

Yahoo!ショッピングとPayPayモール、10月にそれぞれの強みをかけ合わせた新生「Yahoo!ショッピング」へ統合・リニューアル

～ 整理されたデザインや商品を探しやすい検索などの機能に加えて、ユーザーからの支持が高い優良ストアの訴求と配送を強化して、シンプルで探しやすい、安全・安心で便利なお買い物体験を提供 ～

～ Yahoo! JAPANやLINE、PayPayなどからの送客を一本化して、さらなる成長へ ～

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は今年10月、「Yahoo!ショッピング」と「PayPayモール」のそれぞれの強みをかけ合わせた、新生「Yahoo!ショッピング」へ統合・リニューアルします。

このリニューアルに伴い、「PayPayモール」の強みである商品情報などが整理されたデザインと、商品を探しやすい検索などの機能の利便性をより高めて提供します。「PayPayモール」のこれらの強みと、4億点を超える国内最大級の豊富な商品数を掲載し、多くのユーザーを抱える「Yahoo!ショッピング」の強みなどをかけ合わせて強化することで、「シンプルで探しやすい、安全・安心で便利なお買い物体験」を提供するショッピングモールへと変革していきます。さらに、ユーザーから支持されている、厳選された「優良ストア」の基準を高めた上で、ユーザーにわかりやすく表示・訴求します。また、注文の当日から翌々日までに商品を配送する「優良配送」も強化します。



＼とことん使いやすく／

ヤフーショッピング 生まれ変わります

2022年10月 提供開始予定

「PayPayモール」は2019年10月に、ストア評価や商品レビューなど、ユーザーからの支持が高く、Yahoo! JAPANが定める出店基準を満たした厳選されたストアのみが出店する、プレミアムなショッピングモールとしてサービスを開始しました。サイズ違いなどによる返品や交換が

できるなど、ユーザーにとって安全・安心なお買い物体験を提供しています。また、ファッションや家電、コスメなどのカテゴリごとに最適化されたデザインや検索などの機能（※1）を磨きこむことで、情報の見やすさや探しやすさを追求してきました。

ユーザーファーストな売り場づくりの結果、電気機器メーカーのダイソンや、家電量販店のヤマダデンキ、化粧品を販売するFANCLなど、有名なストアを中心に、約1,700ストアが出店するようになり、取扱高もこの3年で大きく成長してきました。

しかしながら、豊富な商品数の「Yahoo!ショッピング」と厳選されたストアを抱える「PayPayモール」の2つがあることで、一部のユーザーからは、デザインや機能、キャンペーンなどの違いや、コンセプトの違いがわかりにくいといったご意見がありました。また、Zホールディングス株式会社（以下、ZHD）のグループ各サービスからの送客が分散してしまうなどの面でも課題がありました。

そのような状況の中で、「PayPayモール」のデザインや機能、厳選されたストアなどの強みと、「Yahoo!ショッピング」の国内最大級の豊富な商品数やユーザー数の多さといった強みを生かして、新生「Yahoo!ショッピング」に統合・リニューアルすることが、ユーザーにとっても、ストアにとっても、Yahoo! JAPANとしてショッピング事業を成長させていくためにも最適だと考えました。

10月に提供を開始する新生「Yahoo!ショッピング」では、デザインや検索などの機能の磨き込みに加えて、「優良ストア」の基準を従来よりも高めた上で、より厳選された「優良ストア」を、検索結果の一覧からわかりやすいようにアイコンで掲出・訴求していきます。そのほか、新生「Yahoo!ショッピング」のトップページなどからも誘導を強化することで、ユーザーにより安全・安心なお買い物体験を提供していきます。

さらに、ユーザーからのニーズが高い配送も強化を行い、ユーザーの利便性を高めていきます。Yahoo! JAPANでは、2020年12月よりストアが注文の当日から翌々日までに配送する商品をユーザーへわかりやすくお知らせするために、「優良配送」アイコンの付与を開始しました。また、ストアが「優良配送」の基準に対応しやすくするために、ヤマトホールディングス株式会社（以下、YHD）（※2）（※3）など物流を代行するパートナー企業と連携を強化してきました。その結果、「優良配送」に対応している商品の閲覧数や対応ストアの売上成長率は、「非優良配送」と比べて伸びており、ユーザーからも「優良配送」へのニーズが高い傾向にあります。8月頃から現行の「Yahoo!ショッピング」の検索結果において、「優良配送」対応商品をユーザーへさらにわかりやすく訴求する施策を開始するなど、今後もさまざまなユーザー向けの施策を予定しています。また、優良配送を実施するストア向けにキャッシュバックキャンペーンも実施しており、「優良配送」に対応するストアや商品も増やしていきます。

昨年9月に、日本におけるYahoo! JAPANブランドの商標権を取得して柔軟なブランド展開ができるようになったことから、統合・リニューアル後のサービス名称は、認知度の高い「Yahoo!ショッピング」にします。

10月からは、約8,600万人（※4）のYahoo! JAPAN、9,200万人（※5）のLINE、4,700万人（※6）のPayPayなどのZHDグループの資産を活用して、新生「Yahoo!ショッピング」への送客を一本化および最大化し、さらなる成長を目指していきます。

ユーザーへ還元するPayPayポイントなどの付与キャンペーンも、よりシンプルでわかりやすい内容に変更していく予定です。

なお、新生「Yahoo!ショッピング」では、既存の「Yahoo!ショッピング」と同様、初期費用や毎月の固定費、売上ロイヤルティ（※7）が無料です。ビジネスモデルとしては、ストアの販売活動の一環として実施される新生「Yahoo!ショッピング」内外での広告出稿費用や、新生「Yahoo!ショッピング」が主催するユーザー向けキャンペーンへの参加費用に加えて、希望するストア向けに新たに提供する販売促進支援策における手数料となります。

「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、新生「Yahoo!ショッピング」を通じて、「シンプルで探しやすく、安全・安心で便利なお買い物体験」の向上とともに、ショッピング事業のさらなる成長を加速させていきます。

■執行役員 コマースグループ ショッピング統括本部長 畑中 基

Yahoo! JAPANのショッピング事業の戦略の1つである「探しやすさ」などを追求するべく、「Yahoo!ショッピング」と「PayPayモール」を統合・リニューアルして、新生「Yahoo!ショッピング」を10月から開始します。

新生「Yahoo!ショッピング」では、よりシンプルに、より分かりやすく、すべてのお客様に「！」なお買い物体験を提供していきます。

また、配送やストア評価、お客様からの問い合わせ対応が優れ、お客様から支持されている優秀なストアがよりユーザーの目に触れ、ユーザーがより良い購買体験が実現できるように努めています。

※1：

・ファッションカテゴリ：同一商品の色別の画像一覧やそれぞれの在庫数を表示

<https://topics.shopping.yahoo.co.jp/notice/archives/20200331paypaycolorvariation.html>

・コスメカテゴリ：ブランド、肌質、容量（ml）、アルコール成分の有無、特徴など詳しい絞り込み検索が可能

https://topics.shopping.yahoo.co.jp/notice/archives/20200731_cosme.html

・家電カテゴリ：新旧モデル（最新モデルや型落ち商品など）、関連する商品のスペック、同一商品の色やサイズで比較

<https://topics.shopping.yahoo.co.jp/notice/archives/201912061230ppm.html>

※2：2020年3月、ZHDとYHD、物流・配送の強化に関する業務提携に向けた基本合意書を締結

<https://www.z->

[holdings.co.jp/ja/ir/news/news5907454300627443354/main/0/link/20200324release.pdf](https://www.z-holdings.co.jp/ja/ir/news/news5907454300627443354/main/0/link/20200324release.pdf)

※3：2021年4月、ストア向け「フルフィルメントサービス」をリニューアルして、優良配送の対象

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2021/03/10b/>

※4：月間利用者数：ニールセン「TOPS OF 2021: DIGITAL IN JAPAN 日本におけるトータルデジタルリーチTOP10」。2021年1月～10月の月平均利用者数。スマートフォンとパソコンのユーザー重複を含まない

※5：月間利用者数：2022年4月時点

※6：累計登録者数：2022年4月時点

※7：アフィリエイトパートナー報酬原資・手数料、決済サービス個別手数料、一部オプションサービスはご負担いただくことがあります