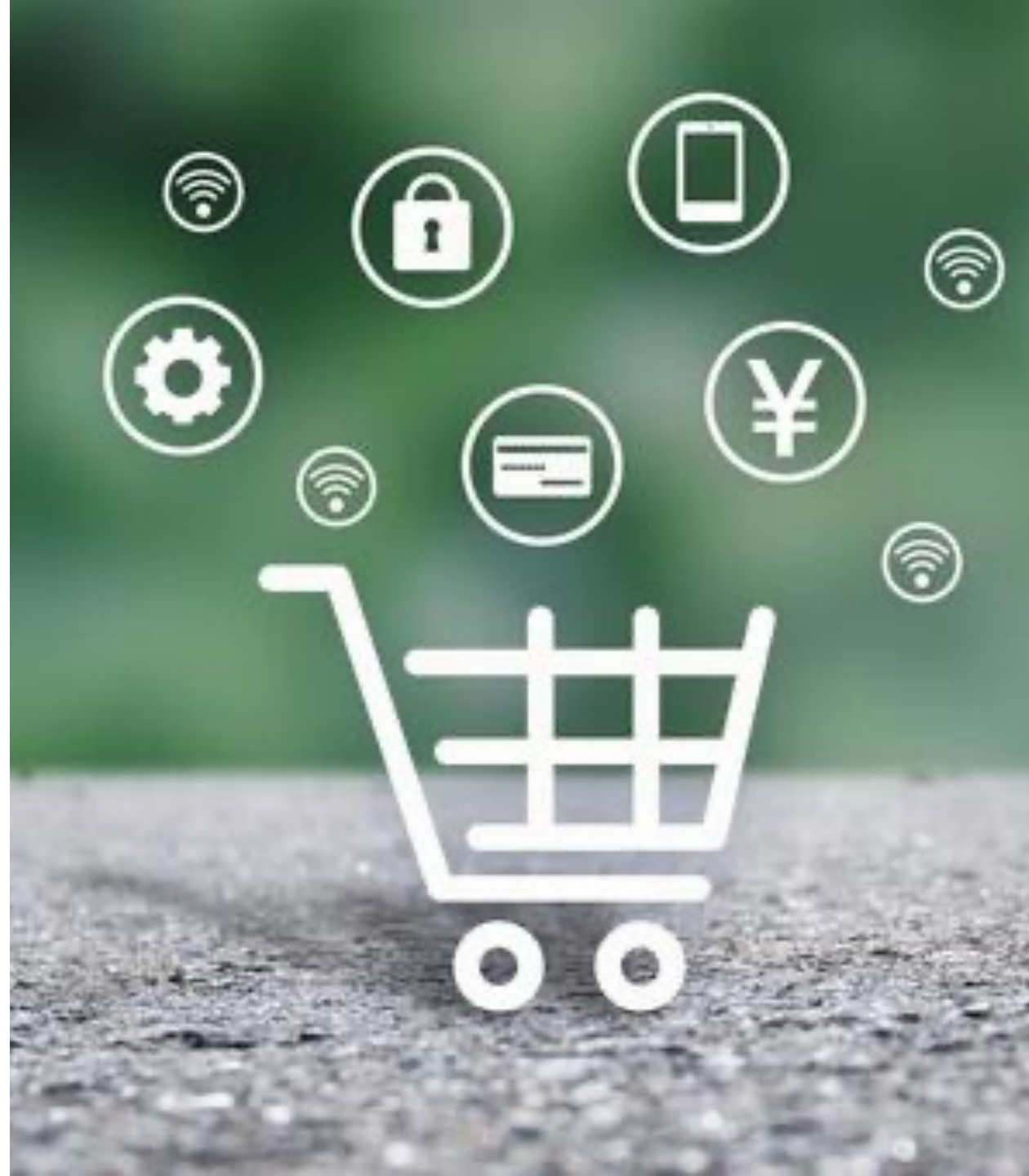


新規出店者向けセミナー 出店準備セミナー①



講師紹介

岡崎 茂和

楽天株式会社 パートナー講師

楽天大学にて、5年間、出店店舗様向けのセミナーを開催し、売上アップのサポートを行う。現在は独立し、楽天株式会社のパートナー講師として活動している。スタートアップ講座、ステップアップ講座も福島、長崎、富山、長野、島根で登壇。

住まい：神奈川県茅ヶ崎市、長野県原村

趣味：珈琲の焙煎

最近のトピック：カフェオープン！



オンラインセミナーを効果的に受講するために

1. ミュートにご協力ください

✓基本はミュート、発言される際にはミュートを解除

2. カメラは基本オンにしてください

✓お互いの顔が見えることで心理的な安心感が高まります

✓ギャラリービューにすることで全員の顔が見えます

3. チャットを積極的に使いましょう

✓質問やトラブルの際にはチャットからご連絡ください

アイスブレイク

1		49		40	56	18
41		17		48	64	
	25	65		2		10
57		33	9		72	32
24		58		47		19
	8		16		31	63
42	34	66			11	55
		50	26	39		3
	23		59	20	70	38
		43	67		46	54
51	7		15	4		12
	35		27		30	62
	14		36	45		61
		22	68	37	13	21
44	52		60		53	5
6			28			29
						69

アイスブレイク

1	49	40	56	18
41	17		48	64
	25	65	2	10
57	33	9	72	32
24	58	47	19	
	8	16	31	63
42	34	66		11
	50	26	39	3
	23	59	20	70
		43	67	38
51	7	15	46	54
	35	27	4	12
			30	62
14	36	45		61
	22	68	37	13
44	52	60		21
6	28		53	5
			29	69

本セミナーのゴール

**楽天市場で売上を上げるための
考え方を理解する**

- ① チェックイン
- ② ネットショップと実店舗の売り方の違い
- ③ 売上アップに必要な3つのアクション
- ④ 最初にやるべき楽天市場の集客策
- ⑤ チェックアウト

1 チェックイン

2 ネットショップと実店舗の売り方の違い

3 売上アップに必要な3つのアクション

4 最初にやるべき楽天市場の集客策

5 チェックアウト

アイスブレイク

自己紹介をお願いします！

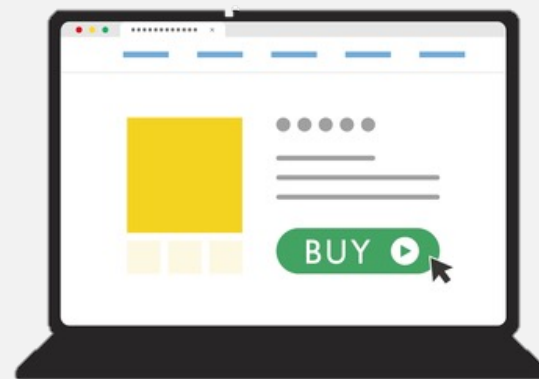
- ・ **ご自身の名前、店舗名**
- ・ **取扱商品**
- ・ **楽天市場の運営の現状**
(今こんなことやってます、こんなことで困ってます、などなど)

話終わったら次の人を指名しましょう！

- ① チェックイン
- ② ネットショップと実店舗の売り方の違い
- ③ 売上アップに必要な3つのアクション
- ④ 最初にやるべき楽天市場の集客策
- ⑤ チェックアウト

楽天市場での売り方を理解する

実店舗とネットショップの
違いは何でしょうか？

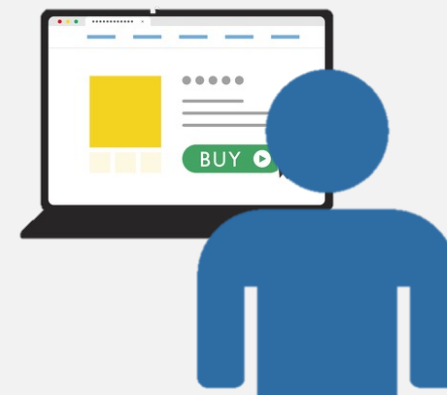


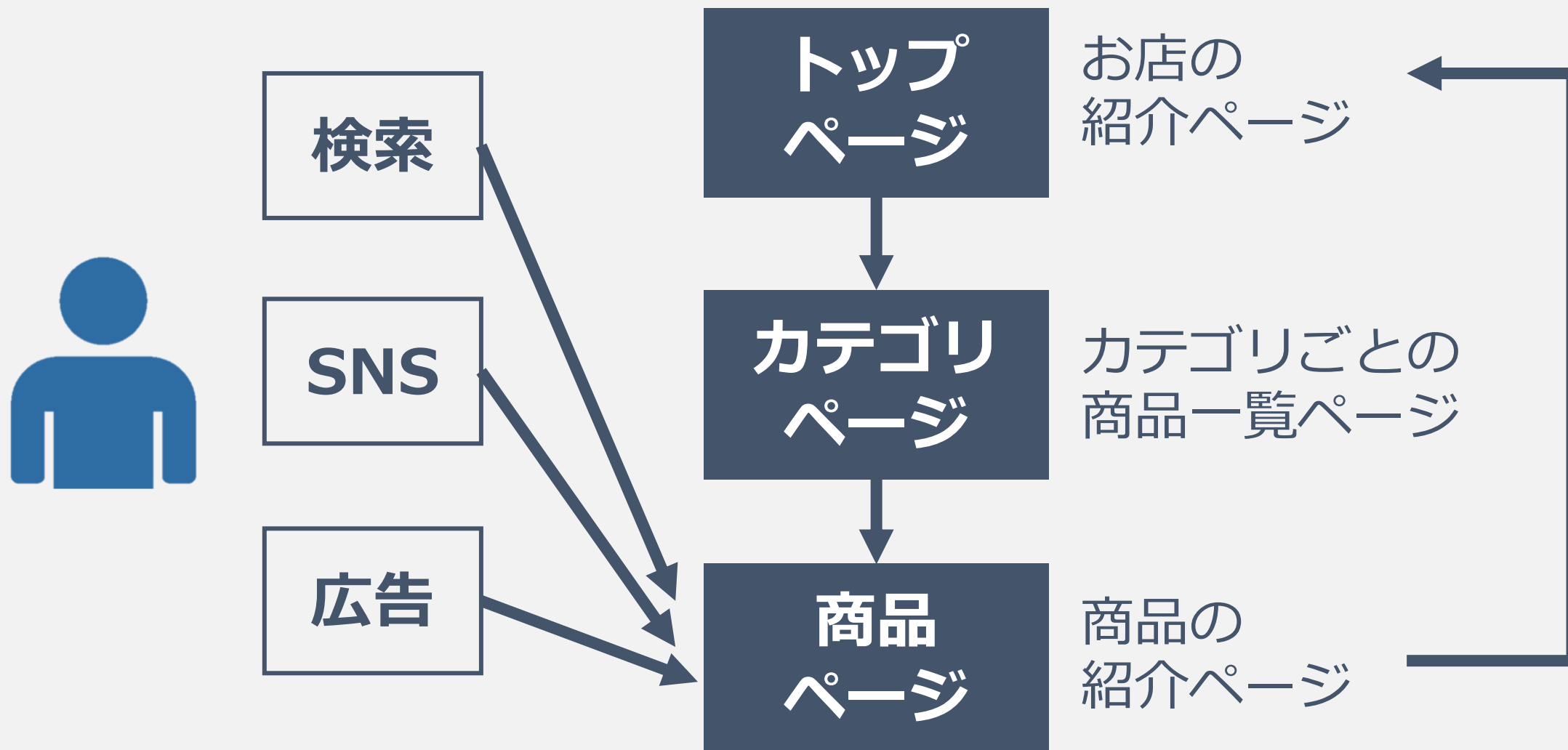
Point① 入口が違う

実店舗の入り口
= 店舗



ネットショップの入り口
= 商品ページ





Point① 入口が違う

- ・ 店構え（トップページ）以上に
商品ページが重要！
- ・ お店を宣伝するのではなく、
商品を宣伝する！

Point② 購入プロセスが違う

実店舗

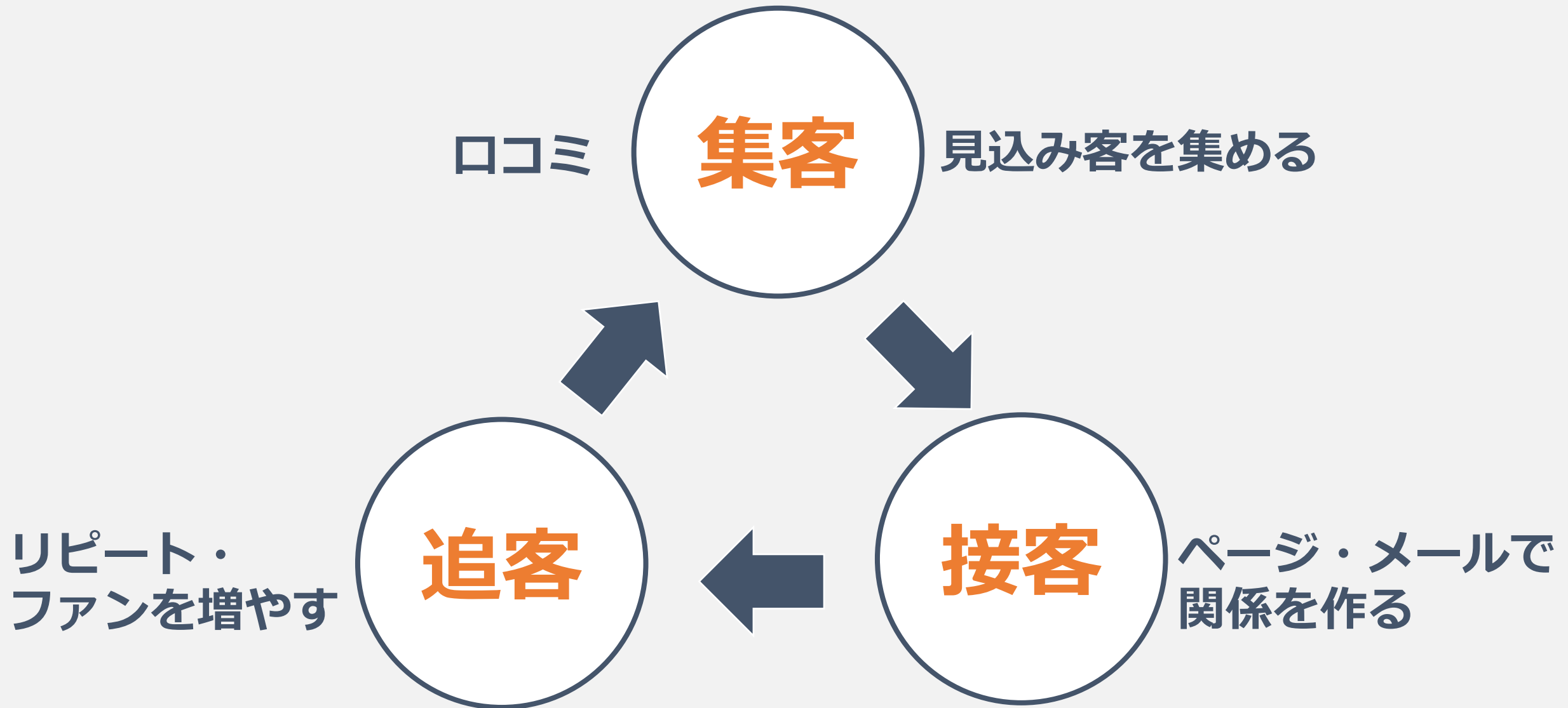
来店→検討→購入

ネット
ショップ

検索→比較→検討→購入

Point② 購入プロセスが違う

- ・ 検索対策を行うことが重要！
- ・ 商品の魅力をアピールしていくことが重要！



- ① チェックイン
- ② ネットショップと実店舗の売り方の違い
- ③ 売上アップに必要な3つのアクション
- ④ 最初にやるべき楽天市場の集客策
- ⑤ チェックアウト

$$\text{売上} = \bigcirc \times \bigcirc \times \bigcirc$$

$$\text{売上} = \text{アクセス人数} \times \text{転換率} \times \text{客単価}$$

お客さんが
何人来てくれて
(来客数)

そのうち何人が
買ってくれて
(購入率)

平均いくら
使ってくれたのか



売上目標だけでなく
この3つの数字で判断することが重要

売上の公式の活用法

$$\text{売上} = \text{アクセス人数} \times \text{転換率} \times \text{客単価}$$

現状 10万円 = 1000人 $\times$ 0.05(5%) $\times$ 2,000円

目標 200万円 = 20000人 $\times$ 0.05(5%) $\times$ 2,000円

→やるべきことはいかに20000人のアクセス人数を集めるか！

3ヶ月間の目標を設定しましょう！

	売上	アクセス人数	転換率	客単価
10月				
11月				
12月				

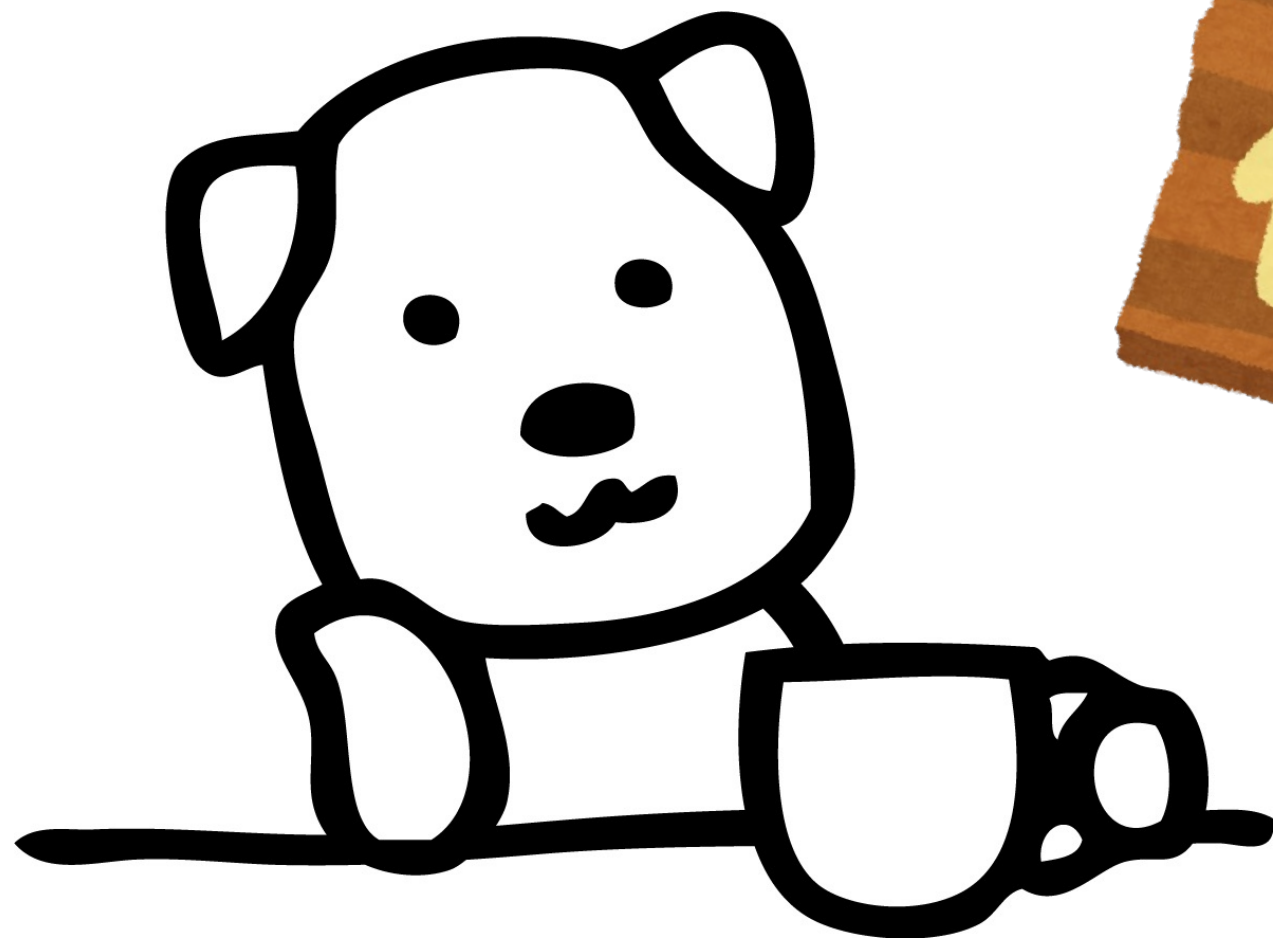
アクセス人数の計算方法 (売上÷転換率÷客単価)

目標設定を行いましょう

転換率参考値

■ ファッション	・ ・ ・	1.8%
■ グルメ	・ ・ ・	5.1%
■ ホームライフ	・ ・ ・	3.7%
■ リテール	・ ・ ・	2.7%

各数字を上げるために
できることは何でしょうか？



アクセス人数アップのために
できること

- ① 検索（キーワード）の改善
- ② （サムネイル）画像の改善
- ③ （広告）を出す
- ④ （イベント）を実施する
（ポイント変倍、クーポン、トレンド）
- ⑤ 登録する（商品数）アップ
- ⑥ 地道な広報（SNS、実店舗での告知等）

転換率アップのために
できること

- ①商品（ページ）の改善
- ②買いやすい（価格）の設定
- ③（限定感）の訴求
- ④（クーポン）の発行
- ⑤（ポイント）変倍
- ⑥（リピーター）を増やす

客単価アップのために
できること

- ① **（クーポン）** の発行（〇〇円以上購入で△△OFF）
- ② 自店舗ページ内での **（回遊性）** を高める
- ③ 高額購入時の **（送料）** 無料設定（～円以上購入で無料）
- ④ **（セット）** 販売（2袋セット、一式セット、etc）
- ⑤ **（イベント）** の実施（福袋、2着買うと10%off 等）
- ⑥ **（ギフト）** 商品を作る

- ① チェックイン
- ② ネットショップと実店舗の売り方の違い
- ③ 売上アップに必要な3つのアクション
- ④ 最初にやるべき楽天市場の集客策
- ⑤ チェックアウト

集客の考え方



横に広げる＝入り口を増やす

■ 商品点数を増やす

■ 検索に強い商品を登録

- ・ 型番商品、ブランド品
- ・ 楽天市場内で売れている商品
- ・ 価格で他店より強い商品

検索結果への表示・クリック率を高める

- 徹底した検索キーワード対策
- 売上実績を作る
- レビューを増やす
- サムネイル画像や商品名の修正

商品登録

キーワード対策

入口商品作成

主力商品の商品ページの作り込み

RPP広告・改善

マラソンでイベントの実施

RPP広告・改善

スーパーセールサーチ登録

RPP広告・改善

最初にやるべき集客策

検索キーワード対策

検索アルゴリズムとは

検索結果に何を表示させ
何を順位高く表示させるか

を決める仕組みのこと

アルゴリズムの裏技を探すより

**検索エンジンの「目的」に
意識を向けることが重要**

**快適なお買い物体験を提供して
お客さんの満足度を高め
楽天市場の流通金額や利益を
最大化すること**

1. ユーザーの購入目的や
検索意図にあっているか
2. ユーザーに提供する
価値のある商品か

- ・ 検索キーワードや、それに関連した説明が商品ページに書かれているか
 - ・ 登録されているカテゴリ（ディレクトリ）と商品に親和性があるか
 - ・ ガイドラインを守り、お客さんの買い物を助ける情報になっているか
- ➡ ルールに則って、適切なキーワード対策を行なっていくことが必要

- ・ 所定の期間内で、どれだけ売れたか？
- ・ 検索画面でどれだけクリックされたか？
その後どれだけ買われたか？
- ・ お客さんから良いレビューがついているか？
レビューの数は多いか？

➡ 売上実績やレビューを蓄積しておくことが必要

あなたの商品を購入する人は
どんな人ですか？

その人は**どういった理由**で
購入するのでしょうか？

題材：オーガニックココナッツシュガー

悪い例（考えが浅く、描写がない）

ダレ：40代女性

ナゼ：家族のため

題材：オーガニックココナッツシュガー

良い例（深く考え、描写されている）

ダレ：子持ちの主婦、30代女性

ナゼ：日々の料理に欠かせない砂糖だからこそ、
家族の健康に良い物を使いたい

ダレ：健康に気を遣いたいけど仕事が多忙でおざなりになって
しまいがちなバリキャリ

ナゼ：毎朝のカフェオレの砂糖を置き換えるだけ、
など手軽に始められる健康志向なものを探している

データ分析＞アクセス・流入分析＞商品ページ ＞ページ情報「詳細」＞顧客属性

ページ情報

商品管理番号:osw-1309822-3

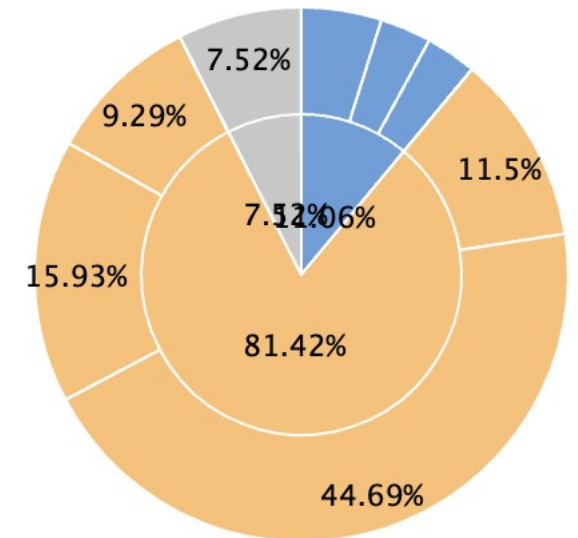
【9/19～24限定最大600offクーポン】 砂糖不使用 グルテンフリー パンケーキミックス 200g 3袋セット ホットケーキミックス 無添加 国産米粉 みたけ オーサワ ホットケーキ パンケーキ 米粉 大豆粉 国産米粉 大豆使用 無添加 無香料 無着色料 アルミニウムフリー

商品編集 [🔗](#)

詳細 [🔗](#)

訪問者の性別年齢分布

- 男性 20代以下
- 男性 30代
- 男性 40代
- 男性 50代以上
- 男性 不明
- 女性 20代以下
- 女性 30代
- 女性 40代
- 女性 50代以上
- 女性 不明
- 不明 20代以下
- 不明 30代
- 不明 40代
- 不明 50代以上
- 不明 不明



データ分析＞ アクセス・流入分析＞ 楽天サーチ＞ 商品別キーワード

	商品名 ⓘ	市場検索経由の アクセス総数 ⓘ ▼ ▲	検索キーワード ⓘ	アクセス数 ⓘ	転換率 ⓘ	市場検索順位 ⓘ 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	【9/19～24限定最大600offクーポン】砂糖不使用 グルテンフリーパンケーキミックス 200g 3袋セット ホットケーキミックス 無添加 国産米粉 みたけ オーサワ ホットケーキ パンケーキ 米粉 大豆粉 国産米粉 大豆使用 無添加 無香料 無着色料 アルミニウムフリー	210	ホットケーキミックス 無添加	77	2.60%	39位
			国産米粉 パンケーキ	10	0.00%	42位
			米粉 ホットケーキ	9	0.00%	52位
			米粉 パンケーキ	9	11.11%	101位以下
			国産米粉 パンケーキミックス	8	12.50%	21位

楽天市場のレビューはお客様のニーズの宝庫！

コロナ太りをきっかけに食生活を見直すために注文しました。ココナッツっぽさはなく、黒糖っぽい匂いかと思います。味は普通の白糖と変わらないと思います。たくさん活用したいと思います！

リピです。使いやすく黒糖みたいで美味しいです。きび糖とココナッツシュガーと、麦芽糖やオリゴ糖など色々合わせて使ってます。ココナッツシュガーはコクがでるので煮物にも、お菓子でも美味しい！

普段の料理に使っています

料理に色々な砂糖を試しています。せっかくなら体に良いものを、と思いこちらのココナッツシュガーにたどり着きました。香りは独特で、私は少し苦手ですが味に関しては全く問題なく使っています。想像していたよりも甘い感じがしました。また、香りが料理に影響することはありません。オーガニックということで安心して使えるので、なくなったらまた注文しようと思います。

あなたの商品を購入する人は

どんな人？

性別、年齢、家族構成、肩書、年収

どういった理由で？

購入の目的、用途、ニーズ

検索キーワード対策

費用をかけずにできて
適切に行えば非常に効果も高い
必須の対策

キーワードの考え方



ビッグ キーワード

- 一般的な名称
- 広範囲なターゲットが使用
- 想定しやすい言葉



スモール キーワード

- 2～3語検索
- ニーズが明確
- 想定が難しい言葉

キーワードの種類

	ビッグキーワード	スモールキーワード
例	ワンピース	ワンピース 花柄 ピンク
検索数	多	少
ニーズ	抽象的	具体的
購入率	低	高
競合状況	多 大手が占めている	少 対策しきれていない 店舗が多い
上位検索の難易度	高	低

まずはお客さんが検索に使いそうな
キーワードを考えてみましょう

①商品名の基本体系（商品名登録ガイドライン）

【食品】

メーカー名_ブランド名_商品名称_仕様_内容量_数量

※仕様：産地、加工方法、食べ方（生食用、加熱用など）、原材料 など

【ファッション】

ブランド名_商品名称_対象性別_シーズン_仕様_色_サイズ

※仕様：素材、形状 など

【パソコン・周辺機器】

メーカー名_ブランド名_商品名称_色_仕様_型番

※仕様：サイズ、ハードディスク容量、メモリ容量、CPU、
MS Office標準インストール など

②商品の特徴

味わい…甘い、辛い、甘口、辛口、酸っぱい、渋い、
ジューシー、クリーミー、まろやか、あっさり、
こってり、塩味、フルーティー、マイルド、
スパイシー、クセのない、など

サイズ…寸法、量、大きさ、容量、など

素材…綿、コットン、リネン、シルク、ポリエステル、
木製、ガラス、プラスチック、など

③表記ゆれ

- 同じキーワードとして扱われる
 - ・ 英語の大文字と小文字
 - ・ カタカナの全角と半角
- 別のキーワードとして扱われる
 - ・ 英語、ひらがな、カタカナ、漢字
(wallet、さいふ、サイフ、財布)
 - ・ 送り仮名の有無 (例：引っ越し、引越し、引越)

④言い換え

➤カテゴリへの言い換え

- ・リュックサック → バッグ、カバン
- ・ブラックペッパー → 調味料、スパイス

➤別の言葉への言い換え

- ・プレゼント → ギフト、贈り物
- ・お菓子 → スイーツ、デザート、甘味
- ・綿 → コットン

⑤ 形容詞・擬音・系統

商品の質感や触感、イメージを表すような形容詞や擬音（オノマトペ）、系統や属性を表す言葉

- ・ 擬音 … ふわふわ、ふかふか、もこもこ、ふわもこ、ゆるふわ、もふもふ、つるつる、すべすべ、カリカリ、ザラザラ etc
- ・ イメージ … かわいい、かっこいい、おしゃれ、アンティーク、モダン etc
- ・ 系統 … フォーマル、カジュアル、トラッド、シック、コンサバetc
韓国系、アジアン、エスニック、オリエンタル、ハワイアン etc

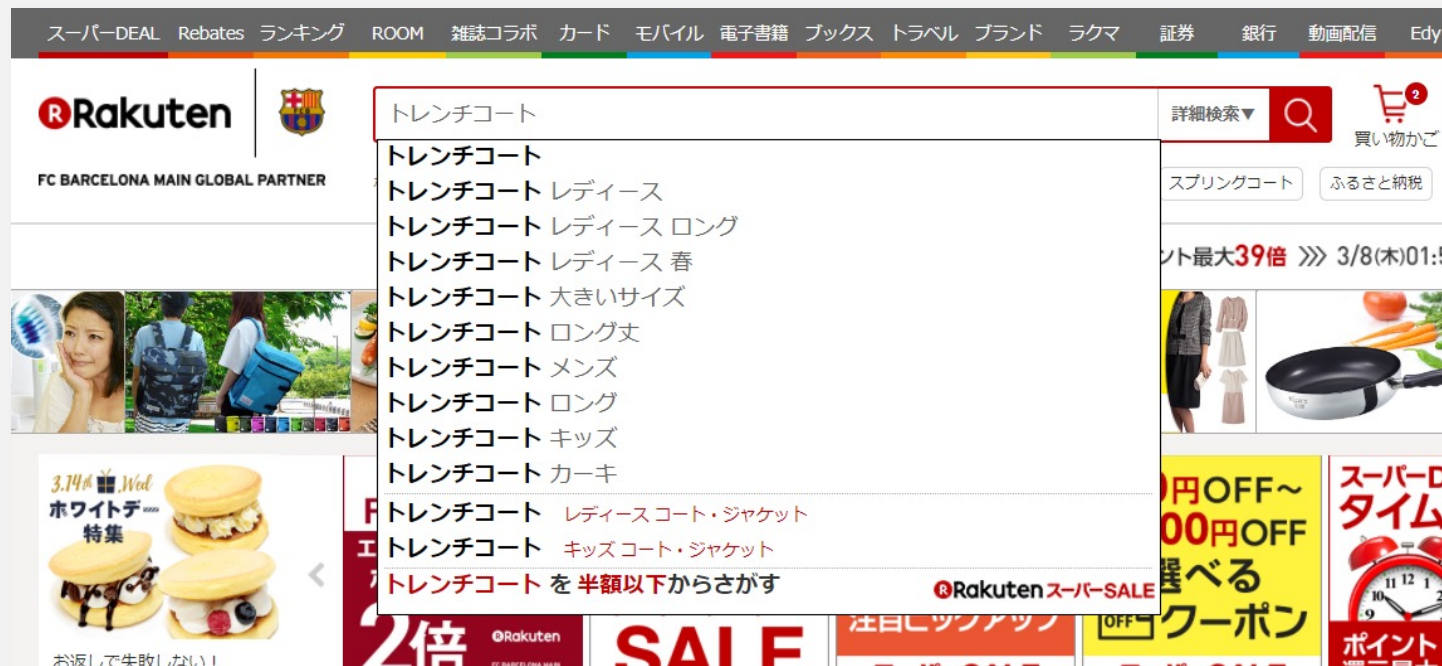
⑥用途

何に使うか、誰が使うか、どこで使うか

- ・ イベント名 … 母の日、父の日、敬老の日、お中元、お歳暮 etc
- ・ 対象 … 大人、子供、赤ちゃん、妊婦、新社会人、高齢者、学生 etc
- ・ 使う場所 … リビング、寝室、玄関、庭 etc
- ・ シチュエーション … 練習用、試合用、トレーニング用、リハビリ用
etc

初売り、お年賀、福袋、バーゲン、バレンタイン、バレンタインデー、受験、ホワイトデー、ひなまつり、ひな祭り、卒業祝い、就職祝い、入学祝い、母の日、こどもの日、子供の日、父の日、ご祝儀返し、お祝い返し、お中元、敬老の日、クリスマス、お歳暮、長寿 お祝い、還暦 お祝い、快気祝い、香典返し、法事 引き出物、結婚祝い、結婚記念日、ブライダルギフト、出産祝い、出産 内祝い、ベビーギフト、誕生祝い、誕生プレゼント、誕生日祝い、誕生日 プレゼント、誕生日 贈り物、誕生日 贈りもの、バースデー、バースデイ、賀寿祝い、内祝い、お返し、出産内祝い、引越し祝い、引越祝い、新築祝い、開店祝い、開業祝い、新築 内祝い、入園祝い、入学祝い、入園 お祝い、入学 お祝い、昇進祝い、退職祝い、お見舞い、ギフト、プレゼント、贈り物、贈答品、おつかいもの

① 楽天市場のサジェストを参考にする



検索欄にキーワードを入力すると下にサジェスト（キーワード候補）が出てくる
→ 候補に出てくるものは検索数が多いキーワード

②検索結果上位の店舗さんを参考にする

検索上位の店舗にあって自店舗にないキーワードがあれば追加する

改善前：トレンチコート レディース ロング 春物 ロング丈

改善後：トレンチコート レディース ロング **スプリングコート**
ロングコート ロング丈 春物 **ベージュ**

追加！

キーワードを追加してみましよう

商品名
キャッチコピー



1/10

★★★★★ 0.00
0件

☆

【9/19～24限定最大600offクーポン】ブラウنشUGァー1st オーガニックココナツツシュガァー 200g 有機JAS 無添加 ココナツツシュガァー オーガニック ブラウنشUGァー フィ

きび糖のようなやさしい甘さ ブラウنشUGァーファースト ココナツツシュガァー 低GI値 有機ココヤシ 有機 コクあるおいしさ 天然甘味料 カリウム・銅が豊富 ミネラル豊富 白砂糖に代わり

商品説明文

名称	ドリップバッグコーヒィ
原材料	コーヒィ豆
生豆生産国	ブラジル、インドネシア他
内容量	7g×160袋
賞味期限	300日以上
保存方法	常温保存
事業社名 事業者所在地	株式会社 澤井珈琲 鳥取県境港市竹内団地278-6
備考 事業者所在地	グルメ大賞2013年を受賞した澤井珈琲から、お得なドリップバッグが新登場♪濃厚でコク深いコーヒィ豆を丁寧に焙煎する事により、7gでも満足して頂けるコクと美味しさを実現させて頂きました。ご家庭用に会社用に様々な用途でお使いください。楽天市場で一番人気の澤井珈琲のドリップバッグコーヒィでございます。

※福袋商品の為、内容の変更は出来ません。

澤井珈琲では…

澤井珈琲(さわいいーひー)では、お客様のお家に商品が届き、箱を開けた瞬間。そして、トレードマークの赤いコーヒィ袋の封を開けた時に鮮度抜群の「香り高き」と、飲んだときの「味わい」に感動して頂けるように、レギュラーコーヒィはご注文を頂いてから焙煎をして焼き立てのコーヒィ、コーヒィ豆、珈琲、珈琲豆をお届けをしている焼き立て珈琲専門店です。お客様に「美味しい」と言ってもらって頂く事が私たちの喜びと思っております。「美味しいコーヒィをお届けしたい」と想い続けて生まれたこだわりの味を、どうぞ、この機会にお楽しみくださいませ。澤井珈琲では、コーヒィ豆は挽き方がご選択いただけます。珈琲豆を挽く事をお楽しみ頂ける『豆のまま』や、私共の専用の特注サイズの大型のミルで挽いて、コーヒィ粉の状態にしてお届けする方法がございます。中挽き、細挽き、粗挽き、荒挽きなど様々な挽き方がございますが、私共がお薦めする『店長のおすすめ挽き』にて、そのコーヒィに合った一番美味しいと思える挽き方に挽いてお届けします。東京の銀座にも美店舗を構える安心安全な澤井珈琲で楽しいお買い物をお楽しみください。よく間違えられる名前として、沢井珈琲、沢井コーヒィ、澤井珈琲店、澤井珈琲本店、さわいいーひー、サワイコーヒィなどがございますが、正式名称は澤井珈琲となります。

【このようなシーンにもおすすめです】
まとめ買い 大量 大口注文 法人注文

PC用販売説明文



3,626件
(5kgで7万袋発送)

■ご購入の翌月中旬ごろから配送を開始させていただきます。なお、11月以降は自動で新米に切り替わります。

■美味しいお米を追求して「良い土」にこだわった、JA秋田しんせいのブランド米です。

■良い土を使用するとどうなるの？

- ・粒が大きいお米が育ちます。
- ・良い土で育ったお米は根が丈夫。丈夫な根は養分と太陽光をどんどん吸収して、粒の大きい美味しいお米が育ちます。
- ・低タンパク値のお米が育ちます。

地力が上がると美味しいお米の条件とされる「低タンパク」になります。粘りと食味がある選りすぐりのお米が育ちます。

■あきたこまちは、味と香りがよく、ツヤツヤの炊き上がりが特徴です。

入力の基本ルール

- ・ 英数字、各記号は、半角で入力
- ・ 文字間は半角スペースで区切る
- ・ 関連のないキーワードを入れるのはNG

**ジャンルIDの適切な設定と
細かな商品属性情報の入力
が
検索対策上重要**

ジャンル

一覧

-  スポーツ・ゴルフ
-  ファッション・インナー
-  ファッション小物
-  キッズ・ベビー・玩具
-  家電・TV・カメラ
-  PC・スマホ・通信
-  食品・スイーツ
-  ドリンク・お酒
-  本・電子書籍・音楽
-  ゲーム・ホビー・楽器
-  車・バイク
-  インテリア・寝具
-  日用雑貨・キッチン用品
-  ペット・花・DIY工具
-  コスメ・健康・医薬品
-  サービス・リフォーム

楽天市場であらかじめ設定された 「ジャンル」との紐付け作業

生産国	▼
保存方法（スイーツ）	▼
産地（都道府県）	▼
消費／賞味期限	▼
不使用添加物	▼
総重量（g）	▼
箱・袋数（セット数）	▼
種類の数（セット内）	▼

商品属性とは、楽天市場で販売している商品の「属性情報」のこと

商品のジャンル情報を表す「ジャンルID」より、さらに詳しい情報を設定するための項目

カラー・サイズ・素材・種類・ブランドなど

■ ジャンルID

ジャンルID

ジャンルID 必須

ジャンルID

半角数字6桁

ID検索

ジャンルIDを変更すると、入力済みの製品情報が消える場合があります。変更する際はご注意ください。

ジャンルID選択

- すべて閉じる
- パソコン・周辺機器

スマートフォン・タブレット

光回線・モバイル通信

食品
 - 米・雑穀
 - 白米
 - 玄米
 - 発芽玄米
 - 麦
 - もち麦
 - もち米
 - 雑穀・雑穀米
 - ジャスミンライス
 - ご飯パック

選択ジャンルID：
選択ジャンルパス：

キャンセル

入力画面に反映

■ 商品属性

製品情報・商品仕様

表示紋込 項目を選択 が 選択肢を選択 のSKUのみ表示

項目

126
チェック：チェック
種類：梅味

全項目一括入力

カタログID 必須

一括入力

4906657430954

JANコード検索

商品仕様

シリーズ名 必須 一括入力 100文字以内

ブランド名 必須 一括入力 100文字以内 | (縦棒) 区切りで複数入力可

原産国／製造国 必須 一括入力 250文字以内

総個数 必須 一括入力

総重量 必須 一括入力 単位 g

オーガニック認証機関・基準 一括入力 100文字以内 | (縦棒) 区切りで複数入力可

産地（都道府県） 一括入力 250文字以内

自然派志向 一括入力 100文字以内

食品の梱包方法 一括入力

食品の状態 一括入力 100文字以内 | (縦棒) 区切りで複数入力可

精米の種類 一括入力 100文字以内

精米年月日 一括入力 50文字以内

総容量 一括入力 単位 ml

単品容量 一括入力 単位 ml

発売年月日 一括入力

不使用添加物 一括入力 500文字以内

米のランク 一括入力

米の産年 一括入力 50文字以内

米の種類 一括入力 100文字以内

米の等級 一括入力

米の品種 一括入力 50文字以内

単品（個装）個数 一括入力

- ① チェックイン
- ② ネットショップと実店舗の売り方の違い
- ③ 売上アップに必要な3つのアクション
- ④ 最初にやるべき楽天市場の集客策
- ⑤ チェックアウト

売上を作るには先行投資が必要

結果 = お金 + 時間 + 労力

次回までにやるべき
アクションはなんですか？

講座期間中に必ずやってほしいこと

- 講座に毎回参加すること
- 売上を伸ばすための仕事の時間の確保
(最低でも1日1時間以上)
- 講座で学んだことの即実践
- 広告予算の確保
- ECCとコミュニケーションをとること

次回に向けて

やった分だけ結果として返ってくる

A female runner is captured in mid-stride, running on a paved road. She is wearing a green tank top, black shorts, and red running shoes. Her hair is tied in a ponytail, and she is wearing a headband. The background features a bright sun low on the horizon, creating a lens flare effect. In the distance, there is a body of water and a range of mountains under a clear blue sky.