

デジタル化 + 成長

# ホリデー商戦に 備える

万全の準備とセキュリティ対策で  
ホリデーシーズンを成功させる方法

## 目次

- 3 ホリデー商戦は最大のビジネスチャンス
- 4 数字で見るホリデーショッピング
- 5 ホリデー商戦に向けて備えておきたい3つのこと
- 6 オンラインマーケティングで売上を伸ばす方法
  - 7 ホリデーコンテンツとキャンペーンでトラフィックを増やす
  - 9 買い物客に合わせてショッピング体験をパーソナライズする
- 11 ショッピング体験を最適化する方法
  - 12 カスタマーサポートを強化する
  - 14 シンプルな決済プロセスで販売を促進する
- 16 オンラインビジネスを不正から守る方法
  - 17 堅牢なサイバーセキュリティ施策でビジネスを成功に導く
- 20 準備に取り掛かる

# ホリデー商戦は 最大のビジネスチャンス

ホリデーシーズンは、1年のうちで最も売上が伸びる時期。ビジネスに大きな成長チャンスをもたらすホリデー商戦を逃すわけにはいきません。ブラックフライデー、サイバーマンデー、シングルデーなどが立て続けにやってくるホリデーシーズンは、世界中の消費者が家族、友人、恋人、そして自分への贈り物を求めてショッピングを楽しむ季節です。昨年のホリデーシーズンの世界におけるオンライン売上高は、5%増の1兆1,400億米ドルでした<sup>1</sup>。今年もホリデーシーズンのeコマースは活況を呈することが予想されますが、企業が心得ておくべきことは、インフレが消費者心理と消費行動に与える影響です。

世界の今年のインフレ率は6.7%にまで上昇すると予測され、これは過去40年間で最も高い水準です<sup>2</sup>。一方、家計の将来の消費傾向と貯蓄傾向を示すグローバル消費者信頼感指数によると、消費者心理はインフレの影響により下降の一途をたどっています<sup>3</sup>。全体的な支出は依然として堅調に推移するものの、一部は横ばい、あるいは減少しています。たとえば食品の支出は対前年比で増加していますが、これはインフレによるもので消費が拡大しているわけではありません。旅行やレストランなどのカテゴリでも、支出が増加する一方、消費は減っています。

企業は業界にかかわらず、記録的なインフレという新たな現実を考慮すべきです。そしてその中で顧客を維持しながらビジネスを持続させ、長期的な成長を促すための施策を取り入れる必要があるでしょう。まず消費者の購買行動の変化を見極めます。たとえば今年の

ホリデーシーズンは、世界の消費者の約半数、つまり25億人もの人々が、ブランドロイヤルティより低価格を優先させる意向を示しています<sup>3</sup>。

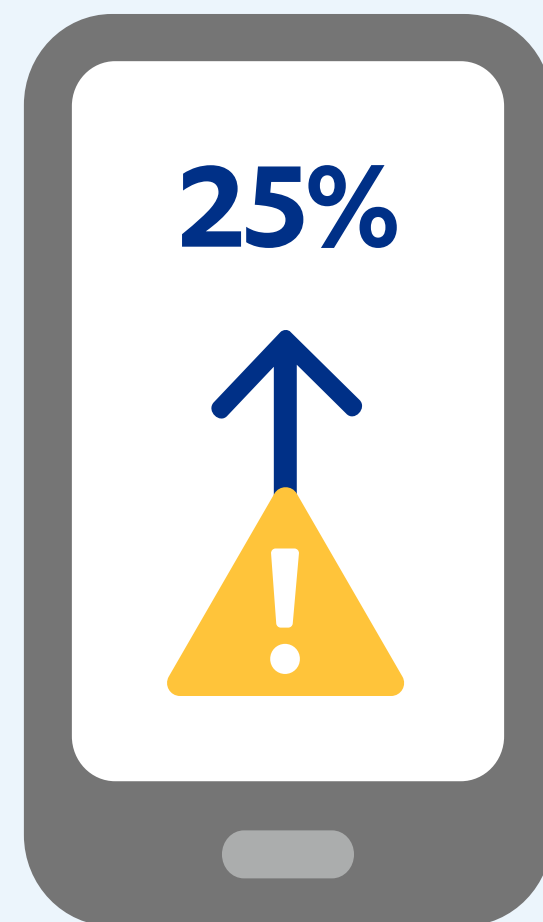
企業はどんなときも、ホリデーシーズンの競争激化と需要の増加に備えるべきです。さらに今年は、サプライチェーン問題、インフレ、予算縮小、eコマース需要の急拡大などの要素が加わるため、次のホリデー商戦で顧客の支持を集めるには普段以上の企業努力が求められます。商品選びから決済オプションの選択まで、顧客の購買体験を簡単、安全、柔軟にし、個々のニーズに合わせてカスタマイズすることで、今年のホリデーシーズンを売り多きものにするための方法をご紹介します。



## 数字で見るホリデーショッピング

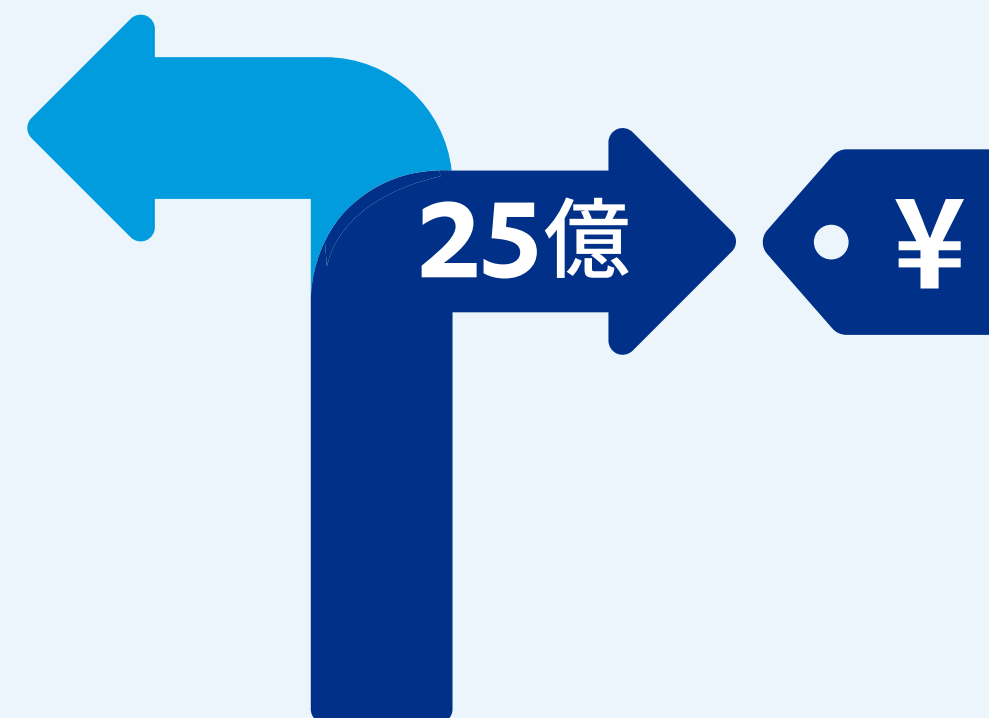
### 不正取引の増加

2021年のホリデーショッピングシーズンに不正取引の疑いのある行為が**25%増加**<sup>4</sup>。



### ブランドロイヤルティより価格優先？

世界**25億人**の消費者が今年のホリデーシーズンは価格を理由にブランドを変更する可能性<sup>5</sup>。



### ホリデー特需

ホリデーシーズンを含む10月～12月期の売上が年間小売売上の**30%以上**を占める業種も<sup>6</sup>。



## ホリデー商戦に向けて備えておきたい 3つのこと

ホリデーシーズンの成功のカギは、この時期の買い物客の需要増加に応えること、そして競合対策です。企業はデータ分析を活用し、徹底的な準備をできるだけ早くはじめてみましょう。今年のホリデーシーズンでこれまでにない成果をあげるには、次の3つに注力する必要があります。

### ✔ オンラインマーケティング で売上を伸ばす

パーソナライズされた体験とお得な情報をタイムリーに提供することで顧客の注目を集めることができます。

### ✔ ショッピング体験を 最適化する

優れたカスタマーサポートとスムーズな決済プロセスが販売を促進します。

### ✔ セキュリティを強化 する

不正行為からビジネスと顧客データを守り、取引を安全に保ちます。



# オンラインマーケティング で売上を伸ばす方法

ホリデーショッピングは、収益を大幅に向上させる大きなチャンスです。この時期に競争力を高め、オンラインビジネスに特化した効果的なマーケティングを実施し、「1年で最も忙しい時期」を「1年で最も売れる時期」にすることで売上を飛躍的にアップさせましょう。



オンラインマーケティングで売上を伸ばす方法

# ホリデーコンテンツとキャンペーンでトラフィックを増やす

## インサイト

デジタルマーケティング戦略の決め手となるのは、確かなコンテンツとSEO（検索エンジン最適化）です。ホリデーシーズンには、これらが特に重要になります。買い物客の行動は時期によって変化し、ホリデーシーズンにはホリデーシーズンならではの検索キーワードや商品選択があります。検索で上位にランクインし、ユーザーの注目を集めるには、コンテンツ、SEO、キャンペーン情報やセール情報を適宜最適化する必要があります。

## アドバイス

### お祝い気分を盛り上げるコンテンツ提供

検索トラフィックを増やすには、コンテンツが命です。目にとまりやすく、消費者の興味に合致したコンテンツは検索順位を上げ、販売を促進します。

## 検索エンジンに最適化されたホリデーコンテンツを作成する方法

- ✔ ホリデー特有のキーワードで、サイト内のコンテンツを最適化します。「Googleキーワードプランナー」や「Googleトレンド」などのツールを使って昨年の検索トレンドと、検索結果で上位に表示されるキーワードを特定します。3語以上の複数のキーワードで構成される「ロングテールキーワード」も重要です。これらのキーワードは、購入の意思決定が近いときに使用される非常に限定的な検索フレーズです。
- ✔ 年末や特定のイベントに合わせて行うセールの場合は、専用のランディングページを作成します。ランディングページの企画、作成、最適化は、ホリデーシーズン前に十分余裕を持って行ってください。Webクローラー（サイトの内容を学習するボット）がページをスキャンしてインデックス登録を行い、ランディングページが検索結果に表示されるようになるまで、ある程度の時間がかかります。
- ✔ ホリデーシーズンに特化した検索エンジンマーケティング（SEM）広告を出します。
- ✔ ホリデーをテーマにしたメールキャンペーンを実施します。メール本文には検索キーワードやそれに類似する用語を使用し、訴求力を高めます。
- ✔ ソーシャルメディアのインフルエンサーを活用したホリデーシーズンのキャンペーンを立ち上げます。また#TikTokMadeMeBuyItのようなトレンドに敏感で検索性の高いハッシュタグを利用します。

## ホリデーシーズンならではのセールや特典で注目を集める

ホリデーシーズンは、企業にとってだけでなく消費者にとっても重要な時期です。顧客に「自分は大切にされている」と感じてもらえれば、ロイヤルカスタマーを増やすことができます。顧客の大切な時期に存在感をアピールする方法を、以下にまとめました。

- ✔ 特別割引付きのパーソナルギフトガイドを作成し、複数商品のみまとめ買いで送料を節約するよう促します。
- ✔ 無料のギフトラッピングなど、プレゼントシーズンに喜ばれるサービスを提供します。
- ✔ 期間限定キャンペーンやホリデーパッケージなど、予算が限られている顧客に特典を付与し、できるだけ早い購入を促します。
- ✔ 最新の消費者トレンドを常に把握し、それに基づき販促を強化する商品を決めます。
- ✔ 商品バラエティを増やして顧客が1か所でギフトをまとめ買いできるようにし、送料を節約するよう促すことで、競合他社への目移りを防ぎます。
- ✔ 送料無料・返品無料の条件を提示することで、顧客満足度と顧客ロイヤルティを高めます。
- ✔ 紹介プログラムを設け、既存顧客に特典を付与すると同時に顧客基盤の拡大に努めます。





オンラインマーケティングで売上を伸ばす方法

# 買い物客に合わせてショッピング体験をパーソナライズする

## 🔍 インサイト

お買い得商品ほど買い物客に喜ばれるものではありません。特に年末の慌ただしい時期ならなおさらです。このことが、ホリデーシーズンの買い物客の半数近くが特価キャンペーンや低価格を提示する企業を選ぶ理由につながっています<sup>7</sup>。企業は、顧客一人ひとりに合わせた専用の特典やお買い得情報を提供することで競合他社に差をつけ、顧客ロイヤルティを大きく向上させることができます。このパーソナライゼーションは効果的に行うべきです。なぜならコミュニケーションを自分用にカスタマイズしてくれる企業を積極的に利用したいと考える消費者の割合は76%にのぼり、さらにそういった企業ならリピートしたいと考える消費者の割合は、78%にもおよぶからです<sup>8</sup>。

## 💬 アドバイス

### サイトの利用体験を一人ひとりに合わせて最適化する

ホリデーシーズンのような競争の激しい時期こそ、顧客の好みを詳細かつ頻繁に分析しましょう。インフレの影響で顧客はブランド志向を失いつつあり、より安価なプライベートブランド商品に目を向け始めています<sup>7</sup>。つまり、顧客とのすべての接点を重視すべきです。顧客との対話を価値あるものにするための方法を、以下に3つ紹介します。

- ✔️ AIベースのツールを使用し、顧客の過去の行動履歴に基づくおすすめの商品、コンテンツ、商品コレクションなどを表示します。
- ✔️ 人気のキーワードやフレーズを自動入力できるようサイト内検索をカスタマイズし、顧客が求めるものを探しやすくします。
- ✔️ 関連商品をサイトの閲覧履歴に基づいて表示します。表示された商品が購入に至るケースが多ければ多いほど、システムの精度が高く効果的といえます。

# 76%

コミュニケーションを自分用にカスタマイズしてくれる企業を積極的に利用したいと考える消費者の割合<sup>8</sup>。

### 顧客の状況に合わせたリカバリー施策で再訪を促す

顧客がカートを放棄すると、その商機は完全に失われたものと思いがちです。しかし必ずしもそうとは限りません。買い物客がカートを放棄する理由は「技術的に問題があった」「決済プロセスが面倒」などさまざまです。こういった顧客にはカートに未決済の商品が残っていることを知らせるメールを送り、売上改善につなげましょう。

#### 購入完了を促す方法には、次のようなものがあります。

- ✔ メールやテキストを送信し、カートに残っている商品があることを思い出してもらう。
- ✔ カートを放棄した顧客に、購買意欲を促進するような割引を提供する。
- ✔ 期間限定割引の期限や、在庫薄の商品に関するアラートを配信し、できるだけ早く購入を済ませるよう促す。
- ✔ ホリデーをテーマにした新たなメールキャンペーンを立ち上げて通知する。

### はじめましょう

顧客ロイヤルティを高め、販売機会を増やす秘訣は、それぞれの買い物客に合わせてパーソナライズされたショッピング体験を提供すること、そして過去に接点のあった顧客との関係を回復させることにあります。

世界で4億人以上の消費者の支持を集めるペイパルを導入し、ペイパルが使えるメリットを顧客にアピールすれば、ビジネスへの信頼も高まります。



トラフィックを促進し、集客力を高めて売上を伸ばすための具体的な方法については、ペイパルのe-book「[オンラインマーケティングで、業績を最大化するには](#)」をご覧ください。

# ショッピング体験を最適化する方法

ホリデー商戦を成功させる最初のステップは、Web集客です。ただし、それには顧客に「もっと見たい」と思わせるようなサイトの工夫が必要で、このことが他社との差別化にもつながります。顧客をリピーターに変えるようなオンライン体験をホリデーショッピングの前に準備し、サイトを活用することでできるだけ多くのロイヤルカスタマーを獲得する方法をご紹介します。



ショッピング体験を最適化する方法

# カスタマーサポートを強化する

## 🔍 インサイト

買い物客を惹きつけ、リピーターを増やす方法。それは「優れたカスタマーサービスを提供すること」です。買い物客の4人に1人以上が購入を見送る理由としてカスタマーサービスの質の低さを指摘し、約半数が質問へのより迅速な回答を求めています<sup>9</sup>。カスタマーサービスへの問い合わせが75%も増加するホリデーシーズンであっても、顧客が必要なときに必要な回答をすばやく得られるよう、体制を見直す必要があります<sup>9</sup>。

## 💬 アドバイス

### 繁忙期に備えてカスタマーサービスを強化する

顧客は、問い合わせへの対応が早い（24時間から48時間以内に回答する）企業を優先して利用したいと考えています<sup>10</sup>。

顧客への応答時間を短縮するには、以下のような方法があります。

- ✔ 専任のサポートスタッフを配置する。
- ✔ チャットボットを導入し、単純な質問への回答を自動化する。
- ✔ サイトのホスティングサービスとデジタルインフラが、トラフィックの急増に対応できるようにする。
- ✔ 問い合わせ先情報が正しいかどうかを確認し、必要があれば更新する。
- ✔ 顧客がいつでも自分で回答を得られるよう、わかりやすく充実したFAQページを設置する。



## 誠意ある顧客対応を目指す

消費者は企業に、誠実さと透明性を求めています。  
以下を実践し、誠意ある対応を心がけてください。

- ✔ 総額表示: 会計時に税、配送料などをすべて含め、隠れたコストが生じないようにします。
- ✔ 配送予定日を通知: 配送に遅れが生じた場合はすぐに変更を伝え、顧客が常に最新情報を確認できるようにします。
- ✔ 明確な返品ポリシー: 返品期限や返品手順をわかりやすく表示します。

ホリデーシーズンの  
問い合わせ増加率は

**75%**<sup>9</sup>



ショッピング体験を最適化する方法

# シンプルな決済プロセスで販売を促進する

## インサイト

対面販売であれオンライン販売であれ、面倒でスムーズでない会計プロセスをいつまでも待ちたいと思う顧客はいません。また購入に必ずログインが必要なサイトも、ユーザーフレンドリーとは言えません。なぜなら消費者の半数が、購入のためにアカウント作成やパスワード入力をするのは気が進まないと感じているからです<sup>11</sup>。

## アドバイス

消費者にとっても忙しく、ストレスの多いホリデーシーズン。この時期の売上を最大化するには、顧客が購入をためらうような手間にかかるプロセスや問題が起こりそうな場所を、予め取り除いておくことが重要です。その方法をご紹介します。

### 決済プロセスの障壁を取り除く

支払いを手早く快適に済ませたいと望む消費者にとって、その機能を備えていないサイトは選択肢には入りません。実際、消費者の5人に1人がカートを放棄する理由として「会計時の手続きが複雑すぎる」または「会計時に待たされすぎる」ことをあげています<sup>12</sup>。

### スピーディーで快適な決済を実現する方法

- ✓ アカウントがなくても支払いができるようにします。
- ✓ スマートフォン、タブレット、デスクトップパソコンやノートパソコンといったあらゆるデバイスで支払いを完結できるよう、決済プロセスを最適化します。
- ✓ フォームの入力項目を見直し、必要なものだけに絞ります。
- ✓ 決済完了に必要なクリック数を減らします。たとえば商品ページに「今すぐ購入」ボタンを設置し、ワンクリックで決済ページに進めるようにすることで、商品をカートに入れる手間を省くことができます。
- ✓ BNPL（後払い決済）、ペイパル、デジタルウォレット、クレジットカードやデビットカードなど、さまざまな決済手段を提供することで、顧客が好みの支払い方法を選択できるようにします。

## 支払い時に安心を提供する

信頼は、顧客がオンライン購入を決める際の重要なファクターです。顧客が企業を信頼していれば、安心してその商品を購入してくれるでしょう。顧客が決済時に提供する個人情報は機密情報のため、それらの情報を安全に保護する企業として顧客の信頼を得ることが重要です。

- ✔ **買い手保護制度\***を提供：注文した商品が届かない、または説明と違う商品が配送された場合、顧客に払い戻しを行います。
- ✔ **セキュリティプロトコルを表示**：決済時にセキュリティシールドやセキュリティロックを表示して個人情報が保護されていることを示し、安心感を提供します。
- ✔ **「お客様の声」を掲載**：すでに商品を利用した顧客の率直な意見を公開し、誠実な姿勢をアピールします。

## はじめましょう

オンラインショッピングでは、決済の簡単さと安全性が顧客の意思決定を左右します。PayPal Checkoutなら、たった1回の統合でデビットカード、クレジットカード、ペイパルに加え10種類以上の現地の支払い方法を提供でき、世界200以上の国と地域で100以上の通貨に対応可能です。シンプルな導入から全面的なカスタム統合まで、お客様の環境に合わせた柔軟なオプションを取り揃えています。

信頼のグローバルブランドとして知名度の高いペイパルを活用することで、世界中の顧客に安心・安全なオンライン決済手段を提供できます。さらに、注文した商品が届かなかったり、説明と違った場合に顧客に払い戻しを行うペイパルの買い手保護制度\*を利用できます。これは、適用条件を満たすすべての取引を対象とする補償制度で、利用者の信頼を得るのに大いに役立ちます。また取引のたびに学習するセキュリティプラットフォームを備え、顧客が安全な環境でショッピングを楽しむための適切なツールを、いつでも利用できます。

顧客の決済体験を最適化する方法について、詳しくはペイパルのe-Book「[決済時のコンバージョン率を最適化](#)」をご覧ください。



# オンラインビジネスを不正から守る方法

ホリデーシーズンは企業にとって大きな販売チャンスであると同時に、オンライン不正行為が増加する時期でもあります。集客を増やすと不正行為も増え、2つに同時に対応するのは至難の業です。ただし、不正行為を減らすための対策として事前にできることがあります。繁忙期のビジネスを安全に乗り切る方法をご紹介します。

オンライン決済の不正行為による被害額

**200**億米ドル

(2021年、全世界のeコマースを対象<sup>13)</sup>)。



オンラインビジネスを不正から守る方法

# 堅牢なサイバーセキュリティ施策で ビジネスを成功に導く

## 🔍 インサイト

サイバー犯罪者は通常、ホリデーシーズンのようなトラフィックの多い時期を狙います。消費者は早ければ10月からホリデーショッピングを始めるため<sup>14</sup>、早い場合はハロウィーン前後にブラックフライデーに匹敵する大規模セールを行う企業もあります<sup>15</sup>。このような状況は、消費者にお得な買い物の機会を増やすだけでなく、サイバー犯罪者にとっても好機となり得ます。つまり消費者と企業にとって、ホリデーシーズンは最も被害リスクが高まる時期なのです。

ここでは、トラフィックが急増するホリデーシーズンに企業のサイバーセキュリティを強化し、不正行為からビジネスを守るためのポイントをご紹介します。

## 💬 アドバイス

### サイトのアクティビティを監視する

サイトのトラフィックが増えることは一般的には喜ばしいことですが、犯罪者に目をつけられ、サイバー脅威が迫っていることを意味する場合があります。最初に取り掛かるべきことは、サイト上のアクティビティを注意深く監視することです。ホリデーシーズンという重要な時期に不正の疑いのある動きが検出された場合は、ビジネスの成長を妨げる恐れがあるためすぐに対処しましょう。

### 不正の疑いのある動きの具体例

- ✔️ アカウント作成数が極端に多い
- ✔️ 注文額が極端に高い
- ✔️ 請求先住所と配送先住所が一致しない
- ✔️ メールアドレスが自動生成されたように見える
- ✔️ 同じ注文が複数のクレジットカードで行われている



## 取引と顧客データの安全を守る

個人情報やクレジットカード情報の漏えいは、企業の評判と今後の事業運営に大打撃を与えます。ただし、不正行為の被害に遭わないよう以下のような対策を行うことで、リスクを減らし取引をより安全に保つことができます。

- ✔ 多要素認証（電話やメールにワンタイムパスワードを送信する、など）を取り入れます。
- ✔ 安全な接続でデータを暗号化します。機密情報が悪意のある人の手に渡ったとしても、データがコードに暗号化されていれば使用できません。
- ✔ 住所確認システム(AVS)またはセキュリティコード(CVV)認証を導入し、実際のカードがなければ決済ができないような仕組みを整えます。
- ✔ 定期的にソフトウェアをアップデートして脆弱性をなくし、セキュリティ性能を高めます。



## はじめましょう

潜在的な不正行為を監視しながらツールを使用して顧客データを保護し、サイト全体のセキュリティを高めることが、顧客の信頼獲得につながります。

さらに高度なセキュリティを追求するなら、PayPal Commerce Platformの不正防止機能をご利用ください。またペイパルの売り手保護制度\*プログラムならチャージバックを最小限に抑え、特定の不正行為が発生した際に適用条件を満たす取引の補償を受けることができます。常に不正行為のパターンを監視してリスク評価を行うことは容易ではありません。ペイパルの頼れる機能があれば、ホリデーシーズンも販促だけに注力できます。



不正行為からビジネスを守るためのさらに詳しい方法については、ペイパルのe-book「ビジネスを不正利用から守る」をご覧ください。



# ホリデー商戦は ペイパルで決まる

オンラインビジネスは活況に沸いています。ホリデーシーズンが目前に迫り、売上アップへの期待が高まる一方、利用者はネットショッピング詐欺への不安を募らせています。ホリデーシーズンの大きなチャンスをつかみ、ブランドの評判と収益を確固たるものにするには、実績あるビジネス戦術を導入し、ビジネス成長につながるデータ主導のツールを有効活用することが不可欠です。ペイパルと、ホリデー商戦の準備を始めませんか？

世界中の企業に支持されるペイパルは、貴社と世界の買い手をつなぎ、買い手がどこにいようと彼らが必要とする決済手段を提供します。安全性の確保とセキュリティ強化から、利便性と柔軟性の絶妙なバランスを備えた決済機能の構築まで。ペイパルは貴社が次のホリデー商戦を勝ち抜くために、全力でサポートします。

準備に取り掛かる →