



# サブスクストア **B2B**

スタートガイド

～初期設定編～

# 目次

<b>オープンまでの道のり</b> . . . . .	<b>P4</b>
<b>DNS設定</b> . . . . .	<b>P5~7</b>
DNS設定とは . . . . .	P6
Aレコード設定をする . . . . .	P6
SPFレコードを設定する . . . . .	P7
<b>管理者設定と権限設定</b> . . . . .	<b>P8~P11</b>
管理者設定・権限設定の説明 . . . . .	P9
権限設定をする . . . . .	P9~P10
管理者設定をする . . . . .	P10~P11
<b>重要項目設定</b> . . . . .	<b>P12~P24</b>
重要項目設定とは . . . . .	P13
基本設定をする . . . . .	P13~P15
運用設定をする . . . . .	P16
番外編 お届け希望日の計算方法 . . . . .	P17
支払い・配送方法を設定する . . . . .	P18~P24
<b>ファイルレイアウト設定</b> . . . . .	<b>P25~P27</b>
ファイルレイアウト設定とは . . . . .	P26
書き出しレイアウト設定をする . . . . .	P26~P27
<b>商品管理</b> . . . . .	<b>P28~P41</b>
商品登録の流れ . . . . .	P29
バリエーションとは . . . . .	P29
単品商品の登録ポイント（商品情報）（価格詳細） . . . . .	P30~P31
セット商品とは . . . . .	P32
固定セットの登録ポイント . . . . .	P33
よりどりセットの登録ポイント . . . . .	P34
組み合わせセットの登録ポイント . . . . .	P35
定期コースとは . . . . .	P36
定期コースの登録ポイント（商品情報）（価格詳細） . . . . .	P36~P38
<b>デザイン管理</b> . . . . .	<b>P39~P43</b>
デザイン管理とは . . . . .	P40
ページレイアウトの設定をする . . . . .	P40~P43
サイト設定をする . . . . .	P43

## 目次

<b>販促管理</b> . . . . .	<b>P44～P46</b>
Google Analyticsとは . . . . .	P45
GAアナリティクスの登録のポイント . . . . .	P45
コンバージョンタグとは . . . . .	P46
コンバージョンタグの登録のポイント . . . . .	P46
<b>広告媒体管理</b> . . . . .	<b>P47～P53</b>
広告媒体管理とは . . . . .	P48
ad-codeを登録する . . . . .	P49
番外編 広告代理店と広告媒体を紐づける . . . . .	P50
広告媒体にad-codeを設置する . . . . .	P51～P52
広告分析を確認する . . . . .	P53

# オープンまでの道のり

ショップオープンまでにショップ様に対応いただく内容の一覧です。

No.	対応内容
①	<b>お申込み後、初期費用の入金をします。</b> アカウント案内は毎週木曜日となっております。 ご希望のアカウント案内日の3営業日前にまでにご入金ください。
②	<b>各種決済のお申し込みを進めます。</b> サブストアB2Bをお申し込み後、各種決済の申込書が送付されます。 各種決済会社へお申込みください。 お申込書送付し審査が進みますと、販売サイトの確認などのために決済会社から、ご連絡がありますので、ご対応漏れがないようお願いいたします。
③	<b>サブストアB2Bのアカウント発行のメールを受信します。</b> アカウントのURLとID, アカウントのパスワード, オープン前確認アンケートの案内メール3通が届きます。
④	<b>DNS設定を行います。</b> DNS設定は、お名前.comやムームードメインなどのドメイン登録サービスから行います。 ※情報保護のために必須のものとなりますので、必ずご設定ください。DNS設定の詳細につきましては、3ページ目をご確認ください。
⑥	<b>サブストアB2B管理画面の設定をします。</b> ※本マニュアルをご参照ください。
⑦	<b>販売サイトとサブストアB2Bの連携します。</b> ※連携方法の詳細につきましては業務別マニュアルをご確認ください。 サブストアB2Bサーバに画像ファイルやショッピングサイトのindexファイルをアップロードする場合は、弊社よりお送りしたSFTP情報をもとにログインします。
⑧	<b>各種決済会社のお申込み完了後、連携IDを設置します。</b> クレジットカード、NP掛け払い決済の連携用IDはテモナで設置いたします。
⑨	<b>テスト受注をして出荷までの流れを確認します。</b> 詳細につきましては、業務別マニュアルをご確認ください
⑩	<b>オープン前の最終確認をテモナで行います。</b> オープンに必要な各種設定が完了しているか確認を行います。



## DNS設定

～各種ドメインの設定をする～

**操作画面**

**【ドメイン登録サービス会社の管理画面】**

# DNS設定とは

DNS 設定は、お名前.com やムームードメインなどのドメイン取得サービスの管理画面から行うことができます。ショップオープンのために必要なDNS 設定は、ドメインとサブストアB2BのIP アドレスを紐づける「A レコード設定」、ショップ様のメールアドレスとサブストアB2Bを紐づける「SPF レコード設定」の2種類です。

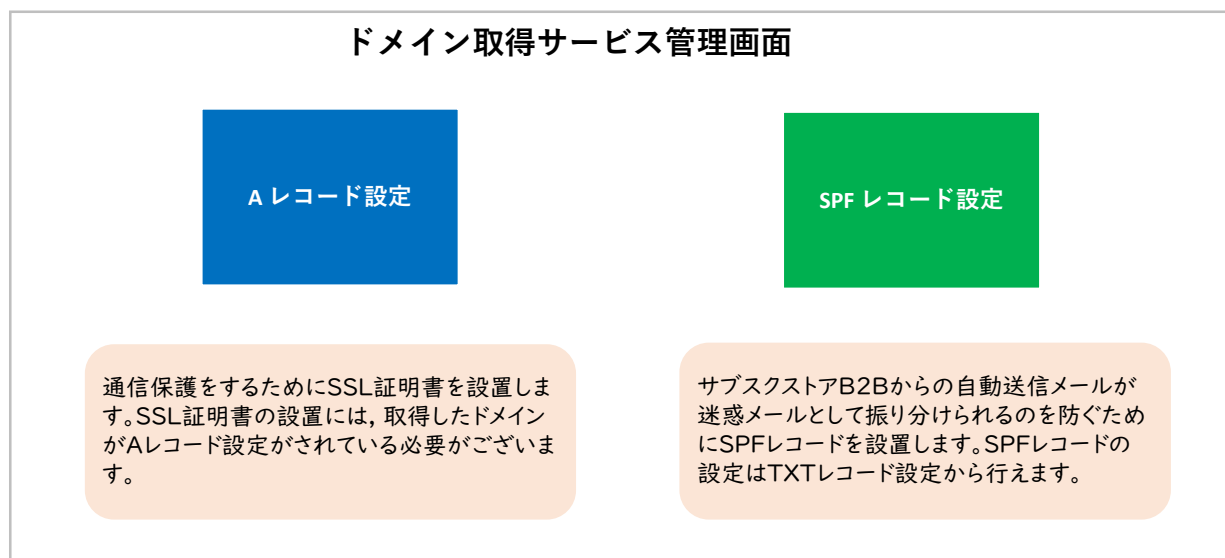


図 1-1-1 ドメインの概念図

## STEP 1 Aレコード設定をする

通信保護を目的としたSSL証明書の設置には、取得したドメインがAレコード設定がされている必要がございます。Aレコード設定は取得ドメインと管理画面のURLに記載されている11桁のIPアドレスの紐づけを行います。



図 1-1-2 IPアドレスの確認

### Point

DNS 設定のA レコード設定にて、取得したドメインのA レコード部分にサブストアB2BのIP アドレスを入力します。設定でご不明な点がございましたら、ドメイン取得サービス会社へお問い合わせください。

## STEP 2 SPFレコード設定をする

サブストアB2Bからのメールが迷惑メールとして振り分けられるのを防ぐためにSPFレコードを設置します。SPFレコード設定は、サブストアB2Bの送信メールとショップ様がお使いのメールアドレスを紐づけるために行います。

【SPFレコード】 `v=spf1 ip4:111.111.111.111 ip1:1111:1111:111:1e:111:111:111:111 ~all`

サブストアB2Bのアカウント案内時にSPFレコードをお送りしています。  
「※重要※【サブストアB2B】アカウント開設のお知らせ」のメールをご確認ください。

【メールアドレス】 `subsc-b2b@temona.co.jp`

### Point

DNS設定のTXTレコード設定にて、SPFレコードの設定ができます。  
SPFレコードを設定する際は、取得したメールアドレスのTXTレコード部分にテモナよりお送りしたSPFレコードを入力します。  
設定でご不明な点がございましたら、[ドメイン取得サービス会社](#)へお問い合わせください。

### ※重要

DNS設定完了のご連絡を受け次第、弊社でSSL証明書を設置いたします。最大10日以上SSL証明書の設置にかかる可能性がございます。設置後、お早めにご連絡ください。



## 管理者設定と権限設定

～管理者ごとに操作権限を分ける～

操作画面

【設定】 < 【管理者設定】

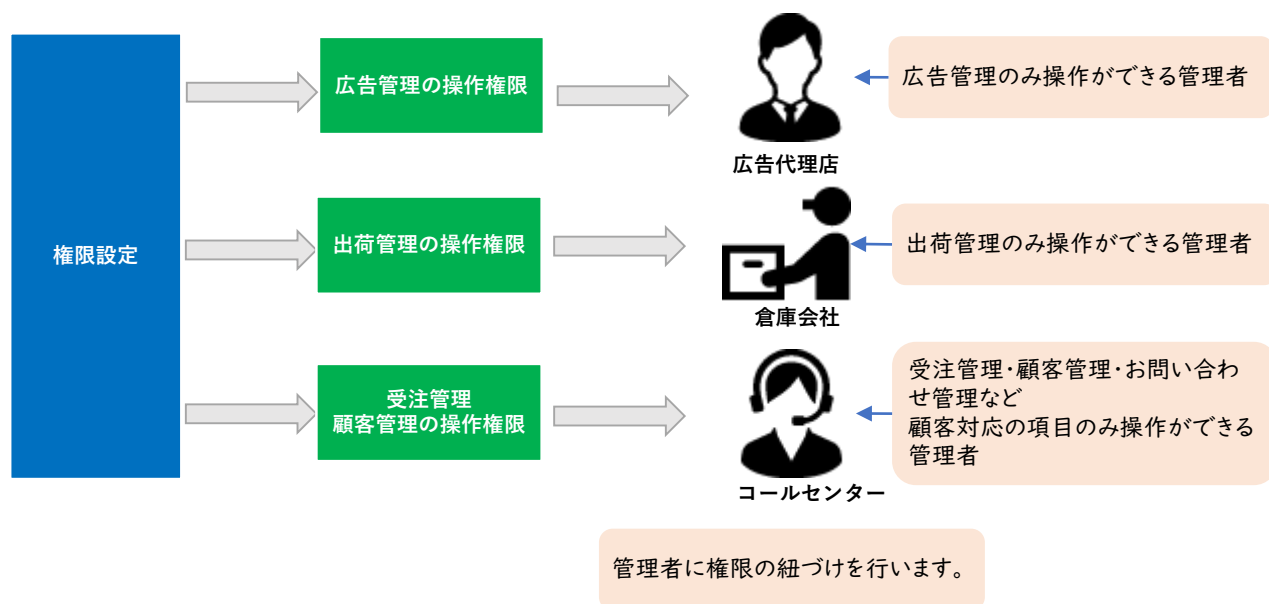
【設定】 < 【権限設定】



# 管理者ごと操作権限設定が可能

サブストアB2Bでは、管理者設定より操作権限の設定が可能です。

権限の設定は、業務ごとに担当者を分ける場合や広告代理店やコールセンター、倉庫会社などに外部委託する場合にご利用をお勧めします。更に広告代理店に関しては、会社ごとに出稿している広告の設定変更、効果分析をすることが可能です。管理者の設定をする前に、権限設定にて操作権限を設定します。その後、各管理者に紐づけを行います。



## STEP1 操作権限を設定する

管理画面左メニューバーの【設定】<【権限設定】より行います。

管理者設定をする前に操作権限を設定する必要があります。

① 「新規登録」をクリックします。

操作権限名	最新日時	登録日時	操作
Admin	2018-03-15 19:52:28 +0900	2018-03-15 19:52:28 +0900	編集
AdAgent	2018-03-15 19:52:29 +0900	2018-03-15 19:52:29 +0900	編集
コールセンター	2018-04-26 16:50:37 +0900	2018-04-26 16:50:37 +0900	編集
代務代理店	2018-03-02 10:22:03 +0900	2018-03-02 10:22:03 +0900	編集

図 1-1-1 操作権限登録画面

### Point

デフォルトで管理画面がすべて操作できる「Admin」と広告代理店用の「AdAgent」が登録されています。コールセンターや倉庫会社用の権限は必要に応じて、ご登録ください。

- ② 管理用の権限の名前を設定します。
  - ③ 操作のできる範囲を設定します。
  - ④ 操作できる機能を設定します。
  - ⑤ 「保存」をクリックしますと、権限が登録されます。
- Point**  
 担当者に管理画面のURLを共有する場合は、操作画面のURLをお送りください。  
 例: 注文一覧を操作できる権限の場合  
 【<https://ドメイン/admin/orders>】

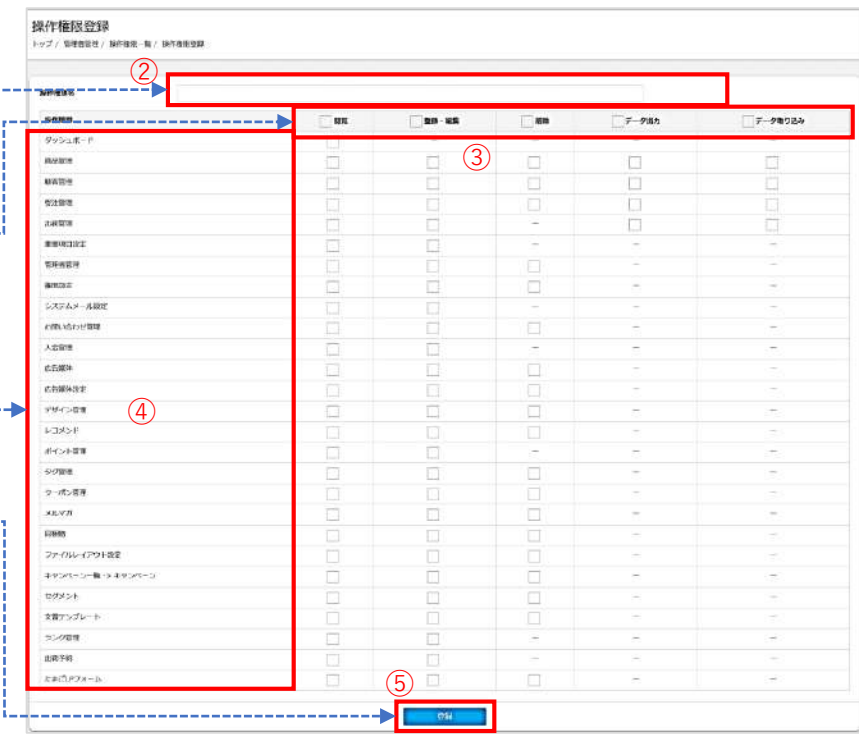


図 1-1-2 操作権限登録画面

## STEP 2 管理者と権限を紐づける

管理画面左メニューバー【設定】<【管理者設定】より行います。操作権限を設定後、管理者に紐づける必要があります。紐づけられた管理者は、操作権限でしか操作を行うことができません。

- ① 「管理者登録」をクリックします。

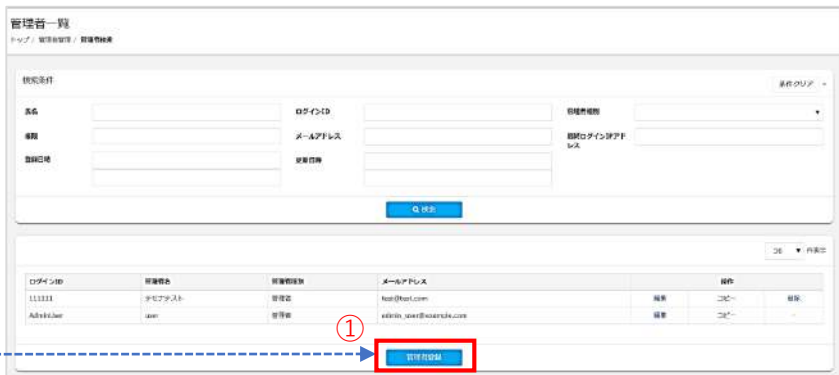


図 1-2-1 管理者一覧

**Point**  
 初期状態から管理画面がすべて操作できる「AdminUser」の管理者が登録されています。

② 管理用の氏名を入力します。  
こちらに入力した名称が、変更履歴などの「変更者」に表示され、誰が操作を行ったのか確認できます。

③ 管理者権限を設定します。  
作成した権限を付与する場合は、「管理者」を選択します。

④ 管理画面右上のベルマークの内容を確認可能か設定できます。

⑤ 広告代理店を選択した場合は、あらかじめ設定された「AdAgent」の権限が付与されます。広告媒体を登録する際、「広告代理店」に表示されます。  
※広告媒体登録につきましては47ページをご確認ください。

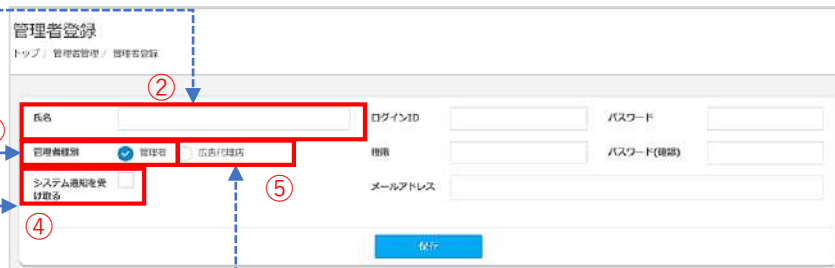


図 1-2-2 管理者登録画面

⑥ サブストアB2Bの管理画面のログイン情報を入力します。

⑦ 図 1-1-2 で設定した操作権限を選択します。

⑧ 一度登録したメールアドレスは登録できません。

⑨ 「保存」をクリックすると、管理者設定完了です。

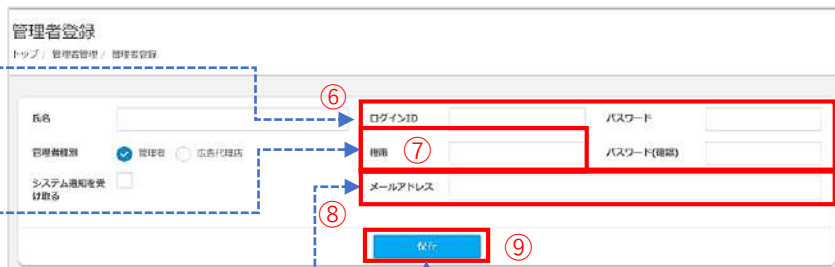


図 1-2-3 管理者登録画面

**Point**  
操作権限がない場合、図 1-2-4 が表示され、操作ができなくなります。  
権限は登録後も変更可能です。



図 1-2-4 アクセス制限画面



## 重要項目設定

～ショップの基本情報を登録する～

操作画面

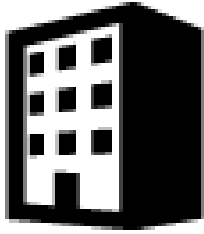
【設定】 < 【重要項目設定】

# 重要項目設定とは

ショップ運営に関する重要な設定をする項目です。

ショップ運営には、会社情報や、受注周りの運用設定、支払い方法・配送方法の設定が不可欠です。

重要項目設定では、ショップ運営に関する基本情報を設定します。



基本設定



運用設定



支払い・配送方法

## STEP 1 基本設定をする

管理画面左メニューバーの【設定】<【重要項目設定】<【基本設定】より行います。

基本設定は会社情報や注文情報の入力フォームなどショップ運営に関する基本的な設定を行います。

The screenshot shows the 'Basic Settings' page with the following configuration details and callouts:

- ショップ情報**
  - ショップ名: サブスクストアB2Bテストショップ
  - 12~24文字以内を推奨、最大90文字まで
  - 自動送信メールの「ショップ名」タグに差し込まれます。
- 開店状態**
  - 開店  閉店
  - 「開店」の場合、Webからの購入画面を確認が確認できます。
  - 「閉店」の場合、Web上に公開されている状態となりますので、ご注意ください。
- ドメイン**
  - オンラインショップドメイン: [Redacted] .com (Callout 1)
  - 本サービスドメイン: [Redacted] .com (Callout 2)
  - 1 オンラインショップのトップページのドメインを入力します。
  - ※ https://は入力しません。Webからの購入画面のリンク先になります。
  - 2 システムの管理画面とAレコード設定したドメインを入力します。
  - ※ https://は入力しません。Webからの購入画面を確認する際、必要となります。
- メールアドレス**
  - 送信者名: サブスクストアB2B担当者
  - 1 システムメール（自動送信メール）の送信者の表示名となります。
  - 送信元メールアドレス: [Redacted]@temona.co.jp (Callout 3)
  - お問い合わせ先メールアドレス: [Redacted]@temona.co.jp
  - 返信先メールアドレス: [Redacted]@temona.co.jp
  - 自動送信メールBCC: [Redacted]@temona.co.jp (Callout 4)
- 消費税の算出単位**
  - 1個ごと  明細ごと  伝票ごと (Callout 5)
  - (新規顧客登録時の初期値)
- 端数処理**
  - 四捨五入  切り上げ  切り下げ (Callout 6)
  - (消費税・掛け率)

Callout 1: ショップトップのドメインを入力します。  
※ http://は入力しません。

Callout 2: 管理画面とAレコード設定したドメインを入力します。  
※ http://は入力しません。

Callout 3: 自動送信メールに反映される情報を入力します。

Callout 4: 自動送信メール(システムメール)をBccで受信するメールアドレスを設定します。

Callout 5: 顧客登録時の消費税の算出単位を指定します。  
※顧客一覧にも、消費税の算出単位がございます。顧客一覧で入力した算出単位が優先されます。

Callout 6: 消費税の端数処理を設定できます。  
ショップ様の環境すべての端数処理(掛け率を含む)に適応されます。

図1-1-1 基本設定画面

⑦ 注文情報入力画面、検索項目の表示項目を設定できます。フォーム表示項目の設定と顧客情報入力の際に表示される画面を下記します。

※メルマガを送信するためには、顧客の許可が必要です。メルマガの送信をご検討の場合は、ONにします。

⑧ 質問項目を自由に作成することが可能です。回答方法は、テキストフィールド、テキストボックス、プルダウン、ラジオボタン、チェックボックスから選択できます。こちらの回答は顧客情報に紐づき、取引審査項目の追加やアンケートとして使うことができます。

※注文情報には紐づきませんのでご注意ください。



図1-1-2 基本設定画面

## フォーム表示項目と設定後の反映画面

図1-1-3はフォーム表示項目の設定画面です。

図1-1-4はWebからの注文登録時に表示される項目です。

### 重要項目設定 基本設定



図1-1-3 基本設定画面

### お客様情報入力画面



図1-1-4 Webページの画面

⑨ 請求書や納品書などに記載される情報を入力します。

⑩ 配送元の住所情報を入力します。配送元情報と顧客の住所情報を基に出荷から配達までの期間が自動計算されます。

⑪ 「設定を保存」をクリックします。

図1-1-5 基本設定画面

## お買い上げ明細書

**Point**  
帳票出力の情報は【出荷一覧】から出力できる納品書および出荷CSVデータに反映されます。

2019.01.31

### お買い上げ明細書(納品書)

〒1500002  
東京都渋谷区渋谷 テモナビル

テモナ 太郎 様

注文番号: ON-190128100354-8ed-000007  
獲得ポイント: 0ポイント(0円相当)  
ポイント残高: 199ポイント(199円相当)

お買い上げ頂きまして誠にありがとうございます。  
下記の通りご請求申し上げます。

お支払い方法: 代引き

**ご購入金額: 5,568円**

商品コード	商品名	数量	単位	単価	金額
0001	キャンティ ビンテージ: 2011	1	本	4,968	4,968
	代引き手数料			250	250
	送料			350	350

同梱物コード	同梱物名	数量	単位
legami04	手紙	1	
shokai	初回限定プレゼント	1	

図1-1-6 基本設定画面

## STEP 2 運用設定をする

管理画面左メニューバーの【設定】 < 【重要項目設定】 < 【運用設定】 より行います。受注と出荷周りの運用の設定を行います。運用設定では、ショップ様の休業日の設定や、注文から出荷までにかかる時間を設定することにより、顧客が選択できる最短のお届け希望日などを調整できます。

① 「運用設定」のタブをクリックします。

② ショップ様の休業日設定が可能です。休業日に出荷予定日が来ることはありません。本来の出荷日が休業日にあたる場合は、出荷予定日が前後に変更されます。お届け希望日の計算方法については、次のページをご確認ください。

③ 顧客の注文が確定する前に、承認制（取引審査）を用いるか設定できます。利用する場合は、ショップ様が承認をするまで、顧客は注文することができません。

④ 定期注文が自動生成されるタイミングを設定可能です。定期注文マスターに登録されている「次回出荷予定日の○日前」に定期注文を自動生成します。休日設定は影響しません。

⑤ 最短の出荷予定日が設定可能です。注文日から○営業日後に最短の出荷予定日が来るように設定できます。次ページにて出荷予定日の計算方法を記載します。

⑥ 注文時に同梱を許可する場合は「利用する」を選択します。「利用する」にした場合、商品ごとに同梱許可の設定が可能です。

⑦ 設定した金額以上の注文があった場合、自動で出荷停止処理をします。いたずら注文防止に利用できます。  
※出荷停止になった場合、管理画面右上のベルマークに通知され、対象の注文は【出荷一覧】に表示されなくなります。

図1-2-1 運用設定画面

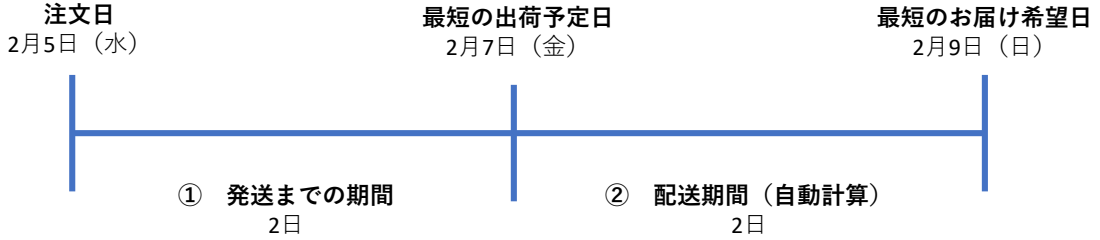
⑧ 設定を保存をクリックします。



## 番外編 お届け希望日の計算方法

お届け希望日は、基本設定の「**配送元情報**」、運用設定の「**休業日設定**」、「**発送までの期間**」を基に自動計算されます。自動計算の方法につきましては下記をご確認ください。

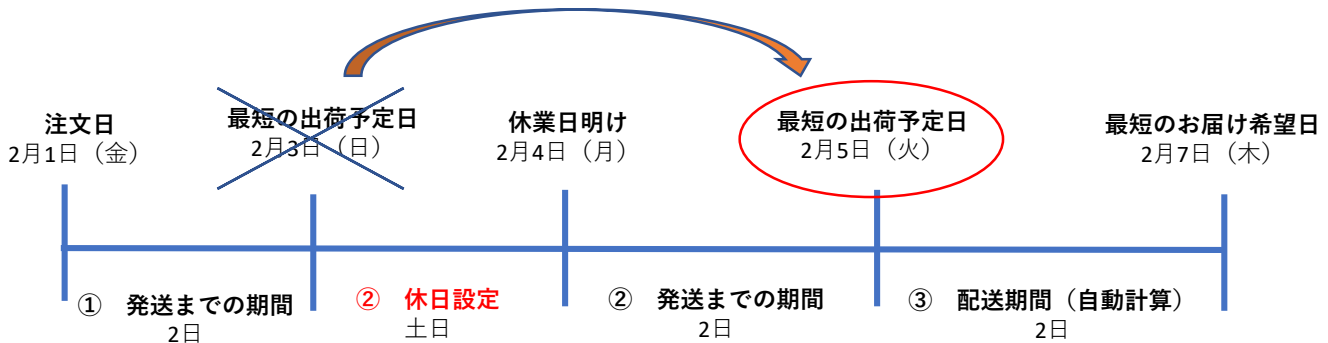
### 最短お届けの場合



① 注文日が起点となり、「発送までの期間」を経過した日が最短の出荷予定日となります。注文日は発送までの期間に含まれません。

② 配送期間は配送元情報と顧客の住所を基に自動計算されます。

### 休業日を挟む最短お届けの場合

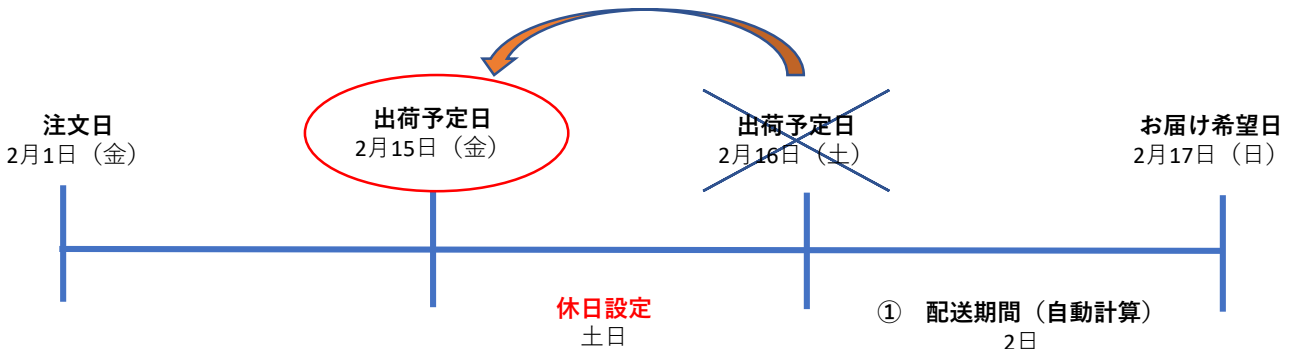


① 注文日が起点となり、「発送までの期間」を経過した日が最短の出荷予定日となります。注文日は発送までの期間に含まれません。

② 休日設定で土日を指定しているため、出荷予定日は休業日明けから2営業日目の2月6日となります。

③ 配送期間は配送元情報と顧客の住所を基に自動計算されます。

### 休業日を挟むお届けの場合 (最短ではない)



② 休日設定で土日を指定しているため、出荷予定日は休日直前の営業日の2月15日となります。

① 顧客が指定したお届け希望日を基に出荷予定日を計算します。

## STEP 3 支払いを設定する

管理画面左メニューバーの【設定】<【重要項目設定】<【支払い・配送方法】より行います。

「表示しない」以外を選択した場合に、商品登録画面に選択肢として表示されます。表示しない以外を選択するために、支払い方法によってコードの入力が必要となりますが、審査が通る前は半角英数字で仮の値を入力します。顧客ごとに支払い方法の表示/非表示の設定が可能です。

### ・クレジットカード（GMO）

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。

① 支払い・配送方法のタブをクリックします。

② クレジットカードの審査通過のご連絡をGMO様からいただき次第、テモナで2営業日以内に設置します。  
審査通過前に商品の支払い方法の設定をする際は、半角英数字で適当な値を入力し、「表示しない」以外を選択します。

③ クレジットカード情報の非保持化に伴い、管理画面から直接クレジットカード番号を入力することは禁止されております。入力にはクレジットカード情報入力専用端末（テンキーパッド）のご利用が必須です。テンキーパッドの利用には別途ご契約が必要となりますので、たまごリポートNext ヘルプセンター「テンキーの設定と利用方法について」よりご確認、お申し込みください。

④ Webからの注文で支払い方法を選択した際に、こちらに入力した説明文が表示されます。ショップ様のご契約カード会社に合わせてご記載ください。

⑤ 入力内容は、自動送信メール（システムメール）の「選択支払い方法別テキスト」の@@タグ設置個所に表示されます。

図1-3-1 GMOの設定画面

## ・NP 掛け払い

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。

⑥ NP 掛け払いの審査通過のご連絡を NP 様からいただき次第、テモナで2営業日以内に設置します。  
審査通過前に商品の支払い方法の設定をする際は、半角英数字で適当な値をご入力し、「表示しない」以外をご選択します。

⑦ 税込み価格で入力します。

⑨ 与信がNG の場合自動で代引きに変更されます。代引きに切り替わった際、自動送信メール(システムメール)が送信されます。

⑩ NP 様との契約内容に応じて、「郵送」か「メール」を選択します。

⑪ NP 掛け払いの審査の際に、NP 様から購入画面への支払い方法の説明文の設置依頼がございます。  
説明文はこちらにご入力ください。

⑫ 入力内容は、自動送信メール(システムメール)の「選択支払い方法別テキスト」の @@ タグ設置個所に表示されます。その他の支払い方法の場合も同様です。

図1-3-2 NP掛け払いの設定画面

## ・代引き

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。

⑬ 代引き手数料は、配送方法から設定します。

⑭ Webからの注文で支払い方法を選択した際に、こちらに入力した説明文が表示されます。ショップ様の運用に合わせて自由にご記載ください。

⑮ 入力内容は、自動送信メール(システムメール)の「選択支払い方法別テキスト」の @@ タグ設置個所に表示されます。掛け払いの場合も同様です。

図1-3-3 代引きの設定画面

## ・請求書払い

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。

⑯ Webからの注文で支払い方法を選択した際に、こちらに入力した説明文が表示されます。ショップ様の運用に合わせた説明文をご入力ください。

⑰ 入力内容は、自動送信メール(システムメール)の「選択支払い方法別テキスト」の@@タグ設置個所に表示されます。掛け払いの場合も同様です。

図1-3-4 請求書払いの設定画面

### Point

請求書の締め日などは、顧客ごとに設定します。

## ・銀行振込み

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。

⑱ 税込み価格で入力します。

⑲ Webからの注文で支払い方法を選択した際に、こちらに入力した説明文が表示されます。ショップ様の運用に合わせて自由にご記載ください。

⑳ 入力内容は、自動送信メール(システムメール)の「選択支払い方法別テキスト」の@@タグ設置個所に表示されます。その他の支払い方法の場合も同様です。

図1-3-5 銀行振込みの設定画面

### Point

銀行振込みの場合、決済状況が「入金済み」の注文のみが出荷対象として表示されます。

## STEP 4 配送方法を設定する

「表示しない」以外を選択した場合に、商品登録画面に選択肢として表示されます。配送方法は利用優先度に従って自動で選択されます。どの配送会社も設定方法に差異はありません。

① 送料の無料基準を設定することが可能です。税込み価格で入力します。クーポンによる値引き前の税込み金額(掛け率適用後)を基準に送料が無料になります。

② 「地域ごと+商品ごと」を選択した場合、商品の登録画面より、送料を設定することが可能です。

The screenshot shows the '配送方法' (Shipping Method) settings. At the top, there's a field for '送料 無料基準金額' (Shipping Free Threshold Amount) set to '5100.0 円以上'. Below it, there are radio buttons for '送料設定' (Shipping Settings): '地域ごと+サイズごと' (Selected), '地域ごと', and '商品ごと'. A table below lists shipping rates for various regions like 北海道, 北東北, etc. At the bottom, there are checkboxes for each shipping method: 佐川急便, ヤマト運輸, 日本郵便, and others, with options to show or hide them from the end user.

図1-4-1 配送方法の基本設定画面

### ・佐川急便/ヤマト運輸/日本郵便

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。

③ 利用する配送方法を設定します。商品の温度帯に対応した配送方法をご選択ください。

④ 出荷 CSV データの出力項目を選択することができます。あらかじめファイルレイアウト設定より、書き出しレイアウトを設定します。25ページで詳細を記載いたします。

⑤ 配送状況のお問い合わせページのURLを設定します。こちらに設定したURLが出荷完了メールの「配達状況URL」@@タグに反映されます。

⑥ 代引き手数料【X円以上:Y円】  
X円以上購入の場合、Y円の代引き手数料といたように設定します。  
税込み価格で入力します。

⑦ 顧客が選択できるお届け時間帯を指定します。お届け時間帯を削除しますと、対象の時間帯を選択した注文の詳細画面が確認できなくなりますので、ご注意ください。

The screenshot shows the 'ヤマト運輸' (Yamato Transport) settings. It includes checkboxes for '宅急便' (Selected), 'クール宅急便', and 'クール宅急便(冷蔵)'. There's a dropdown for '商品温度帯' (Temperature Zone) set to 'yamatocsv\_02: ヤマト転用レイアウト'. A URL field is set to 'http://tai.kurenekiyamato.co.jp/cgi-bin/taile'. Below that, there are input fields for shipping fees: '1.0 円以上: 250.0 円', '5000.0 円以上: 540.0 円', and '10000.0 円以上: 300.0 円'. There are also sections for '配達希望時間帯' (Delivery Time Slots) with various time ranges and codes. At the bottom, there's a '送料サービス' (Shipping Service) section with a '代引き' (Collect on Delivery) checkbox checked and a fee of '500.0 円'.

図1-4-2 配送方法の設定画面

⑧ 投函サービスの配送方法は、代引き、お届け希望日の指定はできません。

## ・その他の配送方法

設定後、「表示しない」以外を選択します。

⑨ 入力した名称が配送方法として表示されま  
す。

⑩ 出力するファイルレイアウトを設定します。

お届け日を指定可能な配送方法の場合、  
チェックを入れます。  
その他配送方法の場合、出荷予定日から実  
際に届くまでの期間を自動計算することがで  
きないため、地域ごとに配達日数を設定しま  
す。  
チェックを入れなかった場合は、注文時にお  
届け希望日を選択することができず、【最短  
お届け】と表示されます。

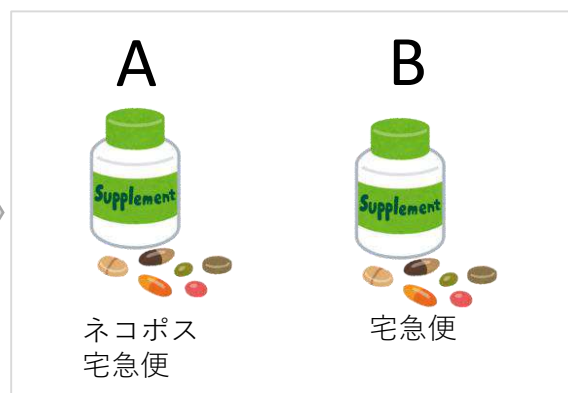
図1-4-3 その他配送方法の設定画面

## STEP 5 配送方法の利用優先度

配送方法は利用優先度にしたがって注文時に自動選択されます。優先順位が高い順に配送方法が選ばれ、商品の同梱をする際は共通の配送方法が選択されます。

配送方法の利用優先度 変更

1. ネコポス
2. 宅急便
3. ゆうメール
4. ゆうパック
5. テスト
6. お届け日指定なし配送
7. おせち



**【支払い・配送方法】**  
画面最下部の「配送方法の利用優先度」です。  
図 1-5-1 を設定した場合、図 1-5-2 のように  
配送方法が自動選択されます。

図1-5-1 支払い方法の表示順

**【注文した商品がA だけの場合】**  
・配送方法はネコポスとなります。  
優先度に従って、ネコポスが選択されます。

**【注文した商品がA, B で同梱する場合】**  
・配送方法は宅急便となります。  
共通の配送方法が選択されて、宅急便になる。

図1-5-2 支払い方法の表示順

## STEP6 支払い方法の表示順

支払い方法の表示順を指定できます。数字が小さい順に表示がされます。

### 支払い方法の表示順の設定画面

支払い方法の表示順 変更

1. NP後払い
2. 代引き
3. 銀行振込み

図1-6-1 支払い方法の表示順

### Webからの注文画面

**必須** お支払い方法

後払い

---

代引き

---

銀行振込み

図1-6-2 支払い方法の選択画面

## STEP 7 支払い・配送方法を設定する

商品に紐づけるための支払い・配送方法を設定します。こちらで「表示しない」以外を選択した場合に、商品登録の「決済・配送方法設定」に選択肢として表示がされます。また、「エンドユーザーに表示しない」を選択した場合、管理画面からの注文登録・編集時のみ利用できる支払い方法となります。

⑱ 「表示しない」以外を選択した場合、商品登録の際に、紐づけを行うことができます。商品登録前に必ず重要項目設定をご設定ください。

### Point

【エンドユーザーに表示する】

Web注文と管理画面から選択可能です。

【エンドユーザーに表示しない】

管理画面からのみ選択可能です。

【表示しない】

利用ができない支払い・配送方法です。

図1-7-1 支払い・配送方法画面





ファイルレイアウト設定  
～倉庫会社のシステムと連携する～

操作画面

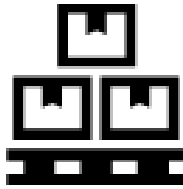
【設定】 < 【ファイルレイアウト設定】

# 倉庫会社と連携をする

管理画面左のメニューバーの【設定】 < 【ファイルレイアウト設定】 < 【レイアウト一覧】より設定できます。出荷作業を外部委託をする際に、出荷 CSV データを用いて連携する場合がございます。倉庫会社によって、連携に必要な項目が異なりますファイルレイアウト設定では、連携用の出荷ファイルレイアウトを設定し、出荷作業時に必要な項目を出力可能となります。



出荷のCSVデータを出力する



倉庫会社の管理システムに取り込む



連携システムの情報を基にピッキング作業をする。

### 【書き出しレイアウト登録】

サブストアB2Bから出力する際のCSVファイルの項目の設定ができます。

### 【取り込みレイアウト登録】

倉庫の外部システムなどから出力したデータをサブストアB2Bに取り込む際の設定ができます。取り込みに必要な「顧客管理番号」、「出荷日」、「伝票番号」の列番号を指定します。

レイアウト名	レイアウトコード	データ内容	ファイル種類	登録日	編集	削除
		出荷	取り込み	2018.11.27	編集	削除
		出荷	書き出し	2018.06.22	編集	削除
		出荷	書き出し	2018.05.11	編集	削除
		出荷	書き出し	2018.06.11	編集	削除
		出荷	書き出し	2018.05.11	編集	削除
		出荷	書き出し	2018.06.07	編集	削除
		出荷	取り込み	2018.05.06	編集	削除
		出荷	書き出し	2018.05.02	編集	削除

図1-1-1 ファイルレイアウト一覧

## STEP 1 書き出しレイアウト設定

書き出しレイアウトは、サブストアB2Bから出力する出荷 CSV データの項目を設定することができます。倉庫システムとの連携に必要な項目を指定します。連携に必要な項目は、倉庫会社にご確認ください。

CSVデータの1行目を「N P 加盟店ID」などの項目行にするか、項目行を設けずにデータのみ出力するか選択できます。

項目の追加ができます。

ドラッグ&ドロップにより、並び替えが可能です。

レイアウトコード	レイアウト名	項目名	項目番号	初期設定にリセット
soukorenkei export	倉庫連携 書き出しレイアウト			
		項目行		
		データ行		
		追加		
		列を追加		
		項目番号		
		1	NP加盟店ID	削除
		2	NP取引ID	削除
		3	GMS : 取引ID	削除
		4	GMS : オーダーID	削除
		5	GMS : 郵便バスコード	削除
		6	ZBUS : オーダーNo	削除
		7	ZBUS : コーネーID	削除
		8	ZBUS : 決済時取引コード	削除
		9	消費税合計	削除
		10	定額印刷	削除

図1-1-2 書き出しレイアウト登録画面

④ 項目名を検索し、選択します。  
「登録」をクリックすることで、項目が書き出し  
レイアウトに追加されます。



図1-1-3 書き出しレイアウト登録画面

⑤ 設定完了後、「保存」をクリックします。



図1-1-4 書き出しレイアウト登録画面

⑥ 最後に管理画面左メニューバーの【設  
定】<【重要項目設定】<【支払い・配送方  
法】より、出荷ファイルレイアウトに設定します。  
対象の配送会社を選択された際、設定した  
書き出しレイアウトの項目で出荷 CSV データ  
が出力されます。



図1-1-5 書き出しレイアウト登録画面



## 商品管理 ～商品を登録する～

### 操作画面

【商品管理】 < 【単品商品】

【商品管理】 < 【セット商品】

【商品管理】 < 【定期コース】

# 商品登録の流れ

定期コースやセット商品などすべての商品は単品商品を基に作成されます。まず、単品商品を登録し、単品商品を定期コースやセット商品に紐づけることによって、商品が登録されます。

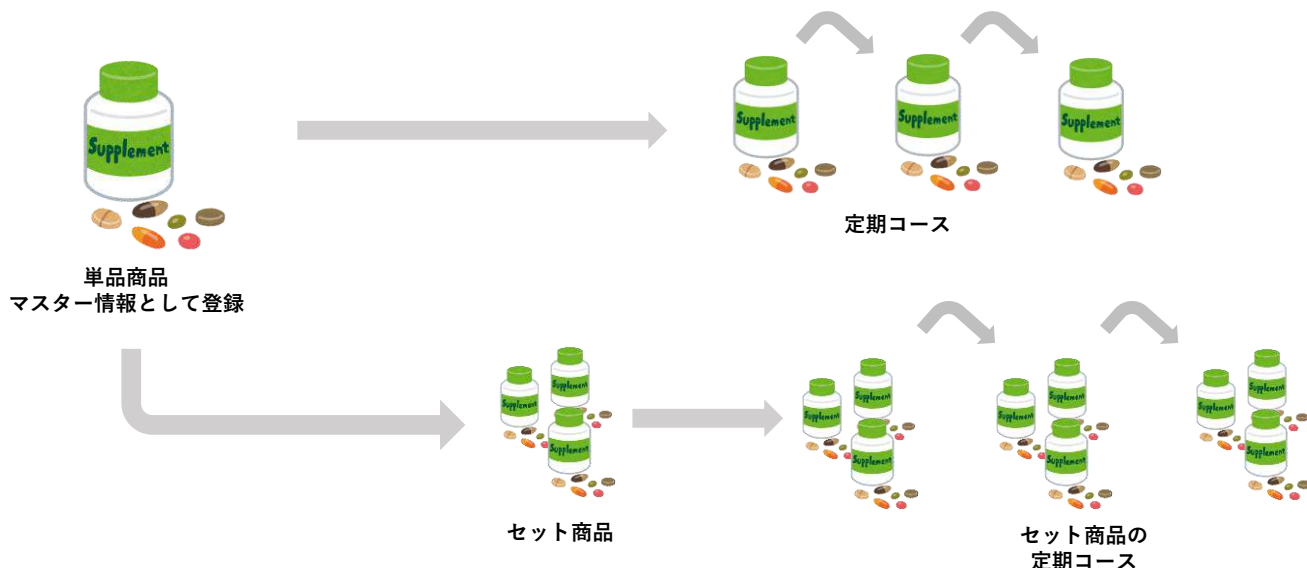


図 1-1-1 商品登録の流れ

## バリエーションとは

1つの商品の中に複数種類が存在する場合、バリエーションを設定することで管理することが可能です。各バリエーションによって区分された最小の商品単位をSKUといいます。

図 1-1-2 の場合、「Tシャツ 黒 Sサイズ」がSKUとなります。セット商品や定期コースを作成する際はSKU単位で紐づけを行います。

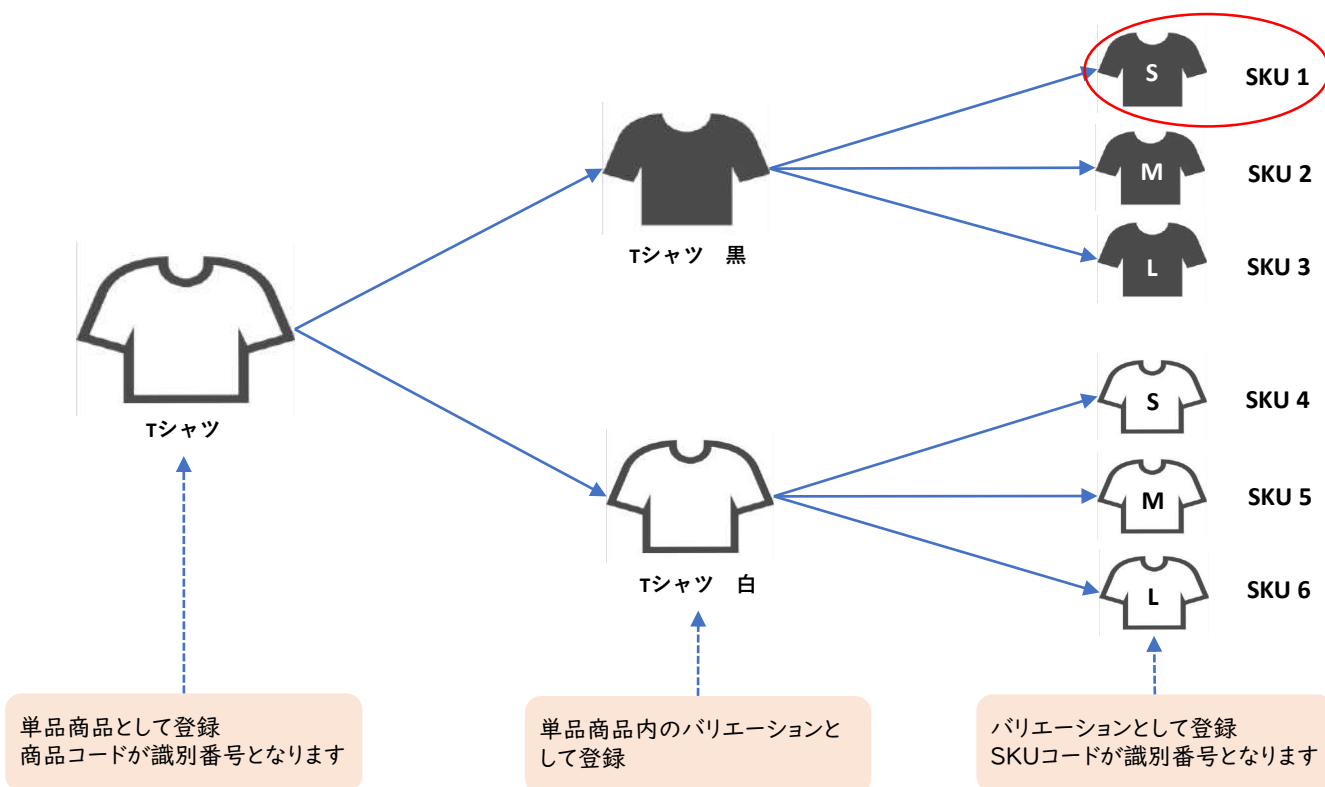


図 1-1-2 バリエーションの概念図

# STEP 1 単品商品の登録ポイント（商品情報）

単品商品は、定期コースなどその他の商品を登録するために必要なものです。  
 こちらのページでは商品情報を登録する際の注意点をご案内します。  
 次のページで価格詳細のご案内をします。

The screenshot shows a product registration form for 'flour001' (デモナ製粉 (小麦粉) [10000g]). The form includes fields for product name, code, price (1500.0), unit (袋), and shipping options. Callouts provide instructions on how to enter prices, handle images, set purchase limits, and save the information.

**Callout 1 (Top Left):** こちらで購入時の価格の設定をします。価格詳細を設定しなかった場合、0 円の商品となります。詳細は次のページをご確認ください。

**Callout 2 (Top Right):** 半角数字で税込価格を入力します

**Callout 3 (Middle Left):** 半角英数字で入力します。

**Callout 4 (Middle Left):** ドラッグ&ドロップで画像の並び替えが可能です。

**Callout 5 (Middle Right):** 決済・配送方法を選択します。決済・配送方法を選択するためには事前に【設定】<【重要項目設定】にて、設定する必要があります。

**Callout 6 (Bottom Left):** 初回購入限定商品を作ることが可能です。

**Callout 7 (Bottom Left):** 1 顧客あたりに購入制限を設けることが可能です。半角数字で入力します。

**Callout 8 (Bottom Left):** 1 注文あたりの購入制限をかけることが可能です。半角数字で入力します。

**Callout 9 (Bottom Right):** バリエーションを設定します。

**Callout 10 (Bottom Right):** 商品情報、価格詳細を設定後、「保存」します。

図1-1-3 商品情報画面の注意点

## STEP 2 単品商品の登録ポイント（価格詳細）

価格詳細では商品の販売価格を設定します。販売価格を設定しなかった場合、カートに商品を入れても金額が0円になります。価格詳細について登録する際の注意点をご案内します。

価格詳細を設定後、再び商品情報に戻り保存します。

半角数字で税抜価格を入力します。

全てのバリエーションに設定金額をコピーする場合、クリックします。

まとめ買いの際の割引を設定できます。商品1つ当たりの金額を入力します。「個数を追加」をクリックすることで項目を追加できます

バリエーションがある場合、それぞれに金額を設定します。

価格詳細を入力後、保存をクリックします。再び商品情報に戻ることにより商品情報が確定されます。

図1-1-3 商品情報画面の注意点

### Point

例の商品を登録完了した際の商品詳細画面です。登録商品を確認する際は、サブストアB2B管理画面の「IPアドレス」のみ、「カートメイン」のみ、「IPアドレスまたはカートメイン/merchandises」で検索しますと商品一覧にアクセスできます。

図1-1-4 商品詳細画面

# セット商品とは

セット商品は、複数の単品商品を紐づけて登録します。管理画面左メニューバーの【商品管理】<【セット商品】から登録できます。セット商品には、あらかじめ商品が決まっている「固定セット」、顧客が複数選択肢の中から決まった数を選択できる「よりどりセット」、顧客が複数の商品グループの中から商品を選択できる「組み合わせセット」の3種類ございます。セット商品に紐付ける商品はSKU単位です。ロットで販売をする場合は、固定セット商品をつくることで可能です。

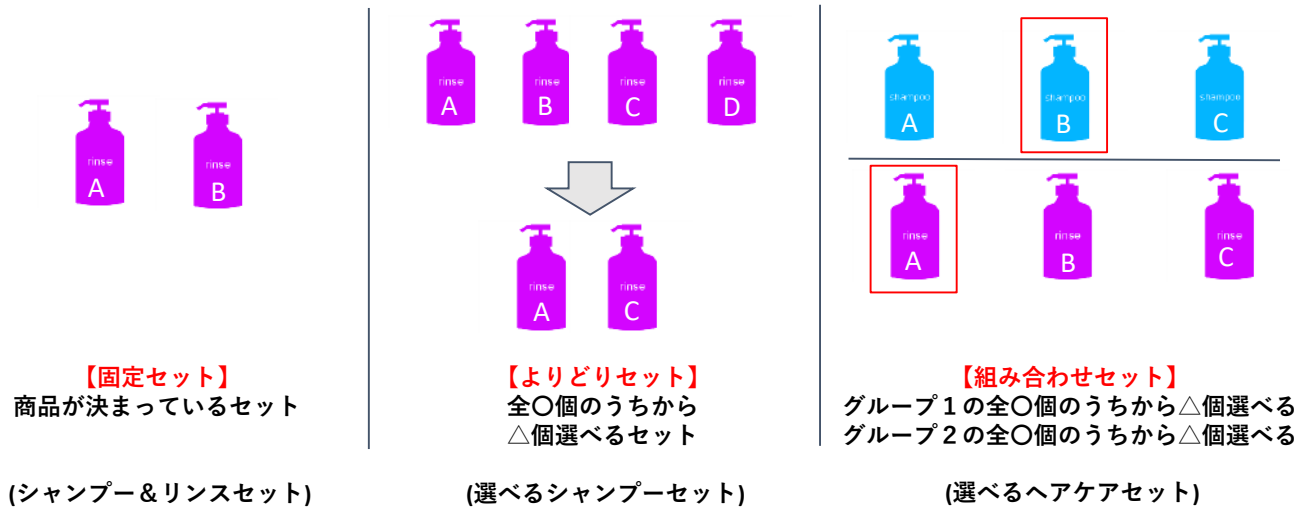


図1-2-1 セット商品の種類

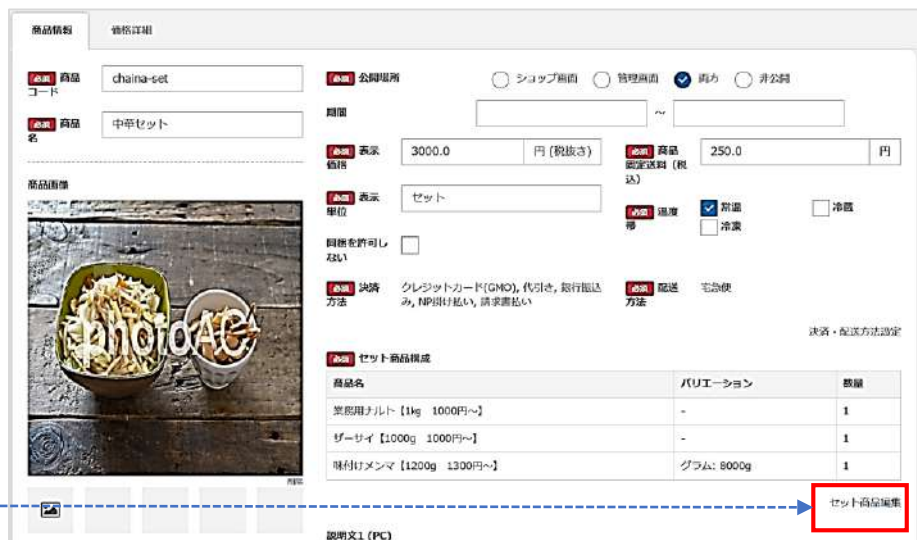


図1-2-2 セット商品の登録



## STEP 3 固定セットの登録ポイント

セット商品登録画面の「セット商品編集」より登録できます。固定セットは決められた組み合わせの商品を販売する際に使用します。顧客が選択できないセットとなりますので、ロット販売をする際や、複数商品のセット売りをする際にご利用ください。

※商品情報の入力方法につきましては、30ページをご確認ください。

セット商品編集より、セット商品の構成が可能です。



図1-3-1 固定セットの商品詳細画面

セット商品編集

セット商品構成

販売種別

- 固定
- よりどり
- 組み合わせ

商品名	バリエーション	数量	
キャンティ	ピンテージ: 2011	2	削除
モンテプルチアーノダブルツォ	ピンテージ: 2011	1	削除
パローロ	ピンテージ: 2001	1	削除

保存

商品検索

商品コード

商品名

商品カテゴリ

商品タグ

検索

30 件表示

商品名	バリエーション	セット追加
パレパレスコ	-	+
パローロ	-	
モンテプルチアーノダブルツォ	-	
モンテプルチアーノダブルツォ	ピンテージ: 2013	+
モンテプルチアーノダブルツォ	ピンテージ: 2012	+
モンテプルチアーノダブルツォ	ピンテージ: 2011	+
キャンティ	-	
キャンティ	ピンテージ: 2014	
キャンティ	ピンテージ: 2012	
キャンティ	ピンテージ: 2011	

バリエーションがある場合、フォルダマークが表示されます。クリックすると、展開され各バリエーションが表示されます。

固定セットに商品を追加できます。同じ商品の複数セットの場合、2回クリックします。

図1-3-2 固定セット商品編集

## STEP 4 よりどりセットの登録ポイント

セット商品登録画面の「セット商品編集」より登録できます。よりどりセットは複数商品の中から顧客自身が自由に選べるセットです。下記の例では3種類のワインの中から2種類選べるセットとなっております。「出荷待ち」または定期コースの場合、顧客がマイアカウントから選択した商品を変更できます。

※商品情報の入力方法につきましては、30ページをご確認ください。

セット商品編集より、セット商品の構成が可能です。



食品  
(選べるパンセット)



図1-4-1 よりどりセットの商品詳細画面

**セット商品編集**

顧客が選択できる商品の数を半角数字で入力します。

よりどりセットに追加された商品が表示されます。

よりどりを選択します。

商品の選択が完了後、「保存」をクリックします。

検索をクリックします。条件を指定せず検索した場合、すべての単品商品が表示されます。

バリエーションがある場合、フォルダマークが表示されます。クリックすると、展開され各バリエーションが表示されます。

セットの選択肢に商品を追加できます。同じ商品を選択可能にする場合、2回クリックします。

商品検索

商品コード

商品名

商品カテゴリ

商品タグ

商品選択可能数 2

商品名	バリエーション	数量	
キャンティ	ビンテージ: 2014	1	削除
モンテプルチアーノダブルツォ	ビンテージ: 2013	1	削除
バローロ	ビンテージ: 2001	1	削除

保存

検索

商品名	バリエーション	セット追加
バロバレスコ	-	+
バローロ	-	+
モンテプルチアーノダブルツォ	-	+
モンテプルチアーノダブルツォ	ビンテージ: 2013	+
モンテプルチアーノダブルツォ	ビンテージ: 2012	+
モンテプルチアーノダブルツォ	ビンテージ: 2011	+
キャンティ	-	+
キャンティ	ビンテージ: 2014	+
キャンティ	ビンテージ: 2012	+
キャンティ	ビンテージ: 2011	+

図1-4-2 よりどりセット商品編集画面

## STEP 5 組み合わせセットの登録ポイント

セット商品登録画面の「セット商品編集」より登録できます。組み合わせセットは複数のグループの中から顧客自身が商品を自由に選べるセットです。下記の例の場合、白ワイン2種類から1種類、赤ワイン3種類から1種類を選択できるセットとなっております。「出荷待ち」または定期コースの場合、顧客がマイアカウントから選択した商品を変更できます。

※商品情報の入力方法につきましては、30ページをご確認ください。  
 セット商品編集より、セット商品の構成が可能です。



食品  
 (根菜, 葉野菜の選べるセット)



図1-5-1 組み合わせセットの商品詳細画面



組み合わせを選択します。

グループの名称を指定します。

各グループ内の選択可能数を入力します。

グループ1にセットに追加された商品が表示されます。

商品の選択が完了後、「保存」をクリックします。

検索をクリックします。条件を指定せず検索した場合、すべての単品商品が表示されます。

バリエーションがある場合、フォルダマークが表示されます。クリックすると、展開され各バリエーションが表示されます。

選択中のグループに商品を追加できます。同じ商品を選択可能にする場合、2回クリックします。

図1-5-2 組み合わせセットの商品詳細画面

# 定期コースとは

お届け頻度を基に同じ商品をお届けするコースです。

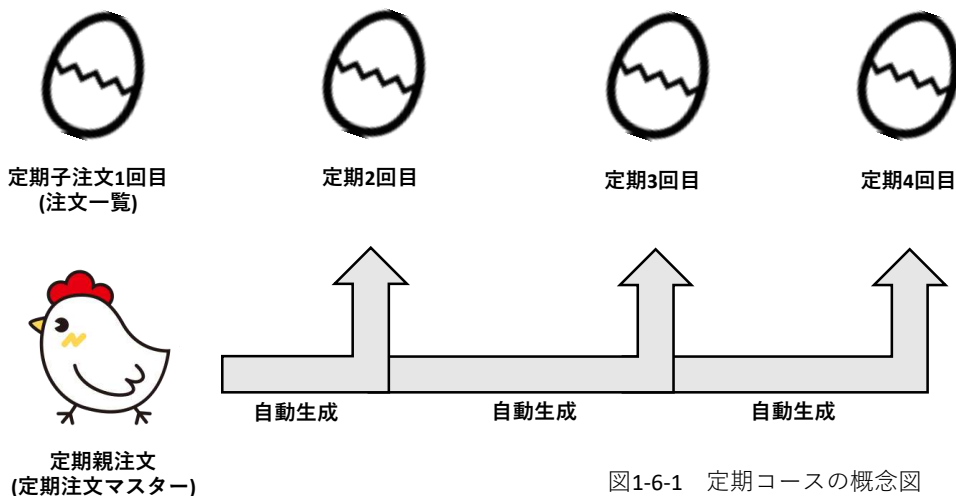


図1-6-1 定期コースの概念図

## STEP 6 定期コースの登録ポイント（商品情報）

定期コースは単品商品またはセット商品を紐づけて登録します。

定期コースに紐づけるのはSKU単位です。

※商品情報の入力方法につきましては、30ページをご確認ください。

商品名	バリエーション
テモナ製粉 (小麦粉) 【10000g 1500円〜】	グラム: 10kg
テモナ製粉 (小麦粉) 【10000g 1500円〜】	グラム: 20kg

定期コースに紐づける商品を選択します。クリック後については、次のページをご確認ください

お届け頻度を選択します。

定期の終了回数を指定できます。終了回数になった場合、次回以降注文は生成されません。

図1-6-2 定期コースの登録画面

定期コース商品登録

定期商品構成

商品名	バリエーション	
デモナ製粉(小麦粉)【10000g 1500円〜】	グラム: 10kg	削除
デモナ製粉(小麦粉)【10000g 1500円〜】	グラム: 20kg	削除

商品検索

商品コード  商品カテゴリ

商品名  商品タグ

商品名	バリエーション	
中華セット	-	+
ザーサイ【1000g 1000円〜】	-	+
特選オイスターソース2700g	-	-
業務用ナルト【1kg 1000円〜】	-	-
■ 味噌汁メンマ【1200g 1300円〜】	-	-
特級 丸大豆醤油【1000ml 1000円〜】	-	+
サラダ油【15000g 1000円〜】	-	+

定期コースに紐づく商品が表示されず。複数登録されている場合、顧客は購入時にどの商品の定期にするか選択が可能です。複数商品をお届けする定期コースにしたい場合は、あらかじめセット商品をご登録ください。

商品の選択が完了後、「保存」をクリックします。

検索をクリックします。条件を指定せず検索した場合、すべての商品が表示されます。

定期商品構成に商品を追加できます。

バリエーションがある場合、フォルダマークが表示されます。クリックすると、展開され各バリエーションが表示されます。

図1-6-3 定期コースの商品設定画面

## ・お届け頻度の設定方法

お届け頻度設定

月ごと

1ヶ月ごと  2ヶ月ごと  3ヶ月ごと  4ヶ月ごと  5ヶ月ごと  6ヶ月ごと

曜日指定

第1期  第2期  第3期  第4期

日曜日  月曜日  火曜日  水曜日  木曜日  金曜日  土曜日

日にち指定

1日  5日  10日  15日  20日  25日  月末

毎日指定

日曜日  月曜日  火曜日  水曜日  木曜日  金曜日  土曜日

日ごと

15日ごと  20日ごと  40日ごと

この設定の場合、1カ月ごと第1週目の日曜日にお届けするという頻度となります。

一度登録したお届け頻度を削除した場合、定期注文マスターに紐づくお届け頻度は削除前のものがそのまま適用されます。

選択を完了後、「保存」をクリックします。

図1-6-4 お届け頻度の設定画面

## STEP 7 定期コースの登録ポイント（価格詳細）

定期コースの場合、単品商品やセット商品のまとめ買いの価格設定に加えて、定期の継続回数ごとの金額を設定できます。

価格詳細を設定後、再び商品情報に戻り、保存します。

半角数字で入力します。

まとめ買いの際の割引を設定できます。商品1つ当たりの金額を入力します。

定期回数ごとに金額を設定する場合は、こちらから設定可能です。n回目以降はx円という設定となります。

複数商品が紐づけられている場合、それぞれに金額を設定します。

価格詳細を入力後、保存をクリックします。再び商品情報に戻ることにより商品情報が確定されます。

図1-7-1 定期コースの価格詳細画面

### Point

定期商品を登録完了した際の商品詳細画面です。お届け頻度は顧客情報入力画面を設定します。登録商品を確認する際は、サブストアB2B管理画面の「IPアドレス」のみ、「カードメイン」のみ、「IPアドレスまたはカードメイン/merchandises」で検索しますと商品一覧にアクセスできます。

図1-7-2 定期コースの商品詳細画面



デザイン管理  
～ページのデザインをする～

操作画面

【デザイン管理】 < 【ページレイアウト】

【デザイン管理】 < 【サイト設定】

# デザイン設定の設定方法

サブストアB2Bの生成ページのデザインは、HTMLを記述することで変更が可能です。デザインの設定は、【デザイン管理】 < 【ページレイアウト】 より行います。編集をする際は、まず【ブロック管理】でHTMLの記述を行います。CSSを反映させるには、ブロック内に直接CSSを記述するか、SFTPにてスタイルシートのフォルダをアップすることで可能です。

【ブロック管理】にてHTMLを記述後、作成したブロックを【レイアウト一覧】より画面の各パーツに埋め込んでいただくことでデザインを変更できます。

※各画面によって、設定できるパーツが異なりますのであらかじめご了承ください。

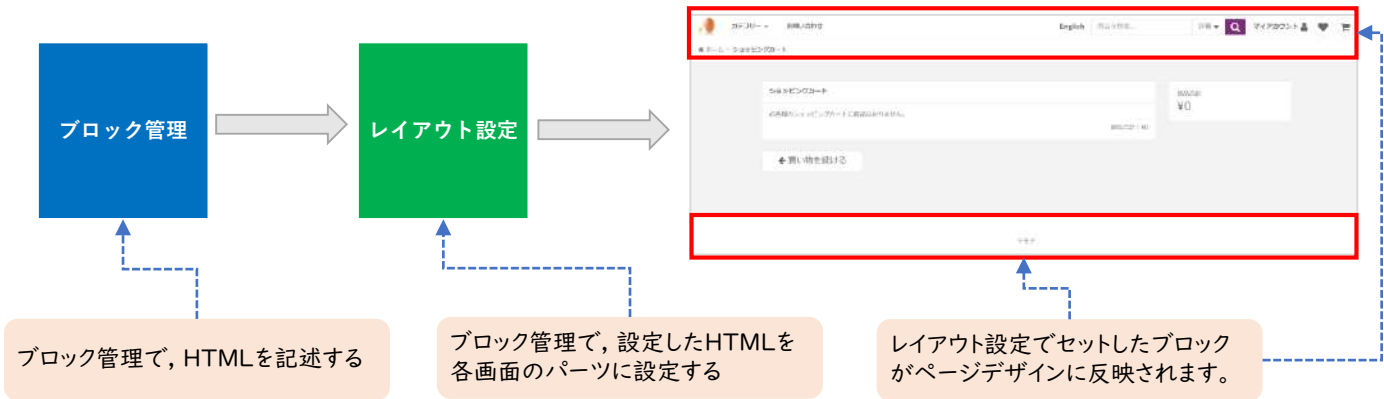


図1-1-1デザイン設定の概念図

## STEP 1 ブロックを設定する

【デザイン管理】 < 【ページレイアウト】 < 【ブロック管理】 より設定が可能です。ブロック設定ではHTMLを記述します。こちらで作成したブロックはレイアウト設定にて、複数のレイアウトに設定が可能です。

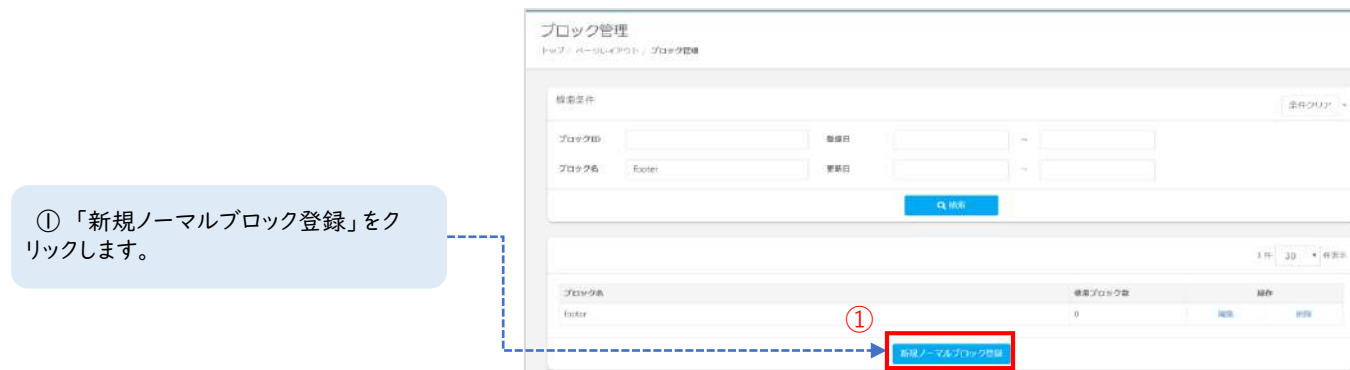


図1-1-2ブロック管理



② 管理用のブロック名を登録します。

③ PC画面でページを開いた時のデザインをHTMLで記述します。

④ スマートフォン画面でページを開いた時のデザインをHTMLで記述します。

⑤ 「保存」をクリックしますと、ブロックが登録されます。

図1-1-3 ブロック管理

**Point**

ブロック管理でCSSを反映させるためには、下記の方法をご利用ください。

- ①サブストアB2Bサーバーに挙げたスタイルシートをリンクでHTMLに反映させる。
- ②ブロック内に直接CSSを記述し、HTMLに反映させる。

## STEP 2 ページレイアウトにブロックを設定する

【デザイン管理】 < 【ページレイアウト】 < 【レイアウト設定】より設定が可能です。  
登録したブロックを各ページレイアウトに設定します。設定できるエリアが対象ページによって異なりますのであらかじめご了承ください。

⑥ レイアウト設定をしたい画面を選択し、「設定」をクリックします。

レイアウト設定  
トップ / ページレイアウト / レイアウト設定

ページ名	操作管理者	最終更新日時	⑥ 設定
カート画面	自動処理	2018.08.09 18:10	設定
マイアカウントトップ	自動処理	2018.08.20 18:20	設定
購入完了画面		2018.04.17 17:46	設定
購入確認画面		2018.04.17 17:46	設定
注文情報入力画面	自動処理	2018.09.25 12:40	設定
すべての商品	自動処理	2018.12.11 11:55	設定
お買い合わせ入力画面	自動処理	2018.09.20 15:09	設定
お買い合わせ確認画面		2018.04.17 17:46	設定
お買い合わせ完了画面		2018.04.17 17:46	設定
マイアカウント注文履歴画面		2018.04.17 17:46	設定
マイアカウント定額注文履歴画面		2018.04.17 17:46	設定
登録情報編集画面		2018.04.17 17:46	設定
パスワード変更画面		2018.04.17 17:46	設定
アドレス確認画面		2018.04.17 17:46	設定
お気に入り画面		2018.04.17 17:46	設定
通常商品詳細画面	自動処理	2018.11.26 16:51	設定
コース商品詳細画面		2018.04.17 17:46	設定
頒布品商品詳細画面		2018.04.17 17:46	設定
マイアカウントログイン画面	自動処理	2018.11.13 19:11	設定

図1-2-1 レイアウト設定

⑦ パーツの表示/非表示を選択できます。

⑧ 「登録」をクリックし、作成したブロックを選択します。

⑨ 設定したブロックのプレビューができます。  
※プレビュー画面は商品一覧画面を例に表示がされます。

⑩ 最後に保存をクリックし、設定完了です。

カート画面  
トップ / ページレイアウト / レイアウト設定 / カート画面

タイトル  
メタディスクリプション  
メタキーワード

Shop

ON/OFF

ON/OFF	ブロック	⑧ 操作
<input checked="" type="checkbox"/>	デフォルトヘッダー	登録
<input checked="" type="checkbox"/>	商品ヘッダー	登録
<input type="checkbox"/>	左サイドメニュー	登録
<input type="checkbox"/>	右サイドバー	登録
<input type="checkbox"/>	右サイドメニュー	登録
<input type="checkbox"/>	右サイドバナー	登録
<input checked="" type="checkbox"/>	右サイドフッター	登録
<input checked="" type="checkbox"/>	デフォルトフッター	登録

すべての商品

⑨ PCプレビュー SPプレビュー

⑩ 保存

図1-2-2 レイアウト設定

### Point

- 設定したデザインは実際の画面より確認する必要があります。以下の手順で確認ができます。
- ① 重要項目設定の基本設定より「開店状態」を「開店」に変更します。
  - ② ブラウザにて、「カートドメインのみ」または「カートドメイン/merchandises」、「IPアドレスのみ」、「IPアドレス/merchandises」をURL検索します。
  - ④ 商品一覧画面を確認することができます。
  - ⑤ 画面遷移により、各ページのデザインを確認することが可能です。

# 販売サイトとサブストアB2Bの連携

オンラインから注文する場合は、ブランドサイトなどの販売サイトより注文を行います。各連携方法につきましては下記の図2-1-1をご確認ください。

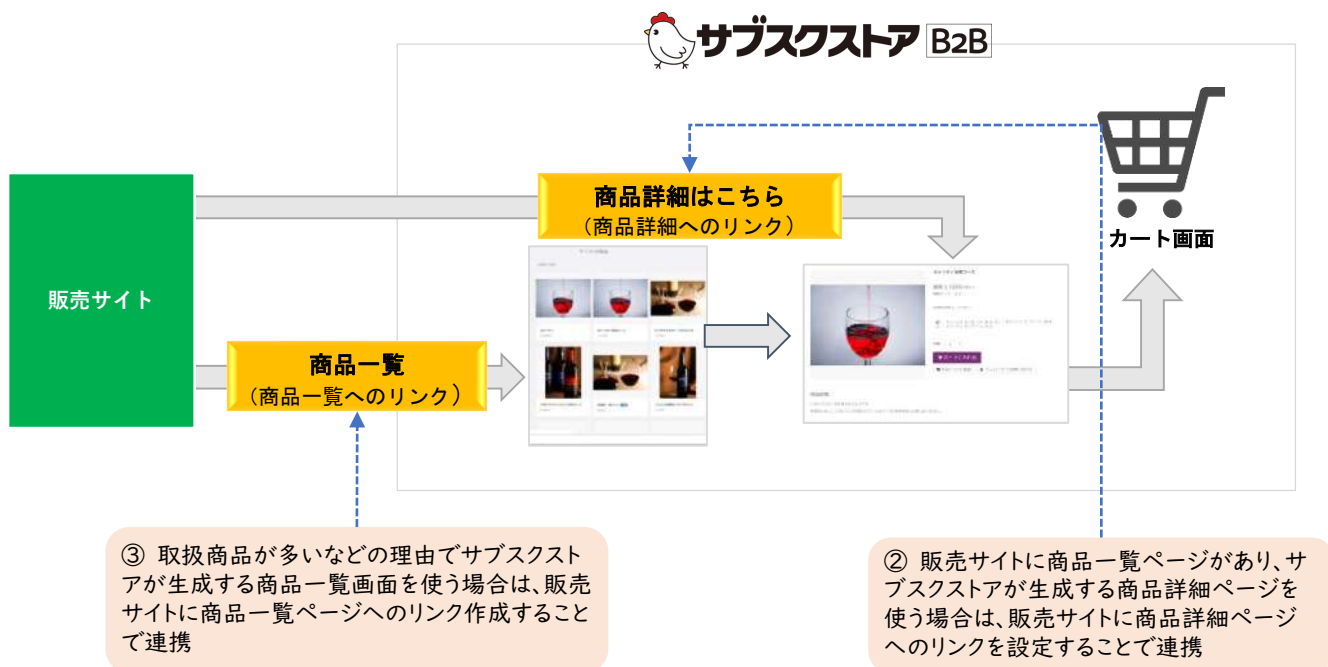


図2-1-1 販売サイトとサブストアB2Bの連携方法

## サイト設定の設定方法

【デザイン管理】 < 【サイト設定】 より設定が可能です。

こちらで設定した内容は、サブストアB2Bが生成するWebページに反映されます。

① ショップのロゴを設定します。ロゴはサブストアB2Bのショップ画面の左上に表示されます。

④ OFFにしますと、マイアカウントからキャンセルまたは定期的の停止ができなくなります。電話やお問い合わせの受付のみといった運用をする際は、OFFをご設定ください。

④ カート画面の「買い物を続ける」ボタンのリンク先を設定します。

①

②

③

図2-1-2 サイト設定



## タグ管理 ～タグを設定する～

### 操作画面

【販促管理】 < 【タグ管理】 < 【GAアナリティクス】  
【販促管理】 < 【タグ管理】 < 【コンバージョンタグ】

# Google Analyticsを設定する

Google Analytics (GA) を設定することにより、販売サイトに訪れたユーザーの行動に関するデータが集計できます。GAを使うためには、GAから発行されるトラッキングコードをサブストアB2Bの設置する必要があります。

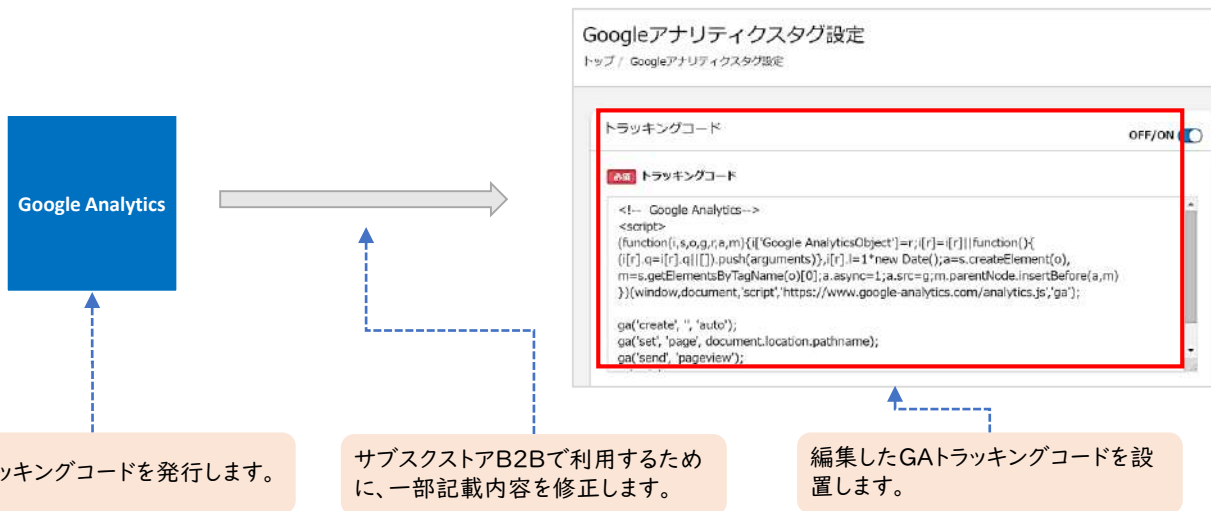


図1-1-1 GA設定の流れ

## STEP1 GAアナリティクスの設定方法

【販促管理】 < 【タグ管理】 < 【GAアナリティクスタグ】 より行います。サブストアB2Bのカート画面以降はSPA（シングルページアプリケーション）を実装しているため、通常のトラッキングコードをそのまま設定するだけでは計測が取れません。そのため、一部追記いただく必要があります。

追記内容： `ga('set', 'page', document.location.pathname);`

設定が完了しましたら、ONに切り替えます。

追記箇所はこちらです。

### Point

GAアナリティクスのトラッキングコードにタグを埋め込みますと、サブストアB2Bが生成するすべてのページの</head>の直前に表示されます。

販売サイトには、反映されませんので、別途トラッキングコードの埋め込みをお願いします。

### Point

タグが反映されているか確認するためには、販売ページにて、キーボードの「F12」を押しますと、ソースの検証画面を開くことができます。そこから、<head>..</head>の中身をすると、表示が確認できます。

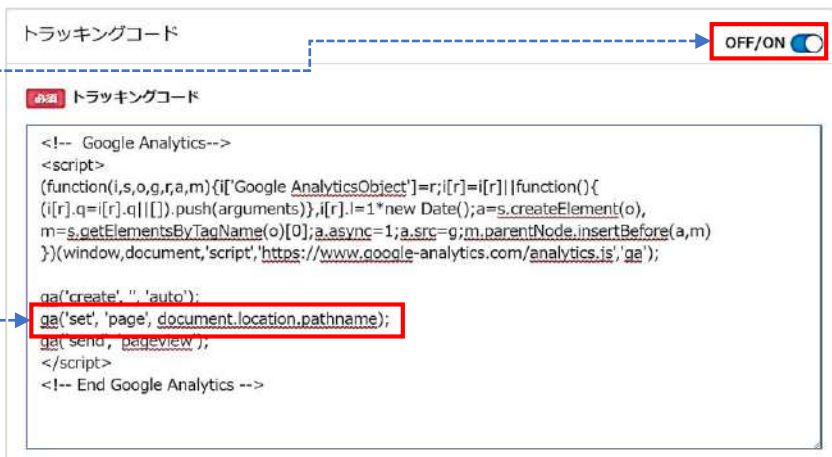


図1-1-2 GAアナリティクスの設定画面



図1-1-3 GAタグの確認方法 45

# コンバージョンタグを設定する

アフィリエイトを提供するASPやその他の成果報酬型の広告を出す際、成果を計測するために購入完了画面へコンバージョンタグ（CVタグ）の設置を行う必要があります。CVタグの設定は、【販促管理】 < 【タグ管理】 < 【コンバージョンタグ】で行います。

① ONにするとタグが表示されます。

① タグの設置箇所を指定します。

② 設定したURLから流入した時のみ、CVタグが動作します。リファラーURLを設定する必要がある場合のみご設定ください。

③ CVタグを埋め込みます。

④ アイテムコードに設定した内容が、③の@@itmem\_code@@に反映されます。

⑤ 利用可能タグは注文に合わせた値に自動変換されます。

⑥ コンバージョンタグ一覧でもCVタグ表示のON/OFFを設定することができます。

コンバージョンタグ登録

トップ / 販促管理 / タグ管理 / コンバージョンタグ管理

コンバージョンタグ

ON/OFF

コンバージョンタグ名:

タグ設置箇所:  headタグ最初  headタグ最後  bodyタグ最初  bodyタグ最後

リファラーURL:

コンバージョンラッキングタグ

@@item\_code@@

アイテムコード

利用可能タグ

顧客ID @User\_id@@  
 ショップ名 @shop\_name@@  
 注文ID @order\_id@@  
 消費税 @tax\_total@@  
 送料 @shipment\_total@@  
 合計 @order\_total@@  
 アイテムコード @@item\_code@@  
 系統顧客かどうか @is\_first\_time\_p...

利用可能タグ

注文ID @order\_id@@  
 商品名 @item\_name@@  
 商品SKU @item\_sku@@  
 商品カテゴリ @item\_category@@  
 販売価格 @item\_price@@  
 数量 @item\_quantity@@  
 通貨 @currency@@  
 商品コード @@merchandise\_code@@

登録

コンバージョンタグ一覧

トップ / 販促管理 / タグ管理 / コンバージョンタグ一覧

検索項目

コンバージョンタグ名:  登録日時:  ~

有効/無効:  有効  無効 編集日時:  ~

検索

30 件表示

ON/OFF	コンバージョンタグ名	タグ設置箇所	登録日	更新日	操作
<input checked="" type="checkbox"/>	ヒキアゲール	bodyタグ最後	2018-05-01	2018-10-02	編集 削除
<input type="checkbox"/>	表示テスト	headタグ最初	2018-12-26	2018-12-26	編集 削除

タグ一覧

## Point

タグが反映されているか確認するためには、購入完了ページにて、キーボードの「F12」を押しますと、ソースの検証画面を開くことができます。そこから設置箇所のタグの中身を見ると、表示が確認できます。



## 広告媒体管理 ～広告分析をする～

操作画面

【広告媒体管理】 < 【広告媒体一覧】

【広告媒体管理】 < 【広告分析】

# 広告分析する方法

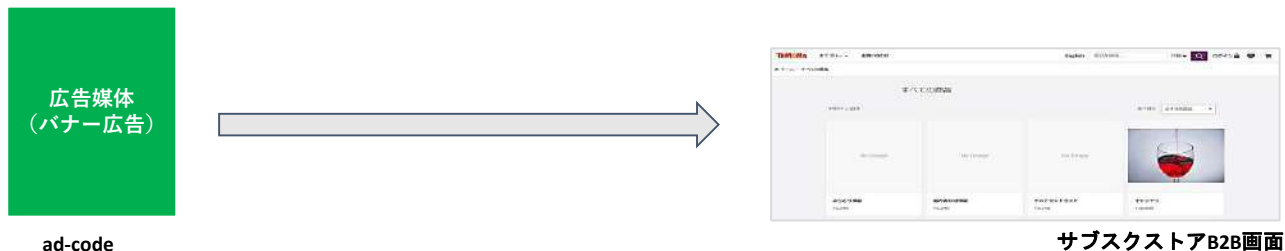
出稿した広告の効果分析をすることは売上の向上につながります。

【広告媒体管理】 < 【広告媒体一覧】 で設定したad-codeを用いて行います。

まず、広告媒体一覧より媒体を登録し、その後出稿している広告媒体にad-codeを設定していきます。

広告媒体やページに設定したad-codeをサブストアB2Bまで引き継ぐことで広告の分析が可能です。

## リンクやバナーの効果検証をする場合



- ① バナー広告など、広告をクリック後に直接サブストアB2Bの画面に遷移する場合は、バナー広告の引数にパラメータとして、ad-codeを設定します。  
※パラメータはURL生成ツールなどから作成することができます。

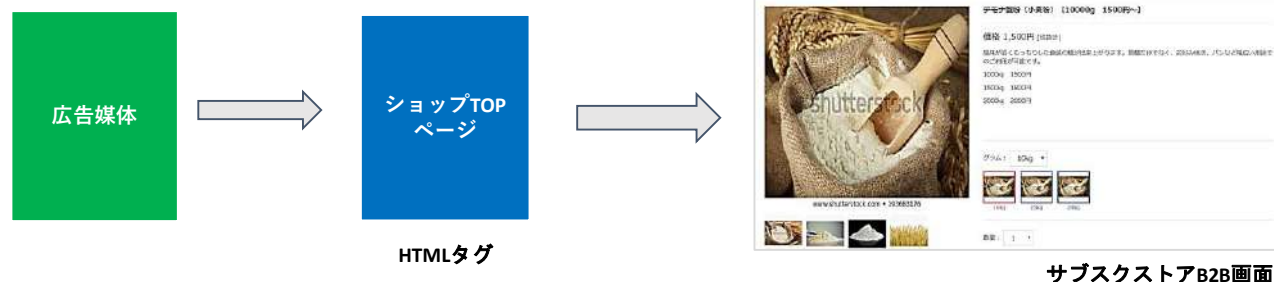
## ページを経由するリンクやバナーの効果検証をする場合



- ① バナー広告やリスティング広告などの引数にパラメータとしてad-codeを設定します。

- ② 広告媒体の着地ページにad-code受け渡し用HTMLを設定します。こちらのHTMLは①のad-codeをサブストアB2Bまで引き継ぐためのタグです。

## ページの効果検証をする場合



- ① ページにHTMLタグを設置します。こちらのタグはad-codeが紐づいており、設置したページの効果検証を行うことができます。



## STEP1 ad-codeを設定する

ad-codeは【広告媒体管理】<【広告媒体一覧】から登録できます。広告媒体を登録するためにはあらかじめ媒体カテゴリーを登録する必要があります。

媒体カテゴリー管理にて、媒体カテゴリーを登録後、広告媒体を登録します。

- ① 管理用の広告媒体名を登録します。
- ② サブストアB2Bでの管理用に登録するコードとなります。
- ③ 媒体カテゴリーは、【広告媒体管理】<【媒体カテゴリー管理】からあらかじめ設定します。

- ⑤ 任意のad-codeを登録します。ad-codeを基に広告分析を行います。
- ⑥ 管理者設定で設定した広告代理店を設定します。
- ⑦ 広告媒体のコストを入力します。媒体コストと広告媒体からCV数でCPO(受注一件あたりの獲得コスト)を算出することができます。

図1-1-1 広告媒体の登録画面

### Point

広告代理店を設定すると、登録された代理店のみが確認可能な広告媒体となり、他社は確認できなくなります。複数の広告代理店と契約される場合は、管理者設定より各広告代理店を登録することをおすすめします。

- ⑧ ページの効果分析をする際は、「HTMLタグ」より出力します。

図1-1-2 広告媒体一覧画面

- ⑨ 「HTMLタグ」をクリックするとad-codeが付与されたHTMLタグが出力されます。

図1-1-3 広告媒体設定画面

### Point

HTMLタグは効果分析したい媒体の</body>の直前に設置します。

## 番外編 広告代理店と広告媒体を紐づける

【広告媒体管理】 < 【広告媒体一覧（検索）】より行います。複数の広告代理店をご利用の場合、広告媒体に広告代理店を紐づけることで、他の広告代理店が設定した広告媒体を確認できなくなります。

### Point

設定した広告代理店ごとに表示される広告を変更することができます。図1-1-3はショップ様が初期状態に持っている権限（Admin権限）で確認できる画面です。

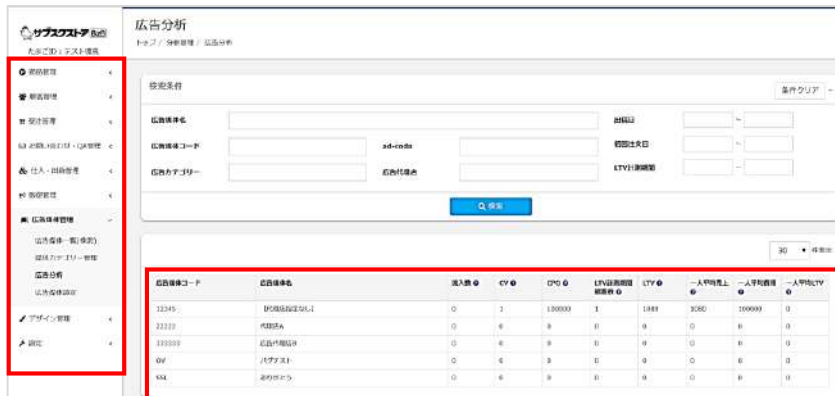


図1-1-4 Admin権限

### Point

図1-1-4は、広告媒体と広告代理店が紐づいている時に確認できる画面です。

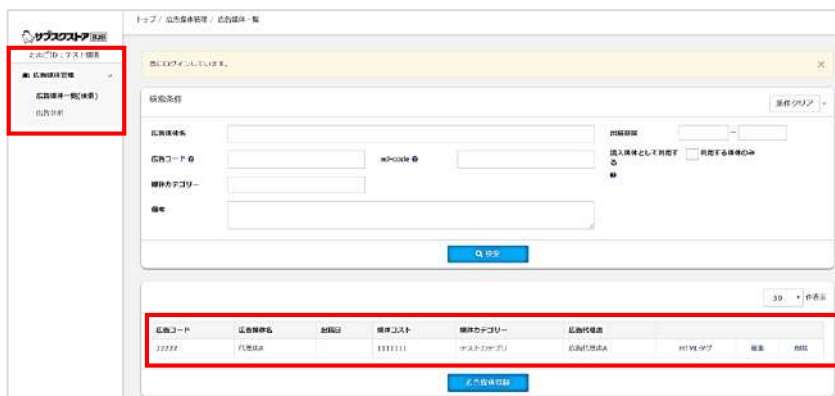


図1-1-5 広告代理店の権限

## STEP2 広告媒体にad-codeを設置する

### ・ リンクやバナーの効果検証をする場合

リンクやバナー広告の引数にad-codeをパラメータとして設置します。パラメータは「?ad\_code=登録したad-code」といった形式で登録し、お使いのURLと一つにまとめたURLを生成します。

例：http://temona.com?ad\_code=ad\_companyA\_list



ad-code



サブストアB2B画面

### ・ ページを経由するリンクやバナーの効果検証をする場合

リンクやバナー広告の引数にad-codeをパラメータとして設置します。リンクの着地ページに「ad-code受け渡し用HTMLタグ」を設置することで、ad-codeをサブストアB2Bの生成ページまで引き継ぐことができます。「ad-code受け渡し用HTMLタグ」は広告媒体設定より発行できます。こちらは、ad-codeを引き継ぐためのタグであるためad-codeは付与されていません。広告媒体一覧から発行できるad-codeが付与された「HTMLタグ」とは異なりますので、ご注意ください。



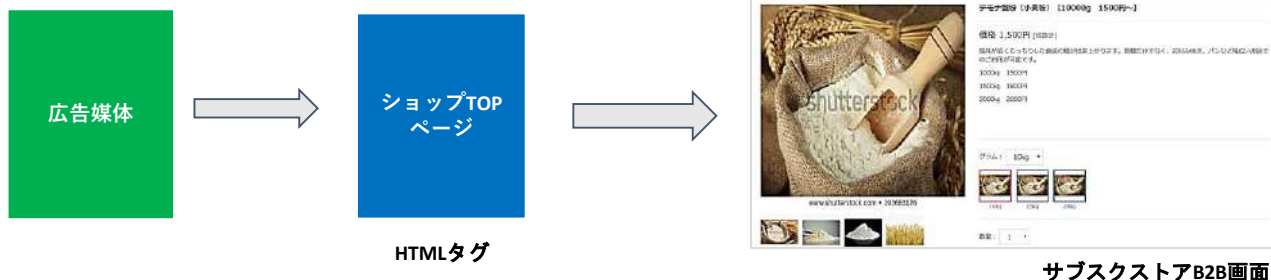
サブストアB2B画面

#### Point

「ad-code受け渡し用HTMLタグ」はリンクやバナー広告の着地ページの</body>の直前に設置します。

## ・ページの効果検証をする場合

ページに広告媒体一覧より発行した「HTMLタグ」を設定します。ページからサブストアB2Bの生成ページに遷移させることにより計測が可能です。

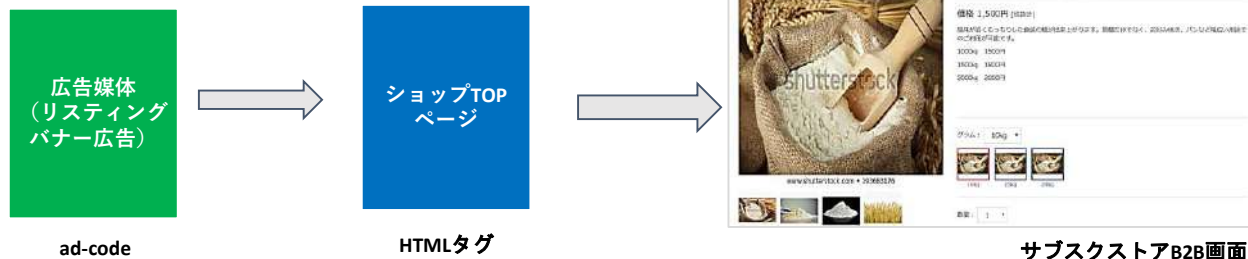


### Point

「HTMLタグ」はリンクやバナー広告の着地ページの</body>の直前に設置します。

## ・リンクとページの両方にad-codeが設置されている場合の効果検証

リンクとページの両方にad-codeが設置されている場合、広告媒体設定のCVカウントにて、「直接CV」と「間接CV」を設定することによりどちらの広告媒体の効果検証をするか選択することができます。直接CVを選択した場合は、サブストアB2Bの生成ページに流入する直前のad-codeの成果とし（例の場合、ページ）間接CVでは最初に触れたad-codeの成果（例の場合、リスティング）とします。



### Point

「直接CV」と「間接CV」の設定ができます。例の場合、「直接CV」はリスティング広告の成果とし、「間接CVは」ページの成果とします。

広告媒体設定

トップ / 設定 / 広告媒体設定

adcode実行時に用HTML

```
<script type="text/javascript">
window.ukAsyncInit = function() {
  UK.init({
    cart_domain: "https://trial07.tamago-mart.com",
    type: "shop"
  });
};

(function(d, s, id) {
  var js, hjs = d.getElementsByTagName(s)[0];
  if (d.getElementById(id)) {return;}
  js = d.createElement(s);
  js.async = true;
  js.id = id;
  js.src = "https://trial07.tamago-mart.com/ukokkel-sdk.js";
  hjs.parentNode.insertBefore(js, hjs);
})(document, "script", "ukokkel-sdk");
</script>
```

CVカウント  直接CV (帰着時)  間接CV (来訪時)

CV有効日 14 日

保存

## STEP2 広告分析を確認する

ad-codeを設置した媒体からサブストアB2Bへ流入がある実績として記録されます。  
広告の効果検証は【広告媒体管理】 < 【広告分析】 からをすることが可能です。

広告媒体コード	広告媒体名	流入数	CV	CPO	LTV計測期間顧客数	LTV	一人平均売上	一人平均費	一人平均LTV
ad_companyA_list	広告会社Aリスティング広告	0	0	0	0	0	0	0	0

項目名	項目の内容
流入数	広告媒体経由でサブストアB2Bに流入したユーザー数を表示します。
CV	広告媒体経由で受注した数を表示します。
CPO	媒体コストをCVで割った受注1件当たりの獲得コストを表示します。
LTV計測期間顧客数	LTV計測期間に入力した値に当てはまる顧客数を表示します。
LTV	広告媒体経由で受注した累計売上から媒体コストを引いた金額を表示します。
一人平均売上	広告媒体経由で受注した売上をLTV計測期間顧客で割った一人当たりの売上が表示されます。
一人平均費	媒体コストをLTV計測期間顧客で割った一人当たりの獲得コストを表示します。
一人平均LTV	LTVをLTV計測期間顧客で割った一人当たりのLTVを表示します。

### Point

広告分析の集計は毎日深夜2時頃行っております。  
リアルタイムではないので、ご注意ください。