

何をお探しですか？

「Yahoo!ショッピング完全攻略ガイド」予約特典

おすすめ

ファッション

日用品

コスメ

Yahoo!ショッピング検索で
20%効果が増える裏技

PayPay支払いで毎日5%

いつ、何を、誰が買っても毎日おトク※上

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、Yahoo!ショッピングの検索（通常の検索）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、検索対策（SEO）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、商品名をどのように変えたらサーチの順位が上がるかなど、**様々な対策テクニック**がありSEOが可能です。この特典では、**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利用者が異なる

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異なってくるので、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。



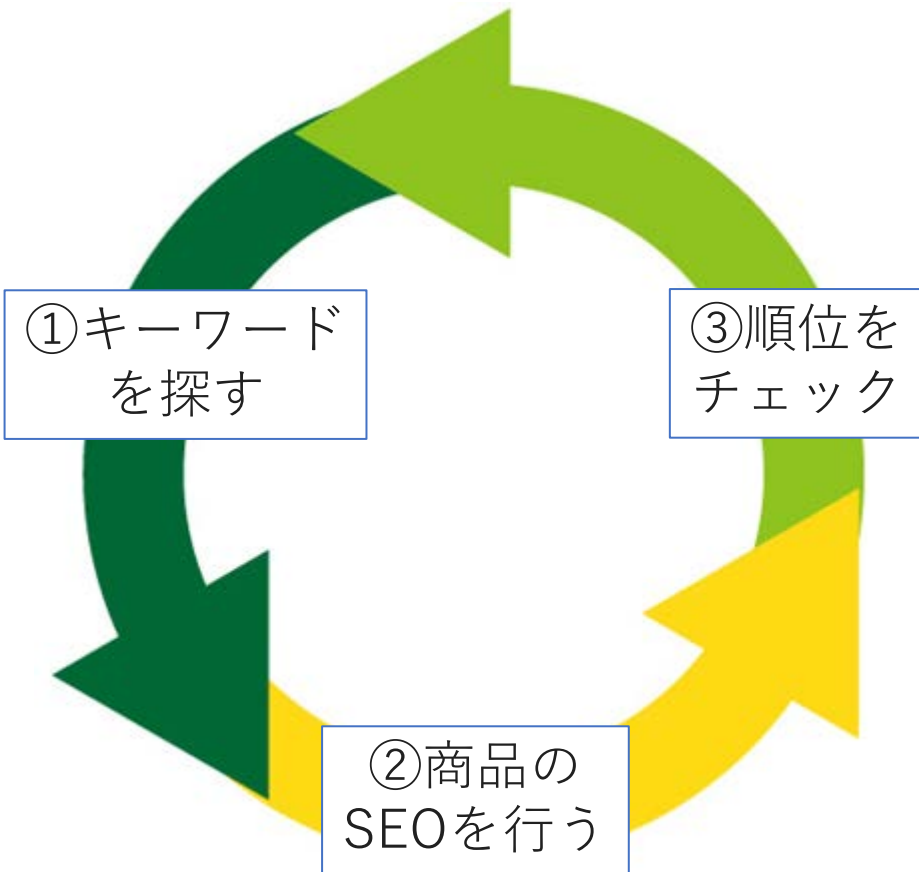
SEOでどれくらい売上が伸ばせるか？

弊社事例では**アクセス数と売上が50%くらいアップ**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%く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。商品名などにキーワードを入れ込んでいきましょう。

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。

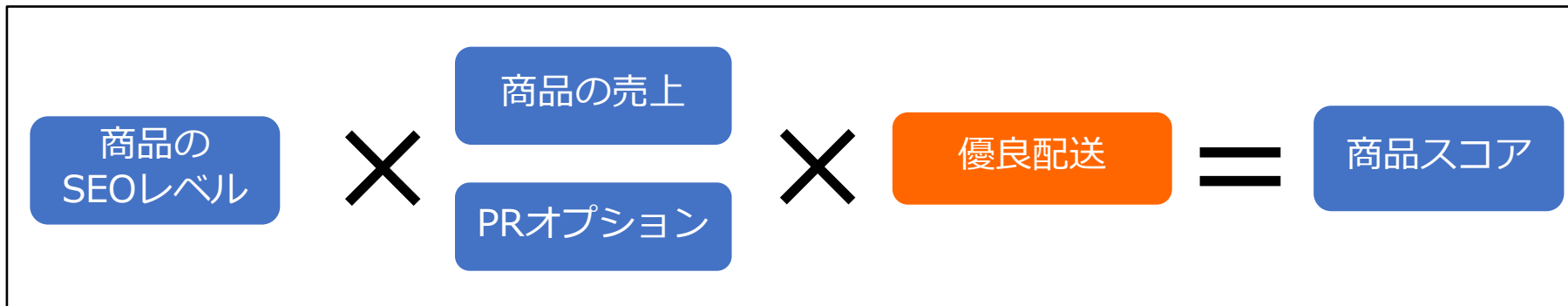
上がっていないようなら「①キーワードを探す」からやり直します。

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を行きましょう。

この特典では、「②商品のSEOを行う」について、具体的な方法と**裏技**を紹介します。

3. Yahoo!ショッピングの検索ロジック

Yahoo!ショッピングの検索でどのように順位が決まるか、わかりやすい図にしてみました。



Yahoo!ショッピング検索では、以下のような流れで評価されます。

1. キーワードごとに商品のSEOレベルを評価する
2. **売上・PRオプションの合計を掛け算し、優良配送に対応しているか**評価する
3. 商品スコアが高い商品から、サーチで上位に表示される

※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。

「商品の売上」には、商品のアクセス数や店舗の評価なども含んでいます。

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重要**です。

優良配送への対応が必須

Yahoo!ショッピングでは「優良配送」という2日以内にお客様に届けられる設定をしないと、検索順位が大きく落ちてしまいます。そのため、上の図でも「優良配送」については色を変えて表現しています。

「優良配送」に対応するには、遅くても翌日までに出荷すること、メール便ならネコポスで送る、など対応しないといけないことが多くあります。

対応が難しい場合は、ヤフーと連携しているヤマトフルフィルメントの倉庫に預けてみましょう。

4. 商品のSEOレベルを上げるには？

1 4. 商品のSEOレベルはどうやって決まる？

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検索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）」「JAN」

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

商品情報（説明）

× 10点

プロダクト
カテゴリ

× 20点

スペックetc..

× 10点

商品の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、キャッチコピーにも同様に入っていれば20点、という形で**足し算で100点満点で評価**されます。

この評価はキーワード単位なので、「ビール」で100点でも「コーヒー」では0点、といった結果になります。

※ 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記載しています。

4. 商品のSEOレベルを上げるには？

2 商品名のSEOで押さえるべき5つのポイント

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. 余計な記号は削除する

商品名に以下の記号が入っていると、減点になります。

【】!★☆《》◆<>♪○◎※◇□△▲▼▽

楽天では【送料無料】と入れるとクリックされやすいので【】などの記号が入っているお店が多いですが、Yahoo!ショッピング店では削除するようにしましょう。

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。

4. 商品のSEOレベルを上げるには？

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、商品SEOレベルの計算式で **+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。



キャッチコピーには「販促キャッチコピー」を書かずに、SEOのための欄だと割り切る

「キャッチコピー」という項目名なので、「送料無料」や「クーポンで500円OFF」といったアピール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」はアプリや検索結果に表示されません。** SEOのための欄だと割り切って、商品名に入れた重要キーワードをキャッチコピーには入力します。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。

4. 商品のSEOレベルを上げるには？

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。

POINT! 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 v"/>

5. 商品のSEOレベルを20点アップする裏技

1 店舗名も検索の評価項目になっている

商品名	× 40点
キャッチコピー	× 20点
商品情報（説明）	× 10点
プロダクト カテゴリ	× 20点
スペックetc..	× 10点
+	
店舗名	× 20点

商品のSEOレベルの図を先ほど紹介しましたが、Yahoo!ショッピング検索では「**店舗名**」も**検索の評価項目**になっています。

本来は、店舗名で検索したときに探しやすくするのが目的ですが、店舗名にキーワードを入れることで、商品のSEOレベルが上がります。

弊社で検証した結果、キャッチコピーにキーワードを入れるのと同じ、+20点ぐらいの効果があります。そのため、ライバルが100点満点でSEOをしている中、**店舗名を活用すると120点で戦うことができます。**

5. 商品のSEOレベルを20点アップする裏技

2 「店舗名」の活用の仕方

店舗名にキーワードを入れる場合、できるだけ具体的なキーワードを入れるようにしましょう。たとえばメンズファッションのお店だと扱っている商材が多いので、お店の商品全体をカバーするようなキーワードを入れてしまいがちです。しかし、「アパレル」という単語で検索するお客様はいません。

お店で一番売れている商品や、売りたい商品のキーワードを入れましょう。

× なんでも屋 メンズアパレル

○ なんでも屋 メンズ Tシャツ

3 「店舗名」は3ヶ月に1回、変えられる

Yahoo!ショッピングでは、**店舗名は3ヶ月に1回、変更することができます**。そのため、季節ごとの需要やイベントに合わせて、店舗名も3ヶ月おきに変えていくと効果的です。

ギフト商材を扱っている場合は、シーズンによって「お中元」と入れたり「お歳暮」と入れたりします。



店舗名の変更は年間計画を立てる

店舗名は3ヶ月に1回しか、変えることができません。

そのため、どのタイミングで店舗名を変えるか、1年間の計画を立てておきましょう。

たとえば「バレンタインデー」と「ホワイトデー」の両方をカバーしたいと思ったら、「バレンタインデー」商戦が終わる2月下旬に店舗名を変更するために、12月下旬には店舗名を「何でも屋 バレンタインデー」としておく必要があります。

6. 店舗名にキーワードを入れるときの注意点

Q

特定のキーワードを入れたら、他の商品が売れなくなるのでは？

A. 店舗名にキーワードが入っていても、他の商品が売れなくなることはありません。
むしろ、店舗全体の評価が上がることや、ついて買いなどの効果で、他の商品も売れるケースがほとんどです。

Q

店舗名にキーワードを入れると、ダサくなってしまふ

A. Yahoo!ショッピングのお客様は、店舗名をあまり見ていません。そのためリピート率が楽天に比べて悪くなるというデメリットもあります。
お客様はアプリで購入するときは商品をメインに見ているので、店舗名になにかキーワードが入っていても、それほど気にならないようです。店舗名にキーワードを入れるときは、店舗名の先頭ではなく後ろの方に入れるようにしましょう。そうすることで、本来の店舗名を覚えてもらいやすくなります。

Q

店舗名を変えたら、他の商品のSEOはどうなる？

A. 店舗名に入れたキーワードは、すべての商品で+20点の効果が発生します。そのため、さきほどの「メンズTシャツ」と入れた店舗の場合、Tシャツでない商品も検索で出てくる場合があります。
しかし効果は+20点と商品名に比べて効果が小さいので、関係ない商品がたくさん出てしまう、ということにはならないので大丈夫です。
なおアイテムマッチもSEOと同じ仕組みなので、入札価格を高くしている商品だと、出てしまうことがあります。