



## ショップ内セールに参加しよう



おかげさまで、徐々に販売数が上がってきましたよ

そろそろMy Shop's Flash Dealsを設定してみませんか



My Shop's Flash Deals……ショップ内フラッシュセールですね

ええ。ショップ内での数時間限定のタイムセール機能です



短時間のキャンペーンで一気に集客するわけですね

セールに参加するには一定以上のレビュー数などの条件があります



どれもクリアしていますから問題ありません！

Business insightをチェックして、閲覧や購入時間を検討しましょう



## ■ 利用条件

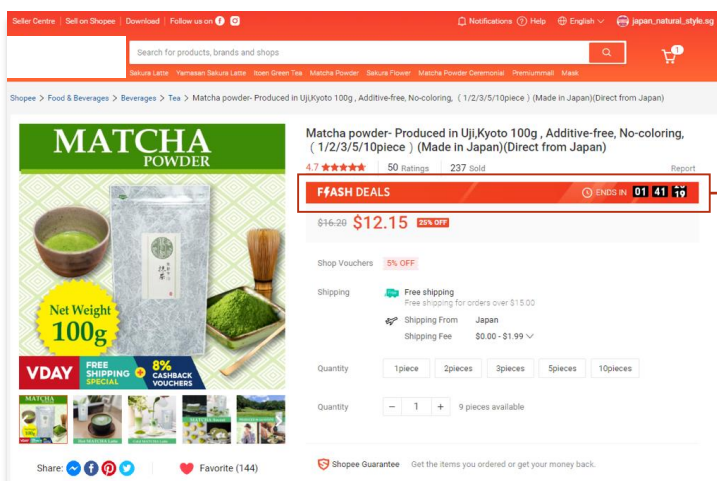
- 店舗評価/4以上
- ペナルティポイント/3点以下
- チャット返信率/50%以上
- 最終ログイン/7日前以上
- 出店後の日数/30日以上
- レビュー数/20以上
- 発送遅延率/10%以下

## My Shop's Flash Deals



## ■ My Shop's Flash Dealsを使用するメリット

- ・フラッシュセール商品の購入促進
- ・主力商品の認知度向上
- ・My Shop's Flash Deals設定商品に対する露出機会有り



Flash Deals残り販売時間の表記



## セールに参加しよう①



A社のほかのセールには、どんなものがあるんですか？

そうですね、年間セール、フラッシュセール、Product Campaign などがあります。それぞれ、どんなセールなのかまとめてみました



## ■ A社の各種セール例

年間セール  
(BIGセール含む)

A社では、毎月定期的に割引キャンペーンを行っています。なかでも年に4回(6/18、9/9、11/11、12/12)開催されるBIGセールでは、約2週間にわたって毎日様々な割引キャンペーンが開催され、訪問者数も大幅に増えます。

フラッシュセール  
(CFS)

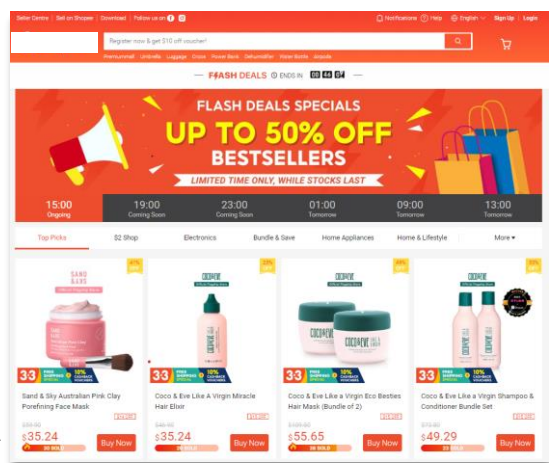
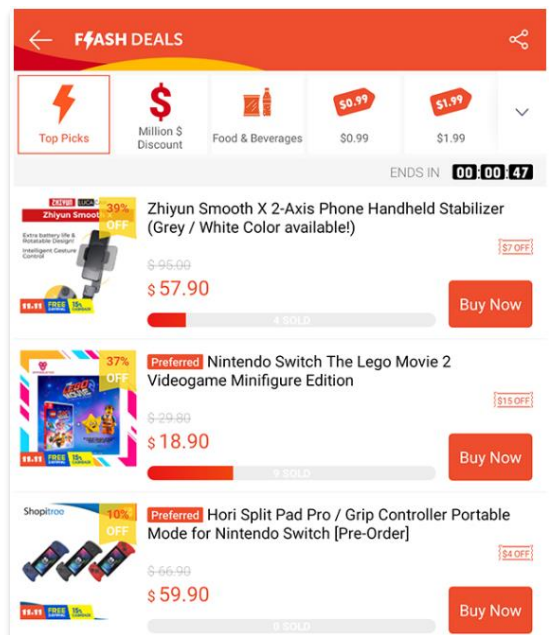
A社トップページのFlash Dealsセクションで特集されるタイムセールの中で、A社のサイト内で最も閲覧数の高いセクションです。毎日、4時間から8時間にかけて掲載され、各商品が特別価格で販売されます。

参加方法はマーケットごとに異なりますが、基本的にはA社からの打診です。実績のあるセラーの商品の中でも特に販売実績の優れた商品を最安値で提供可能な場合、各マーケット担当から声がかかります。

## Product Campaign



A社では、各マーケットで様々なキャンペーンを頻繁に開催しています。キャンペーンに参加するにはA社から対象セラーをノミネートする方法と、セラー自身が申し込む方法の2種類があります。





## セールに参加しよう②

条件に合うセールには、出来る限り多く参加することが大事です



ショップの認知度も上がるし、A社からの評価も高くなるんですね



BIGセールには必ず参加してください。特に、ダブル11と呼ばれる11/11のBIGセールは、ユーザーが最も注目するセールですから



わかりました。気を付けておくことはありますか？



BIGセールでは、通常の数倍の売上が見込めます。在庫数を確保することが大事です



なるほど。せっかくの機会に、品切れになってはもったいないですね



また、BIGセール時にはすべてのプロモーションやキャンペーンを準備しておきましょう



※参考VDAYセール  
本セールは、配送費無料&8%  
キャッシュバック

ええと……Voucher(割引券)に、Discount Promotion(割引設定)、Follow Prize、Bundle Deals(まとめ買い割引設定)、Add-on Deal、Shop Flash Sale ……あとは、Chat Broadcastでの事前告知も必要ですね



バッチリです。これで相乗効果が狙えますよ



色々な施策があるけど、  
1回覚えてしまえば、意外と簡単！





## セールに参加しよう③



越田さん！やりました！

どうしました？



うちの商品が、フラッシュセール(SUPER SHOCK SALE)にノミネートされたんですよ！

ふむ。フラッシュセールといえば、実績のあるセラーの商品の中でも、特に販売実績の優れた商品がノミネートされる特別なセールですね



そうですよ！すごいことですよね？  
…あれ、驚かないんですか越田さん

御社の商品のクオリティと、市川さんのあれだけの頑張りがあれば……まあ、これくらいは当然でしょう



…褒められてるのかな？

販売実績が認められてきたようです。このフラッシュセールで、過去最高の販売数を達成しましょう！



自社商品がノミネート

よし！これで道下社長にも  
まずはいい報告ができそうだ！

市川さんの努力が実った瞬間だな、  
本当にここまでよく頑張りましたね。







## 検索アルゴリズムを考えてみよう



A社 Adsに参加しなくても、検索上位に上がるようになってきました。

いい傾向ですね。それじゃ、検索アルゴリズムを検討しましょう



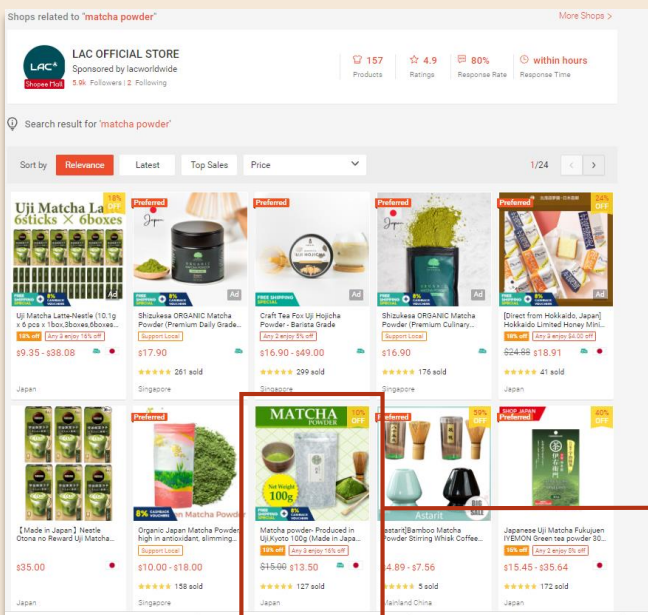
検索アルゴリズムですか？

どんな状況だと検索にヒットしやすいのか、それがわかれば、さらに効率のいい広告戦略が進められますよ



なるほど！

新商品を出品する際の広告戦略のポイントも、まとめておきましょう



【経験値により検索上位になるアルゴリズム】

- ・販売数
  - ・コメント数
  - ・Shop Rating
  - ・閲覧数
  - ・SEO対策(検索にヒットするテキスト)
- 新商品出品時の広告戦略のポイント

広告なしでも検索にHIT

初期	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 検索にかかりやすいショップ及び商品紹介 <ul style="list-style-type: none"> <li>・キーテキストの設定等のSEO対策</li> <li>・紹介ページデザイン</li> </ul> </li> <li>② A社 Ads (キーワード広告など)で露出を増やす</li> <li>③ キャンペーンの実施</li> </ul>
中期	<ul style="list-style-type: none"> <li>○検索上位になるアルゴリズム対策 <ul style="list-style-type: none"> <li>・販売数</li> <li>・コメント数</li> <li>・Shop Rating</li> <li>・閲覧数</li> <li>・SEO対策(検索にヒットするテキスト) 等</li> </ul> </li> </ul>
発展期	<ul style="list-style-type: none"> <li>○初期、中期を合わせてさらに発展させる</li> </ul>



## Preferred Sellerを目指そう



BIGセールのダブル11で売上が急上昇したおかげで、A社からのノミネートも増えてきましたよ

いいですね。次はいよいよPreferred Sellerを目指しましょう



Preferred Seller……優良店の証明ですね

その通り。A社が認めた優良セラー認証です。店舗プロフィール写真と商品検索時の商品欄に”Preferred”というラベルが付きます



Preferred Sellerになると、どんなメリットがあるんですか？

いろいろありますが、A社のお墨付きということでユーザーの信頼度がアップするのが一番でしょうね



## -Preferred Sellerのメリット-

- 商品検索結果で、Preferred Seller商品が上位に表示される。
- 各種キャンペーンで、Featured Sellerとして選ばれやすくなる。
- 店舗プロフィール写真と商品検索時の商品欄に”Preferred”のラベルが付与される。
- 出品可能商品数が1万点まで引き上げられる。



ところで、Preferred Sellerになるための条件は？

この表の8つの指標を全て、1カ月間満たした場合に認定されます



トータルで高評価を得ることが大事なんですね

これらの条件を満たさないと、Preferred Sellerのステータスが取り消されますよ



優良セラー認証、さすがに厳しいですね

## ■Preferred Sellerになる条件

過去30日のオーダー数	30～
ユニークユーザー(購入者)(リピーターではなく異なる購入者からの購入)	10ユーザー(購入者)～
チャット返信率	75%以上
現時点のペナルティポイント	0
店舗評価	4.6以上
ノン・フルフィルメント率 (セラー側の都合でオーダーがキャンセルになった割合)	4.99%以下
オーダー遅延率	4.99%以下
プレオーダー商品(発送2日以上)	リスティング商品全体の10%以下



## ついにPreferred Sellerに！



道下社長、越田さん、ついにやりました！

Preferred Seller認証おめでとうございます、道下社長



あ…ああ、ありがとうございます



その薄い反応……さては、わかってないですね。  
Preferred Sellerがどれだけすごいことなのか



うちのショップが優良店として認められたんだろう？  
まあ、これでひとまず目標は達成というわけだな



何を言ってるんですか！！

これからが本番ですよ！



ええ…そうなのか？



Preferred Sellerの効果は他の商品にも派生しますから、注文  
がどんどん増えますよ。生産体制は大丈夫なんでしょうね？



ああ、あとで確認しておく



お願いしますよ。Preferred Sellerが取り消されないように、  
売上数を継続することが大事なんです



わかったわかった……なんだか尻を叩かれてばかりだな

海外ECへの挑戦で、市川さんはずいぶん成長しましたね



それも我が社にとっては大きな財産になりました。  
思い切って海外ECやってみてよかったですよ、越田さん。



Preferred Seller認証

0から始めた海外進出、  
途中で諦めないで良かった…！



本書に紹介されているA社の各情報、QRコード、プロモーション手法等は2023年3月現在の情報です。  
最新の情報は、A社サイトをご確認ください。





## さあ、世界へ挑戦しよう。

Let's challenge the world

この「海外EC奮闘記」では、北海道の中小企業がはじめての海外進出に挑戦する様子を通して、同じような経営課題を抱える企業の皆様に、海外ECという選択肢をわかりやすくご紹介しました。

海外進出を狙う北海道醸造株式会社は架空の企業ですが、その他の調査や現地情報、インタビュー、販売実績等は、2023年1月に実際にシンガポールにて行った実調査を元に構成されています。

企業の海外進出マニュアルの類は世の中に多くありますが、本書ではより面白く、興味を持って最後まで読んでいただくことを第一に、まったく知識のない主人公たちが海外ECで成果を上げるまでのプロセスをストーリー仕立てで展開しました。

これは、まだはじまりに過ぎません。

北海道の素晴らしい商品・サービスをどんどん海外へ伝えていきましょう。

本書が、皆様の海外進出の計画や実践のきっかけになれば幸いです。



あなたの商品、海外市場で売り出しましょう！  
北海道から世界へ！一緒に学ぶ海外EC奮闘記

## 海外EC奮闘記／実践篇

### 【企画・発行】

北海道・札幌市海外拠点連携協議会  
（構成：北海道/札幌市）

### 【編集・制作】

令和4年度道市連携海外展開推進事業  
輸出力等強化支援委託業務受託コンソーシアム  
（構成：株式会社メガ・コミュニケーションズ/Traverse Asia合同会社）