



売れる! ネットショップ



10

の共通点

事例紹介つき



4P ... **売れるネットショップの10つの共通点**

5P ... コンセプトが明確

6P ... 魅力的なデザイン

7P ... 商品説明が充実している

8P ... 適切な商品画像

9P ... 高評価なレビュー

10P... 使い方が分かりやすい

11P... 決済方法が豊富

12P... セキュリティの不安がない

13P... 定期的な情報更新

14P... WEB接客ができている

はじめに

インターネットの普及やコロナによる影響でネットショップ市場は拡大を続けています。しかし現在多くのネットショップが参入しているため、売上を上げる、伸ばしていくためには**競合他社に負けないように様々な要素に力を入れていく必要があります**。本資料では、売れているネットショップが持っている**重要な要素を10つ**ご紹介していきます。



売れるネットショップの共通点10選

コンセプトが明確

魅力的なデザイン

商品説明が充実している

適切な商品画像

高評価なレビュー

使い方が分かりやすい

決済方法が豊富

セキュリティの不安がない

定期的な情報更新

WEB接客ができている

コンセプトが明確

ショップの基本的な考え方、方向性を明確にしましょう

売れるネットショップは、**コンセプトを明確に持っています**。

コンセプトが固まっているサイトはユーザーが「自分が好きな服があるかも」「少し気になるから見てみよう」と思ってもらえます。

逆に**コンセプトのないショップはだれにも刺さらないもの**ができてしまうため注意しましょう。



出店: [SPALDING JAPAN](https://www.spalding.jp/)

バスケットボールに特化したスポーツブランドです。使いやすさはもちろん、スポルディングらしいデザイン性を兼ね備えた唯一無二のブランドであり、それらのコンセプトが色んな人を魅了しています。

ポイント

コンセプトはネットショップの**すべての基準**になります。お客様にわかりやすく伝えられるようにしておきましょう。

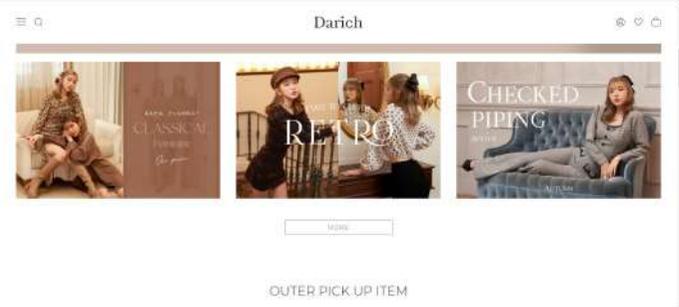
魅力的なデザイン

ショップにあったデザインが大事です

一概にデザインと言ってもいろいろな要素があります。

商材・商品数・お客様の属性・ブランディングなど様々な要素があるため

文字のサイズや一つ一つのボタンの色、商品のサイズなど**細かいところ**まで意識して作成しましょう。



出店：[Darich](#)

Darichとは大人なピンク「私の好きなもの」がコンセプトなブランドですが、ネットショップ内もそんなコンセプトに合うような可愛く大人っぽいデザインになっています。

ポイント

商材によって**派手なデザイン・シンプルなデザイン**が合うか様々です。
デザインができたから完成ではなく、完成後も修正を続けましょう。

商品説明が充実している

ユーザーが求めている情報をしっかり伝えましょう！

ネットショップでは、実店舗のお客様に直接商品説明することができません。お客様が知りたい情報はなにか、購買欲が高まる商品説明はないか、など模索を続けましょう。



秋から春にかけて着ることができ、**どんなパンツにも合わせる**ことができます。



使っている生地は綿で、イタリア産の高級素材で作られています。

ポイント

大事ななのは、**ベネフィット(その商品を買って得る利益)**がどれだけあるかを伝えられるかです。

適切な商品画像

商品の特徴をとらえることを意識しましょう！

ネットショップは商品を触ったり色々な角度から見ることはできません。
お客様が商品の利用シーンをイメージしやすく、**サイズ感や特徴がひと目でわかるような写真**を準備しましょう。

(例)

- ・アパレルであれば、商品単体の写真だけでなく着用画像を準備
- ・家具であれば、サイズ感がわかる、どんな色がよくわかる画像を準備

ポイント

お客様目線の写真もちろん重要ですが、**ショップのブランドイメージと合うようにバランスをとることも意識しましょう！**

高評価のレビュー

高評価かつ多くのレビューを意識しましょう

手にとって商品を見ることができないからこそお客様は購入した方の意見を気にします。
高評価のレビューがつくことで、商品を購入するお客様が増え自然と高評価レビューを投稿するお客様が増える良い循環が生まれます。

ネットショップ立ち上げ初期はレビューが付きにくい場合もあるため
特典や無料キャンペーンなどの取り組みもしてみましよう。



ポイント

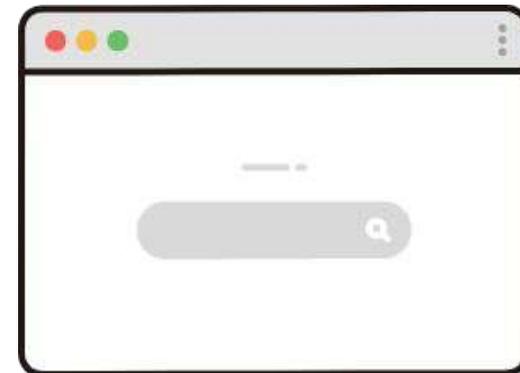
一部レビューにはマイナスな意見が来ることもありますが、**しっかりと受け止め商品やショップの改善**に活かしましょう。

使い方が分かりやすい

どんな人でもひと目で使い方がわかるようにしましょう

ネットショップが普及しているからこそ、**老若男女がネットショップを利用するようになっていきます。**

使い方がわかりにくいだけでせつかくショップに興味を持ってくれたお客様が**サイトを離れてしまうこと**はとても多いため、一度お客様の気持ちになって使いやすいかわかりやすいかを確認しましょう。



ポイント

初めてのお客様でもすぐわかるような**「購入までの流れ」**が書いてあるだけでもサイトから離れていしまう可能性を減らすことができます！

決済方法が豊富

決済方法の不足は離脱率が上がる大きな要素です

現在は銀行振込やクレジットカードはもちろん、PayPayやコンビニ支払いなど様々な決済方法があります。

「[決済手段不足による離脱率](#)」(SB Payment Service)によると**自分の求める決済方法がないと60%近く離脱する**というデータも出ています。

ネットショップにもよりますが、できるだけ多くの決済方法を追加するようにしましょう！



ポイント

決済方法は無料ではありません。ショップとの売上などとバランスを取りながらできるだけ追加するようにしましょう

セキュリティの不安がない

ネットが普及しているからこそ信頼がとても大事です

ネットショップで商品を購入するときにクレジットカード情報や個人情報をいれることが多くなっています。

情報漏洩やすこしの失敗だけでネットショップの信頼度はガクッと下がってしまいます。

セキュリティ管理には全力で取り組みましょう。



注意点

情報漏洩では信頼を失うだけでなく、**賠償金や実刑になる場合**もあります。
最新の注意を払いましょう！

定期的な情報更新

運営が止まっていると思われないようにしましょう

お客様は動いてないサイトに不信感を覚えることも多いです。

ショップ全体のリニューアルは難しくとも、**つねに情報が更新されていることがお客様にもみてわかるように工夫しましょう。**

また、SNSを運用していることも多いため少しずつでも毎日情報を発信するようにしましょう。



出店：[AOYAMA HANAMO](#)

「お客様に本物のお花体験を」をコンセプトにしたお花のネット・ショップです。

月2~3ほどのブログ更新や**季節に合わせたお花のキャンペーン**などの情報更新をしています。

ポイント

購入のためのサイト訪問はむずかしくても、情報やコンテンツの閲覧のためなら**ユーザーの心理的な抵抗も低いことが多いです！**

WEB接客ができています

お客様の満足度に大きく関わります！

実店舗じゃなくても接客は必要になります！

「いつ」「誰に」「何を」「どうやって」伝えるかはショップによって変わりますので、自分のサイトにあった接客を目指しましょう。

売り切れ商品の在庫確認や返品など様々な問い合わせが来ることがあるためそれに対応できるような**カスタマーサポート**を準備しましょう。



出店：[URBAN RESEARCH](#)

URBAN RESEARCHとは洋服から雑貨までカジュアルテイストをベースにしたパレルブランドです。

公式ラインから簡単にお問い合わせでき、お客様の不安や疑問を解消できるようにしています。

ポイント

「商品の問い合わせ」「トラブルの相談」などひと目で問い合わせができるような窓口を設置してお客様の不安要素を減らしましょう！

おわりに

本資料では、売れているネットショップの共通点10選をご紹介しました。
今回の10選でまだ着手できていないものは、**できるだけすぐに変更しましょう！**

しかし、**どんなにサイトを良くしても
アクセスができていなければ意味がありません。**
そんな方には5分から簡単にネットショップに集客できる
自動集客運用ツール「**AdSIST**」をおすすめします！



AdSISTとは、一日**500円**から 効果的に広告を運用できる自動集客ツールです。



ネットショップと**自動連携**！
手間なく商品をアピールできる



たった**5分**で集客開始！
面倒な設定も不要



1日500円から使える！
いつでも**低リスク**で集客を！



ネットショップの
プロの頭脳フル活用！

「広告を始めたいけど、
自分でやるのはちょっと...」
と思った方、AdSISTで
配信はじめてみませんか？



[登録はこちらから](#)



会社概要

沿革

- 2012.1 株式会社これから設立
WEB制作事業を開始
- 2012.4 大阪支社開設 従業員を15名増員
- 2012.8 カラーミーショップ認定代理店
- 2014.4 EC支援企業ベスト100 制作部門受賞
- 2015.1 事業拡大に伴い、東京本社移転
- 2015.4 EC支援企業ベスト100制作部門2期連続受賞
- 2015.5 カラーミーショップ大賞2015制作会社賞を受賞
- 2015.10 MakeShop特別代理店に認定
- 2016.1 株式会社ナインピースをグループ化
- 2016.7 事業拡大に伴い、本社を新宿御苑へ移転
- 2016.9 Googleパートナーに認定
- 2017.11 カラーミーショップ公認エキスパート認定
- 2017.2 Yahoo!MS正規代理店に認定
- 2017.3 LINE@正規代理店に認定
- 2018.11 弊社佐藤がキングオブコントで準優勝
- 2018.2 取締役を4名に増員
- 2018.6 Googleプレミアパートナーに認定
- 2018.7 福岡支社開設
- 2018.10 Yahoo!シルバーパートナーに認定
- 2019.3 これからKIDS開設
- 2019.6 AdSISTをリリース
- 2019.9 第三者割当増資を実施
- 2020.10 事業拡大に伴い、本社を四谷三丁目へ移転
- 2020.4 名古屋支社開設

沿革

- 会社名 株式会社これから
- 設立 2012年1月5日
- 資本金 115,000,000円(資本準備金含む)
- 決算月 12月
- 従業員 135名(2021年4月末時点)
- 数 代表取締役 今泉 雄介
- 取締役 取締役 川村 拓也、美甘 典輝、西 正浩
安島 正人、向 徹(2021年5月末時点)
- WEB制作
- 事業内 WEB広告運用代行
- 容 WEBコンサルティング
ネットショップ運営
AdSISTの開発・運営
これからKIDS

受賞実績



.COREKARA
ネットビジネスを底上げするどヘンタイ集団