

【第二回コード勉強会】

「伸びしろ君」解禁！

数字で次の一手を明確にしよう

変化を数字で捉え、
行動に落とすEC脳を鍛える



自己紹介

株式会社やよい 副社長

株式会社ラクダ 代表取締役

西尾勝太（しょーちゃん）



✓ 経歴

- ・ 2010年4月に新卒でITサービス会社に入社
- ・ 2020年4月に株式会社やよい（化粧品）に転職
- ・ 2024年2月にNATIONSリーダー店舗
- ・ 2025年3月に株式会社ラクダを創業しAIサービス「ラクリップ」を立ち上げ

✓ その他

- ・ 兵庫県出身
- ・ 1986年生まれ38歳
- ・ 子供2人（男8歳、女6歳）
- ・ 趣味は野球観戦、散歩、読書、ブログ

実績①

13.9億円

2024年楽天年商
SOY受賞

13社/15社

が月商2倍達成
※全オンライン

YAYOI

SHOP OF THE YEAR 2024

NATIONS賞

SHOP OF THE MONTH 2024

コスメ賞

ジャンル賞

ショップ内の商品を探す

コスメティック やよい

★★★★★ 4.73 (30,112件) [395272]

ポイントアップ期間中 ● 満額商品2倍 文庫購入2倍 頒布会2倍 予約商品2倍

☆ お気に入り追加

MUCHA x Milano Collection GR

オンライン数量限定
今年もレフィル発売

Milano Collection GR 2024

ひとりで、カバーも透明感も。



★講座スケジュール

※5時間の日程は12:45-17:45
※3時間の日程は12:45-15:45

DAY1: 2月 15日(木) 5時間 懇親会
DAY2: 2月 27日(火) 5時間
DAY3: 3月 19日(火) 3時間
DAY4: 4月 9日(火) 5時間 懇親会
DAY5: 4月 23日(火) 3時間
DAY6: 5月 14日(火) 5時間
DAY7: 5月 28日(火) 3時間
DAY8: 6月 12日(水) 5時間
DAY9: 6月 26日(水) 3時間
DAY10: 7月 9日(火) 5時間
DAY11: 7月 23日(火) 5時間
DAY12: 8月 20日(火) 5時間 懇親会 ※卒業式

★日報投稿について
“ほかにジャンル”・“ユーザー目線の視点で”コメントして
コメントくれた方へ必ず感謝を伝える“返信コメント”を
毎回仲間の日報に最低1から2件はコメントを書いて行こう！

★スレッド投稿について
悩んだらまず聞く！聞いた方が早い、恥ずかしい事ではな
皆でスレッドをどんどん立てて行こう！

★大事にしたいこと
お互いに気づかい
スレッドが立ったら必ずリアクションしていこう！(難しい
思い込みは捨てて思ったことはコメントしよう！

24年2月【コスメティック やよいチーム】NATIONS ONLINE

プライベートグループ・メンバー25人

ディスカッション 注目 メンバー イベント メディア ファイル

テキストを入力...

匿名の投稿 アンケート 気分・アクティビティ

グループ情報
プライベート
グループ内の投稿や、メンバーのみです。
検索不可

実績②

セミナー

花王様など大手メーカー様
向けにEC・AIセミナー



アメブロ

25年6月ジャンル総合1位
月間アクセス数20万



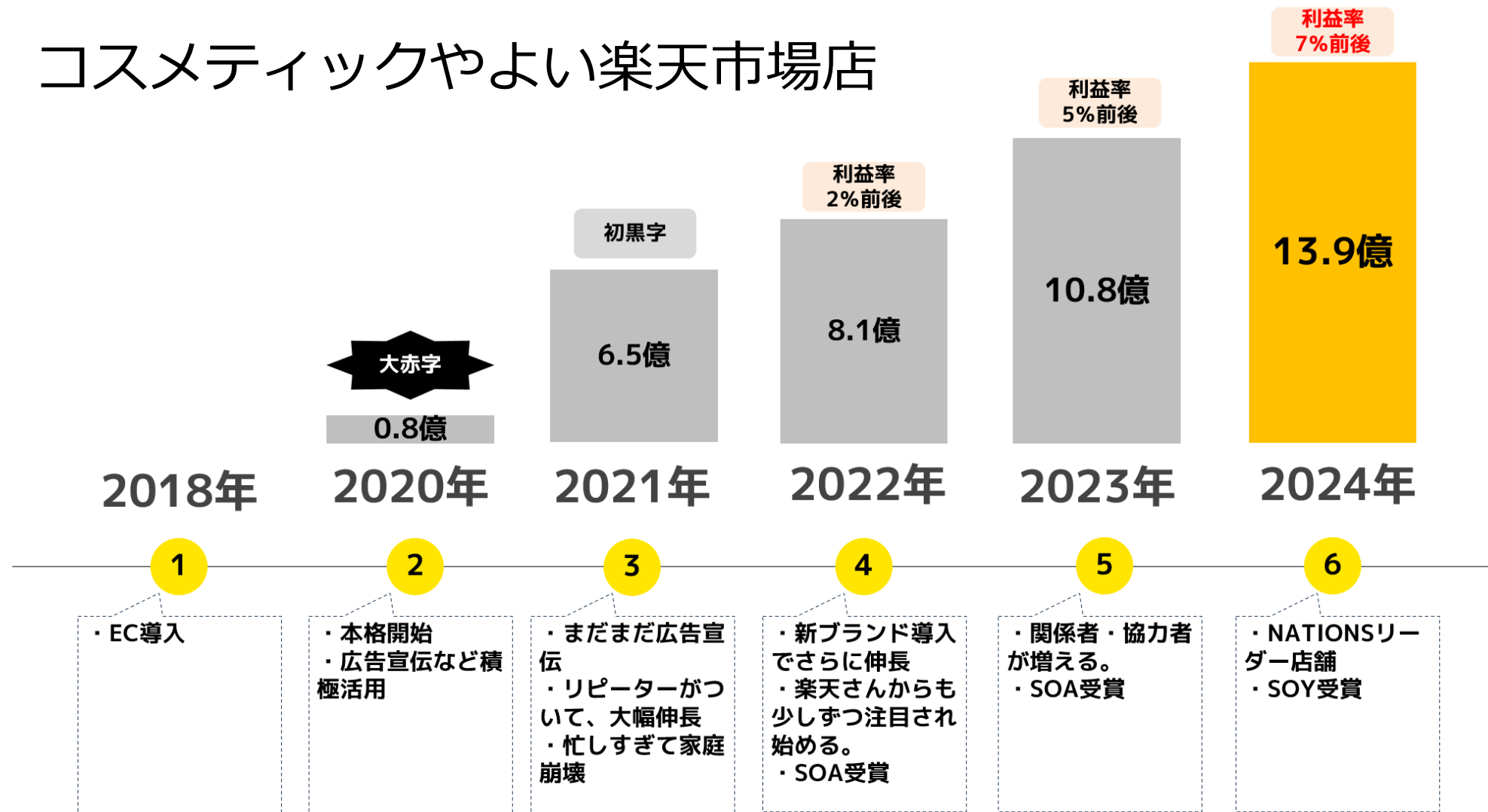
AIサービス開発

レビュー・問い合わせ全自動
AI返信サービス「ラクリップ」
を開発・販売



楽天の推移

コスメティックやよい楽天市場店



はじめに

【**数字**で次の一手を明確にしよう】

ここで**一つ質問**です。

はじめに

🕒 時間

🔍 すべてのフィルタ

🔍 このエリアを検索

ただしその数字、ただ**“確認”**して
終わってませんか？



数字は**読み解くモノ**

数字は**【正しい未来へ導く地図】**

はじめに

地図が読み解けないと？ → 迷子になる、さまよう

E C 運営も同じ

数字という正しい未来への地図読み解き（＝振り返り）
“**次の一手**”を打ち込む



読み解きを“行動”に落とし込む
今回で E C 脳をさらにアップデート！

はじめに

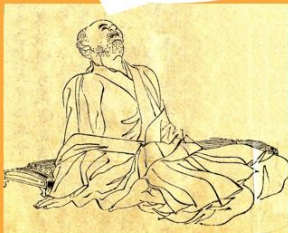
諸行無常

重要なマインドセット

**変化は
避けられない**

変化を恐れるのではなく
前提として受け入れる

諸行無常だよ



CHAGE OR DIE -変化対応5ステップ-

プロローグ：マインド

今日のポイント：商品分析



1.変化
発生



2.予期



3.探知



4.適応



5.楽しむ



1.変化は起きる
売上は常に競争に削られ
減りいずれ消える



2.変化を予期せよ
今の売上がいずれ消える
ことに備えよ。



3.変化を探知せよ
**常に旬いをかいていれ
ば古くなったことに気が
つく。**
早い時期に小さな変化に気
づけば、やがて訪れる大き
な変化に適応できる。



4.変化に素早く適用せよ
過去売れてた商品や、上手
くないかや力や力を早く辨
別せよ、それだけ早くこれ
から売れる商品や、より良
いやり方にたどり着く



5.変化を楽しもう
今あるものは必ず無くなり
廃れる。
従来のやり方・考え方
では新しい売上は創れない。
新しい方向に選めば、新し
い売りが創れる。

なぜ商品分析？



①平均化防止

商品分析
データが語る真実



②主力の失速を
早期発見



③育成チャンスを
逃さない



⑤役割を明確にし
戦略最適化

④不採算撤退を
早める

伸びシロ君解禁

楽天運営者必見！

商品分析しましょう♪

迷わず次の一手を決める分析ツール

伸びシロ君,解禁!!

SOY・SOA受賞 **3回** NATIONS成功率 **86%**

諸行無常

重要なマインドセット

**変化は
避けられない**

変化を恐れるのではなく
前提として受け入れる

諸行無常だね



鴨長明

CHAGE OR DIE -変化対応5ステップ-

プロローグ：マインド



1.変化
発生

2.予期

今日のポイント



3.探知

4.適応

5.楽しむ



1.変化は起きる

売上は常に競合に削られ
減りいずれ消える



2.変化を予期せよ

今の売上がいずれ消える
ことに備えよ。



3.変化を探知せよ

常に匂いを嗅ぎ、たまに口
に含み、注視していれば古
くなった事に気づく。
早い時期に小さな変化に気
づけば、やがて訪れる大き
な変化に適応できる。



4.変化に素早く適用せよ

小さな変化に気づいたら、
迷わず舵を切れ。過去に売
れた商品や古いやり方に固
執するほど、次のチャンス
は遠のく。気づいた瞬間に
手放せば、新しい勝ち筋に
最短でたどり着ける。



5.変化を楽しもう

どんなに好調でも、今ある
売上はいつか必ず終わる。
でも、それは恐れること
じゃなく、楽しむこと。
“変わる”からこそ、“新しい
売上”が生まれる。変化を衰
退ではなく、未来への扉に。

増やす > 減る = 増える

ここでも一つ質問です。

なぜ商品分析？



①平均化防止



②主力の失速を
早期発見



③育成チャンスを
逃さない



⑤役割を明確にし
戦略最適化



⑥誰でもできるから

商品分析
データが語る真実

なぜ全体分析ではなく商品分析か？



①全体数字は“平均化”され、変化が埋もれる

■理由：全体の売上・アクセス・CVRは、**優秀な商品と不振な商品をまとめた平均値**。

主力商品の急落や新商品の急伸が、他の数字に埋もれて見えなくなる。

■落とし穴：変化に気づくのが遅れ、打ち手が後手に回る。また打ち手が**「全体最適」にならず「部分最適」に偏る**（無駄なコストがかかる）

■メリット：商品別分析なら、初期兆候を早期に発見でき、素早い対策が可能。また部分最適化された対応が可能で**コストも圧縮**できる。



②主力商品の失速を早期発見できる

■理由：稼ぎ頭は全体業績への影響が大きい。**失速初期でのデコ入れが重要**。

■落とし穴：全体数字では「横ばい」に見えても、**主力が陰っているケース**は多い。

■メリット：在庫・広告・ページ改善など、守りの施策を早期に実行できる。そうすれば**延命期間も伸ばせる**。



③育成商品の成長チャンス逃さない

■理由：シェアの小さい商品は、全体数字では**存在感が薄く見落とされやすい**。

■落とし穴：成長初期の兆し（CVR上昇、リピート率増）を見逃し、**競合に先行される**。

■メリット：成長サインを見つけて、広告・在庫投下など攻めの**強化策を即投入**できる。

なぜ全体分析ではなく商品分析か？



④不採算商品の撤退判断が早まる

■理由：低成長商品は**利益を圧迫し続ける可能性**がある。

■落とし穴：全体数字では原因特定ができず、**損失期間が長引く**。

■メリット：**リソースを稼ぎ頭や育成商品に再配分**でき、利益率を改善できる。



⑤商品ごとの役割が明確になる

■理由：商品には「入口商品」「稼ぎ頭」「リピート獲得」「成長株」「新商品」「終売予定商品」など**様々な役割**がある。

■落とし穴：役割が不明確だと、**全商品に同じ施策を打ってしまい非効率**。

■メリット：商品ごとの強みを活かし、**戦略的な役割分担が可能**になる。



⑥商品分析は誰でもできるから

■理由：全体分析は要素が複雑に絡み合い、**熟練者でないと見誤る可能性**が高い。

■落とし穴：属人化すると分析の質が安定せず、チーム全体での**再現性がなくなる**。

■メリット：商品分析はシンプルで再現性が高いため、**社員や外部スタッフでも実行でき、仕組み化しやすい**。

いざ行動！！

この“行動の壁”を



わかってる、でも手は動かない...

突破するために



具体的にどうやって商品分析したらいいの...？



ツール作りしました！

ちょっと難しかった...

伸びシロ君解禁

楽天運営者必見!

商品分析しましょう♪

迷わず次の一手を決める分析ツール
伸びシロ君,解禁!!

SOY・SOA受賞

3回

NATIONS成功率

86%



伸びシロ君概要



作成背景

- ・ 全体分析では前述した課題があったため。
- ・ 商品分析を自分以外（社員など）でもできるようにしたかったため。



機能概要

- ・ 商品別データの一覧表示
⇒ 売上、件数、アクセス、転換率、客単価・新規/リピートなど主要KPIを一括表
- ・ 2期間比較分析
⇒ 売上・アクセス・CVRなどの増減を簡単比較



主な機能（商品分析7つの成長レンズ）

- ・ 成長率×売上マトリクス
⇒ 稼ぎ頭・育成候補・撤退候補が一目でわかる
- ・ アクセス×転換率相関分析
⇒ 売上ボトルネック（集客かCVRか）を特定
など7項目の分析が可能



活用イメージ

- ・ 期間比較で売上減少主力商品を発見 → 失速初期でのテコ入れ対応で復活・延命
- ・ CVR改善が必要な商品を特定 → ページ改善・レビュー強化
- ・ 育成候補を発見 → 在庫・広告投下で成長加速
- ・ 不採算商品の撤退判断 → 利益率改善

実際に試してみよう!



利用方法



【伸びしろ君】アクセスURL、QRコード

<https://rakurip.com/cod-download-page/>



「伸びしろ君」のシート名「マニュアル」
をご参照ください。

今日のまとめ

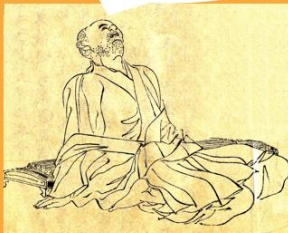
諸行無常

重要なマインドセット

**変化は
避けられない**

変化を恐れるのではなく
前提として受け入れる

諸行無常だよな



CHANGE OR DIE -変化対応5ステップ-

プロローグ：マインド

今日のポイント：商品分析



1.変化
発生



2.予期



3.探知



4.適応



5.楽しむ



1.変化は起きる
売上は常に競合に割られ
減りいずれ消える



2.変化を予期せよ
今の売上がいずれ消える
ことに備えよ。



3.変化を探知せよ
**常に匂いをかいでいれ
ば古くなったことに気が
つく。**
早い時期に小さな変化に気
づけば、やがて訪れる大き
な変化に適応できる。



4.変化に素早く適用せよ
過去売れてた商品や、上手
くないかや力や力を早く辨
別せよ、それだけ早くこれ
から売れる商品や、より良
いやり方にたどり着く



5.変化を楽しもう
今あるものは必ずなくなり
廃れる。
従来のやり方・考え方
では新しい売上は創れない。
新しい方向に選めば、新し
い売上げが創れる

なぜ商品分析？



①平均化防止



③育成チャンスを
逃さない

商品分析
データが語る真実



⑤役割を明確にし
戦略最適化



②主力の失速を
早期発見

④不採算撤退を
早める

伸びシロ君解禁

楽天運営者必見!

商品分析しましょう♪

迷わず次の一手を決める分析ツール

伸びシロ君,解禁!!

SOY・SOA受賞

3回

NATIONS成功率

86%

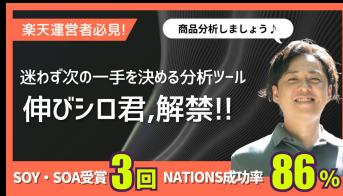
最終メッセージ

変化は**避けられない**
ならば先に**気づき**、先に**動き**、先に**楽しんだもの**が勝つ。



思考が変われば

全体ではなく商品ごとの数字の変化
を見抜くことの重要性を理解する。



行動が変わる

伸びしろ君を使って
「次の一手」を明確にする。



売上は必ず変わる

主力商品の延命、育成商品の飛躍、
不採算商品の整理

CHANGE OR DIE

今日から**“商品別に”**見るという**“変わる一歩”**を始めましょう！

お誘い

コッド期間中、毎月月初に30分だけ、
オンラインで集まって
伸びしろ君で自店舗に向き合う時間を作ませんか？

■ 開催日時

- ① 09月2日(火)15時
- ② 10月1日(水)15時
- ③ 11月4日(火)15時
- ④ 12月1日(月)15時

次回予告

第3回：9月18日（木）15時～17時



西尾流「AI超実践ワーク」解禁！
～AIにお任せしすぎてごめんなさい勉強会～

生成AIの基本情報から、活用方法（基礎・応用）などを具体的な事例をもとに、レクチャーさせていただきます。

※今回ボリュームーなため2時間開催となります。

今回はコード外からも参加者を募る予定です！
※ちょっぴりラクリプも宣伝させていただきます！

■目的

AIを見る側から使う側へ。
できれば業務で活用できるように。

■概要

・基礎編

⇒AIの仕組み、AIとの付き合い方、
利用のコツなど

・応用編

⇒仕事に直結する使い方

⇒EC、コンテンツ生成（画像・動画・音楽）、データ活用、情報収集、自動化、コード作成など。

アンケートのお願い



<https://forms.gle/ygarPfWk8YjwdHJT6>



こちらで出欠確認も兼ねてますので、何卒よろしくお願い致します。