

Yahoo!ショッピングとPayPayモール、注文内容の確認画面における メールマガジンの配信で、初期設定を“配信なし”に仕様を変更

～ ユーザーや全社員約8,000人の声から、より使いやすいサービスに改善 ～

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は2022年6月22日から、ユーザーが「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」で注文する際の内容確認画面において、ストアやサービスからお知らせするメールマガジン（※1）などの配信で、初期設定を“配信なし”にする仕様（以下、デフォルトオフ）に変更します。このデフォルトオフによって、ユーザーは希望時のみ、メールマガジンを受信できるよう、選択が可能になります。



現在、ストアなどからのメールマガジンは、注文内容の確認画面において、“配信あり（チェックボックスに、あらかじめチェックが入っている状態）”になっています。

メールマガジンは、ユーザーにとって、お得な情報やキャンペーンを知ることができ、ストアにとっては、集客するためのツールとして活用されています。

同時に、一部ユーザーからは「登録した覚えのないメールが届く」「購入時に誤ってニュースレターの購読登録を行ってしまう」などといった意見をいただいています。

これまで、ユーザーに便利で、お得に利用いただけるような仕様やデザインを意識して、サービス提供をしてきましたが、今年4月に代表取締役社長に就任した小澤隆生の「ユーザーの声をサービス改善に生かし、良いサービスを提供し、社会に貢献する」という思いのもと、このたびメールマガジンなどの配信を、デフォルトオフに変更します。

また、新入社員含む全社員約8,000人が、Yahoo! JAPANが提供する各サービスに対して、品質改善およびイノベーションにつなげる提案を行う「サービスななめ会議」（※2）においても、デフォルトオフへの改善要望の声があがりました。

<イメージ図>



一方で、ストアの新たな集客ツールとして、2021年7月より「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」のストア向けに「LINE公式アカウント」の申し込みを開始しました。（※3）「LINE公式アカウント」は、ユーザーが友人や知人らとメッセージを送受信するように、ストアが「友だち」となっているユーザーとコミュニケーションを取れます。

「LINE公式アカウント」の申し込み開始以降、ストアの開設数は順調に伸長しており、ストアとユーザーとをつなぐコミュニケーションツールとして、ユーザーはメールマガジンに加えて「LINE公式アカウント」もお得情報を受け取るための新しい選択肢として選ぶことができます。

「情報技術のチカラで、日本をもっと便利に。」をミッションに掲げるYahoo! JAPANは、「Yahoo!ショッピング」「PayPayモール」を通して、オンラインショッピングにおけるユーザーの課題やニーズに向き合い、新しい購買体験ができる安心で便利なモール作りを目指していきます。

■代表取締役社長 社長執行役員 CEO 小澤隆生のコメント

Yahoo! JAPANは、1996年のサービス開始時から変わらない価値観として、「ユーザーファースト」を大切にしています。

私も良いサービスを提供するためには、「ユーザーファーストに徹底的にこだわること」が重要だと考え、社員に伝えています。

今回の取り組みは、サービスを使っていただくユーザーの皆さまからいただいたご意見や社員の声をもとに、実施しました。

今後も、Yahoo! JAPANはユーザーの皆さまの声に耳を傾け、「ユーザーファースト」にこだわり、良いサービスを提供する会社であり続けたいと考えています。

※1：「ストアニュースレター」「PayPayモール メールマガジン」「Yahoo!ショッピング ニュースクリップ」

※2：新経営執行体制へ移行、新施策として全社員8,000人がサービスに対して 品質の改善およびイノベーションにつなげる提案ができる「サービスななめ会議」を実施（2022年4月1日）

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2022/04/01c/>

※3 : Yahoo!ショッピング、全ての出店ストア向けにLINE公式アカウント開設の申込受付を開始（2021年7月8日）

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/07/08a/>