

ここなら売れる！
1から学ぶモール出品

出品攻略 マニュアル

YAHOO!
JAPAN
ショッピング

～Yahoo!ショッピングへ個人で出店する～

・目次

1. 出店するメリット・デメリット
2. 個人の副業でも出店は可能なの？
3. 審査に必要な書類は？
4. 審査の流れと所要時間
5. 審査基準と審査落ちしないための対策
6. コロナにより売上が上がっているもの
7. まとめ

1. 出店するメリット・デメリット

2013年にネットショップ無料化を掲げたYahoo!ショッピングは、今やアクティブユーザー数約2,800万人(毎月)、出店ストア数は87万店舗(※2019年3月時点)を超え、amazon・楽天市場の通販2強に次ぐECモールに成長を遂げています。

特に出店ストア数においては、楽天(約4.7万店舗)やamazonを遥かに凌ぎ、国内最大級といえます。

まずは、大手企業の参入も相次ぐYahoo!ショッピングに出店をする際のメリット・デメリットについて解説していきます。

メリット

・初期費用・売上ロイヤリティが無料

Yahoo!ショッピング出店の一番のメリットは、**初期費用・毎月の固定費・売上ロイヤリティが無料**という点に尽きます。

例えば楽天市場の場合、初期費用6万円・月額費用等の運用コストだけでも数万のコストが必要ですが、Yahoo!ショッピングは実際の売上に基づいて手数料がかかるシステムなので、商品が売れなければ手数料が発生することがなく、ECサイト運営初心者の方でも参入しやすいモールといえます。

・外部リンク可

2013年のeコマース革命でネットショップ無料化と同時に発表されたのが、**外部リンクの許可**です。

Yahoo!ショッピングでは独自ドメインサイト等の外部リンクを自由に張ることができるため、自社企業サイトや自社ECサイトへの送客ツールとして利用することができます。

楽天市場やamazonでは外部リンク不可であることから、Yahoo!ショッピング出店の際はぜひ有効活用していただきたい施策です。

・総合ポータルとしての導線 外部集客に強い

WEB検索、ニュース、天気、スポーツ、メールなど多数のサービスを展開するYahoo!JAPANは日本最大級のポータルサイトであり、トップページの1日のPVは10億以上ともいわれています。

Yahoo!JAPANの**圧倒的な集客力を利用できる**ことも、Yahoo!ショッピング出店の強みといえます。

また、Yahoo!JAPANのWEB検索からキーワードを入力すると、検索結果画面にYahoo!ショッピングの商品が表示されます。

この検索結果画面に表示させるにはPRオプションを高く設定する必要がありますが、広告費をかけることでYahoo!ショッピング外での露出と流入も期待できます。

・ポイントキャンペーンによる販促

Yahoo!ショッピングでは、ソフトバンクユーザーやYahoo!プレミアム会員に向けたポイントキャンペーン、PayPayモール限定ポイント〇%といったポイント付与キャンペーンが頻繁に行われています。

2019年からはストア原資のTポイントに加え、各種キャンペーンでPayPayボーナスが付与される形となり、QR決済の普及とともに、街中の店舗でPayPay残高が利用できることで利便性が高まっています。

専任のECコンサルタントがショップ運営をサポートYahoo!ショッピングに出店すると、各店に専任の担当者がつきます。

毎月の売上を分析したうえで、売上アップのための施策を無料で受けることができます。

また、管理画面上の細かな設定の確認やトラブル時の対処法などの相談をすることもできるので、ネットショップ運営初心者の方にとっては心強いサポートになるでしょう。

・ニュースレターが無料で配信可能

自店で購入履歴のある顧客やメルマガ登録してくれた顧客に対して、ニュースレターを送信することができます。

ニュースレターは**配信制限なく**送信することができ、**プレミアム会員／非プレミアム会員、性別、地域など細かくセグメントすることも可能**です。

ここまでがメリットになります。

初期費用、月額、売上ロイヤリティが無料という点では初心者の方でも安心して始められます。

他にも外部リンクが付けられたりなどYahoo!ショッピングだけの特徴がたくさんあります！

デメリット

・国内最大級の出店数＝ライバルが多い

冒頭でも申し上げたとおり、
Yahoo!ショッピングの出店企業数は国内最大級です。

ネットショップ無料化で参入しやすい反面、出店企業同士の競争が過酷なのが実情です。

特にJANコードのあるメーカー商品などは、価格やポイント付与倍率により売上が左右されがちです。

・無料化といえども売るための広告費や決済手数料がかかる

競合店舗よりも検索順位を上げ露出を高め、売上を伸ばすためには、出店料無料といえども広告費をかける必要がでてくるでしょう。

・期間に応じて一定の金額が発生する「**バナー・テキスト広告**」
→例)ストア原資のクーポンが利用可能になる、など

・クリック課金型広告「**ストアマッチ広告**」
→キーワード検索した際の検索結果の上位に「ストアのイチオシ！」として表示される

・成果報酬型「**PRオプション料率**」
→Yahoo!ショッピング検索結果の上位に表示されやすくなる

広告費をかけることで露出を増やすことができる反面、ストアマッチ広告はクリックごと、PRオプションは売上に対して広告費用が発生するため、**高く設定しすぎること**で**広告費用がかさんで結果的に赤字になる可能性**もあります。

日々の売上と広告費用を細かく分析して、売上に応じた適切な広告費用を設定する必要があります。また、広告費用以外にも売り上げに伴って

最低1%のポイント原資や最低1.5%のキャンペーン原資、顧客の決済方法に応じた決済手数料もかかります。

デメリットはこの2つがあげられます。

国内最大級のYahoo!ショッピングは競争率が高くライバルが多いのが特徴です。

ライバル達よりも売り上げないとと思い、広告をたくさん出し売り上げは出たもののその額よりも広告費のほうが多くかかってしまい結局赤字といったことは少なからずあります。

支出と収入のバランスを考えて管理していくことが大事になってきます。

2. 個人の副業でも出店は可能なの？

個人でもYahoo!ショッピングでネットショップを開業することは可能です。

Yahoo!ショッピングの出店方法は3種類あります。

・プロフェッショナル出店

・ライト出店

・個人出店

ここの個人出店というところであれば、Yahoo!IDさえ取得できれば出店をすることが可能です。

ただどうしても売り上げが伸び悩む方が多いので、私としてはプロフェッショナル出店もしくはライト出店をお勧めしています。

プロフェッショナルとライト出店は開業届を出している個人事業主もしくは法人格として申込をする必要があります。

2つの出店方法の違いはこちらの表の通りです。

| | | ライト出店 | プロフェッショナル出店 |
|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 店舗構築 | 利用するツール名 | ストアクリエイター | ストアクリエイターPro |
| | ストア構築期間 | 最短5分 | 平均2～3週間程度 |
| | ストア構築の設定 | 3ステップで完了 | 自由度の高い設定が可能 |
| | スマホだけのストア構築 | ○ | △ (最適化されていない) |
| | 店舗構成モジュールでの詳細設定 (トピックス、カレンダーなど) | — | ○ |
| | metaタグの利用 | — | ○ |
| | HTMLタグの利用 | △ (太字とリンクのみ) | ○ |
| | カスタムページの作成※1 | — | ○ |
| | 隠しページの作成※2 | — | ○ |
| | 1商品の紹介に利用できる商品画像点数 | 6点 | 6点および HTMLタグによる追加掲載可能 |
| | 一括商品画像管理 | — | ○ |
| | 商品マッチング情報の対応 (JANコード、ISBNコードなど) | — | ○ |
| | きょうつく、あすつく情報の対応※3 | — | ○ |
| 注文フォームの詳細設定 (お届け日時、ギフト包装フォームなど) | — | ○ | |
| 商品管理 | 一括出品管理 | — | ○ |
| | 一括注文管理 | — | ○ |
| 在庫管理 | 一括在庫管理 | — | ○ |
| 販促 | ニュースレター配信機能 | — | ○ |
| | クーポン発行機能 | — | ○ |
| | 広告（有償）の利用 | △ (商品連動型広告のみ利用可) | ○ |
| 分析 | 統計レポート機能 | — | ○ |
| 顧客評価 | レビューの投稿 | △ (購入者のみ) | ○ |
| 取扱商材 | お取り扱いできる商材 | ライト出店はクレジットカードの適用範囲内のみです。 詳しくは運用ガイドラインをご確認ください。 | |
| 決済方法 | お客様からの商品代金決済方法 | Yahoo!ショッピングあんしん取引を利用 | ・ストア決済サービス (クレジットカード決済、コンビニ決済 など) ・その他の決済 (銀行振込、商品代引きなど) |
| 入金 | Yahoo! JAPANからの収納代金 入金サイクル | 基本：月1回 | |
| | 変更オプション | オプション（有償）：月2回、月3回、月6回 | |

正直言うとライト出店では使える機能がかなり限定的です。

本当に出品だけができるようなイメージ。

ただ、ストアのデザインなどもテンプレートから選べたり、面倒な設定は一切必要ないです。

本当に出品だけでいいですという方はライト出店からだけでも良いですが基本的にはプロフェッショナル出店をオススメしています。

3. 審査に必要な書類は？

Yahoo!ショッピングの開業には以下の書類が必要になります。

1. Yahoo! JAPAN ID

ヤフオクストアに使用している**Yahoo!ID**は使用することができないので、注意してください。

2. クレジットカード情報

3. 代表者情報(氏名や住所など)

4. 銀行口座情報

5. 開業届の写し(個人事業主のみ)

6. 住民税の納税証明書写し(個人事業主のみ)

住民税の納税証明書の写しは役所に行けばもちろんもらえますし、最近ではコンビニでも取得ができるようです。

発行されたものをそのままYahoo!へ送れば問題ないので難しく考える必要はありません。

法人登録であれば必要情報入力フォームから情報の提出をしてください。

個人事業主であれば必要情報の送信後、開業届の写しと納税証明書の写しを郵送する流れになります。

4. 審査の流れと所要時間



必要書類を準備してYahoo!へ提出を行ったらその後本人確認の電話がかかります。

ここで電話に出れず本人確認ができないと審査落ちの原因となりますので注意しましょう。

電話では登録住所などの個人情報を確認されて、本人であるかどうかの確認が行われます。

確認電話対応後、1週間以内にはYahoo!からのメールが届きます。

「【重要】Yahoo!ショッピングストア出店審査完了連絡およびストアアカウント情報とご出店の流れについて」

このようなタイトルですね。

審査に通って少しホッとする瞬間です。

審査に通るとYahoo!ショッピングのストアクリエイターという管理画面にログインができるようになります。

その後はクレジットカードと銀行口座の有効性確認、そして1出品目をYahoo!側が確認して問題なければ決済サービスもオープンになり全ての手続きが完了です。

ここまできると後はどうやって売り上げを伸ばしていこうかと考えるフェーズになります。

ここからが事業のスタートで楽しくなる場面ですね！

5. 審査基準と審査落ちしないための対策

Yahoo!ショッピングの審査基準は当たり前ですがオフィシャルには公開されていません。

ただ直近ではYahoo!ショッピングの審査が厳しくなってきたと言われていますが、Amazonや楽天市場と比較するとまだまだ誰でも通ってしまうのが現状のようです。

審査に落ちる時は書類の不備や提出情報に何かしらの整合性が取れていない場合が多いです。

例えば引っ越したばかりで古い情報がどこかに残っているなどですね。

あるいは取扱商材が許可が必要であったり、Yahoo!側からリスクと感じられてしまったかなどの要因が挙げられます。

そもそもYahoo!ショッピングの申請の際に基本的な情報しか入力を行っていないので、審査をしようにもそこまで深くまで審査をすることができないはずですね。

今後、項目追加や提出書類が増えることは予想されますが、現段階では審査に落ちてしまった場合には何か提出した情報に不備があったことを考えるのが妥当でしょう。

6. コロナにより売上が上がっているもの

最後に、コロナなどこれからどうなるか全く読めない現在でも売上を上げているものを紹介していきます。

だいたい「**テレワーク関連**」や「**フードデリバリー**」等が取り上げられているようです。

他にも大量の業種を見ていくべきではないかと思い、リサーチして出てきたものを片っ端から記載していきます。

なお、ここに記載してる業種だからといって、**全ての企業・お店が儲かっているわけでは有りません**。休業を余儀なくされている企業や、資金繰りの苦しくなっている企業ももちろんあります。

しかしながら、**記載した業種内で需要を大きく伸ばしている企業が存在しているのも事実**です。参考程度に御覧ください。

1: 食事関係

- ・フードデリバリー業界
- ・コンビニ
- ・スーパー・家庭用食料品店
- ・調理器具(オーブンレンジ等)
- ・乾麺
- ・冷凍食品
- ・調理補助食品

・調味料

2: 衛生・健康関係

・マスク

・トイレトペーパー

・消毒液

・体温計 及び使用する電池

・生理用品

・空気清浄機

・ハンドソープ・ウェットティッシュ

・健康グッズ(ヨガマット等)

・家庭用ジム用品(筋トレグッズ等)

・通信系フィットネス

・メンタルケア用品

・アロマキャンドル

・自転車

(薬・人工呼吸器・医療用ガウン等の直接的なものは省略します)

3: 娯楽・可処分時間関係

- ・ゲーム業界(アプリゲーム・携帯ゲーム・据え置きゲームいずれもゲームセンターは除く)
 - ・スポーツ用品(バドミントン等の遊具)
 - ・動画配信・販売
 - ・レンタルDVD
 - ・本屋・出版業界
 - ・園芸・ガーデニング関連(ただし花屋は大きく収益減)
 - ・キャンプ用品
(実はキャンプする家族が増えている あまりおすすめしません)
 - ・ペットショップ
-

4:テレワーク・通信教育関係

- ・テレワークツール・ソフト
- ・クラウド関連ツール・ソフト
- ・ノートパソコン
- ・ディスプレイ
- ・WEBカメラ
- ・タブレット(iPad)
- ・ワーキングチェア

- ・通信会社

- ・通信系の研修・トレーニング

- ・通信教育

- ・学習塾

(学校が休みのため。ただし休業している塾も少なくない)

5: 通信販売関係

- ・ネットショップ

- ・物流・配送

- ・ネット決済システム

- ・置き配用ボックス

6: その他

- ・医療系派遣

- ・株・FX会社

- ・ロボット業界

- ・AI関連

- ・VR・AR関連(本格的な需要にはもう少し時間があるかも)

- ・社労士 (休業申請や助成金などの手続きを依頼されている)

・コンドーム

・バリカン

多くの経済活動が停止しているからこそ、必要が生じている場所にはふんだんに資金が注ぎ込まれています。

コロナの影響はもうしばらく続くとみられていますし、社会自体を変革して元に戻らないものもあります。

おそらく2021年は大きな変化の年として、後年の教科書に載ることでしょう。

このリスト以外でも、今後大きく需要を伸ばす業種が思いも寄らない場所から出てきます。

それは社会がこの事象に適応するための変化です。

もしあなたがこの変化に乗じて、大きな躍進を遂げたいと思うのであれば、それらを注視していく必要があります。

7. まとめ

- ・出店するメリット・デメリット
- ・個人の副業でも出店は可能なの？
- ・審査に必要な書類は？
- ・審査の流れと所要時間
- ・審査基準と審査落ちしないための対策
- ・コロナにより売上が上がっているもの

ここまで上の6つについて解説してきました。

初期費用、月額、売上ロイヤリティが無料で審査さえ通れば誰でも出店できるYahoo!ショッピングですが、ライバルが多いため競争率が高くなります。

そのため、広告費をかけすぎて売上が出ても最終的には赤字になるといったことがあるので支出と収入の管理をしっかりとしていきましょう。

売上を出している人と自分は何が違うのか、自分の出品画面を客観的に見てどう思うのかなど自分のこだわり縛られすぎず、柔軟な対応をしていきましょう。この行動が売上を伸ばすためには大切です。

柔軟な対応を身につけ最強の商人になりましょう！