

ECビジネス見直しセミナー(モールEC攻略編)

開催日時

2025年 **5月9日金**・**13日火**・**14日水**・**15日木**
【10:00～12:00】 【10:00～12:00】 【13:00～15:00】 【13:00～15:00】

ログイン開始 開始時間30分前～

開催場所 オンライン開催

お申込み
期日

・銀行振込み…開催日6日前まで
・クレジットカード…開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合がございます。

受講料

一般価格 税抜10,000円(税込11,000円)/1名様 会員価格 税抜8,000円(税込8,800円)/1名様

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/127475>

ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に右上検索窓に「127475」をご入力し検索ください。

船井総研
セミナー事務局

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp

TEL 0120-964-000(平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。



お申し込みはこちら

最新経営ノウハウや
成功事例コラムを
メルマガ配信!



メルマガ登録はこちらから

セミナー内容

第1講座

モールECで今すぐできる売上対策10選

Amazonの商品ページ対策でCVRを最大2倍にする方法やモールECでレビュー獲得を効率よくおこなう対策、モール内SEO対策の最新版、モール内広告を活用してROASを最大化する方法等2025年第一四半期を終えて効果のあった施策をご報告させていただきます。

第2講座

モール内集客で伸び悩み… 頭打ちを突破するコーポレートマーケティング施策とは?

モール内での集客はどんなに頑張ってもモール内の売上シェアの奪い合いとなり最終的には広告宣伝費の高騰により利益化が難しくなってきます。2025年はモール内の集客だけに依存せず集客を目指す必要があります。

第3講座

ECビジネスを正しく伸ばす! ロジックツリーを活用した売上拡大施策

現状みなさまのECビジネスは頭打ちになっておりませんか?集客数が足りない、アイテム数が足りないと部分的な課題点のみを対策しておりませんか?自社でもできるロジックツリーという考え方を使用しみなさまの課題の抽出と解決策をご提案させていただきます。

講師紹介



株式会社船井総合研究所 DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット リーダー

協坂 修也

関西学院大学商学部を卒業後、2022年に新卒で船井総合研究所に入社。これまでHP制作やWEB広告といったデジタルマーケティングを通じて、リフォーム会社、皮膚科クリニックの業績アップや効率化、活性化を経験。2023年よりB to B、B to C向けのEC事業の立ち上げや業績アップ支援を中心にっております。



株式会社船井総合研究所 DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット マネージャー

日坂 大起

入社以降、リテールビジネスを中心にファッションアパレル/ビューティ関連のコンサルティングに従事。EC領域の横断型での分析/活性化のコンサルティングを得意とし、クライアント内での新規事業における組織活性化、インハウス化の実績を多数持つ。売上規模1億円未満から30億円規模の幅広いレンジでの経験を持ち、現在では成長企業の第二事業化に向けた新ブランド/商品開発からのEC参入と中堅規模のECカンパニーへの計画作りを主にサポートしている。

EC事業者は今すぐ確認したい
2025年の最新モールECトレンド

ECの見直し窓口

2025年第一四半期から考えるトレンド対策

ECビジネス 見直しセミナー



01 2025年最新版のモールEC対策

商品ページ作りのトレンドやモール内アルゴリズムを踏まえた対策を弊社クライアントでの取り組み成果を踏まえてご報告させていただきます。スケールの大きな取り組みだけでなくすぐにできる実践的な内容までをまとめさせていただきます。

02 広告費の高騰からの脱却策

モール内での広告費高騰はAmazonや楽天市場等それぞれのモール内で見受けられます、広告に依存しない集客体制はもちろん理想的ではございますがまずは確実に進めることができる集客×広告活用施策をご報告させていただきます。

03 売上成長の限界からブレイクスルーする多チャンネル化

一般的にはモール内での売上は流通額×シェア率により計算することができ商材ごとにシェア理論を用いた場合の売上限界が存在します。この場合1つのモール内のみで売上を目指すことなく多モール展開を検討し売上拡大を目指していきます。

04 モールECビジネスが2025年必要な3つの戦略とは?

モールECでの展開において2025年以降必要となるのは脱モール内広告依存、売れ筋商品開発、顧客CRMとなります。これらのキーワードを踏まえてどのような展開になるかをご説明させていただきます。

主催



サステナブルグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

ECビジネス見直しセミナー(モールEC攻略編)

お問い合わせNO.S127475



当社ホームページからお申込みいただけます。 船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)右検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。→

S127475

ECビジネスにお悩みの皆様

なぜ今、見直しが求められているのか？

2020年から世界的に流行した感染症の影響で、各業界ごとに大きな変動がみられた中、一部の商材ジャンルを除き、EC分野はニーズや市場規模の増加に合わせて急成長した企業が相次いでおりました。ただ2023年には不正注文問題やステマ規制法、2024年には物流系の課題、そしてWEB広告の成果の懸念や価格の高騰等外部要因と世の中の時流を踏まえて、ECの成長が鈍化している企業が相次いでおります。改めて2025年はなにかを変化させないと事業の成長は厳しいと考えておりますので、それらのヒントとしてお考えいただけますと幸いです。

2025年最新版

ECビジネス見直しPoint

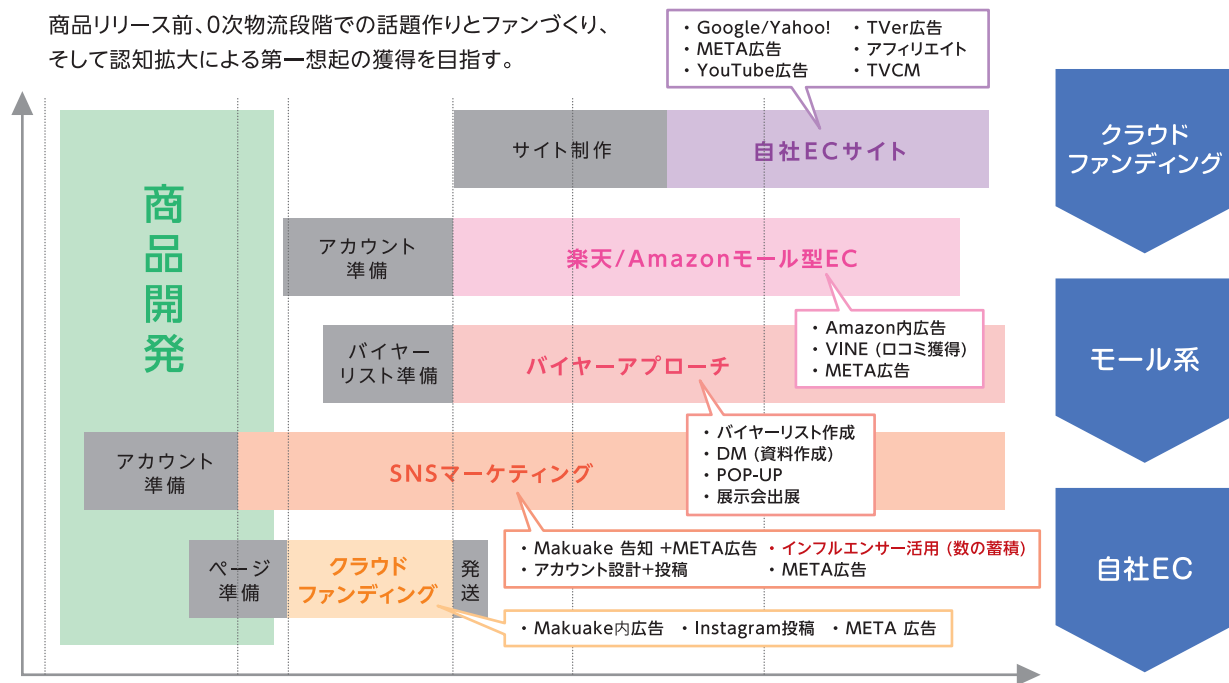
(セミナー内容の一部)

1. 売上の限界からのブレイクスルー！ 多チャネル化によるECビジネスの事業拡大

一般的にはモール内での売上は流通額×シェア率により計算することができますが、商材ごとにシェア理論を用いた場合の売上限界が存在します。この場合1つのモール内のみで売上拡大を目指すことは現実的に難しく、販売チャネルを多数持つことによって売上拡大を実現していきます。商品リリース前の0次物流と言われる段階における“話題作り”や“ファンづくり”などの認知拡大施策から、モールECでの販売フェーズでもAmazonだけではなく、楽天市場やYahoo!ショッピングにも出品し、多チャネル化を図っていきます。

事業拡大のマイルストーン

商品リリース前、0次物流段階での話題作りとファンづくり、そして認知拡大による第一想起の獲得を目指す。

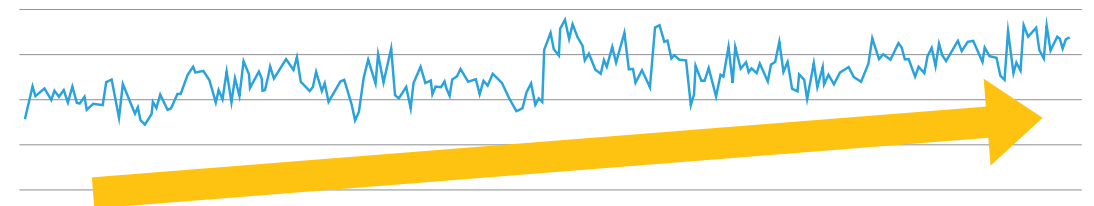


2. ずばり!2025年最新のモールEC対策

ここではモールEC対策として効果のあった施策の事例を一部ご紹介いたします。各モールECにはそれぞれのアルゴリズムがありますので、それぞれのモールに合わせた戦略・施策をとる必要があります。本講座ではより詳しく解説しておりますので、ぜひご参加ください。

モール内広告だけはもう遅い!?外部集客に注力で売上2倍に!

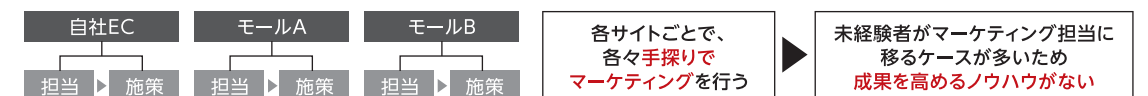
モール内広告に限らず、GoogleやYahoo!などの検索エンジン型広告も同様に、web広告の活用増加によりcpcは年々高騰傾向にありますので、モール内広告だけではCPOも高くなり費用対効果は合わなくなってしまいます。そのため外部集客がポイントとなり、InstagramやTiktok META 広告などSNSを活用することで新規顧客の集客が必須になります。



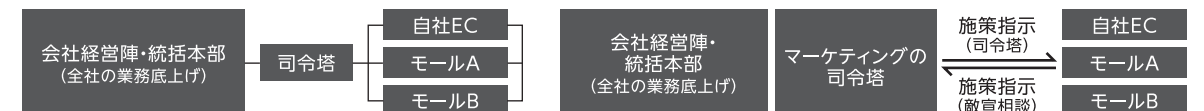
3. 御社のモールEC運営体制は大丈夫ですか？ 社内でマーケティングの司令塔を作り、 脱モール内広告依存！

ECモール内での集客に依存していると、広告宣伝費が高騰している背景などから、モール内でのシェアの奪い合いとなり、利益化が難しいです。そこで社内にマーケティングの司令塔を置くことで、モール内の集客ではなく、“集客”ができる仕組みづくりが必要となります。社内でマーケティングの司令塔を置くことで、ノウハウが分散せず、全体目線での施策が打てるようになり、結果としてモールECの集客に繋がります。実務周りは事業担当者や外注し、予実管理や成功事例を全て持つ司令塔を置くことで、効率的かつ効果的なECモール運営が可能となります。

成長が伸び悩むマーケティング組織体制



持続的成長を可能にするマーケティング体制



このようなお悩みありませんか？

- ☐ モールEC内の広告費が高騰しこれまで通りの成果が見込めず新規集客に苦戦している
- ☐ モールEC内で競合商品と同質化してしまい差別化が難しい
- ☐ 売上成長に伸び悩みを感じておりこれからの成長に不安を感じている
- ☐ 新しい商品開発を検討しているがどのジャンルや仕様に進んでいいかわからない
- ☐ 広告運用や戦略を外部のコンサル会社に依頼しているが対策内容にマンネリ化を感じている

上記でが☑3つ以上ある場合は、ぜひセミナーにご参加ください!

