

# 商品ローンチ ・ ダツシユ

BUPPAN.2026.3

# mokuji

## ▶ 自己紹介

▶ (なぜこのテーマ?)

## ▶ ECローンチの基本構造

## ▶ 2つの王道パターン

広告ファネル型 vs インフルエンサー型

## ▶ 戦略の決め方

目的 | 予算 | 価格帯

## ▶ 実際にやってみた

## ▶ 結果と仮説

01

自己紹介

introduction



-ice break-

## ブランド

恵比寿刃 | ARTFIRE | ORNOIR

## 販売チャネル

楽天 | Amazon | yahoo | 自社 | 卸

## 座右の銘

人生、喜ばせ合戦

**おもしろ、おかしく、ためになる。**

02

なぜこのテーマ？

▼ Why this theme?

たまたま**超**バズった

(悪い意味で)

▼ Why this theme?

**有名インフルエンサーに取り上げられた**



**3日で600件（1000件）**



**会社が崩壊しかける**



▼ Why this theme?



(日給2000円+しゃぶ葉)

▼ Why this theme?

**狙ってやれたらいいな**

(タダでは転ばないぞ!)

03

ロケットの基本構造

▼ Basic Structure

トラフィック **カ**

×

コンバージョン **カ**

トラフィック



連れてくる力

- 広告
- インフルエンサー
- PR
- アフィリエイト など,,,

# コンバージョン



# 買わせる力

- 商品力 / ブランド力
- LPやコピー（クリエイティブ）
- 価格
- クーポン

**04**

**2つの王道パターン**

# A : 広告ファンネル型

## 広告ファネル型の導線例

**Meta広告** → **LP** → **LINE** → **クーポン** → **カート**  
(shopifyなど) (自社/楽天/Amazon)

認知 → 関心 → 教育 → **ベネフィット** → 行動

▼ 広告ファネル型

## メリット

- 再現性が高い
- トラフィックをコントロールできる
- LINEリストが資産になる
- 教育してから売れる
- モールSEOの初速を作れる

## デメリット

- ファネルが長い
- 構築が複雑
- 広告費が必要
- 初速に時間がかかる
- ブランド毀損
- 広告依存

**B : インフルエンサー型**

## インフルエンサー型の導線例

インフルエンサー  
(Instagram/Tiktok/ROOMなど)



クーポン  
カート

(自社/楽天/Amazon)

認知

関心

教育

ベネフィット 行動

▼ インフルエンサー型

## メリット

- 信頼を借りられる
- ファネルが短い
- 爆発力がある
- 拡散しやすい
- 広告費を抑えられる

## デメリット

- 再現性が低い
- 売上コントロールが難しい
- インフルエンサー依存
- 単発流入
- 在庫事故

05

戦略の決め方

**どれが正解？**

圧倒的に**正解**だけど  
何も言っていない言葉



▼ ローンチ

人による。

だから  
考えるべきは

目的

×

スタンス

# 目的

**SEOを上げるための初速**

▼ ローンチの目的

SEO

- ★ CV数
- ★ ランキング
- ★ 権威
- ★ レビュー

他にも

- 新規顧客獲得
- 商品テスト
- 在庫回転
- 認知拡大
- LINEリスト獲得
- 話題作り

# スタンス

人（商品）によって異なる

# あなたはどのスタンス？

- 利益上げたい？
- トントントン？
- 赤字でもいい？

**予算は？**

**～10万円？**

**～50万円？**

**～100万円？**

**それ以上？**

# 商品価格帯は？

～5000円？

～10000円？

～30000円？

# 原価率は？

～20%？

～30%？

～40%？

# 結論

これら（目的×スタンス）を  
複合的に判断する

でも  
どうやるの？

▼ シュミレーション

# シュミレーションツール

メタ広告とROOM施策

どっちがいいかシュミレーション

たとえば、、  
原価がめっちゃ高い場合

例) こだわりすぎて、広告費をかけられないシャンプー

ツールは  
どこまでいっても  
あくまで仮説

実行し、検証と修正をするためにある

05

実際にやってみた

▼ やって見た

メタ広告



楽天

(LINEは削りました)

▼ やって見た

**フォース：初回限定5000円引き**

**広告予算：40万円**

**期間：10日間**

**目標：200CV**

**売上：300万円**

▼ やって見た

# 結果

広告：13万円

期間：4日(ストップ)

件数：150CV

売上：250万円

▼ やって見た

**CPC:約10円**

**CPA:約850円**

**CVR:約1.2%**

**ROAS:約1900%**

## 権威

- リアルタイム総合1位
- 小カテ週間1位
- デイリー多数（12-15くらい？）
- リアルタイム多数

▼ やって見た

## レビュー

- 18件
- ★4.94
- 内容：濃い

▼ やって見た

# SEO

## 結論よくわからん

- 圏外 → 130ページ (1週間)
- 30ページ
- 本日5ページ

## 仮説①

外部広告はSEOに寄与しない  
検索ワード経由ではないから

## 仮説②

SEOは時間差で上がる  
AIによると2週間くらい

▼ やって見た

## 仮説③

ランキング本当にいる？

## 仮説④

レビュー件数本当にいる？

▼ やってみた

## 結論

正しいことをちゃんとやれば、  
超がんばらなくてもいいのかも。