



Yahoo!ショッピング 「ふくしまプライド。体感キャンペーン」 イントロダクションセミナー

ショッピング統括本部
ソリューション営業部
2025年7月30日

LINEヤフー株式会社
ショッピング統括本部
営業3本部 ソリューション営業部
自治体・官公庁推進チーム
内山康哉

【経歴】

[自己紹介]

2009年 ヤフー株式会社入社 運用型広告セールス
2018年 PayPay立ち上げに参加（出向）
2022年 ヤフーショッピング配属



Yahoo!ショッピング「ふくしまプライド便」

WEB物産展販売結果報告

WEB物産展購入者分析（AIコメントあり）

ECサイトで売り上げをアップする考え方

①アクセス対策～訪問数を上げよう

②リピート対策～リピーター対策の重要性

Yahoo!ショッピング 最新状況

「Yahoo!ショッピング」の特長について

「ふくしまプライド便」クーポンキャンペーン参加方法

Yahoo!ショッピング「ふくしまプライド便」

WEB物産展販売結果報告

WEB物産展購入者分析（AIコメントあり）

ECサイトで売り上げをアップする考え方

①アクセス対策～訪問数を上げよう

②リピート対策～リピーター対策の重要性

Yahoo!ショッピング 最新状況

「Yahoo!ショッピング」直近の大型販促予定について

「ふくしまプライド便」クーポンキャンペーン参加方法

「ふくしまプライド便」
WEB物産展
販売結果報告

Yahoo!ショッピング トップページ他より集客



特設ページで商品紹介



各ストアで購入



■ 目的・趣旨

- ・ ふくしまプライド。キャンペーンに加え、Yahoo!ショッピング独自のセール、LINEとの合併シナジー効果により、継続的な顧客の維持獲得および、購買商品の裾野拡大やリピート促進を目指す。
- ・ 出店料無料という敷居の低さを活かし、新規出店者の入口として機能させる。また、新規店の特集キャンペーンを行い、出店5年目以内（令和3年度以降）の本事業に参加した事業者の支援を行う。

■ 実施内容

- ・ Yahoo!ショッピング内に、特設ページ「旬を食べる。」の設置及びクーポンキャンペーンの実施
- ・ Yahoo!ショッピングユーザーに対する広告誘導
- ・ Yahoo! JAPANトップページからの文言リンク誘導

■ キャンペーン期間

- ・ 共通キャンペーン／3回（24年7-8月、10月、12月）
- ・ 新規店応援キャンペーン（25年1月）



【実施概要】：各1人10回までクーポン利用可

＜第1弾＞ 共通キャンペーン①（桃）
実施期間：2024/7/10(水)～8/13(火)
91ストア参加 4,589商品
お米10%OFF、その他15%OFFクーポン

クーポン使用状況	第1弾共通（7/10～8/13）	発行枚数	使用枚数
	米10%	3,454	3,454
	その他15%	14,863	14,863



【実施概要】：各1人10回までクーポン利用可

＜第2弾＞ 共通キャンペーン②（新米）
実施期間：2024/10/9(水)～10/29(火)
85ストア参加 4,167商品
米10%OFF、その他15%OFFクーポン

クーポン使用状況	第2弾共通（10/9～10/29）	発行枚数	使用枚数
	米10%	4,583	4,583
	その他15%	4,939	4,939



【実施概要】：各1人10回までクーポン利用可

＜第3弾＞ 共通キャンペーン③（肉）
実施期間：2024/12/4(水)～12/24(火)
91ストア参加 4,349商品
米10%OFF、その他15%OFFクーポン

クーポン使用状況	第3弾共通（12/4～12/24）	発行枚数	使用枚数
	米10%	2,349	2,349
	その他15%	3,309	3,309



【実施概要】：各1人10回までクーポン利用可

＜第4弾＞ 新規店応援キャンペーン（肉と米）
実施期間：2025/1/15(水)～1/28(火)
22ストア参加 739商品
お米10%OFF、その他15%OFFクーポン

クーポン使用状況	新規店応援（1/15～1/28）	発行枚数	使用枚数
	米10%	150	150
	その他15%	632	632



- ・約2万9千人のお客さんが参加し、約1.6億円のクーポン経由流通売上。
- ・夏は桃が前年なみの販売、お米は8月以降、コメ不足もあり高単価で推移した。
- ・お米が年間で前年比2倍、肉が1.5倍の売上額と好調であった。

数量限定

お得なクーポン配布中!

最大 **15%OFF**



ふくしまプライド便

数量限定

お得なクーポン配布中!

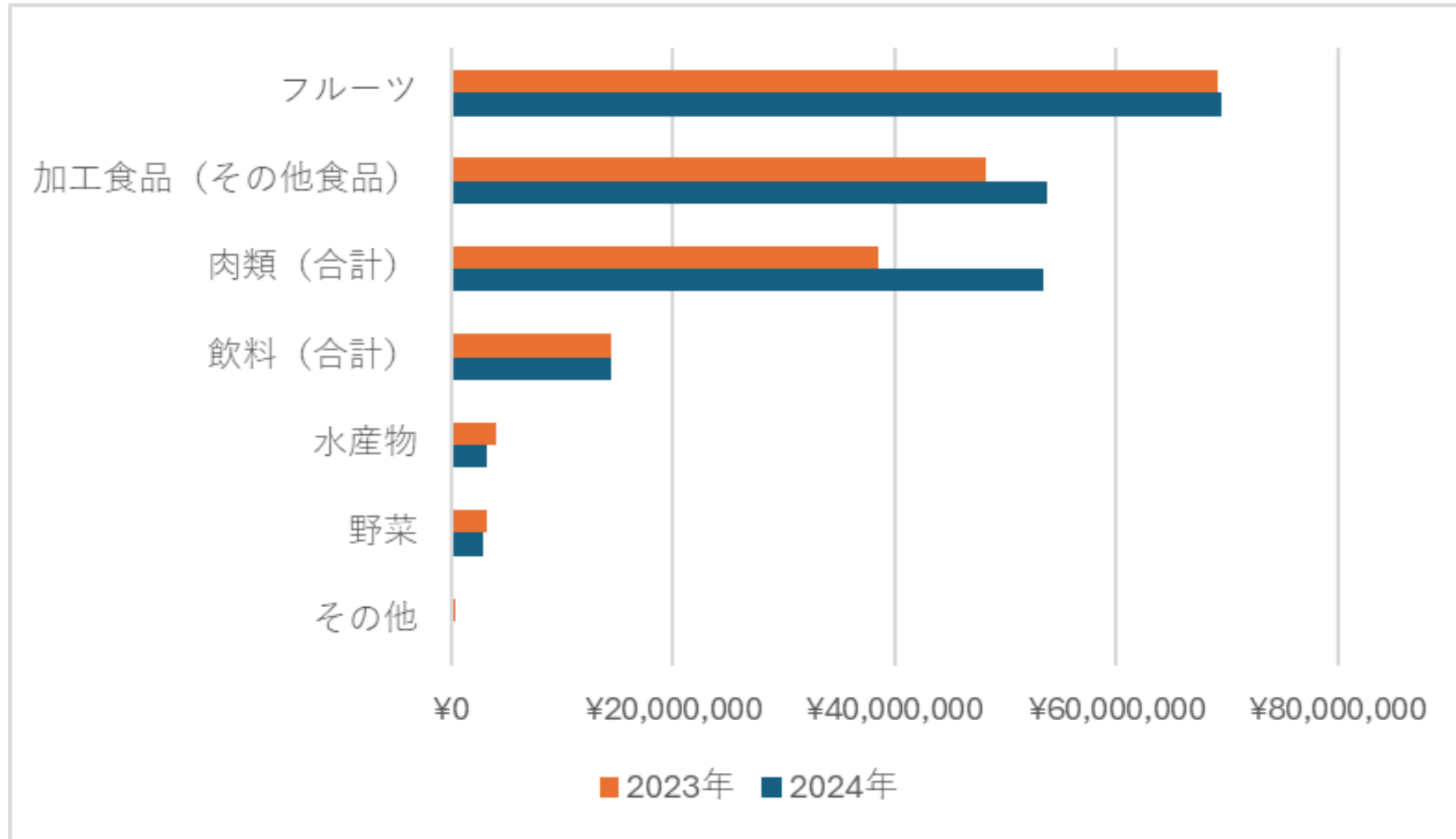
最大 **15%OFF**



ふくしまプライド便

ジャンル別販売額 ふくしまプライド年間流通額（2024年）

2025年
ふくしまプライド便。
関係者様限定



※クーポン経由以外の購入を含む。お米は上記の10倍くらいの規模感です。

Yahoo!ショッピング「ふくしまプライド便」

WEB物産展販売結果報告

WEB物産展購入者分析（AIコメントあり）

ECサイトで売り上げをアップする考え方

①アクセス対策～訪問数を上げよう

②リピート対策～リピーター対策の重要性

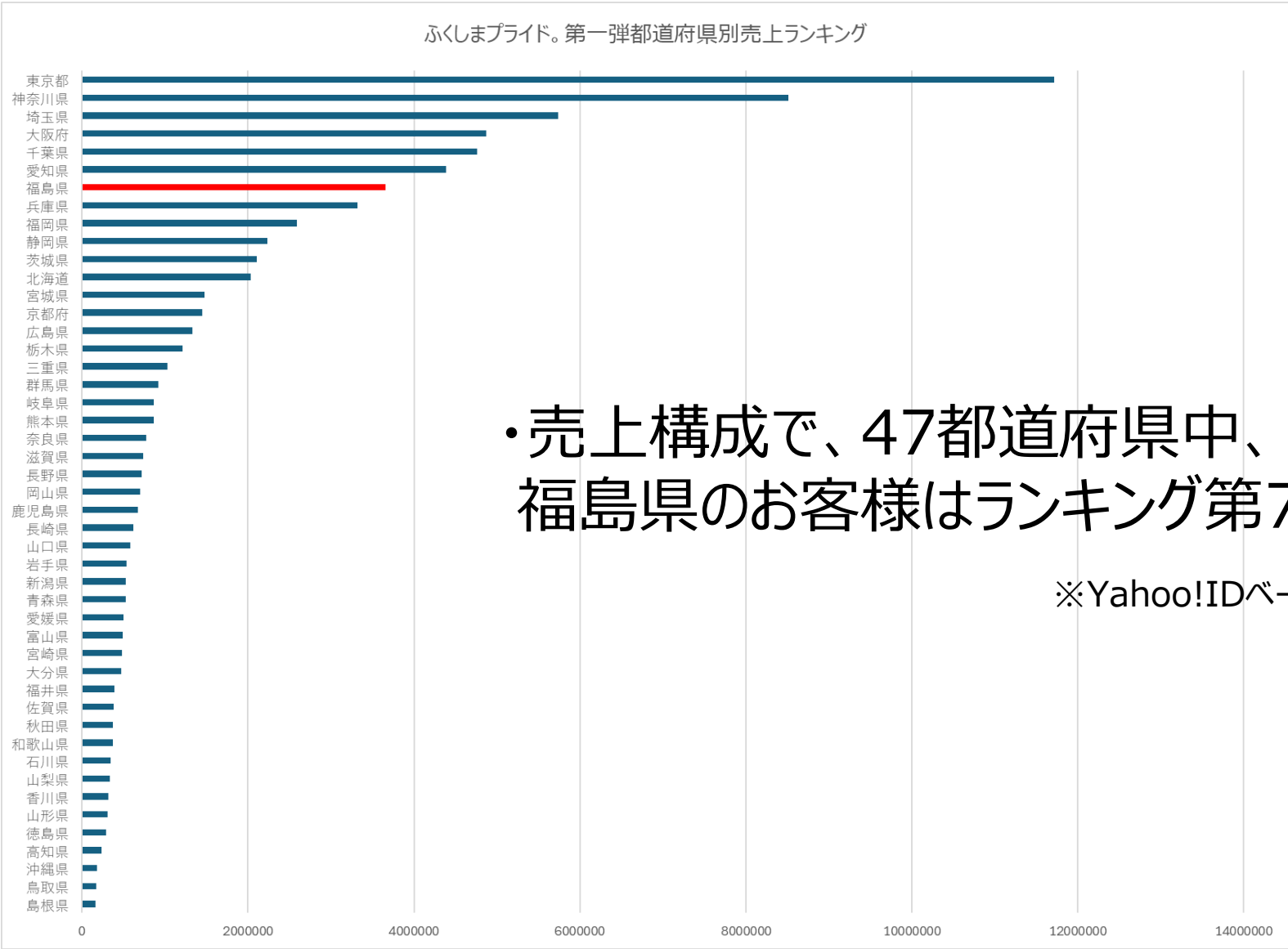
Yahoo!ショッピング 最新状況

「Yahoo!ショッピング」直近の大型販促予定について

「ふくしまプライド便」クーポンキャンペーン参加方法

「ふくしまプライド便」
WEB物産展
購入者分析

購入者はどこに住んでいる？（2024年）



・売上構成で、47都道府県中、
福島県のお客様はランキング第7位。

※Yahoo!IDベース

#	都道府県	利用率 (%)
0	全体	84.9
1	東京都	90.4
2	奈良県	89.7
3	千葉県	89.4
4	大阪府	88.8
5	滋賀県	88.0
6	広島県	87.8
7	神奈川県	87.7
8	北海道	87.6
9	京都府	87.0
10	愛知県	86.6
11	三重県	85.7
12	宮城県	85.2
13	埼玉県	84.8
14	山梨県	84.4
15	静岡県	84.1
16	富山県	84.1
17	福岡県	83.8
18	石川県	83.6
19	沖縄県	83.3
20	長崎県	82.8
40	山口県	77.6
41	福島県	77.4
42	山形県	77.3
43	熊本県	76.5
44	高知県	76.3
45	青森県	75.2
46	秋田県	74.9
47	岩手県	73.8

総務省「都道府県別インターネット利用率及び機器別の利用状況（個人）（2022年）」

①購入者はどんな世代？（2024年）

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

①F3層(50~85才女性)

人数割合：33%

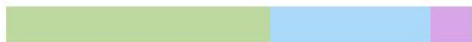


サマリ:

性別割合:



年代割合:



属性・ライフイベント

専業主婦（主夫）、パート、アルバイト、高校卒

興味関心

ユーザ属性: 海外ドラマ好き、フィギュアスケート好き、演劇好き

購買意向

香港、マカオ旅行に関心、レディースのコート、アウターに関心、レディースのスポーツウエアに関心

悩み:

スケート、アイスホッケー、茶道、子どもとインターネット、クラウドサービス、アジア・韓国ドラマ
その他レディースウエア、ボディパウダー、くらしの知恵、節約、室内用、ボレロ、エンジニアブーツ、レターセット、猫の服（一般）、フェアウェイウッド、農作業用手袋

購買カテゴリ:

キーワード:

ペンディングトレイン 視聴率
相続者たち あらすじ 中尾ミエ 年齢ピスキュイサンド
チェッカーズ メンバー 市川猿翁 現在
寒の入りとは ショコラ 映画 加藤タキ
ブルーノマーズ 追加公演 広重るう
小柴陸くん スイカの皮 レシピ
自転車用ヘルメット 女性用
望月能平 スケート世界選手権2024
森高千里 旦那 橋アオイ 郵政株 中嶋朋子 息子
役所広司 嫁 まれ 朝ドラ ロストケア 上映館
黄色のツム 床嶋佳子 夫 コストコ 再販店 神奈川
全粥と五分粥の違い チョンジュノ 曲げない男 クビルス
下北沢病院 足病総合センター

ブランド:

ドトールコーヒー
エムケー精工 PERFECT ONE 鎌田醤油
リュウコドウ Ball&Chain MY mama
岩泉産業開発 マルコメ
銀座ステファニー化粧品 SCARF
Pricila imp. OTONA PANSY
FILA JUKI ZIP FIVERADICA
K&K MEYER Weltec 京美
SPICARE russet 本気モード
ミルクィクイーン セシール mizuiroind
クロバー（手芸用品）

・3分の1は高齢女性。
ファッション全般、コスメ、ペットなど
に関心があります。
お米のブランドは「ミルクィクイーン」

②購入者はどんな世代？（2024年）

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

②M3層(50~85才男性)

人数割合：32%

キーワード:

ブランド:

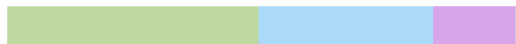


サマリ:

性別割合:



年代割合:



属性・ライフイベント

無職, 経営者、会社役員, 個人年収800万円以上1,000万円未満

ユーザ属性:

興味関心

購買意向

中南米、カリブ海地域旅行に関心, カメラに関心, デスクトップパソコンに関心

悩み:

アマチュア無線, ヨット、ボート, カスタマイズ, エネルギー、資源, 車検、メンテナンス

購買カテゴリ:

トップウォーター, その他大工道具, HDMI分配器, 草焼きバーナー, 薪割り機, エアータッカー, スイングトップ, コマセカゴ, 機関車, その他計器類

レヴォーグ レイバック
バリュー株とは
dazn アジアカップ rcサクセッション 多田萌加
東京6大学野球2023 pgaツアー速報
極東会 ネイキッドとは 大相撲星取表 宮史郎
江村美咲 織田記念 2023 服部道子
高田春奈 原付二種 免許 山田かな
吉野家 株価 全国都道府県対抗女子駅伝
モデル亜希 ユニコーンステークス 2023
ブリジットフォンダ 杉並区長 岸本聡子
葉山国際カンツリー倶楽部 へんりー塚本 ドラマ
木村彩子 万博前売り券 イオン茶屋 水素関連銘柄
グッドスピード 株価

オートパーツエージェンシー BOSCH (DIY、工具)
ボルボ HOZAN マウスコンピューター
オフィスコムSSR PIRELLI
vivo (スマホ) アバルト シューゲー
PRGR Dayton スパークモデル
クスコ ヤンマー KTC BBS
JCM(業務用厨房機器)
DOCUSecco 朗堂 レカロ Audi
KORGリョービ トレンドマイクロ
CELLSTAR ヤマビコ Western Digital

・3分の1は高齢男性。
年収が高めで社会的地位も
高く、カメラや電動工具を
使ったDIYなどに興味。

③購入者はどんな世代？（2024年）

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

③ F2層(35~49才女性)

人数割合：17%

キーワード:

ブランド:



サマリ:

性別割合:

年代割合:

属性・ライフイベント

未就学児（4~6歳）の子供あり, 未就学児（1~3歳）の子供あり, 転職した

ユーザ属性:

興味関心

ファミリー映画好き, 水泳好き, ダンス、バレエ好き

購買意向

バッグ、ランドセルに関心, 子供服、シューズに関心, 学資保険に関心

悩み:

Evernote, 学資保険, ネイルケア, 不妊, 幼稚園・小学受験
タイツ, カンジタ, デコレーションパーツ, 袴, グローブ、手袋, 幼稚園用スモック、ブラウス, 書道セット, 下敷き, タンポン, ピン

購買カテゴリ:

英検3級 合格点 赤ブービー イベント一覧
広末涼子 離婚 ススヤの祠びえむあい 計算
ミラオーウェン 福袋 2024ラクマート
山里ジブリ展 東京 浅倉一男 顔ダニ
才賀紀左衛門 娘異食症 runext紅白 観覧
にこるん 結婚 ソニックフィットつるの剛士 嫁
ななちゃらサンタクロース 英語
カジマ 韓国語 アドベンチャープール
福原愛 顔変わった 東山紀之 木村佳乃
shein トコジラミ キングダム2 あらすじ
ガールズシーエイチ 0120 925 527 月星座 調べる
小学一年生 4月号 2024

HIGHTIDE
ONE BY KOSE はぐみプラス白元アース
MYSOFINA Herve Chapelier
Pigeon FURLA ORiental TRaffic
MILBON スイーツパラダイス coca CHUMS
SLOBE IENA Mila Owen UHA味覚糖
smart-iearth music&ecology
SABON TAKAMI AYURA Kanro
Hamee Chacott QUALITY 1st
JILL STUART Design Tshirts Store graniph
SHOO・LA・RUE N organic

・5分の1は中年女性。
子育て世代でファミリー志向。
スイーツ食べ放題チェーンにも
関心。

④購入者はどんな世代？（2024年）

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

④M2層(35~49才男性)

人数割合：13%

キーワード:

ブランド:



サマリ:

性別割合:

年代割合:

属性・ライフイベント

世帯年収600万円以上800万円未満, 会社員（正社員）, 小学生の子供あり

ユーザ属性:

興味関心

スポーツゲーム好き, 格闘ゲーム好き, レースゲーム好き

購買意向

メンズの水着に関心, ゲームソフトに関心, テレビゲームに関心

悩み:

Linux系, 遊戯王, 艦隊これくしょん, ドラゴンクエスト, トレーディングカード

購買カテゴリ:

ハロゲン, フルフェイスヘルメット, その他, スリング, 吊具, ルームミラー, クレアチン, ラチェットハンドル, その他排気系パーツ, インターコム, その他 ETC, 探知機, ドライブレコーダー

とある魔術の禁書目録 スロット ワンピース 1110

ピクセルリマスター tsutaya ポケモンカード 予約

ドラクエチャンピオンズ ちゃんよた 無修正

シティーズスカイライン wtags 大島薫

ワンピース 1107 石田梨緒 gx レクサス

吉原伶那

レンタル彼女 ワンピース 1108 森永奈緒美

安部裕葵 モンスト dio 内山七海

三葉ちはる 東野有紗 じゃい 競馬予想 ホゲータ 進化

ワンピース 1094 栄冠ナイン 攻略

ドラゴンクエストモンスターズ3 攻略 ワンピース 1109

ゲームセンターcx
ワンナイトモーニング 弱キャラ友崎くん

PORSCHE
TOYO TIRES ARC'TERYX ALPINE Anker
バンダイナムコエンターテインメント IIJmio
Paul Smith アストロプロダクツ
スパイク・チュンソフト JACKALL
macron イチローズモルト Zoff
ソフト99 フリユーカブコン
コナミデジタルエンタテインメント
三菱ふそう hummel Swatch ブシロード
セガゲームス データシステム (自動車)
Harley Davidson コーエーテクモゲームス
オーディオテクニカ Pioneer HiKOKI JVCケンウッド

・13%は中年男性。
ゲーム・カード・スポーツ・
車のパーツなどに興味がある。

- ・50代後半～60代の高齢男女が、ふくしまプライド便のコアターゲット。
- ・DIYやペットに興味がある。
- ・中元・歳暮など贈答品にアンテナを張っている。
- ・新しいブランドを常に見つけており、ネットを使いこなす高齢者。
- ・男性はゴルフや相撲に興味がある一方で、艦隊これくしょんなどのゲームやトレカにも関心を示す。

Yahoo!ショッピング「ふくしまプライド便」

WEB物産展販売結果報告

WEB物産展購入者分析（AIコメントあり）

ECサイトで売り上げをアップする考え方

①アクセス対策～訪問数を上げよう

②リピート対策～リピーター対策の重要性

Yahoo!ショッピング 最新状況

「Yahoo!ショッピング」直近の大型販促予定について

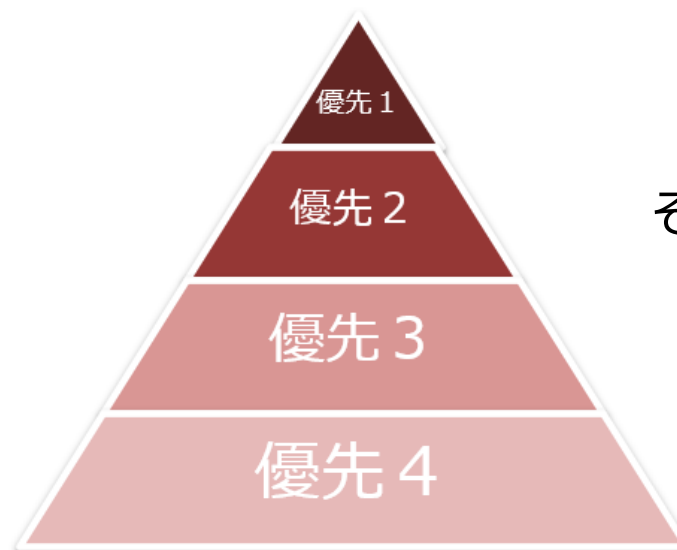
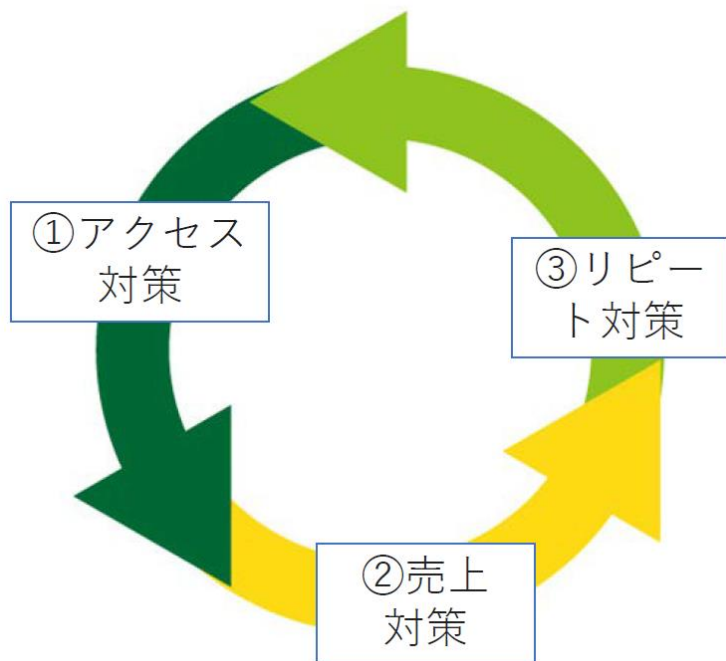
「ふくしまプライド便」クーポンキャンペーン参加方法

ECサイトで売り上げをアップする考え方①
アクセス対策

訪問数を上げよう

ゼロから売り上げを作っていく考え方

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定



よく売れる商品

それほど売れないが、よくクリックされる商品

クリックは少ないが、よく表示される商品

クリックも表示も少ない商品

① **まずはどんな方法でもアクセス（訪問数）を集める＝集客する**

⇒ +次に：商品数を増やす

② 販売実績を作り、商品スコアが上がると、検索結果で上位に来やすくなる

⇒ +次に：2軍の商品群を強化する

③ リピーターになってもらう

$$\text{売上} = \text{訪問数} \times \text{購買率} \times \text{客単価}$$

- ・SEO対策
- ・広告
- ・LINE公式
アカウント
- ・ストアニュース
レター

- ・ページ改善
- ・商品価格
- ・クーポン
- ・ポイント
- ・配送条件

- ・回遊率改善
- ・商品価格
- ・クーポン
- ・ポイント

$$\text{売上} = \text{訪問数} \times \text{購買率} \times \text{客単価}$$

ある程度
コントロールが可能なのは
訪問数（アクセス）だけ

- ・SEO対策
- ・広告
- ・LINE公式アカウント
- ・ストアニュースレター

- ・ページ改善
- ・商品価格
- ・クーポン
- ・ポイント
- ・配送条件（優良配送）

- ・回遊率改善
- ・商品価格
- ・クーポン
- ・ポイント

- 広告
 - └ アイテムリーチ
 - └ プロモーションパッケージ
 - └ PRオプション
 - └ ディスプレイ広告 など

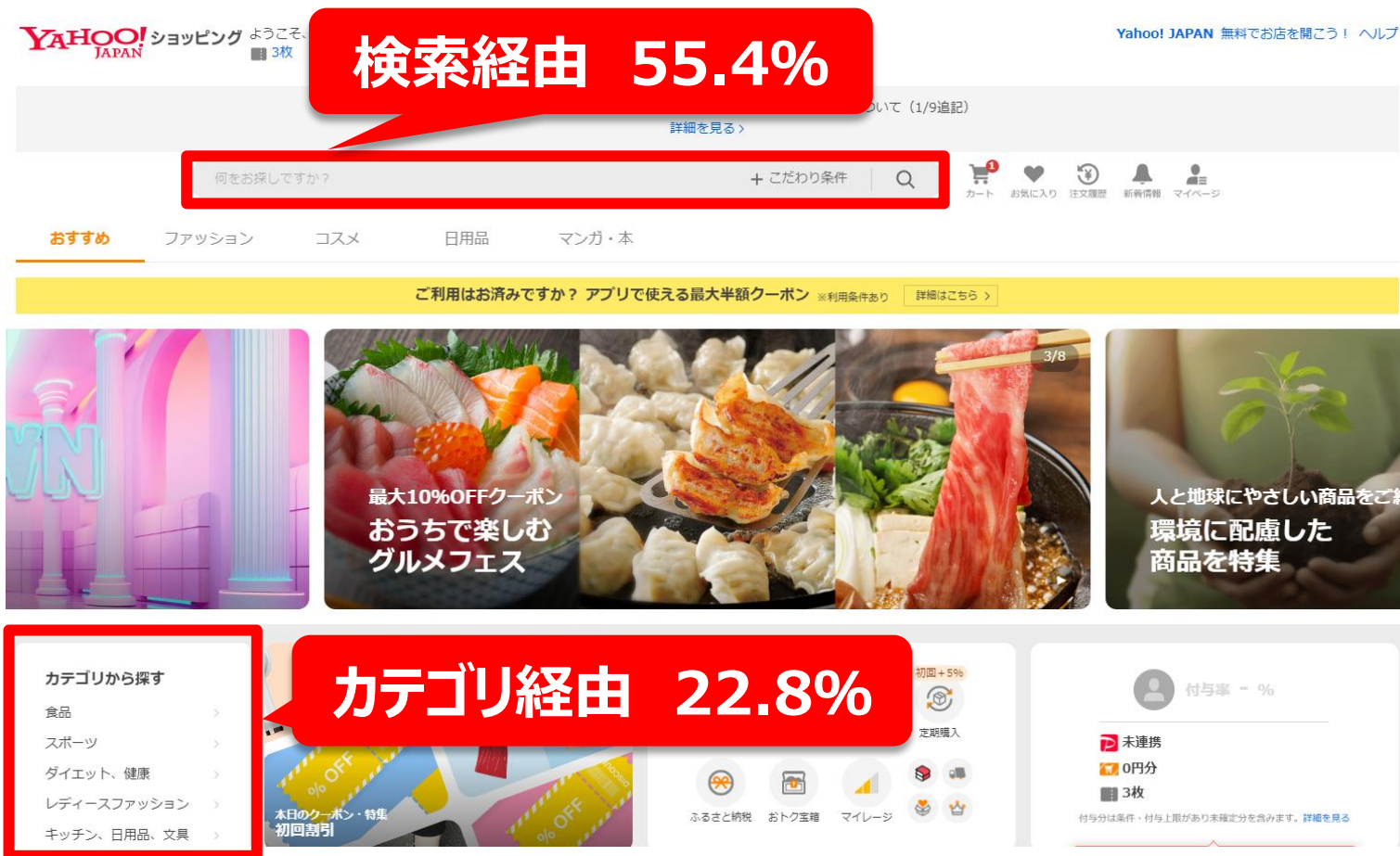
- ユーザー還元
 - └ ボーナーストア
 - └ ストアポイント上乘せ
 - └ ストアクーポン
 - └ タイムセール／日替わり／週替わりクーポン など

まずはアクセスを集める理由

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

どこからアクセスを集めるのか ⇒ **検索結果画面（最重要）**

出店者も出品点数も多いYahoo!ショッピングでは、対策しないと埋もれてしまう



Yahoo!ショッピングでは、新規ユーザのうち

約78%が
検索・カテゴリ経由流入

知ってもらう事が大事

検索ヒット率を上げることが大事

集客が超大事

検索結果の最上位に専用枠を持つ
集客に特化した1クリック25円から
のクリック課金型広告

アイテムマッチで
集客数UP **12,300** 2021年利用ストア数※

※ ストアマッチ経由で1回以上広告表示されたストア
(集計期間：2021年1月1日～2021年12月31日)

▼サービス概要

<https://shopping.valuecommerce.ne.jp/im/>

▼適正入札価格資料

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/knowhow/uu/itemmatch.html>



アイテムマッチは、2025年8月1日からアイテムリーチに生まれ変わります！

Yahoo!ショッピングの検索結果や商品詳細ページなど
アイテムリーチ専用枠で自ストア商品をアピールできる広告です

注文の約8割¹が経由する検索結果にアイテムリーチ専用枠を用意

商品検索結果ページなどで「PR」がついている商品がアイテムリーチの掲載です
アイテムリーチを活用することで多くのユーザーへ効率的に商品を訴求します



注文の約8割¹が検索結果を経由



1. 弊社調べ 2025年5月現在

プロモーションパッケージ

売上の3%提供で、ストア運営を
サポートするための販促オプション

売上UPのサポート



集客UP
(PRオプション3%
相当の検索優遇)



**大型販促
参加権**

+

ストア運営のサポート



**安心
サポート**
(優良店専用デスク)



データ分析
(プレミアム統計)

ふくしまプライド便で、実際に売れる商品の割合

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

2024年	第一弾	第二弾	第三弾	第四弾	合計
登録商品	4,589	4,167	4,349	739	13,844
販売商品	1,184	723	786	176	2,869
比率	25.8%	17.4%	18.1%	23.8%	20.7%

※クーポン経由で購入された商品のユニーク数

- ・登録があった商品のうち、2割が実際に販売を伴いました（8割は売れませんでした）。
- ここからわかることは…

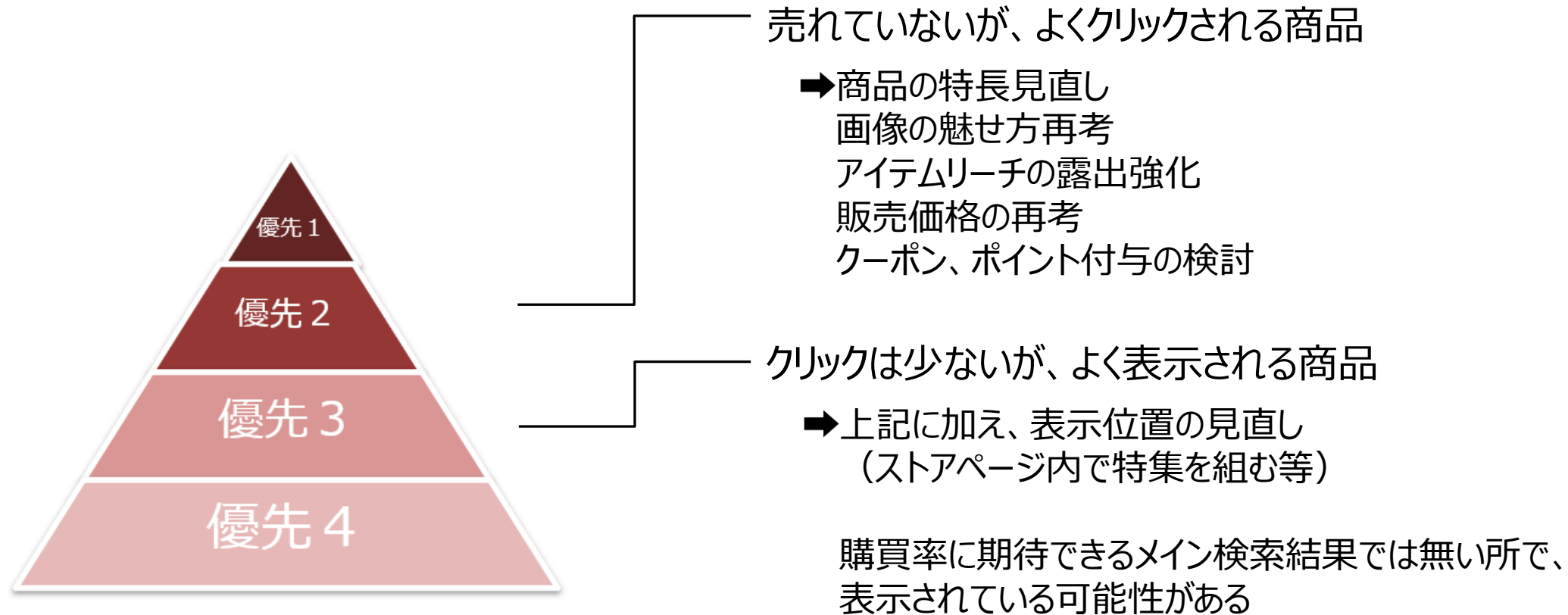


- ・**商品数を増やすことが大事**です
- ・上位2割が8割の売上を作る（2:8の法則）は、ストアの商品構成にも当てはまります。

2軍商品の育成が、さらなる売上アップのポイント

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

売れている商品（優先 1）は、自社ストアの稼ぎ頭。
優先 1 を継続しつつ、**優先 2 と 3 の強化**が更なる売上UPのポイント。
そもそも商品が足りない場合は、増やすことを考える。



Yahoo!ショッピング「ふくしまプライド便」

WEB物産展販売結果報告

WEB物産展購入者分析（AIコメントあり）

ECサイトで売り上げをアップする考え方

①アクセス対策～訪問数を上げよう

②リピート対策～リピーター対策の重要性

Yahoo!ショッピング 最新状況

「Yahoo!ショッピング」直近の大型販促予定について

「ふくしまプライド便」クーポンキャンペーン参加方法

ECサイトで売り上げをアップする考え方②
リピート対策

リピーター対策の重要性

2024年第一弾キャンペーン・ユーザーのクーポン利用分析

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

利用ストア数	利用人数	比率
1	11,771	88.0%
2	1,176	8.8%
3	278	2.1%
4	75	0.6%
5	33	0.2%
6	17	0.1%
7	11	0.1%
8	9	0.1%
9	4	0.0%
10	1	0.0%
11	1	0.0%
総計	13,376	100.0%

クーポン種別	利用人数
お米（10%）のみ1回利用	3,011
その他（15%）のみ1回利用	8,760
各クーポンそれぞれ1回ずつ利用	41
各クーポン複数回ずつ利用	1,564
	13,376

9割近くの方は1回利用、
大部分の人が、1回しか利用して
いないことがわかる。

（同一種別のクーポンは、同じ人が10回まで
利用可能）

2023年のふくしまプライド便・クーポン利用状況

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

利用ストア数	人数	比率
19	1	0.00%
13	2	0.01%
11	3	0.01%
10	4	0.02%
9	2	0.01%
8	9	0.04%
7	10	0.04%
6	16	0.06%
5	32	0.13%
4	100	0.40%
3	301	1.19%
2	1,568	6.20%
1	23,258	91.91%
	25,306	100.00%

全期間（キャンペーン5回）を通じて、
購入者（ユニーク）が何ストアにまたがって
購入しているかを調べたデータ。

9割以上の人、1ストアしか利用していない。
別の日に来ても、ほぼ同じストアで買っている
ことになる。（リピーター）

大部分の人は似たような行動を繰り返すの
で、ストアや商品ジャンルのファンをつけることが
大切になってくる。

LINE公式アカウントとは？

✓ ユーザーにプッシュでメッセージを配信することのできるツール



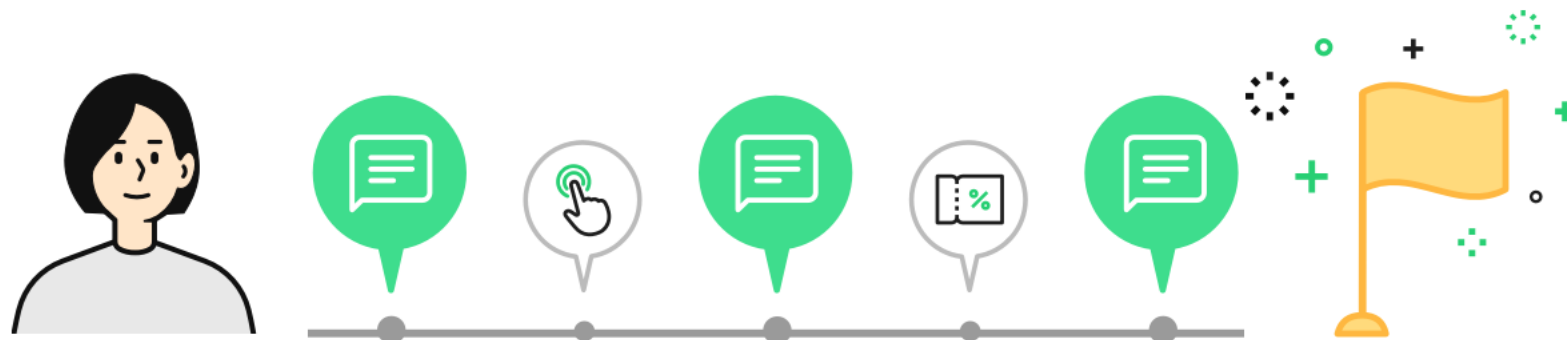
▼ユーザーに表示されるイメージ



LINE公式アカウントってどんな配信をしたら良いの？

✓ 配信内容について

ステップ配信をおすすめします！

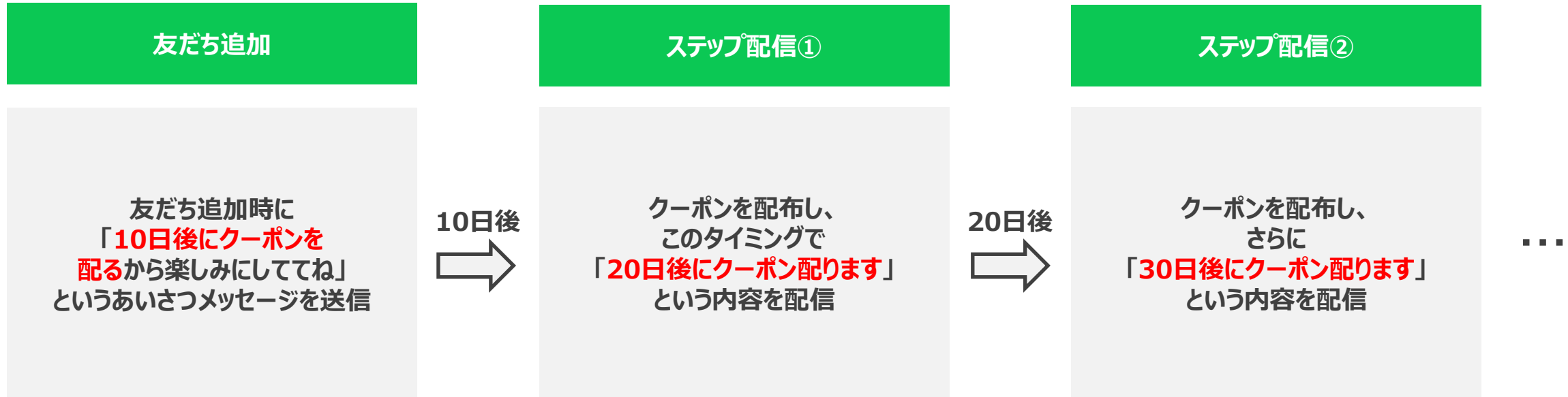


✓ ステップ配信とは？



友だち追加してから設定した日数が経つと**自動的にメッセージが送られる機能**です

✓ ステップ配信の具体的な使い方のイメージ



友だちに**ブロックされない期間**を作り出すことができ
さらに定期的にメッセージが届くので忘れられずに**ユーザーが定着**

10月～12月のキャンペーン前に、ご準備をお願いします

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定

最短7日で開設！ 開設までの流れ

フォームからLINE公式アカウントをお申込みの上開設いただくと、ストアクリエイターProでのLINE運用ができるようになります。



開設後に初期設定を経て友だちを増やす活動がはじまります！

▼LINE公式アカウント申込フォーム

<https://yahoo.jp/T6Yaxy>

YAHOO! JAPAN ショッピング

新規アカウント申し込み

※ 2021年11月9日以降に出店したストアアカウントは、LINE公式アカウントの新規開設申し込みは不要です。

ストアの LINE公式アカウント

無料で開設

ストアクリエイターProで連携機能を提供！



ストアのLINE公式アカウントを開設しよう

LINE公式アカウントとは、LINEで家族や友だちとコミュニケーションを取るのと同じように、日常に溶け込みながらユーザーと企業・店舗との接点を創出するサービスです。

「友だち」にYahoo!ショッピングで参加するセールを告知したり、売れ筋商品の入荷情報を配信したり、使い方次第で新規のお客様の獲得や、囲い込みに効果を発揮します。

ストアページ内に友だち追加アイコンを設置できる「友だち登録機能」や、LINE公式アカウント経由で、いつどのくらい売れているか？がストアクリエイターPro上で閲覧・分析可能となる「配信レポート機能」もお使いいただけます。

LINE公式アカウントを開設する（無料）

こちらの申込フォームからLINE公式アカウントを開設いただくとストアクリエイターProでのLINE運用ができるようになります。

YAHOO! JAPAN ストアクリエイターPro

Yahoo! JAPAN - Yahoo! ビジネスセンター - マニュアル - FAQ - お問い合わせ

お客様管理番号: [masked] ヤフービジネスサービス用ダミー 内山 康哉さん [masked] - 登録情報 - ログアウト

初めての方 自分のストアを見る ストアアカウント: [masked]

トップ 注文管理 問い合わせ **LINE** 商品・画像・在庫 評価 ストア構築 集客・販促 販売管理 定期購入 利用明細 設定

LINE連携利用設定 契約状態変更 シナリオLINE 配信レポート

LINE連携利用設定

LINE連携利用に関する同意事項

LINE公式アカウントとの連携

LINE公式アカウントとYahoo!ショッピングサービスを連携することで以下の機能が利用可能となります。
LINE友だち限定ストアポイント・クーポン請求/ターゲット配信など各機能の詳細については「LINE機能」のマニュアルページをご確認ください。
※連携にはOAM (LINE Official Account Manager) へのログインが必要になります。

現在の状態 **未連携**

連携する

LINE「友だち登録機能」有効化設定

「利用する」場合、ストアページ内に「友だち追加」ボタンが表示されます。友だちになったユーザーにメッセージを配信できるなど、マーケティング効果が期待できます。

友だち登録機能 **利用する**
☒ 利用する
☐ 利用しない

設定

LINE友だち追加特典の設定

LINE友だち限定ポイントやLINE友だち限定クーポンを設定すると、ストアの商品詳細ページやカートページに「友だち追加」ボタンが表示されます。
詳細は「LINE友だち登録機能」マニュアルページをご確認ください。

ポイント	「ポイント倍率設定」より設定ください。 ※ポイント設定の詳細は、 こちら をご確認ください。
クーポン	「クーポン設定」より設定ください。 ※クーポン設定の詳細は、 こちら をご確認ください。

マニュアル - FAQ - プライバシーポリシー - プライバシーセンター - Yahoo! JAPANビジネスID利用規約 - ヘルプ・お問い合わせ
© LY Corporation

ストアクリエイターPro
→「集客・販促」
「LINE」タブから、
友達向けのポイントUP、
クーポン発行施策が
簡単にできます。

Yahoo!ショッピング「ふくしまプライド便」

WEB物産展販売結果報告

WEB物産展購入者分析（AIコメントあり）

ECサイトで売り上げをアップする考え方

①アクセス対策～訪問数を上げよう

②リピート対策～リピーター対策の重要性

Yahoo!ショッピング 最新状況

「Yahoo!ショッピング」のキャンペーンについて

「ふくしまプライド便」クーポンキャンペーン参加方法

Yahoo!ショッピングの キャンペーンについて



大型販促の波に乗りましょう！

Yahoo!ショッピングには、
人が集まって来る（訪問数増加に効果的な）
タイミングがあります。

Yahoo!ショッピング 大型販促パターン

2023年
ふくしまプライド便。
関係者様限定



※過去に行った施策の例であり、毎年同時期での実施を保証するものではありません

最終2日間はプロモーションパッケージ加入ストアは最大+6%
非加入ストアは特典対象になりませんので この機会に加入をご検討ください

		ストア	
		プロモーションパッケージ加入ストア	プロモーションパッケージ非加入ストア
ユーザー	LYP プレミアム 会員	【1】 LYPプレミアム 会員は +4% 【2】 事前期間にBONUS 対象商品を購入すると +2%	【1】 LYPプレミアム 会員は +4% 【2】 事前期間にBONUS 対象商品を購入すると +2%
	LYP プレミアム 会員 ではない	【1】 LYPプレミアム 会員は 特典対象になりません +4% 【2】 事前期間にBONUS 対象商品を購入すると +2%	【1】 LYPプレミアム 会員は 特典対象になりません この機会に プロモーションパッケージ加入 をご検討ください +4% 【2】 事前期間にBONUS 対象商品を購入すると +2%

※キャンペーン・特典には注文下限金額・付与上限のほか、指定支払い方法がある場合があります キャンペーン内容や付与率は変更の可能性があります

大型販促以外にもキャンペーンが随時開催されています

セールキャンペーン・ポイント還元施策

日	月	火	水	木	金	土
				1	2	3
				キャン ペーン		
4	5	6	7	8	9	10
キャン ペーン	キャン ペーン		キャン ペーン		キャン ペーン	
11	12	13	14	15	16	17
キャン ペーン	キャン ペーン		キャン ペーン	キャン ペーン	キャン ペーン	キャン ペーン
18	19	20	21	22	23	24
キャン ペーン		キャン ペーン		キャン ペーン	キャン ペーン	
25	26	27	28	29		
キャン ペーン		キャン ペーン	キャン ペーン	キャン ペーン		

定期的なキャンペーン



※各種キャンペーンの開催時期や内容は変更となる可能性があります。重ねて一部ストア様やお客様条件限定の還元施策等もございます。（※プロモーションパッケージ加入ストア様限定など）

大型販促以外にもキャンペーンが随時開催されています

キャンペーン名称	開催タイミング		エントリーと特典 ※開催回によって変動します	
5のつく日キャンペーン	固定	5日、15日、25日	必要	期間限定PayPay + 4%
ゼロ目の日クーポン争奪戦 ※対象ストア限定		11日、22日	クーポン獲得が必要	掲載ストア、カテゴリ 限定クーポン
ファーストデイ		1日	必要	指定金額以上の決済で 期間限定PayPay + 3%
プレミアムな日曜日 ※LYP会員対象、対象ストア限定	不定期	日曜日	必要	指定金額以上の決済で + 5%
ボーナスストアPlusでさらに ※対象ストア限定		ランダム	必要	対象ストアで指定金額 以上の決済で + 2 – 3%
ハッピーアワー (2-24H)		ランダム	不要	指定金額以上の決済で + 4%

※イベント時の売上イメージ 【購入→還元→購入...】 囲い込みサイクルを構成



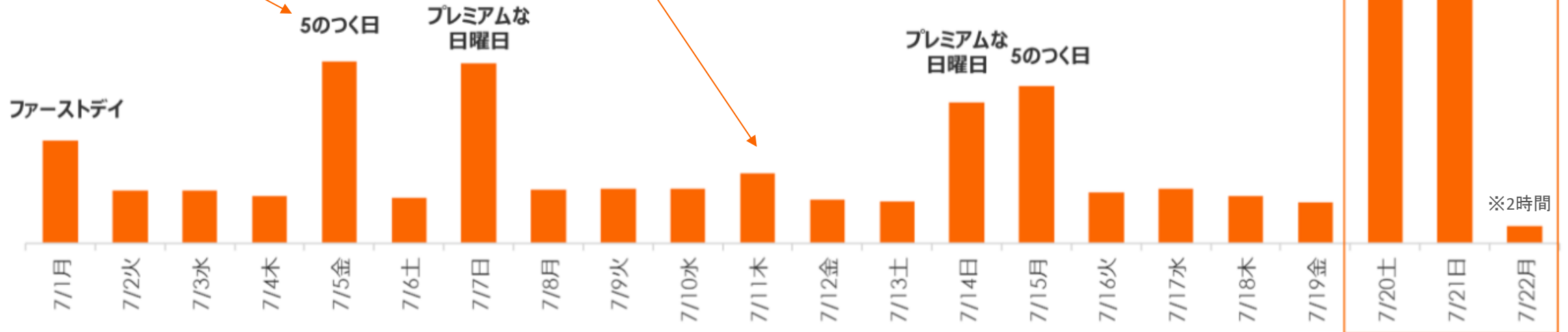
平日の約【400～500%】



平日の約【120～130%】



大型イベントへ囲い込み



超PayPay祭
最終2日間+2時間

Yahoo!ショッピング「ふくしまプライド便」

WEB物産展販売結果報告

WEB物産展購入者分析（AIコメントあり）

ECサイトで売り上げをアップする考え方

①アクセス対策～訪問数を上げよう

②リピート対策～リピーター対策の重要性

Yahoo!ショッピング 最新状況

「Yahoo!ショッピング」直近の大型販促予定について

「ふくしまプライド便」クーポンキャンペーン参加方法

ふくしまプライド便。 クーポンキャンペーン 参加方法

※クーポン利用料は福島県の負担となります

ふくしまプライド便。実施スケジュール（2025年）

- 2か月前：参加募集のメールを送信（フォームでエントリーになります）
- 1か月半前：エントリー締め切り
- 2週間前：県産品チェックの結果を連絡。プロモーション用バナーやストアクーポン設定依頼

開催中
募集前

回	クーポン仕様	テーマ	開始日	終了日
1回目	定率	桃	7月9日（水）	8月12日（火）
2回目	定率	お米	10月8日（水）	10月28日（火）
3回目	定率	お肉	12月3日（水）	12月23日（火）
新規店のみ	定率または定額	ふくしまの逸品	1月14日（水）	2月3日（火）

- ★10月上旬に、共通キャンペーン3回目の募集が開始されます
- ★11月上旬に、新規店応援キャンペーンの募集が開始されます



【ストアクーポン】共通キャンペーン 1回目～3回目

※ストアの責任で発行するクーポン。今回の事業の利用分は
ストアにいったん立て替えていただき、後日LINEヤフーよりストアの
口座に入金します。

6年以上（既存出店者） 新規顧客 ①	6年以上（既存出店者） 既存顧客 （3年以内に購入） 対象外
5年以内（新規出店者） 新規顧客 ②	5年以内（新規出店者） 既存顧客 （3年以内に購入） 対象外

各出店者発行のクーポンを利用
（出店者にクーポンの設定作業
が必要）



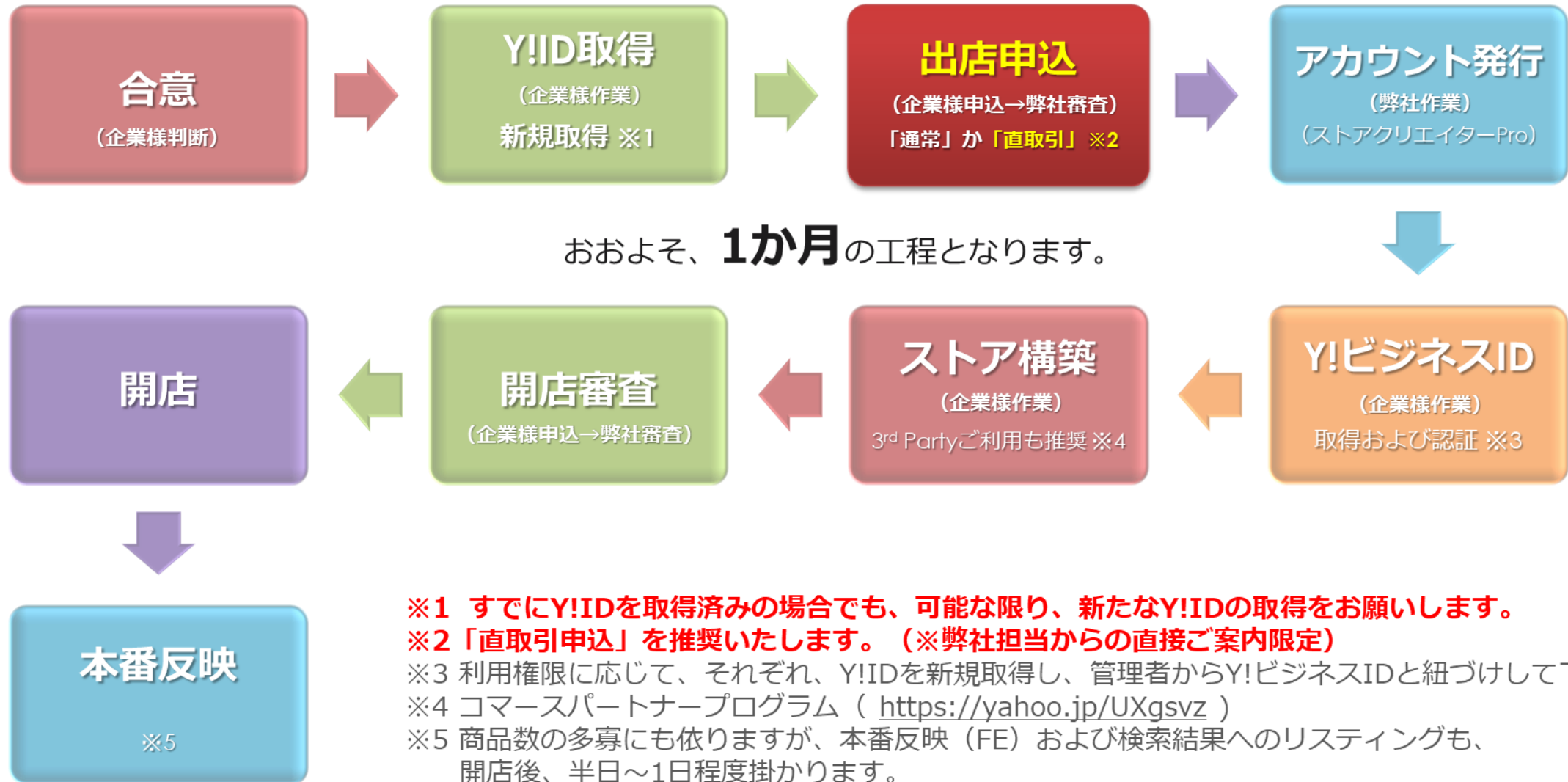
【モールクーポン】新規店応援キャンペーン
4回目

※LINEヤフーの責任で発行するクーポン。今回の事業の利用分は
売上から値引き分が引かれません。

6年以上（既存出店者） 新規顧客 ① 対象外	6年以上（既存出店者） 既存顧客 （3年以内に購入） 対象外
5年以内（新規出店者） 新規顧客 ②	5年以内（新規出店者） 既存顧客 （3年以内に購入） ※4回目のみ

モールクーポンを利用／従来通り
（出店者がクーポン設定不要）

出店までのフロー図（再掲）



※1 すでにY!IDを取得済みの場合でも、可能な限り、新たなY!IDの取得をお願いします。

※2 「直取引申込」を推奨いたします。（※弊社担当からの直接ご案内限定）

※3 利用権限に応じて、それぞれ、Y!IDを新規取得し、管理者からY!ビジネスIDと紐づけして下さい。

※4 コマースパートナープログラム（<https://yahoo.jp/UXgsvz>）

※5 商品数の多寡にも依りますが、本番反映（FE）および検索結果へのリスティングも、開店後、半日～1日程度掛かります。

LINEヤフー株式会社

「ふくしまプライド便。」WEB物産展事務局
担当：田中 正行、内山 康哉

メールでお問い合わせ

件名：【ふくしまプライド便】事業者名
メールアドレス：ml-ec-fukushima@lycorp.co.jp

福島県オンライン事業に関してご不明点がありましたら、何なりとお問い合わせください。
ストア開店後の運用に関する問い合わせ先は、別途存在します（電話、メール、チャット等）

LINEヤフー

「WOW」なライフプラットフォームを創り、日常に「！」を届ける。