他社最安値に合わせても転換率が向上しない場合は商品購入での特典やプレゼントをつける施策を実施します。

最強配送 条件

1. 平日は12時まで、土日は9時までの注文で翌日届く
2. 翌日以外にも、商品のお届け日次を選べる。
3. 送料が分かりやすい。
※3,980円(税込)以上購入で、送料無料。

▼詳細は以下からご確認ください▼

<https://event.rakuten.co.jp/guide/saikyo-delivery/>

【参考】検索結果画面での最強配送アイコン

検索結果画面にアイコンがつき、消費者からの視認性が上がりやすい



最強配送
アイコン

【転換率】レビューキャンペーン施策



レビューは商品の転換率を上げるための重要な要素の一つです。点数は最低でも4点以上、件数は最低でも50件以上あることが目安となります。

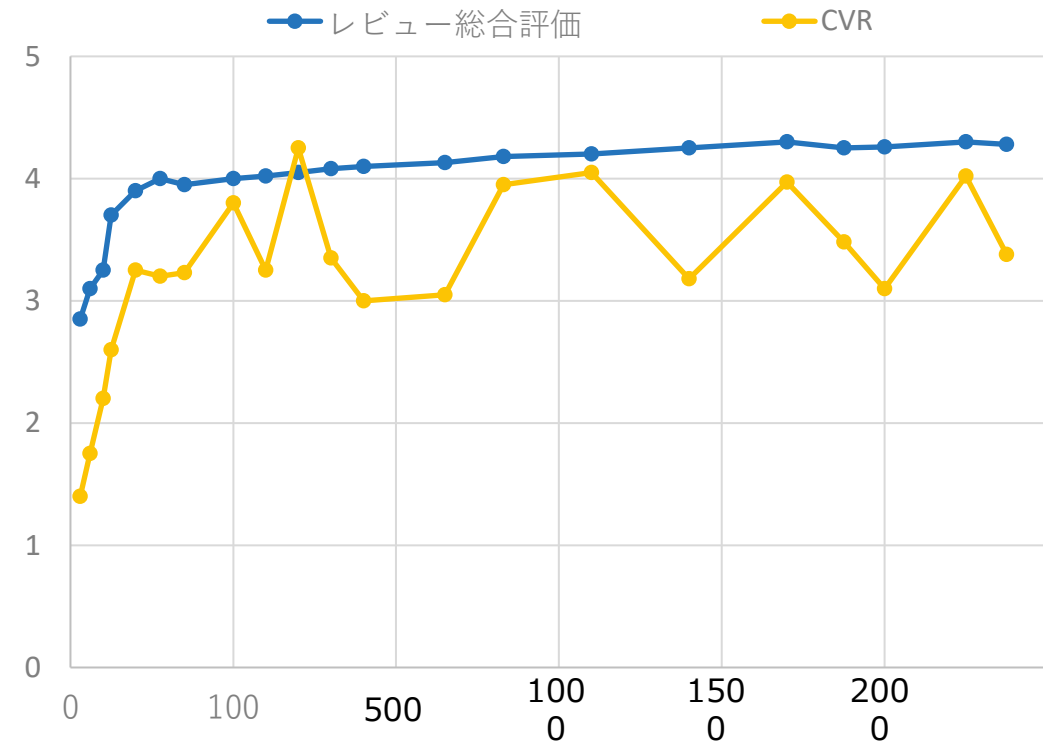
効果の高いレビューキャンペーン例

1. レビュー記載で
〇〇円OFFクーポンプレゼント
2. レビュー記載で**〇〇**プレゼント
(エコバッグ、タオル、スマホ充電コードなど)

【参考】他社実施例

レビュー件数と転換率の関係性

レビュー件数約50件目安にCVRが大幅に増加するため。レビュー施策を通じて、まずは50件の獲得を目指す。



商品の転換率を向上させるためには、ページを一定の水準の品質まで引き上げる必要があります。消費者から見た時に信頼を得られ、購入の意思決定を助ける内容になっていることが重要です。

商品ページの制作ポイント

キャンペーン内容

ページ冒頭でキャンペーンを訴求することで、まずページを読む気を起こさせる

基本的な商品情報

商品のイメージが湧く画像を差し込み、どういう商品なのかの全体像を伝える

実績訴求

「楽天でのランキング受賞」「SNSでの掲載内容」「レビュー内容の記載」などを掲載し、商品への信頼感を醸成する

商品詳細情報

他の商品と比較してどこがすごいのか、具体的なセールスポイントなど、この商品に関する具体的な情報を記載する

今買うべき理由

期間限定キャンペーンなどは必ず記載する

レビューキャンペーン

最後に「レビュー記入でクーポンプレゼント」などのキャンペーンでレビューを促進する

(参考) 商品ページ内コンテンツ



以下参考コンテンツをおまとめしておりますので、ご参照いただければと存じます。

キャンペーン内容

もう1本
プレゼント

「2本以上」をかごに入れて
ご購入された注文は、
ご注文個数に「+1本」して
お届けします！

※ご注文数が「2」以上になっていることを必ずご確認ください。
※ご注文後、当店からのメールではご注文個数での表記となりますが、
商品発送の際に「+1本」を追加してお送りしますので安心ください。

基本的な商品情報



※実際の商品カラーと異なります。

実績訴求

たくさんのご購入ありがとうございます！

楽天リアルタイムランキング
第1位獲得!

＜アロエガーデン＞
洗顔せっけん
限定セット



商品詳細情報

アロエガーデン高保湿化粧水は
一般の化粧水とは大きく異なる
点があります。それがアロエペ
ラ液汁*1の配合率。水のかわりに、
厳選された農家で採れたアロ
エペラ液汁*1を贅沢に配合すること
で、アロエ*1のチカラを十分に肌
に行き届かせることができます。



アロエガーデン
高保湿化粧水

一般的な
化粧水

- *1 保湿成分
- *2 全成分上の『水』は原料由来です（1%以下）
- *3 水を含みません
- *4 防腐剤、pH安定剤、香料など

※画像はイメージです

今買うべき理由

このページを見つけた方は超ラッキー！！

なんとつ！
24時間限定!!
洗顔・全身OK!
63%OFF!!
5/12(金)10:00～5/13(土)9:59

レビューキャンペーン

ご感想をぜひお聞かせください



商品レビュー・ショップレビュー記入でもれなく



投稿すれば必ずもらえる！

【転換率】店舗内回遊施策

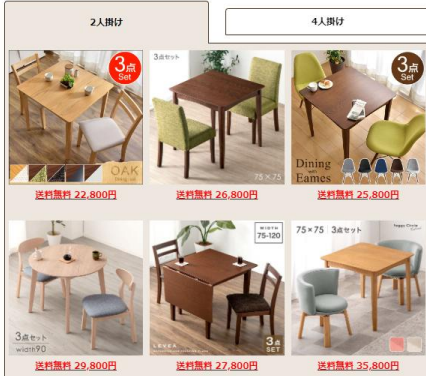


商品ページでの転換率対策をやり切った後は回遊施策によって店舗全体の転換率向上を目指します。回遊性を高めるポイントは、同じジャンル等興味/関心の高いページへ回遊させることです。

同カテゴリ商品



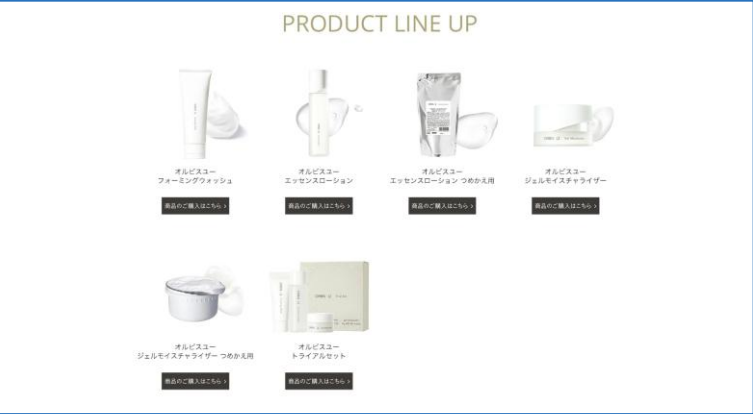
サイズ/入り数違い



セット商品



同時使用商品



キャンペーンページ

お買い物マラソン連動 スペシャルSALE
対象期間：5/9 20:00 - 5/17 09:59
👉 SALE会場はこちら

お買い物マラソン ポイント最大 10倍
要エントリー & 買い回り 対象期間：5/9 20:00 - 5/16 01:59
👉 エントリーはこちら

人気商品/ランキング





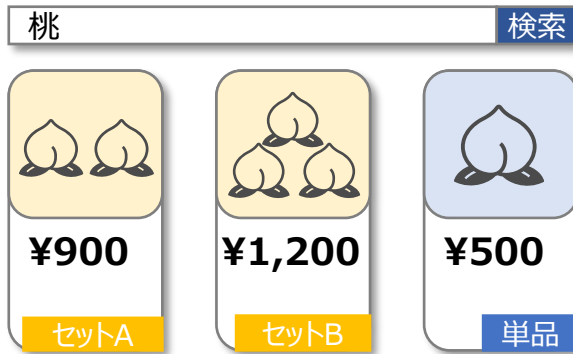
1. はじめに
2. アクセス数を最大化する方法
3. 転換率（CVR）を高める方法
- 4. 客単価を向上させる方法**
5. おわりに

客単価向上施策の全体像



楽天市場で客単価を向上させる施策の概要を以下の通りまとめました。

1 セット商品の登録



- ・セット商品を設定し、主にリピーターの客単価向上。
- ・消費財との相性が非常に良い。

2 組み合わせ販売の設定



- ・よく購入される組み合わせをレコメンド。
- ・1つの商品に対して、最大3つまで組み合わせ商品を設定可能。

3 クーポン利用最低金額の設定



- ・単品では届かない金額に最低利用金額を設定し、合わせ買いによる客単価向上を狙う。
- ・売れ筋商品単価と客単価を分析し、金額条件を設定。

4 金額条件付きプレゼント



- ・単品では届かない金額に最低利用金額を設定し、合わせ買いによる客単価向上を狙う。
- ・売れ筋商品単価と客単価を分析し、金額条件を設定。

【客単価】セット商品登録



売れ筋商品の複数個セットや売れ筋商品とよく同時購入される商品とのセットを販売することで、客単価の向上を狙えます。同時購入商品については受注データから分析が可能です。

セット組の考え方

1. 同時購入、もしくはリピート購入でのクロスセルで同一ユーザーからの購入が多い商品。
2. リピーター購入が多く、同じ商品でのまとめ買い需要が大きそうな商品。

セット商品例



【客単価】向上施策の全体像



組み合わせ販売を設定することで、複数商品の購入を促進し、客単価を向上することができます。
組み合わせ販売設定はRMSで設定でき、1つの商品に対して3商品まで登録する事が可能です。

組み合わせ販売設定の考え方

- 関連性の高い商品や、よく同時購入されている商品などを登録する事で併売を訴求することが可能です。

【例】

- ・ シューズとシューケア商品
- ・ シャンプーとトリートメント
- ・ アパレルであれば、モデル着用商品

※組み合わせ販売設定においては、紐づける商品に項目選択肢が設定されていると登録ができないので注意が必要です

組み合わせ販売例

これらの商品をまとめて購入



合計 17,928円 (送料別)

🛒 まとめて購入手続きへ

これらの商品をまとめて購入



合計 5,527円 (送料別)

🛒 まとめて購入手続きへ

【客単価】クーポン利用最低金額の設定



まとめ買い条件のクーポンを発行することで客単価向上が狙えます。受注データから複数購入をしている方の平均購入単価などを分析し、最適な条件を検討していくとよいでしょう。

クーポン条件の考え方

1. 最低金額条件

売れ筋商品に1つ商品を追加することで達成可能な条件や、併売頻度の高い組み合わせの合計単価に合わせた条件を設定。

2. 個数条件

リピート率の高い商品など、まとめ買い需要の高い商品などを商品指定して発行。

クーポン発行例



【客単価】金額条件付きプレゼント



一定の金額以上を購入いただいたお客様にノベルティや試供品などのインセンティブを付与することで客単価向上が狙えます。

金額条件の考え方/施策例

● 最低金額条件

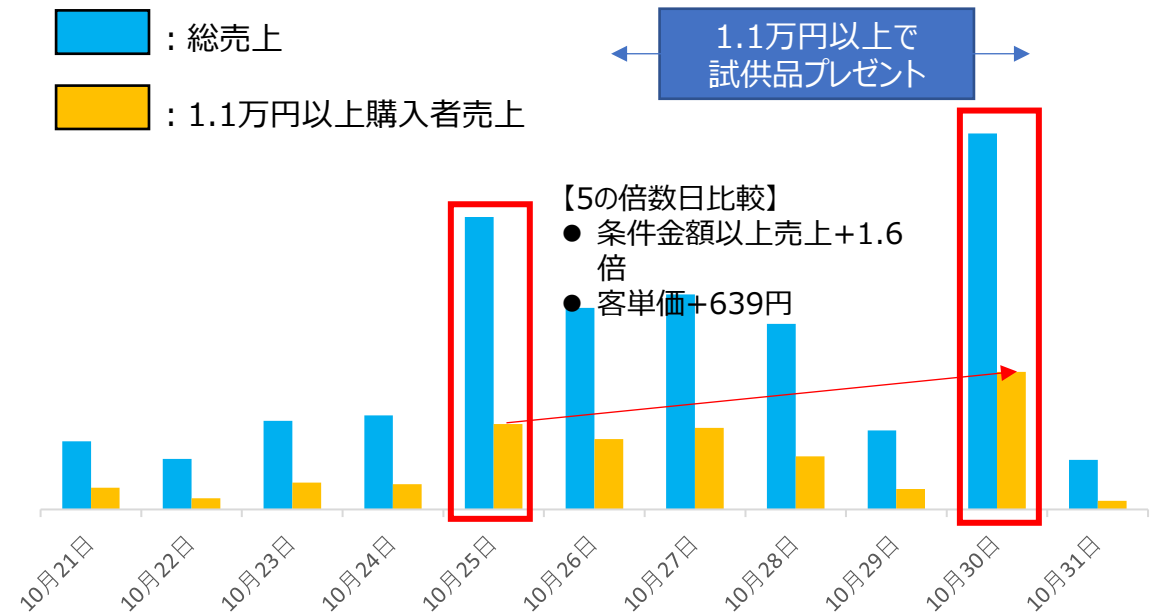
売れ筋商品に1つ商品を追加することで達成可能な条件や、併売頻度の高い組み合わせの合計単価に合わせた条件を設定。

POINT 06. **【公式店限定特典】**
6,000円（税込）*以上ご購入で
EAAお試しセットプレゼント！
15,000円（税込）*以上ご購入ならさらに
R.E.D.320gもプレゼント！
*クーポン・ポイント引き後の合計金額

詳しくはこちら ▼

金額条件プレゼント効果例

- 税込1.1万円以上購入者にお試しパックを配付。条件金額以上の売上が増え、客単価向上につながった。



(参考) 同時購入分析事例



クーポンやインセンティブ付与の金額条件設定のため、注力したい商品とよく同時購入されているものを受注データから分析。金額設定の他、メルマガやLINEでのレコメンドにも活用した事例です。

同時購入分析の考え方

- トレーニー向けのハイスペックプロテインと用同時購入をされている商品を分析
 - 定番モデルのプロテインの他、サプリメント系の商品が多く購入されていることが判明

クーポンやプレゼント企画の金額条件算出に
同時購入分析の結果を使用
キャンペーン期間中の客単価が
月平均の約1.2倍に向上

分析結果例

【トレーニー向けプロテインとの同時購入商品】

商品管理番号	合計金額
プロテインA 1kg	206,773
プロテインA 35g	165,230
ビタミンサプリ	136,885
プロテインB 1kg	122,548
HMBサプリ	111,443
燃焼系サプリ	109,295
ミネラルサプリ	106,484
プロテインA3kg	94,063



1. はじめに
2. アクセス数を最大化する方法
3. 転換率（CVR）を高める方法
4. 客単価を向上させる方法
5. おわりに

あなたの店舗、無料で診断してみませんか？



Proteinumでは**EC店舗の無料診断**を行っています。

「自店舗が伸びしろがあるのか分からない…」「そもそも何を改善すべきか分からない…」そんなお悩みにECの専門家集団である弊社が実際のデータを見ながらお答えします！

無料診断は**毎月5件限定**で行っておりますので、枠が埋まってしまう前にお申し込みください！

▼ 無料診断はこちらをクリック ▼

The banner features the Proteinum logo in the top left corner. The background is a dark blue gradient with faint, overlapping images of a laptop screen displaying data charts and a calculator. The main text is in large, bold, yellow characters. Below the main title, there is a line of smaller white text listing supported platforms. The bottom section contains a list of services in blue boxes and a call to action in a black box with white and red text.

Proteinum

楽天市場・Amazon・Yahooショッピング・自社EC(全カード対応可)

ECポテンシャル診断

独自分析データで導き出される “店舗の伸びしろ” を**無料診断**！

広告 SEO ページ リポート イベント対応

\\ 先着10社限定 // 詳細を見る ▶

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00～18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求（ダウンロード）

https://proteinum.co.jp/document_zoho/

ご支援実績（導入事例）

<https://proteinum.co.jp/works/>

New! ⇒

EC虎の巻

<https://proteinum.co.jp/document/>

（ECで売上を上げるための「施策リスト」や、施策の実施効果を実データでまとめた「調査レポート」もご覧いただけます！）