

Yahoo! ショッピング出店前に知っておくこと

出店前



2023年8月28日 2023年8月28日

Yahoo!ショッピングとは、オンライン上でお買い物を楽しめる大型ショッピングモールのひとつです。審査を通過できれば、**個人法人を問わずどなたでも**Yahoo!ショッピングという巨大モールの中にオンラインストアを開店することができます。

今回はそんなYahoo!ショッピングに出店する前に知っておくべきことを紹介します。もしあなたがYahoo!ショッピングへの出店を検討しているのであれば、ぜひ本記事を一読ください。この記事が未来のあなたの助けになることを願います。

それではさっそく見ていきましょう。

目次

はじめに

1. Yahoo!ショッピングはサバイバル椅子取りゲーム
2. ブレない軸となる事業計画を用意する
3. 開店までの2回の審査を理解する

おわりに

はじめに

現在までに数多くのストアがYahoo!ショッピング内にオープンしてきました。しかしオープンしてみたものの、売上が思うように伸びずに撤退してしまうストアも多数見受けられます。

オンラインストアは、**現実世界にお店を構えたり在庫を管理する倉庫が必要ない**ため、より気軽に始められることが魅力です。

更にYahoo!ショッピングの素晴らしい所は（これが最も怖いのですが）**初期費用無料で出店できる**という点です。このことも相まって、事前準備を怠り勢いに任せてストアを構えてしまえることが、後々に売上が伸びない要因を作ってしまうように思います。

本記事では後からそのような事態にならないよう、またはそうなってしまったとしても次の一手に困らぬよう、出店前に知っておくべきことを3つ紹介します。

- ① Yahoo!ショッピングは椅子取りゲーム
- ② ブレない軸となる事業計画を用意する
- ③ 開店までの2回の審査を理解する

まずはYahoo!ショッピングという戦いのフィールドについて大局を理解しましょう。

1. Yahoo!ショッピングはサバイバル椅子取りゲーム

Yahoo!ショッピングでお買い物を楽しむお客様の多くは、**Yahoo!ショッピングの検索ボックスで欲しい商品のキーワードを入力してお気に入りの商品を探します**。さっそくYahoo!ショッピングを開いて、あなたが販売を計画している商品のキーワードを検索してみてください。

何件の商品が表示されましたか？

ここで**表示されたすべての商品が、これからあなたの競合となり得る商品たち**です

お客様はこれらすべての中から自分にぴったりの商品を選ばなければなりません。しかし表示されたすべての商品に目を通すほどお客様も暇ではありません。さあここから恐怖のサバイバルゲームが始まるのです。

お客様の行動パターンを想像してみましょう。

まずは**上の方に表示されているいくつかの商品をクリック(またはタップ)してみる**でしょう。念入りで慎重なお客様は数回スクロールしてできるだけたくさんの商品をチェックするかもしれません。しかしどんなに念入りなお客様でも、**3ページ目、4ページ目まで商品を探しに行こうとは考えません**。入力したキーワードで必要な情報が見つけれなかった場合、より具体的なキーワードで検索し直して、理想的な商品を探すでしょう。または、**送料や配送の速さ**などの条件で絞り込むことも考えられます。**レビューが良い順**に並び替えたり、**最安値**をチェックするかもしれませんね。

ここまで想像すれば、あなたがこれから販売する商品をお客様に見つけてもらうためにはどうすればよいか、もうわかりますね。

まずは**検索結果の上位に表示されていること**。

そして、**どのような条件で絞り込んでも表示され続けていること**。

あなたがこれから参戦するのは、お客様の**容赦ない検索と絞り込みに生き残り、さらにより有利な表示位置を確保するサバイバル椅子取りゲーム**なのです。大きくて有名なモールにお店を構えたから何もしなくても人が集まるでしょ！とお考えのあなた、その考えは今この時点で捨ててしまいましょう。

それでは、このゲームに勝つためには何をすればよいのでしょうか？

残念ながらこの答えは明確にはわかりません。Yahoo!ショッピングに出店する誰もが知りたいと考えています。Yahoo!ショッピングの担当者に聞いても、サポートデスクに問い合わせても具体的な手法は教えてくれません。どんなに有能なコンサルタントでも、知識や経験を生かした精度の高いアドバイスは可能ですが、**根本的な検索エンジンのロジックを解明することはできません**。

少なくとも検索結果の表示順は**検索キーワードと商品ページとの関連度**や**PRオプション料率**、**優良配送か否か**、**レビューの数**、**直近の販売実績**など様々な要因が複雑に絡み合って決

定されています。ご自身で運営しながら検証を繰り返し、**自分なりの勝ち方を見つけて行くしかない**のです。

このように検索上位に表示させるために検索エンジンに対して良い評価をもらえるよう調整することを**検索エンジン最適化**（search engine optimization）、頭文字を取って**SEO**と言います。

さて、Yahoo!ショッピングに出店後のあなたは、のんびりと魚が食いつくのを待っているわけにはいきません。販売している商品がどんなキーワードで検索されたときに**検索結果のどこに表示されているかをチェックしてSEOを見直し**、競合との価格競争を制して**優良配送評価**をもらうために受注フローを工夫し、いざお客様が訪問した時のために**価値の伝わる商品画像を用意しつつ**、事業拡大に向けて**新しい商品の開発**を行わなければならないのです。その間にも**Yahoo!ショッピングの大型イベント**は毎月開催されますし、お客様のお問い合わせ対応や商品が売れたら**受注発送作業**も必要です。

やるべきことは多いですが、恐れる必要はありません。繰り返しになりますが「**あなたなりの勝ち方**」を検証して見つけることが一番の近道です。そのために、Yahoo!ショッピングの大局を理解した次のステップとして**何のためにYahoo!ショッピングへの出店をするのか、どんなショップへと育てていくのか**、そしてあなたがこれから販売する**商品についての誰よりも深い知識とブレない軸**を「**事業計画**」として用意しましょう。すべての判断の基準として「**事業計画**」はあなたの心強い武器であり、味方となるでしょう。

2. ブレない軸となる事業計画を用意する

事業計画書はあなたの事業の内容や将来の見込みや戦略などをまとめた書類です。例えばストア名や新商品の企画、SEOキーワードの選び方ひとつでも、**どんな価格帯の商品を誰に向けて販売するのか**を事前に明確にしておけば、大きく道を間違えることはありません。事業計画書の指し示す方向性に沿った小さな判断を繰り返していくことで、**ストア全体でブレない軸のある運営**が可能となります。今後の事業の方向性を示す指針となりますので、Yahoo!ショッピングへの出店を決めた時点で作成しておくことをお勧めします。一刻もは

やく出店申し込みをしたい気持ちは重々承知していますが、最低でも次の5項目については事前に時間をかけて準備しておきましょう。**後々必ずあなたの役に立つはず**です。

販売する商品を決める

頭の中に描いているイメージを具体的に紙に書き出しましょう。それが仕入れ商品ならば、**どこから仕入れるのか**。オリジナル商品であれば**毎月どれくらいの量を生産できるのか**、また年間通じて販売可能かどうか、ギフト商材ならばラッピングはどうするか、**発送はどこから行い誰が梱包するのか**。新商品は年に何個くらい用意できるのかなど、**販売予定の商品のラインナップと詳細**をできる限り具体的に書き出しましょう。

ストアコンセプトとストア名を決める

商品が具体的に見えてきたら、**誰をターゲットにどんなコンセプトのストアにするか**を決めましょう。年齢はもちろん、**家族構成、働きかたやライフスタイル**も含めて想像を膨らませます。例えば社会的ステータスの高いビジネスマンをターゲットにしていれば、通販でお買い物を楽しむのは帰宅後の深夜か週末が多いでしょう。ただでさえ仕事に疲れてうんざりしているのに、細かい文字の多いストアでは、疲れているからまた今度でいいやと離脱の原因となってしまう兼ねません。**目にやさしいきれいなビジュアルイメージで商品情報が伝わる**ような、ある種の癒しでありストレス解消となるようなショップ構成が良いかもしれませんね。年配の方向けであればカタカナは多用せず、文字は大きく、色ははっきりとしていた方が喜ばれるかもしれません。

すべてが100%そうであるとは言い切れませんが、**あなたの目指すストアに来店されるお客様を想像しながらストアのコンセプトを決めていきましょう**。

ストアコンセプトが決まったら、ストア名を考えます。ストア名を決めることは下記の記事をご参照ください。**ストア名は3カ月に1度変更することができます**。リピーターが増えてから頻繁に更新することはお勧めしませんが、オープンして間もない段階では納得できるまで微調整を繰り返してブラッシュアップしていきましょう。

Yahoo! ショッピングのストア名の決め方

販売目標を定める

この事業計画書は銀行に融資してもらうことが目的ではありませんので、**おおざっぱな目標値で構いません**。目標値を決めることで毎月の施策の見直しもできますので、毎月何個は売りたい、年間いくらの売上があれば嬉しい、と言った小さな目標でも良いので決めておきましょう。

もちろん、運営していく上でこの目標値が変動することもあります。

配送方法と売価を決める

商品、ストアコンセプト、目標が決まったら、**実際にYahoo!ショッピングの検索結果で競合となる商品をチェックしながら**、売価を決めていきましょう。売価を決める際には送料についても考えなければなりません。商品の梱包サイズや発送場所により配送料は異なりますので、ここである程度具体的に決めておきましょう。

売価を決める際には、必ずしも最安値にする必要はありません。最安値でも十分な利益が出るのなら申し分ありませんが、有名なマーケティング手法である「松竹梅の法則」に則り、検索結果上の競合の中でも二番目三番目に高いくらいの価格設定でも良いですし、ストアコンセプトとして高級価格帯を目指すのであれば高めの価格設定にするのもひとつの手法でしょう。

なんとなく最安値を狙って価格を決めてしまうのではなく、あらゆるキーワードで検索して競合をチェックしたうえで、**あなたのストアの立ち位置を把握してから明確な意図をもって価格帯を設定することが大切です**。

受注フローの確認

Yahoo!ショッピングで注文が入ったらお客様への連絡と商品の発送をしなければなりません。実際の管理画面を使つての具体的な受注フローはYahoo!ショッピングの審査通過後に確認できますので、ここでは**注文が入ってからの大まかな流れを把握しておきましょう**。

誰が受注を確認して梱包を行うのか。お客様への追跡番号の連絡は誰がどのタイミングで行うのか。お客様からのお問い合わせにはいつ誰が対応するのか。どの配送業者とどのような契約を交わす必要があるのかを明確にしておきましょう。また無在庫で商品を販売する場合はどのような手順で発送手続きを行い、発送まで何日かかるのか、追跡番号はどのようにやり取りをするのか、ギフトラッピングなどの対応はどのようにするのかを倉庫側に確認しておきましょう。

特に商品が購入されてから受注フローに不具合が発覚して発送が遅れてしまうなどのトラブルが一度でもあると、レビューに良くない評価を書かれてしまう恐れがあります。**一度書かれてしまったレビューは取り返しがつきません**ので、不安要素はできる限り取り除いた状態で進められるよう準備しておきましょう。

3. 開店までの2回の審査を理解する

Yahoo!ショッピングは**お申し込みからストア開店までに「契約審査」と「開店審査」の2回の審査**があります。お申込み直後の「契約審査」では各種書類や本人確認が行われます。これに通過すると管理画面にログインできるようになり、商品登録をすることができます。商品情報や配送、納期情報などを登録したら「開店審査」を申請し、これに通過するとストア開店（お客様が購入できる状態）となります。

1回目の「契約審査」に通過してから1か月以内に「開店審査」の申請がない場合、再度「契約審査」からやり直しが必要となってしまいますのでご注意ください。申し込み前にある程度の商品情報や配送方法、受注フローの確認をしておくことで、1か月という短期間でもストア開店の準備を効率よく進めることができます。

ここではお申し込み前に頭に入れておきたい注意点のみご紹介いたします。各審査の具体的な手順と準備物はYahoo!ショッピングの「お申し込み前の確認事項」をご確認ください。

お申し込み前の確認事項|出店のご案内（法人・個人事業主） - Yahoo!ショッピングでネットショップ開業

契約審査

契約審査は①**各種書類の確認**、②**経営状況判断**、③**本人存在確認**が主な項目です。

①各種書類に関しては、**法人・個人によってご用意いただく書類が異なります**。前項に記載した「お申し込み前の確認事項」のページに必要な書類が記載されていますので予めご確認ください。また審査基準は以下のガイドラインに記載の通りです。**不備のない最新のものを**ご用意ください。



第3 出店・出品基準

1 出店について

(3) 当社は、下記の基準に基づき出店審査を行います。なお、申し込み時のみならず、運営中においても下記の基準を満たしている必要があります。

工 お申し込み内容および当社にご提出いただく本人確認書類等が正確かつ最新の内容であること

– Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドライン

②経営状況判断に関しては、下記ガイドラインに記載の通り**指定収納会社および第三者調査機関による与信審査などを参考に判断している**とのこと。申し込み時に登録するクレジットカードの過去の利用履歴だけではなく、多方面から調査が入る可能性があります。**申し込み時に登録する住所に不備が無い**か、**メールアドレスに信頼性がある**か、**SMS認証が使える電話番号かどうか**も可能であれば見直してみてください。



Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドライン

第3 出店・出品基準

1 出店について

(3) 当社は、下記の基準に基づき出店審査を行います。なお、申し込み時のみならず、運営中においても下記の基準を満たしている必要があります。

ク 当社が定める経営状況判断基準（指定収納会社および第三者調査機関による与信審査等を参考にします）を満たしていること

– Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドライン

③本人存在確認に関しては、ガイドラインでは下記の記載のみで**具体的な確認方法は非公開**ですが、実際には**多くの場合が電話での確認**となるようです。申し込み時に記載する電話番号は間違いのないよう、また本人がすぐに出られるような番号を記載しましょう。

“

オ 当社がおこなう本人確認および存在確認において不備がないこと

また意外に注意が必要なのがYahoo! JAPAN IDです。Yahoo!ショッピングの申し込みにはYahoo! JAPAN IDの登録が必須となりますが、以下のような審査基準が公開されています。

“

Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドライン

第 3 出店・出品基準

1 出店について

(3) 当社は、下記の基準に基づき出店審査を行います。なお、申し込み時のみならず、運営中においても下記の基準を満たしている必要があります。

イ 出店審査の時点で、Yahoo!ショッピング、ヤフオク!などの当社サービスの利用に関し、当社が同一利用者と判断した利用（アクセスログが一致する

場合は同一利用者とみなします)も含め、以下のいずれも満たしていること

- ・ Yahoo! JAPAN ID について、削除措置が過去にされていないこと、かつ、利用停止措置が審査時に継続されていないこと
- ・ 当社サービスの利用に関する契約について、解除措置が過去にされていないこと、かつ、履行停止措置が審査時に継続されていないこと

– Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドライン

この内容から、既存のYahoo! JAPAN IDでYahoo!ショッピングのストア運用をする場合は過去にIDの削除措置やYahoo!関連サービスの解除措置がされていないかどうかのチェックが入ると想定されます。またIDを変更していてもアクセスログから同一利用者であると判断されるとのことですので、新規でYahoo! IDを取得し直したとしても同じPCやネットワークからのアクセスであれば審査に通過できない可能性が高いです。Yahoo!ショッピングへの出店を検討いただく場合は一度ご自身が普段使われている、また過去に使用していたYahoo! JAPAN ID周りを整理整頓してみることをお勧めします。

開店審査

開店審査に関しては、審査通過に必要な登録内容と手順が管理画面上に明示されますので、その手順に則って登録作業を行えば基本的には問題ありません。また、**万が一不備があったとしても具体的な改善指摘がありますし、担当サポーターや窓口にも問い合わせることもできます**のでご安心ください。

ただし、以下のガイドラインに従い**開店審査の申請から1か月以内に指摘箇所が改善されない場合は審査に通過できない場合があります**のでご注意ください。



第3 出店・出品基準

Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドライン

1 出店について

(6) 開店審査において当社が不備を指摘した場合は速やかに対応してください。開店審査の申請日より1か月を経過しても、当社の不備の指摘に応じた改善が完了しない場合、開店審査基準を満たしていないと扱うことがあります。

– Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン

おわりに

今回はYahoo!ショッピングへの出店に向けて、お申し込みの前に準備しておくことをご紹介します。この記事は筆者がコンサルタントをしていて最も多くご相談いただいた質問「Yahoo!ショッピングに出店したいけどなにかからすればいいですか？」への回答として執筆しました。必要な書類やストア構築の流れなど調べればわかる簡単なことは省略していますので、適宜googleで検索のうえ情報を照らし合わせていただければ理解が深まるかと思えます。Yahoo!ショッピングへの出店をご検討いただいている方の参考になれば幸いです。