

5

統合後に売上が伸びた事例

Yahoo!ショッピング店を 検索対策で売上アップ！

自分で出来るSEOマニュアル2023年版

2023年4月13日更新

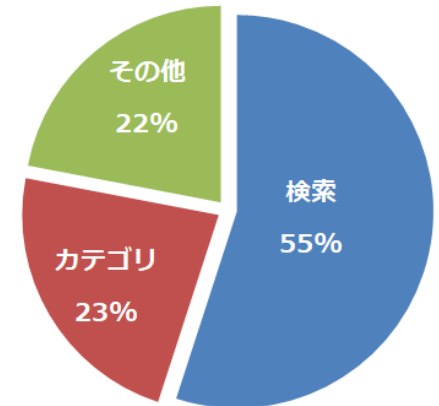
目次

1. Yahoo!ショッピングでサーチ対策（SEO）が大切な3つの理由
2. Yahoo!ショッピングでSEOを行う流れ
3. アクセスが増えるキーワードの探し方
4. Yahoo!ショッピングのサーチロジック
5. 商品を編集してSEOを強くする 5つのポイント
6. 順位チェックしたあと、定期的にPDCAを実施
7. 事例の紹介 どのようにSEOを行うか
8. 弊社サービスの特徴

1. Yahoo!ショッピング店で検索対策（SEO）が大切な理由

1 売上の8割が検索経由

Yahoo!ショッピングの売上は、右図のようにYahoo!ショッピング検索からのアクセスが55%、カテゴリ（各ジャンル）からのアクセスが23%になります。合計で約8割と**Yahoo!ショッピングは検索・カテゴリからの売上が中心**なので、サーチ対策が重要です。



2 Yahoo!ショッピングはテクニックで対策ができる

Yahoo!ショッピングでは商品名をどう変えたら検索順位が上がるかなど、**具体的な対策テクニック**があります。このマニュアルでは、**どのように対策したらいいかテクニック**をお伝えします。

3 Yahoo!ショッピングは他のモールと傾向がことなる

Yahoo!ショッピングはインターネットに慣れていないお客様が多いのが特徴です。そのため、楽天など他のモールとお客様の行動もことなってくるので、**Yahoo!ショッピングに特化して対策するとアクセスが伸びやすい傾向があります。**



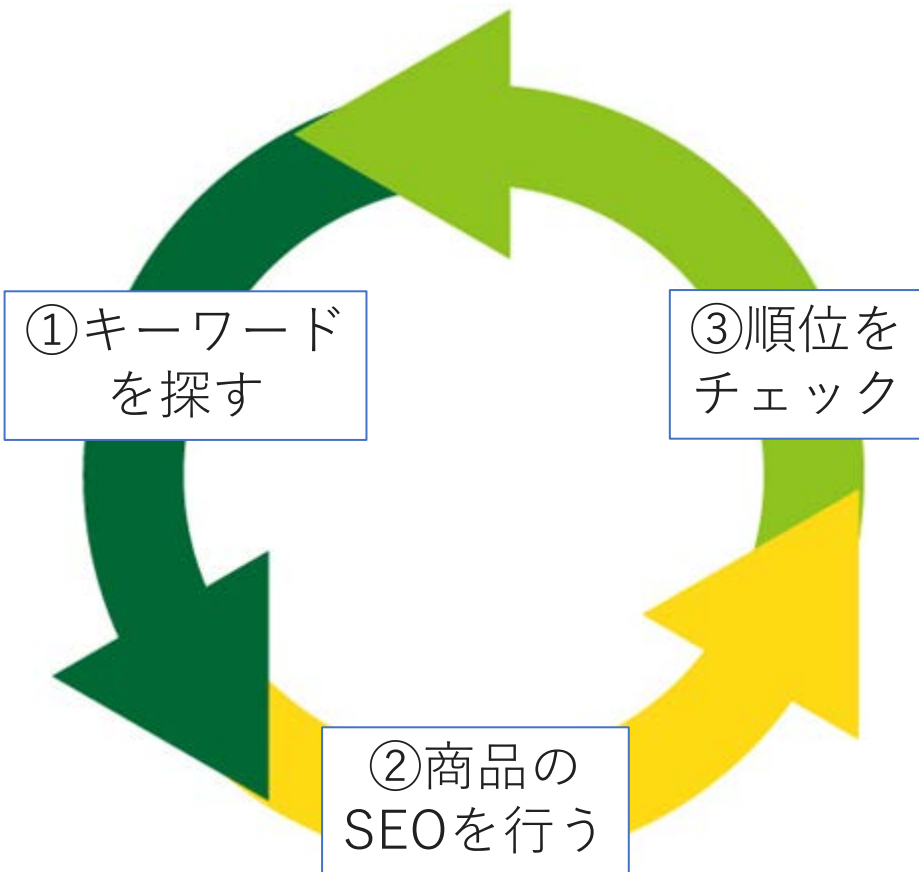
SEOでどれくらい売上が伸ばせるか？

弊社事例では**アクセス数と売上が50%ぐらいアップ**することが多いです。

弊社では競合分析やキーワード調査に専用ツールを使っているので伸びやすいですが、自分でSEO対策する場合は+30%ぐらいを目標にしてみましょう。

2. Yahoo!ショッピングでSEOを行う流れ

Yahoo!ショッピングでSEOを行うとき、最も効率的なのは以下の順番で対策をすることです。



① 勝負できるキーワードを探す

SEOで最も大切なのは、キーワード探しです。
いきなりビッグワードを狙っても上位は取れません。
ある程度のアクセス数が見込め、競合が少ないキーワードを探します。

② 商品のSEOを行う

狙うキーワードが決まったら、商品の修正を行います。
後ほど記載するSEOの対策方法で、商品を修正していきましょう。

③ 順位をチェック

対策した翌日に、順位をチェックします。
上がっていないようなら「①キーワードを探す」からやり直します。
弊社で**PDCAができるツールも提供**しています。

上記の①から③の作業を定期的に行い、アクセス数を増やしていきます。また順位の変動がないか、他にもキーワードがないか定期的にチェックしてPDCAを行いきましょう。

4. アクセスが増えるキーワードの探し方（1）

Yahoo!ショッピングのSEOで「④キーワードを探す」の手順を具体的に解説します。

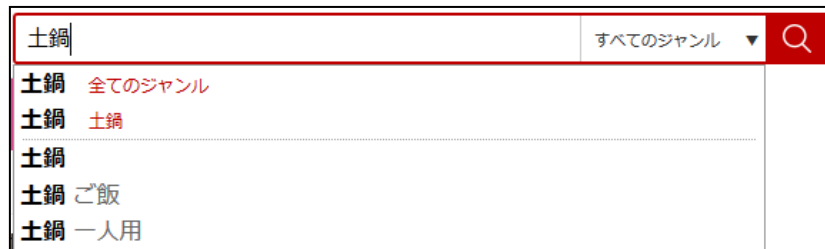
1 Yahoo!ショッピング特有のキーワード状況を理解する

キーワードを探す上で重要なのは、**Yahoo!ショッピングのキーワードは楽天などと傾向がことなる**ということです。

下の図は、Yahoo!ショッピングと楽天市場の検索で「土鍋」と入力して表示された候補ワードです。



Yahoo!ショッピングで「土鍋」と入力



楽天市場で「土鍋」と入力

Yahoo!ショッピングでは検索候補の3番目に「**土鍋でご飯を炊く**」という候補ワードが出てきています。そして「**土鍋でご飯を炊く**」とYahoo!ショッピングで検索して表示される商品数は1,157件しかありませんが、「**土鍋 ご飯**」と検索した場合は24,653件と20倍の差があります。このように**他のモールとは違うキーワードで検索**する人がいるので、こうしたキーワードを調べて対策すると有利になります。



Yahoo!ショッピングのキーワードはなぜ他のモールとことなるか？

このようなキーワードが検索候補に出るのは、**Yahoo!ショッピングのお客様はインターネットに不慣れで検索することに慣れていない**お客様が多いからです。

楽天市場では30代～40代の女性が一番多いお客様ですが、Yahoo!ショッピングは50代以上のお客様が多くなっています。このため検索にも慣れていないので、文章で検索したりします。

4. アクセスが増えるキーワードの探し方（2）

2

Yahoo!ショッピング特有のキーワードの例

先ほどの「土鍋でご飯を炊く」のような特殊なキーワードが多いのがYahoo!ショッピングの特徴ですが、ほかにもYahoo!ショッピングに多い特有のキーワードがあります。

・年代キーワード

30代、40代のような年代のキーワードは、ファッションジャンルや父の日・敬老の日などのイベントで、右の図のようによく検索されます。

特に、**レディース関係の商材では年代が出やすい傾向**があります。

水着
水着レディース
水着メンズ
水着レディース 20代
水着レディース 40代
水着レディース 50代

父の日
父の日 プレゼント
父の日 2022 プレゼント
父の日 プレゼント 70代
父の日 ギフト
父の日 プレゼント 80代

・「おしゃれ」などの形容詞

インテリア関係の商材では、「おしゃれ」というキーワードがよく検索されます。

また、「おすすめ」もときどき出てくるキーワードです。

Yahoo!ショッピングのキーワードを探すときは、こうしたキーワードを意識しながら探すことでライバルよりも有利になりますし、効率的に探すことができます。

ゴミ箱
ゴミ箱 おしゃれ
ゴミ箱 45リットル
ゴミ箱 分別
ゴミ箱 屋外



「送料無料」は検索されない

楽天で検索数が多い人気キーワードに「送料無料」がありますが、Yahoo!ショッピングではキーワードランキングにも入らないぐらい、「送料無料」はほとんど検索されません。

楽天やAmazonで検索数が多いから、という理由だけでYahoo!ショッピングで入力するのはやめましょう。

4. アクセスが増えるキーワードの探し方 (3)

3 Yahoo!ショッピングの候補ワードをチェック

Yahoo!ショッピング特有のキーワードを見つけるには、Yahoo!ショッピングの検索窓に入力してみて、どのようなキーワードが出るか確認するのが一番確実です。

先ほどの例のように「土鍋」と入力をしてみると以下のように候補ワードが出ますが、ここで出てくる候補ワードは**実際にお客様が検索している回数が多いキーワード**です。

まずは重要なキーワードはYahoo!ショッピングの検索窓に入力して、どのような言葉と一緒に検索されることが多いか、確認しましょう。

土鍋	こだわり条件 ▼	🔍 検索する
土鍋 すべてのカテゴリ		
土鍋 キッチン、日用品、文具		
土鍋でご飯を炊く		
土鍋 ご飯		
土鍋 ih		



Yahoo!JAPANのキーワードを調べるのも効果的

Yahoo!JAPANからYahoo!ショッピングへのアクセスはとて多いので、Yahoo!JAPANの候補ワードにYahoo!ショッピングも影響を受けます。重要なキーワードはYahoo! JAPANの検索で候補ワードを調べてみましょう。

実際に「土鍋」で見ると「土鍋でご飯を炊く」があります。

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム 一覧 ▼
土鍋
土鍋でご飯を炊く
土鍋 焦げ 落とし方
土鍋 ih

4. アクセスが増えるキーワードの探し方（4）

4 検索流入レポートでキーワードをチェック

2023年1月13日にリリースされた検索流入レポート（キーワード分析）は、**Yahoo!ショッピング全体のデータも調べることができる**、とても強力なツールです。

以下の図のように、キーワードごとのYahoo!ショッピング内での売上やアクセス数も出てくるので、キーワード調査をデータ分析しながら効率的に行なえます。

キーワード	カテゴリ	キーワード順位	商品流入数	前年同一期間商品流入数	成長率	経由流通金額	経由注文数	平均経由注文金額	自店舗流入数	自店舗流入獲得率
		3	67,600	63,435	106.6%	12,396,339	337	36,784	0	0.0%
		4	41,603	9,759	426.3%	819,310	1,254	653	0	0.0%
		5	39,445	52,376	75.3%	1,498,157	1,044	1,435	0	0.0%
		6	37,696	49,120	76.7%	6,050,353	400	15,126	0	0.0%

iPhone

(すべての検索結果)

- 001140位 iPhone13 ケース
- 001596位 iPhone 12 ケース
- 002122位 iPhonese ケース
- 002785位 iPhone11 ケース
- 005240位 iPhone13 ケース 手帳型
- 005414位 iPhone14 ケース
- 008104位 iPhone 12 ケース 手帳型
- 008523位 iPhonese ケース 手帳型
- 008601位 iPhone8 ケース

キーワードを調べるとき、検索流入レポートの「キーワード絞込」に調べたいキーワードを入れると、左の図のように検索回数が多いキーワード順に並びます。Yahoo!ショッピングの検索窓で調べる場合は上位10件（アプリだと20件）しか出ませんが、検索流入レポートは100件以上表示される上に、**検索回数の順位も表示**されます。

重要なキーワードはYahoo!ショッピングの検索窓だけでなく、検索流入レポートでチェックするのがおすすめです。



検索流入レポートはプロモーションパッケージ申込が必要

検索流入レポートは、プロモーションパッケージに申し込むと利用できる「プレミアム統計」の機能として提供されています。そのため、プロモーションパッケージ（売上の3%の利用料）への申し込みが必要です。

5. Yahoo!ショッピングのサーチロジック

キーワードを探すことが出来たら、次は商品のSEOを行います。

まず、Yahoo!ショッピングのサーチでどのように順位が決まるか、簡単な図にしてみました。



Yahoo!ショッピングのSEOでは、以下のような流れで評価されます。

1. **優良配送に対応**しているか評価する
2. **売上・PRオプションの合計と掛け算**する
3. キーワードごとの商品のSEOレベルと最後に掛け算して順位が決まる

※実際の計算式はもっと複雑ですが、分かりやすい図にしています。

このためサーチで上位を取るには、**商品のSEOを十分に行った後、売上アップの販促を行うことが鉄則**です。

商品のSEOをしないでPRオプションの料率を上げて、サーチの順位はそれほど上がりません。

POINT! 優良配送への対応が必須

2022年から優良配送（2日後までにお客様に届く設定）をしていないと、Yahoo!ショッピングの検索で順位が大きく落ちるようになりました。2日後までにお客様に届くには、宅配便で翌日着の地域だと翌日には出荷する必要があります。

今後のYahoo!ショッピングでは、**優良配送への対応ができないとスタートラインに立てない**状況が続くと思われます。

6. 商品を編集してSEOを強くする 5つのポイント

1 商品編集SEOの原則

商品のSEOで具体的にどのような対策をしたらいいか、解説します。

Yahoo!ショッピングの商品登録でサーチの対象になっている箇所は以下のとおりです。

「商品名」「商品コード（ページID）」「キャッチコピー」「プロダクトカテゴリ、スペック」
「商品情報（テキストしか入らない説明文欄）」

これらの**検索の対象になっている箇所にキーワードを入れる**ことが大切です。

HTMLが入力できる**商品説明やスマートフォン用フリースペース欄については検索の対象外**なので注意が必要です。

商品名

× 40点

キャッチコピー

× 20点

商品説明

× 10点

プロダクト
カテゴリ

× 20点

スペックetc..

× 10点

そして、商品情報のSEOレベルは左のような計算式で決まります。

商品名にYahoo!ショッピングが評価する内容でキーワードが入っていれば40点、キャッチコピーも評価する内容で入っていれば20点、という形で**足し算で100点満点で評価**されます。

※ こちらの計算式は弊社で独自に検証した結果です。
実際のYahoo!ショッピングの検索ロジックはもっと複雑ですが、分かりやすさを重視してこの表のように表現しています。

6. 商品を編集してSEOを強くする 5つのポイント

2 商品名のSEOで押さえるべき5点

1. 重要なキーワードは商品名に入れる

商品名が一番SEOに効果のある部分なので、重要なキーワードは商品名に必ず入れましょう。

2. 重要なワードは商品名の前の方に入力する

商品名の前に入力してあるキーワードほど重要なワードだと判断して加点します。

3. 使うと減点になる記号は削除する

商品名に以下の記号が入っていると、減点になります。

【】!★☆《》◆<>♪○◎※◇□△▲▼▽

■や「」など、例に出ていない記号は使って大丈夫なので、記号で強調したいときは■など対象外の記号を使いましょう。

4. 商品名の文字数が長すぎないようにする

Yahoo!ショッピングの平均値より文字数が長いと、減点になります。おおよそ、半角100文字を超えると減点になることが多いようです。

5. 複合ワードは続けて入力する

たとえば「スニーカー レディース アディダス」と検索されたときに上位表示したい場合、そのまま商品名に「スニーカー レディース アディダス」と続けて入力します。

6. 商品を編集してSEOを強くする 5つのポイント

3 キャッチコピーは商品名に入れたキーワードを入れる

商品名に入れた重要な単語をそのまま入力する

キャッチコピー欄は半角で60文字までしか入力できませんが、ここに商品名と同じキーワードが入っていると、最初の図に記載した計算式で**+20点分の効果**があります。

商品名のSEOのやり方の通り入力すると商品名の先頭に重要な単語が入っているはずなので、そのまま60文字まで入る範囲で入力しましょう。

たとえば、女性用のスニーカーだと、商品名は重要なキーワードを前に記入して以下のようにします。

商品名：**スニーカー レディース アディダス スタンスミス adidas ホワイト** ～～

このうち、**商品名の前から60文字に収まる範囲で抜き取り**、キャッチコピーは以下のようにします。

キャッチコピー：**スニーカー レディース アディダス スタンスミス adidas**

※上記の例で半角53文字です。



クリックしたくなる言葉はキャッチコピーではなく商品名に

「キャッチコピー」という項目名なので、「クーポンで500円OFF」といった販促文言をキャッチコピーに入力する店舗様が多いですが、**「キャッチコピー」は検索結果にもスマホの商品ページにも表示されません。**お客様がクリックしたくなるキャッチコピー的な言葉は、商品名に入力しましょう。

6. 商品を編集してSEOを強くする 5つのポイント

4 商品情報（説明文）は分かりやすく説明してキーワードも入れる

商品名のキーワードは入力した上で、細かいキーワードも入力する

商品情報欄は、編集画面では右のように表示されています。この欄もキーワードを入力すると+10点分の効果があるので、商品名に入れたキーワードは必ず入力するようにしましょう。

商品情報 ? 検索対象 <input type="checkbox"/> PCスマホ共通 <input type="checkbox"/>	タイムの測定が楽くなる、軽量ランニングシューズです。 <ul style="list-style-type: none">◆ アッパー：合成皮革/合成繊維◆ アウトソール：ゴム底◆ 原産国：インドネシア◆ 足入れ：標準
---	---

入力するときは商品説明の最後に、「商品名：スニーカー レディース ナイキ〜〜〜」などのように記載すると、お客様に違和感を与えずにキーワードを入れることができます。

また**商品名に入れるほど重要ではないが、お客様が検索してくれるキーワードは商品情報に入力**しましょう。たとえばファッションジャンルだとサイズやカラーの情報など、すべてのサイズ・カラー名を商品名に入れることは無理ですが、サイズやカラーで検索するお客様はいるので、商品情報に入力します。



キーワードの羅列にならないように注意

商品情報を入力するときは、キーワードの羅列にならないように注意しましょう。

商品情報は、スマホアプリで商品ページに来たときに最初に見える説明文です。（右の画像をご覧ください）

そして「商品情報をもっと見る」というリンクをクリックして初めて、スマホ用フリースペース（HTMLが使える説明文）が表示されます。

お客様がこの**商品の詳細を知りたい、と思えるように分かりやすい文章**で記載しながらキーワードを配置するのがおすすめです。

商品情報 パソコン版で見る
メンズ～レディースサイズ、キャンバススニーカー。ソール（底厚）約2.5cm。 歩きやすさへのこだわり、柔らかいインソールでフワッとした履き心地です。 シンプルだから履き回し自由自在、カッパル靴 お揃い
<ul style="list-style-type: none">● アッパー：合成繊維キャンバス● ソール：合成底（合成ゴム）● 足入れ：やや大きめ（通常23.5cmか24.0cmを履いているスタッフは23.5cmで余裕があります。）
<small>※丁度良いと感じるサイズには個人差があり、基準にする靴やソックス等によっても異なります。あくまでも目安としてお考えください。 ※ディスプレイ画面等の環境上、ページで見た色と実際の商品の色とは多少違う場合がございます。予めご了承下さい。 ※こちらの商品は元々箱が付属しておりません。ビニール袋でのお届けになります。 ※商品番号が、いくつか混在しておりますが商品は同じ物です。</small>
商品名：メンズ レディース カジュアル スニーカー キャンバス スニーカー sneaker Men's レディース おしゃれ
<input type="button" value="商品情報をもっと見る"/>

6. 商品を編集してSEOを強くする 5つのポイント

5 プロダクトカテゴリ・スペックを忘れずに設定する

1. 適切なプロダクトカテゴリに登録する

プロダクトカテゴリ（Yahoo!ショッピングの商品ジャンル）は編集画面では以下のようになっています。

プロダクトカテゴリ ? 検索対象	設定内容 ファッション > メンズファッション > シューズ > スニーカー (44203)
プロダクトカテゴリを設定	

例えば「スニーカー」の場合は、「スニーカー」のプロダクトカテゴリに登録しないとサーチで弱くなります。さらにジャンルから探しているお客様にも商品を見つけてもらえないので、その商品に適したプロダクトカテゴリに登録されているかチェックしましょう。

2. スペックはもれなく入力する

プロダクトカテゴリを補足するために入力する欄がスペック欄です。ファッションカテゴリだとカラーやサイズ、食品だと原産地などさまざまな情報があります。編集画面では以下のようになっています。

スペック設定 (共通) ? 検索対象	個別商品設定 (サイズ・カラーなどのバリエーション設定)
設定内容 メンズ/レディース: メンズ, レディース 色: ホワイト系, ブラウン系	
スペック値を設定する	

サイズやカラーなどバリエーションで分けている場合は、バリエーションのスペックに登録します。さらにスペックでは、サーチ対策で重要な項目がある場合もあります。たとえば、食品ジャンルなどでは「**ギフト・贈り物**」というスペックがありますが、このスペックにチェックをつけるとお客様が「○○ ギフト」と検索したときに少し強くなるなど、重要な項目もあるのでもれなく入力しましょう。

7. 順位チェックしたあと、定期的にPDCAを行う

1 順位チェックの仕方

サーチ順位チェックは**Yahoo!ショッピングからログアウトした状態**で行います。Yahoo!ショッピングは過去に見たことがある商品が検索で上位に出てくるため、ログアウトしないと正確な順位がわかりません。

弊社で契約いただいた場合は順位チェックデータの提供も行っております。

2 PDCA (1) 他のワードでも勝負できないかチェック

「①アクセスが増えるキーワードの探し方」で記載したように、最初は競合が少ないキーワードでSEOを行います。競合が少ないキーワードで対策して**売上が増えると、商品スコアが強くなります**。

商品スコアが強くなると競合が多いキーワードでも少しずつ順位が上がってくるので、競合が多いキーワードでも勝負できないか定期的にチェックしましょう。

3 PDCA (2) 他のキーワードがないかチェック

Yahoo!ショッピングで検索されるキーワードは季節やニーズなどにより変化します。

重要なキーワードは候補ワードが変化していないか、チェックしましょう。

それぞれチェックする頻度は1ヶ月に1回ぐらいで大丈夫です。



どれぐらいのキーワード数を対策するか

Yahoo!ショッピングのSEOを行うとき、対策するキーワードの数ですが以下を目安にしてみてください。

月商100万～200万：20キーワード 月商200万～400万：50キーワード 月商500万以上：100キーワード

大まかな目安なので、商品数が少ない場合や専門店の場合は減りますし、商材が多い場合は増やしてみましょう。

8. 事例の紹介 どのようにSEOを行うか

実際に弊社でSEOを行った事例で、どのようにSEOを行うか具体的に紹介します。紹介する事例は、ダンボールを売っている、小規模なショップ様です。

1 キーワード調査で穴場になっているキーワードを探す

「ダンボール」などビッグワードは大手が独占していたので、お客様の購入キーワードを元に調査を行いました。調査の結果「**クリックポスト**」や「**ゆうパケット**」など具体的なサービス名については検索しているお客様が多いのに対策しているショップが少ないことが分かりました。

2 狙ったキーワードに合わせた商品のSEOを行う

調査でサービス名のキーワードは競合が少ないことが分かったので、これらのキーワードを商品名などに評価されやすい形で入力しました。また登録している商品すべての**商品名・キャッチコピーにキーワードを入れ直したり検索されそうにない単語を外す**など、商品全体の底力が上がるように全般的なSEOも実施しました。

3 売上実績がついたら他のキーワードでも勝負

サービス名で対策を行った結果、**2ヶ月後には売上も1.3倍**に伸びて商品スコアも上がってきました。そこでアクセスが多い「ダンボール箱」の対策を開始して、狙い通り12位に入ることが出来ました。

その結果、**対策して4ヶ月後には昨年比2.2倍の売上を達成**するなど、大きく売上を伸ばすことが出来ました。

この事例の成功要因は、「クリックポスト」や「ゆうパケット」など具体的なサービス名というキーワードを見つけたことです。キーワード調査の重要性がわかるかと思います。

9. 弊社サービスの特徴と内容

1 Yahoo!ショッピングSEO改善システム

- ・Yahoo!ショッピングの検索順位が毎日自動でチェック可能！
- ・システム上で商品の編集ができ、編集履歴も残るのでSEOの検証が簡単♪
- ・本サービス利用者限定で、SEOの裏技などさまざまなテクニックを動画とPDFで共有

順位確認 Home

表示日/並び順: 2022/11/11 今日 キーワード登録順

キーワード: 絞り込み

商品コード: 絞り込み

掲載日: 絞り込み

編集・履歴	キーワード	商品コード	商品画像	商品名	順位	1日前	2日前	3日前	4日前	5日前	6日前	7日前	件数	ヒット
編集 履歴	ビール 絞り込み ヒストリ	40000025 絞り込み		クラフトビール beer 詰め合わせ 飲み比べセット インドの青鬼 水曜日のネコ よなよなエール...	4	4	4	4	3	1	1	1	0	23
編集	ビール	41000138 絞り込み		お歳暮 御歳暮 ビールセット beer 2022 「よなよな公式」 お酒ギフト プレゼントセット...	88	90	82	72	66	29	27	22	0	18
編集 履歴	ヤッホーブルーイング 絞り込み ヒストリ	40000025 絞り込み		クラフトビール beer 詰め合わせ 飲み比べセット インドの青鬼 水曜日のネコ よなよなエール...	1	1	1	1	1	1	1	1	0	23

・料金

50キーワードまで：14000円、100キーワードまで18000円

Yahoo!ショッピングSEO改善システムの詳細と申込はこちら。

<https://www.aldo-system.jp/yahoo-shop-seo-pdca/>

10. 会社紹介

会社名	株式会社アルド
所在地	埼玉県さいたま市大宮区高鼻町1-96
事業内容	Yahoo!ショッピング店舗の集客支援 Yahoo!ショッピング店舗のコンサルティング
主要取引先	ヤッホーブルーイング（よなよなエール）、ゼリアオンライン(ゼリア新薬 子会社)、アドバンスト・メディカル・ケア（リゾートトラストグループ）など
連絡先	メール : info@aldo-system.jp ホームページ : https://www.aldo-system.jp/ Facebook : https://www.facebook.com/eisuke.satoh

代表者略歴

代表取締役：佐藤 英介

Yahoo!ショッピングを専門に行なっているネットショップコンサルタント。
1977年アトランタ生まれ、小学校時代はシンガポール育ち。
2008年まで楽天株式会社に在籍し、在職中は新機能開発の要件定義などシステム支援に従事。

2008年に独立後、ネットショップ向けのシステム開発業務を開始。
楽天・Yahoo!ショッピング・Amazon・自社サイトなど様々なモールへの商品登録システムの開発・販売を通じて、各モールの仕様や売上の上げ方について研究。
Yahoo!ショッピング対策に注力するため2018年に株式会社アルドを設立。毎年各地のEC団体でYahoo!ショッピング対策についてのセミナー講師も行っている。

2023年1月にYahoo!ショッピング対策に特化した書籍、「Yahoo!ショッピング完全攻略ガイド」を出版。

