

ヤフーショッピング検索対策ノウハウと 検索順位チェックツール活用法【ダイジェスト】

検索順位チェックツールご利用ストア様向け【無料版】

アルゴノーツ株式会社



三度目の受賞！
アルゴノーツ株式会社は
ベストパートナー賞を受賞しました！



目次

- ▶ 検索エンジンの仕組みを知る
 - ▶ 加点要素を知る
 - ▶ 集客経路を知る
- ▶ 順位調査の必要性
- ▶ 検索対策、2つのアプローチ
- ▶ 検索対策ノウハウ
 - ▶ キーワードの入れ方
- ▶ 対策前後の効果検証
 - ▶ 実証実験結果
- ▶ PRオプション最適化

貴社限定開示資料 管理番号：version3.1230420

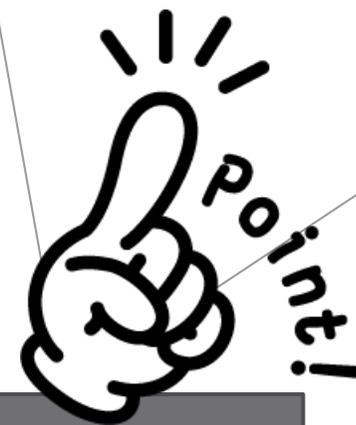
検索対策のノウハウ

どうしたら上位になるか？その仕組みは？

貴社限定開示資料 管理番号：version3.1230420

検索エンジンの仕組みを知る。

- ▶ 様々な加点要素で順位が決定される
 - ▶ これをひとつやったらOKというわけではない
- ▶ 絶対評価ではなく、相対評価である
 - ▶ すべての数値が高くて他にそれを上回る商品があれば上位になるとは限らない
- ▶ 希望のキーワードですぐに上位になれるとは限らない
 - ▶ 新商品がいきなりビッグワードで上位はかなり難しい



すべての要素で「良い状態＝最適化する」ことで上位表示へ

どうしたら上位になるか？加点要素を知る。

実績を増やす

- 売上
- アクセス数

最適化をする

- キーワード対策
- 必要な情報を入力する
- 実績を増やす仕掛けをする
- 減点要素を除外する

広告費をかける

- PRオプション
- アイテムマッチ
- 季節広告



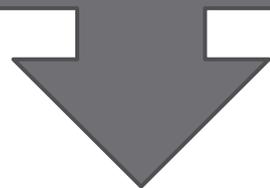
対策すべき加点要素

- ▶ キーワ...
- ▶ 上位に...
- ▶ 複合...
- ▶ プロ...
- ▶ 商品名...
- ▶ 他商...
- ▶ 数値...
- ▶ 販...
- ▶ P...
- ▶ お買...
- ▶ 送...
- ▶ ポ...

この内容はスタートプラン以上のご契約
でダウンロードができます。



加点要素は1つではないので、
もし今こんな状況でも・・・



PRオプションを30%にしたけど上位にならないじゃない・・・

まだキーワードの最適化をしていなければ、伸ばせるチャンスがあるかも！

検索による集客の基礎知識

集客経路はいろいろ。

その中でも検索集客は多種多様で対策方法がそれぞれ異なる。

貴社限定開示資料 管理番号：version3.1230420

検索からの集客経路を知る

自然検索（ひらめき）

- 検索窓に入れたお客様がぱっと思いついたキーワード

関連キーワード（きづき）

- 検索結果などに表示される複合キーワード

自然検索（ひらめき）とは

- ▶ お客様が思いついたキーワードによる検索
- ▶ このキーワードは人によって異なる場合がある。
- ▶ 多くの人が思いつくキーワード=ビッグワードは当たればデカイがライバルも多く難しい
- ▶ 検索順位チェックツールが役に立つ



関連キーワード（きづき）

- ▶ お客様がひらめいたキーワードに対して提案されるキーワード
- ▶ ビッグワードはライバルが多いがこちらには狙い目キーワードもあり、トレンドが変化する
- ▶ 関連キーワードサーチが役に立つ



あらゆる検索集客経路に対応させること。

- ▶ 単純に検索対策と言っても、経路や方法はいろいろ。
- ▶ まずは種類と対策方法を知ること。

この対応は簡単なものではないので、ここにすべて対応できるストアは少ない。

競合ひしめく集客経路にただ体当たりをするのではなく賢い集客が必要。



現状を把握していますか？

検索順位調査の必要性とツールの活用について

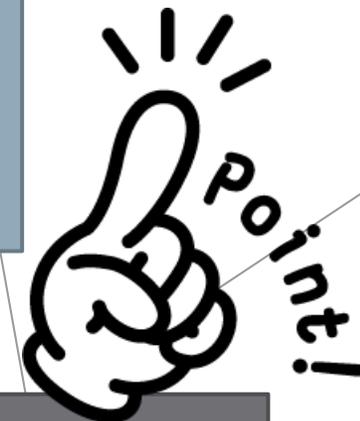
順位調査の必要性

- ▶ 検索順位はささやかな対策でも上下するため、変化に気がつくなくてはならない。特に下位の場合、変化に気づきにくい。
- ▶ その対策に効果があったのか、見極めるために対策前後の順位を把握していなければならない。
- ▶ **PRオプシオンやアイテムマッチ（PR枠）など成果・効果が見えなければ無駄なコストを払い続けることになる。**

調査ツールがあれば出来ること

- ▶ 自分のストアの商品の検索順位の調査ができる。
- ▶ 集客に役立つようなキーワードが見つかる。
- ▶ PRオプションの効果がどれくらいかわかる。
- ▶ 競合商品の検索順位もわかる。
- ▶ 競合商品が何をしたか？も動向調査ができる。

【参考】アルゴノーツの検索順位
チェックツール利用ストア数は
約2,000ストア



手作業でも頑張ればできますが、時間がかかります。
ツールを使ったライバル店にはとても勝てません。

効果的に集客をするために、2つのアプローチがある。

「特定の商品を売りたい」のか？「それともストア全体の集客数を増やしたい」のか？
それにより検索対策方針が異なる。

アプローチ1 特定の商品を上位にしていく検索対策

1. キーワードの選定
2. 1に基づき、関連キーワードなども選定
3. 現状調査・集客経路の確認
4. キーワード最適化対策
5. 効果検証
6. 再対策



この商品を上位にして更に売上を伸ばす！というアプローチ



スタートプランでダウンロードできる初級編ノウハウで詳しく解説

アプローチ2

集客数増を狙っていく検索対策



1. 統計情報から可能性の高い商品とキーワードを選定
2. 関連キーワードの調査
3. 無料誘導の調査
4. 現状調査
5. ターゲットワードの選定
6. キーワードの最適化
7. 効果検証
8. 再対策

ストア全体の集客力を高めて、売上アップにつなげる！というアプローチ。1の商品ベースよりも可能性が高く売上増のチャンスも。

Proプランでダウンロードできる上級編ノウハウで詳しく解説



検索対策ノウハウ キーワードの入れ方

キーワードをどのように入れるか？極端に言えば「**一文字変えるだけ**」で順位が変動する場合があります。

キーワードの入れ方 「商品名」

- ▶ キーワードの追加や入れ替えで順位は変動する。

検索順位チェックツールの
スタートプラン以上のご契約でご覧いただけます。

- ▶ 具体的な成果実績は後述にて。



キーワードの入れ方 「キャッチコピーと商品情報」

- ▶ その他情報は、商品情報にまとめる。

検索順位チェックツールの
ベーシックプラン以上のご契約でご覧いただけます。

- ▶ 具体的な成果実績は後述にて。



その他検索対策に必要な項目

検索順位チェックツールの
Proプラン以上のご契約でご覧いただけます。



NG行為 ランクダウンを招く対策

- ▶ 無用な記号は入れない。
 - ▶ 【】 [] !! ★ ☆ ◆ ◀ ▶ ■ < > ♪ ◎ ● ※ ◇ ○ □ △ ▲ ▼ ▽
 - ▶ 楽天市場などと共通データ化している場合、ヤフーショッピングでは商品データを最適化する必要がある。
 - ▶ エラー商品サーチを使うことで、NG状態の商品を抽出できる。
- ▶ キーワードをたくさん入れれば良いというわけではない
 - ▶ キーワードの比重もチェックされるため、キーワード

こぼれ話
【送料無料】というキーワードも……



検索順位チェックツールの
スタートプラン以上のご契約でご覧いただけます。

A man in a dark blue suit and purple tie is smiling and looking towards the camera. The background is a blurred office environment with a desk lamp and windows.

検索対策は〇〇を すればOK！ではない。

単純にこれをすれば良いものではなく、調査しながら最適な状態にすることが検索対策である。それが難しい部分でありチャンスでもある。

商品や競合商品の状態によって対策の効果や結果は異なる。

- ▶ ここで紹介した方法も、具体例に落とし込むと**複数の方法が存在する**。
- ▶ そのため、対策には**複数の方法でトライして効果検証を行い、最も良い状態**にしなければならない。

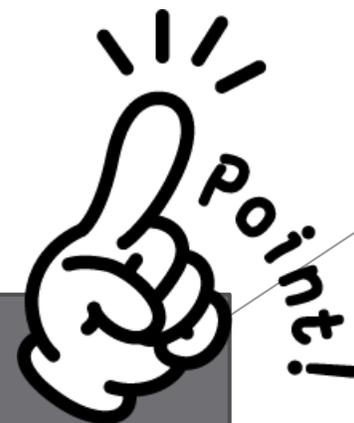
それが検索対策＝最適化である。

一度良い状態になっても、競合商品の影響を受けて状況が変わることもあるので要注意。

もし対策後にランクダウンしたら…

- ▶ 対策次第では、希望通りのランクアップができないこともある。場合により、**ランクダウンの恐れもある**。
- ▶ その場合、対策前の状態に商品データを戻すことで復旧させることが可能な場合もある。
- ▶ 但し、場合により必ず元通りになるとは限らない。

検索対策はリスクもあるので
ぜひプロにご相談ください。



ひらめいた！



注文数を増やせば上位になるなら、自分でどんどん注文しちゃえばいいんじゃない？手数料かからないし。

確かにその方法で理論上は順位を上げることができます。但し、きっと**バレル**ことでしょう。そして**強制退店をさせられます**。

- ▶ 違反行為にはとても厳しくなっています。無料出店のため、Yahoo!ショッピングの品位を下げようような行為、ガイドライン違反をするとあっという間に追い出されますの注意してください。
- ▶ **特にSEO対策ができるという業者さんにはその対策内容に十分注意をしてください。**
 - ▶ ちなみにガイドライン違反の一例ですが、メーカー等から提供された商品データをアップロードしたらそれが一部ガイドライン違反を含むものであったために、それに気が付かず強制退店というケースもあります。悪意の有無に関わらず実損を被るのは他ならぬご自身となります。

PVや売上を増やす方法はアイデア次第で、ガイドライン違反しなくても方法があります。ぜひアルゴノーツにご相談ください。 ※この方法はコンサルサービス+上級編で一部解説しています。

対策前後の効果検証

対策前と後で順位が変動した実績の一例。

必ず調査を行い、対策効果の良し悪しを見極める必要がある。

貴社限定開示資料 管理番号：version3.1230420

検索対策の効果検証1 (実測)

〇〇を〇〇して〇〇の検索対策を行った結果

✓ 対策前商品名

検索順位チェックツールの
スタートプラン以上のご契約でご覧
いただけます。

✓ 対策後商品名

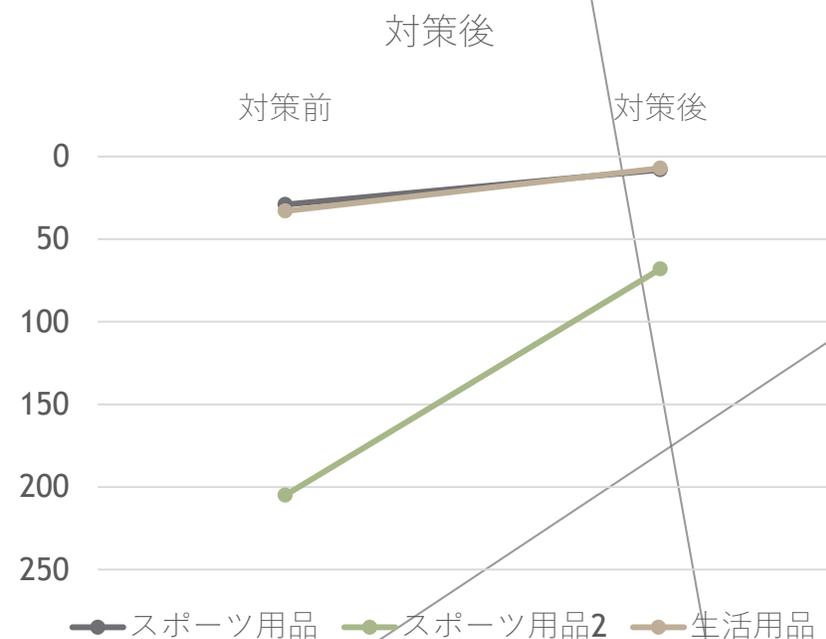
検索順位チェックツールの
スタートプラン以上のご契約でご覧
いただけます。

成果

133件中 29位→8位

250件中 205位→68位

724件 33位→7位



検索対策の効果検証2 (実測)

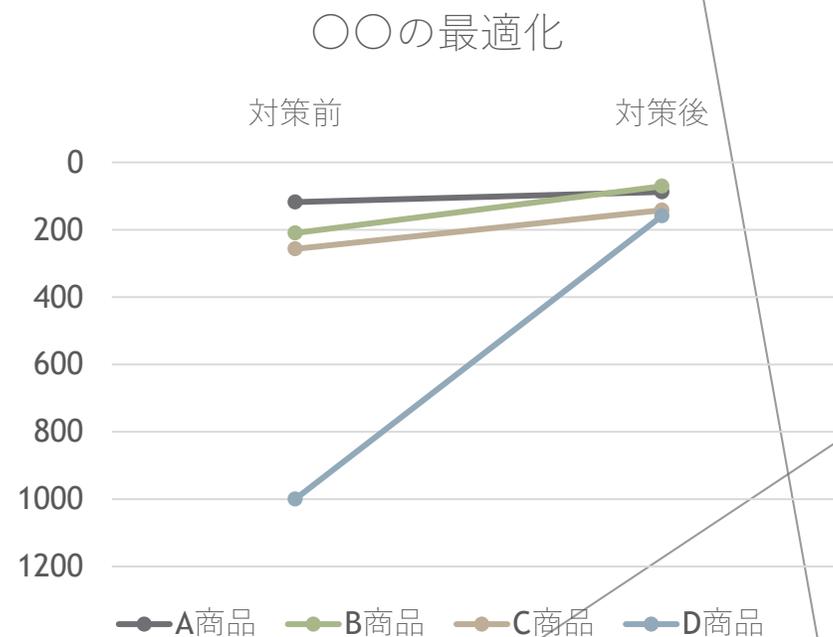
〇〇の最適化を行った結果

▶ **検索順位チェックツールの
スタートプラン以上のご契約でご覧いただけます。**

▶ 成果

▶ 5706件中

- ▶ 118→88
- ▶ 210→71
- ▶ 257→142
- ▶ ランク外→159



検索対策の効果検証3 (実測)

■■の最適化

✓ ○○を重点に置いた○○の対策で検索対策を行った結果

✓ 変更前

検索順位チェックツールの
スタートプラン以上のご契約でご覧いただけます。

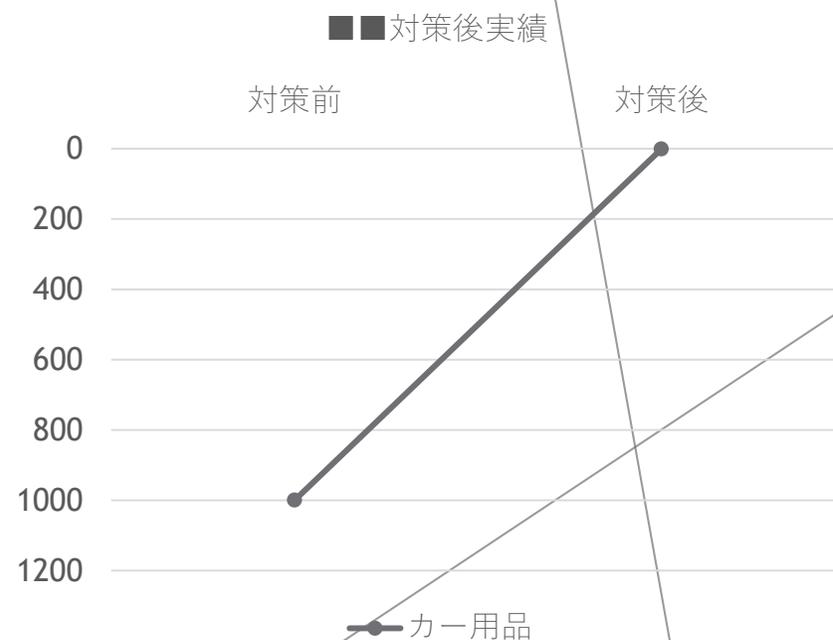
✓ 変更後

検索順位チェックツールの
スタートプラン以上のご契約でご覧いただけます。

成果

48,000件中

ランク外→1位へ



**ツールを活用すれば簡単に実績調査
が可能になります。**



PRオプション攻略のノウハウ

PRオプションで更に売れるようになれば良いが、効果が無ければ無駄なコストを垂れ流すことになるので要注意。

貴社限定開示資料 管理番号：version3.1230420

PRオプション最適化の効果検証について

- ▶ PRオプションの効果測定のために手っ取り早い方法は、
- ▶ まずPRオプションゼロ（難しければ現状で）の状態を調査
- ▶ 続いて1日程度30%（可能な限り最大値）に設定し、順位を調査
- ▶ 希望順位になったか？近づいたか？あまり効果が無いか？を判断する。

既にある程度販売実績のある商品の場合、PRオプション経由に関係なく、売れた分だけ費用が発生するのでご注意ください。

効果無ければPRオプションカットでコストダウン可能。その他の対策で最適化（販促に必要な最低料率は維持したほうが良い場合も）

希望順位になれば少し料率を下げて、集客とバランスが良い料率を探す。

多少近づけば、一旦もとに戻し、その他の最適化で順位アップを試す。その後PRオプションの利用を検討。

自動最適化ツールも提供中。詳しくはお問い合わせください。

検索対策は大変です。

自分で対策をする場合はツールの活用をおすすめします。

- ▶ ツールの利用をおすすめします。
- ▶ 対策前後の効果を検証しないと無駄なコストが掛かるばかりです。
- ▶ ツールを使って最適化をしましょう。

自信がない、時間がない場合、検索対策代行がおすすめです。

- ▶ アルゴノーツにご相談ください。
- ▶ 対策はすべておまかせでもOK！
- ▶ 対策前後の効果検証データの提供します！
- ▶ バックアップデータも用意するので復元も可能です。

スタートプランの登場で更に利用しやすくなりました！



¥2,980 (税込3,278円) ~

検索順位チェックツールなら

検索順位調査と関連キーワード調査と無料誘導調査
必要な機能がすべて揃っている。

[詳しくはこちら](#)

<https://argonauts-web.com/commercepartner/seotools.html>

貴社限定開示資料 管理番号：version3.1230420

ノウハウはあるが、単に＝（イコール）とは限らない。

ここでご紹介したノウハウは豊富な実績から実証されているものではありませんが、ストア様によって状況は大きく異なるため、これがすべてではありません。

実は場合によっては、逆のことはしたほうが良い。ということもあり得ます。

だからこそ、効果検証が重要で、なおかつ、型にはまるのではなく、状況に応じて、最適な方法を考える必要があるのです。

この資料は検索対策がテーマですが、他にも 集客経路や売上アップ方法があります。

検索対策だけでなく、総合的な施策で売上アップが必要です。
豊富なノウハウを活用できる、コンサルサービスもご利用ください。

<https://argonauts-web.com/commercepartner/>

アルゴノーツ株式会社は Yahoo!ショッピングの専門家です。

多くのストア様に
選んで頂いている理由があります。

ベストストアアワード受賞ストアにて実際に店長としてYahoo!ショッピングにてストア運営を行う。
売上300%売上アップを達成させた実績や経験が豊富。
実際に運営した経験から「欲しい」と思えるサービスを次々とリリースするYahoo!ショッピング売上対策の専門家。
ヤフー株式会社と共同でセミナー開催の実績も多数。最もストア目線で考えられることが強み。

 **Argonauts** Web Consulting Service **たくさんの凄いと喜びを創る企業。**

アルゴノーツ株式会社 代表取締役 佐藤大輔
Yahoo!ショッピングベストストアアワード受賞式にて

貴社限定開示資料 管理番号：verston3.1230420

無料ダイジェスト編

完

制作・著作
アルゴノーツ株式会社

もっと売上を伸ばしたい！
と思ったら

ぜひ一度お気軽にご相談ください！

「けんちょの無料活用マニュアルを見た」とお伝えいただければお得な特典が受けられます！

[>>お問い合わせ、ご相談はこちら<<](#)

アルゴノーツでは、Yahoo!ショッピング、ECで売上を伸ばしたいストア様を応援しています。ぜひお気軽にご相談ください。

お問い合わせはこちら

<https://argonauts-c.info/care>



**ぜひYahoo!ショッピングの売上アップにご活用ください。
ご利用お待ちしております。**

貴社限定開示資料 管理番号：version3.1230420



当資料は検索順位チェックツールをご利用頂いた方専用のWEB閲覧資料です。印刷はサポートしていません。
権利の無い方の閲覧や、再配布・改変の一切を禁止しております。