

「Yahoo!ショッピング」に出店する ストア向け新サービスをクラウドで実現

YAHOO!
JAPAN

顧客満足度向上と収益の多様化に成功

Strategy[®]
In partnership with

ヤフー株式会社が運営する「Yahoo! JAPAN」では、約100種類に上るサービスを展開。これらを利用するユーザーのデータを分析し、サービスの利便性向上に役立てている。さらに今回、「Yahoo!ショッピング」出店ストアの運営を支援する新サービスの提供を開始。MicroStrategyのクラウドソリューションを採用することで、わずか3ヶ月での短期開発と新たなビジネスの創出に成功している。

導入効果

年間1兆円

年間1兆円を超える売り上げデータなどを
一元的に分析できる環境を実現

3ヶ月

わずか3ヶ月でストア向けの
新サービスを開発することに成功

約2万店

約2万店に上る店舗の運営
効率化・売り上げ向上に貢献

課題

日本最大級のポータルサイトとして、検索やオークション、ニュースなど数多くのサービスを提供するYahoo! JAPAN。その中でも高い人気を博しているのが、5億点を超える商品数を誇るオンラインショッピングモール「Yahoo!ショッピング」だ。同モールでは初期費用に加えて、毎月の固定費や売上ロイヤリティまで無料に設定。ネットショップ運営のリスクをできるだけ引き下げること、国内トップクラスのストア出店数を確保している。

加えて、もう一つ注目されるのが、データの力をビジネスにフル活用している点だ。ヤフー株式会社 コマースグループ ショッピング統括本部 データ本部 データマネジメント・インテリジェンス部 部長 笹原 翼氏は、「当社では、個人の経験や勘に頼らずデータドリブンな判断を行う風土が根付いています。Yahoo!ショッピングのデータ分析業務を担う部門でも、『すべてはユーザーのために』を合言葉に、サービスの利便性を高めるための活動を幅広く展開しています」と説明する。

もちろん、一口にユーザーといっても、一般のサイト利用者とはストア運営企業、社内スタッフでは、データ分析・活用のニーズも異なってくる。そこで同部門では、これら3軸それぞれに適したサービスを企画・開発している。

たとえば社内業務においては、誰もが同じデータを元に分析を行えるBI基盤を構築。これを元に、SQL文を書かなくとも自由な観点での分析が行える「アドホックレポート」や、各部門が事業の進捗/達成度等を観測するための「KPIダッシュボード」、営業提案をスピーディに行うための「提案ダッシュボード」など、様々なデータ分析サービスを提供。社内分析業務の効率化や生産性向上に大きく貢献している。

しかし、こうした中、同部門ではひとつの課題に直面することとなった。サービスの利便性や使い勝手をさらに向上させるべく、同じZホールディングス傘下のショッピングモールである「PayPayモール」との統合が決定。これに伴い、出店ストア向けの新たな有料オプションとして、モールデータのレポートを提供することになったのだ。

「我々が保有するデータのマネタイズに関しては、以前から構想を描いてはいました。しかし、今回の統合によって、その取り組みを大きく前倒する必要が生じました。しかも、カットオーバーまでに残された期間はわずか3ヶ月。この短い期間で、新有料オプションを実現することが求められたのです」（笹原氏）。

ソリューション

元々Yahoo!ショッピングでは、以前から出店ストアに対するデータ提供を行っている。た

ヤフー株式会社

「世界で一番、便利な国へ」の企業ビジョンの下、「Yahoo! JAPAN」を通じて多彩なサービスを提供するテクノロジー企業。メディア事業では「Yahoo!検索」「Yahoo!MAP」「Yahoo!ディスプレイ広告」、コマース事業では「Yahoo!ショッピング」「ヤフオク!」「PayPayフリマ」、金融領域ではキャッシュレス決済サービス「PayPay」などのサービスを展開。「Yahoo! JAPAN」の月間アクティブユーザーは約8,400万人に達しており、日本のインターネットユーザーの約8割が日常的に同社のサービスを利用している計算になる。



MicroStrategyのクラウドソリューションを採用したことで、『Yahoo!ショッピング』出店ストア様向けの新有料サービスを、通常の半分以下の期間で開発できました。ストア運営の効率化に大きく貢献できただけでなく、サービスの収益向上にもつながっています。

ヤフー株式会社
コマースグループ ショッピング統括本部 データ本部
データマネジメント・インテリジェンス部 部長

笹原 翼氏

だし、従来は、個々の店舗の売上やPVなど、それぞれのストアに閉じた情報に留まっていた。「プロモーションパッケージ」と呼ばれる新有料オプションでは、これをモール全体の情報に拡大。市場動向などを容易に把握できるようにすることで、ストア運営に役立ててもらおうのが狙いだ。

「従来の仕組みについては、スクラッチで自社開発したBI基盤を用いていたため、最初はこれと同じ形で構築できないか検討しました。しかし、残り3ヶ月しかないことを考えると、この方法ではどう考えても間に合わない。また、中長期的な視点で考えても、急いで作ったシステムを保守運用し続けるのは、費用対効果の面で見合いません。そこで今回は、市販のBIソリューションを利用することにしました」と笹原氏は説明する。

同部門では複数のBIソリューションを候補に挙げ、綿密な比較・検討を実施。その結果、最終的に選ばれたのが、MicroStrategyのクラウドソリューションであった。

実は同部門では、以前から社内向けのエンタープライズBI基盤としてMicroStrategyを活用している。前述のアドホックレポートやKPIダッシュボードなども、すべてMicroStrategy上で構築されている。

笹原氏はその経緯を「かつては社内に様々なBIツールで作られたレポートが乱立しており、データの定義なども揃っていませんでした。これでは同じデータを元に会話することができませんので、全社統合BI基盤の必要性を強く感じていました。その点、一つひとつのデータをオブジェクトとして管理できるMicroStrategyは、こうした用途に最適の製品です。そこで、エンタープライズBI基盤への採用を決めました」と振り返る。

今回も、こうした社内業務での実績が一つのポイントとなったが、それ以外に将来的な発展性も高く評価したとのこと。笹原氏は「たとえば社内向けBI基盤には、クーポン発券の最適化/パーソナライズ化といったCRM的な機能まで実装しています。こうしたデータの流れを今回のシステムに応用すれば、ストア様向けサービスの強化・改善にも役立ちます。この点も、競合製品に対する大きなアドバンテージでした」と続ける。

もっとも、今回は構築期間が極めて短かったことから、既存BI基盤のようなオンプレミス構築ではなく、あえてクラウドでの構築を選択。これにより、作業効率を大幅に高めることに成功している。笹原氏は「今回はAWSをインフラに使っていますが、インスタンスを立てたり環境を構築したりといった作業には、それなりに時間も工数も掛かります。幸い今回は、この部分をMicroStrategyのマ

ネージドサービスに任せられましたので、我々はデータマートの準備やUI設計などの作業に専念できました」と語る。

ちなみに、同社では、多くの業務システムを自社プライベートクラウド上で構築している。今回のように、外部クラウドと社内データ基盤とを緊密に連携させるケースは極めて稀なのだという。「通常のシステム構築と異なり、セキュリティの確保や他部門との調整など、社内で検討すべき事項も非常に多かった。それだけに、MicroStrategyクラウド+マネージドサービスの組み合わせを選んでおいて良かったですね。もし、フルスクラッチを選んでいたら、おそらく2倍以上の構築期間が掛かっていたでしょう」と笹原氏は満足げに語る。

成果

こうして開発された新有料オプションは、無事予定通りのリリースを実現。これによりYahoo!ショッピングのビジネスにも、様々なメリットがもたらされている。

「まず一点目は、ストア様の事業活動に大きく貢献できた点です。たとえば、モール全体でどれくらいの価格帯の商品が売れ筋なのか一目で把握できますので、自社商品の価格設定を行う際に悩まずに済みます。また、検索ワードの分析を行うことで、どういう商品に関心が集まっているのかを知ることでもできます。ストア様からも、『自分たちの立ち位置が分かった』『今やるべきことが見えてきた』と、大変好評です」と笹原氏は胸を張る。

現在では、約2万店もの店舗がこの新有料オプションを利用しているとのこと。これにより、Yahoo!ショッピングとしても、新たな収益の柱を打ち立てることができた。笹原氏は「第一弾では、まずストア様向けのサービスを提供しましたが、今後はメーカー様向けにも同様のモールデータ提供サービスを展開していきたい。こうした取り組みを通して、Yahoo!ショッピングの成長にも寄与していければ」と、笹原氏は意気込みを語る。

初採用となったMicroStrategyのクラウドソリューションにも、高い評価が寄せられている。「これまでは自社設備を利用することが多かったのですが、パブリッククラウドならではの俊敏性やスケラビリティも強く実感できました。今後も用途や目的に応じて、適材適所で使い分けていきたいですね」と笹原氏は語る。

もちろん、ストア利用者や社内ユーザーに対しても、継続的なサービス改善を推進していく考えだ。データドリブンな姿勢を貫くYahoo!ショッピングのビジネスを、今後もMicroStrategyが下支えしていくのである。

Strategy[®]
In partnership with

マイクロストラテジー・ジャパン株式会社
〒102-0082 東京都千代田区一番町13-1
新半蔵門ビル2階
問い合わせ先: info-jp@microstrategy.com

Copyright ©2025 MicroStrategy Japan Inc. All rights Reserved.

MicroStrategy Inc. は企業向けアナリティクスとビジネスインテリジェンス (BI) プラットフォームを提供する世界的なプロバイダーです。MicroStrategy製品が提供する一貫したデータ分析により、企業は直観ではなくデータに基づいた意思決定が可能となり、企業競争力を高めることが可能になります。

マイクロストラテジー・ジャパンは、MicroStrategy製品を販売・保守・教育・導入支援コンサルティングサービスを行う日本法人です。

<https://www.microstrategy.com/ja>