ミエルLTV 楽天市場向け

サービス資料

楽天の
売上アップの
伸びしろを見つける！

獲得コストだけで、判断していませんか？

1回で終わるお客様と、何度も買ってくれる
お客様の価値は、まったく違います。

売上の伸びしろを見つける。
受注CSVだけでリピート・LTVが見える
「ミエルLTV 楽天市場」



公式キャラクター：ミエル

https://mieru-ltv.melonworks.me/ ｜ メロンワークス合同会社

課題

新規を獲るほど、苦しくなっていませんか？



楽天市場では、新規獲得にコストがかかる一方で、
購入後のリピートやLTVが見えず、改善の打ち手が見つからない店舗が多くあります。

01

広告費が上がり続けている

新規顧客1人あたりの獲得コストが、年々重くなっている。



02

買ったあとが見えていない

一度買ったお客様が、その後どうなっているかを把握できていない。



03

分析まで手が回らない

RMSのデータはあっても、
リピート分析までは手が回らない。



何もしないと

2回目につながらないお客様は、静かに離れていきます

楽天市場では、新規で購入したお客様のうち、約7割が1回で止まってしまいます。
獲得コストをかけて集めたお客様が、2回目につながらずに離れていくのは、
とてももったいない状態です。



新規のお客様
16,625人

2回目に進んだ（31%）
5,149人

1回で止まった（69%）
11,476人

2回目に進んだ人の期待LTVは13,490円、1回で止まった人は5,705円。約2.4倍の差があります。
でも、リピートは今日から変えられます。

新規獲得
（広告・検索など）
→
2回目購入へ
（31%）
→
1回で離脱
（69%）

この69%を
少しでも減らすことが
売上アップのカギです。

※数値はミエルLTVのデモデータの例です

ミエルLTVとは

受注CSVを読み込むだけ

STEP 1
RMSで受注CSVを
ダウンロード

STEP 2
「データインポート」
に入れる

STEP 3
分析画面が表示される

- RMSからダウンロードした
  受注CSVをそのまま取り込み
- 難しい設定や集計作業は不要
- 店舗担当者でも、
  支援会社でも使える



わかること

リピートの「どこ・いつ・何を」が見える

楽天の受注データから、リピートの流れ・購入タイミング・LTV・勝ちパターンがひと目でわかります。



どこで離れるか

F1→F2→F3…の転換率・残存率

各フェーズの人数・売上・LTV・次回転換率・残存率がわかります。

購入区分	2025/02 561人 観測 17ヶ月	2025/03 1500人 観測 16ヶ月	2025/04 551人 観測 15ヶ月	2025/05 555人 観測 14ヶ月	2025/06 1498人 観測 13ヶ月	2025/07 558人 観測 12ヶ月	2025/08 556人 観測 11ヶ月
F1	¥3,038,900 561人 残100%	¥7,731,100 1500人 残100%	¥2,864,600 551人 残100%	¥2,911,000 555人 残100%	¥7,767,400 1498人 残100%	¥2,950,400 558人 残100%	¥2,816,000 556人 残100%
F2	¥1,568,100 309人 継55% 残55%	¥1,264,800 249人 継17% 残17%	¥727,700 143人 継26% 残25%	¥823,600 158人 継28% 残28%	¥1,634,200 316人 継21% 残21%	¥814,000 164人 継24% 残25%	¥872,700 173人 継31% 残31%
F3	¥336,800 119人 継22% 残55%	¥292,380 209人 継19% 残35%	¥333,360 79人 継35% 残33%	¥313,980 18人 継29% 残25%	¥313,380 119人 継39% 残59%	¥823,380 16人 継25% 残25%	¥221,307 29人 継12% 残39%
F4	¥328,500 36人 継22% 残29%	¥357,300 168人 継39% 残39%	¥233,700 38人 継39% 残39%	¥213,300 58人 継39% 残39%	¥323,380 38人 継30% 残30%	¥328,380 36人 継23% 残39%	¥135,300 29人 継25% 残39%
F5	¥298,800 118人 継32% 残39%	¥333,980 188人 継32% 残39%	¥818,666 38人 継18% 残39%	¥83,880 58人 継35% 残39%	¥199,380 38人 継39% 残39%	¥9.6,880 36人 継22% 残39%	¥198,800 16人 継38% 残39%
F6以降	¥338,860 198人 継30% 残39%	¥232,380 30人 継10% 残39%	¥335,891 19人 継20% 残30%	¥83,860 39人 継38% 残39%	¥338,380 29人 継30% 残39%	¥338,380 18人 継21% 残39%	¥53,863 3人 継38% 残30%
コートLTV	¥10,829	¥6,815	¥7,783	¥8,055	¥7,356	¥8,053	¥7,956

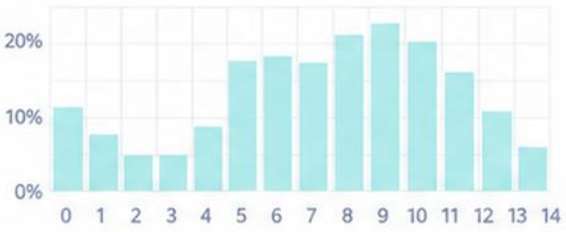
いつ買うか

初回から2回目までの日数

14日以内の累計リピート転換率を、日数ごとに確認できます。

14日以内の累計リピート転換率（910 / 16,625人） うち0日 52人

0日は初回購入と同じ日の追加注文（別注文番号）です。リピート施策の効果として評価すると数字が上振れします。



何が育つか

入口商品ごとのLTV

勝ちパターン分析・商品LTV貢献度ランキングで、リピートを生む入口商品がわかります。

01	F1〜F3 demo-tea ×3 煎茶 100g×3袋セット		経路母数 147人	経路LTV ¥5,246 F1〜終端ステップまでの累計・平均
02	F1〜F3 demo-veg-set ×3 同梱4.8%		経路母数 83人	経路LTV ¥9,677 F1〜終端ステップまでの累計・平均
03	F1〜F2 demo-rice-05 | sku-b ×2 同梱10.0%	F3 demo-rice-05 | sku-a 同梱8.8%	経路母数 80人	経路LTV ¥14,913 F1〜終端ステップまでの累計・平均

伸ばすとどうなるか

転換率を変えたときの売上

各フェーズの人数・売上・平均LTV・次回転換率・残存率をシミュレーションできます。

F1設定人数: 16625 人 / 各階層のオレンジ枠を編集して未来予測が行えます

購入回数	人数	売上合計	平均LTV	次回転換率	残存率 (F1比)
F1	16,625人	¥88,884,200	¥5,346	31 %	100.0%
F2	5,154人	¥26,134,754	¥5,071	40.6 %	31.0%
F3	2,092人	¥10,867,584	¥5,195	45 %	12.6%
F4	942人	¥5,014,547	¥5,323	45.1 %	5.7%
F5	425人	¥2,229,746	¥5,246	48.1 %	2.6%
F6以降	204人	¥1,857,100	¥9,103	52 %⚙	1.2%

画面はデモデータです

機能一覧

分析に必要な機能がそろっています

楽天の受注データをもとに、リピート・LTV・施策のヒントがひと目でわかります。

分析画面	わかること
全体サマリ	F1→F2→F3…の転換率・残存率・LTV
月別コホート	新規月ごとのリピート推移
LTVフロー	次へ進んだ顧客と止まった顧客の比較
予測シミュレーション	転換率を変えたときの売上・期待LTV
勝ちパターン分析	入口商品からの購買ルート別のLTV
日別転換率	初回から2回目までの日数（来店納まり）
商品LTV貢献度ランキング	利益貢献ごとのリピート率・LTV
同梱ランキング	一緒に買われる商品の組み合わせ
クーポン投資効果分析	クーポンごとの利用後のリピート・LTV



さらに

全画面で使える便利な機能も

差・変化
前の期間と比較

期間指定
期間購入日で顧客を抽出

実売上で集計
広告費・クーポンを差し引き

Excel出力
そのまま社内資料に

安全データ出力
結合情報をマスク

※全体サマリ・月別コホート・LTVフローは「リピート分析」内のタブです

分析から施策まで

見るだけで終わらない。
R-Mailの設定まで決まります

分析で見えた「買いどき・商品・お客様」に合わせて、RMSのR-Mail設定までつながります。



1 LTVフロー

69%がF1で止まっている。
ここが一番の伸びしろ



2 日別転換率

2回目は初回から何日後に
買われるがが分かる



3 勝ち パターン分析

次に何を動かせばいいかが分かる

F1設定人数: 16625 人 / 各階層のオレンジ枠を編集して未来予測が行えます

購入回数	人数	売上合計	平均LTV	次回転換率	残存率（F1比）
F1	16,625人	¥88,884,200	¥5,346	31 %	100.0%
F2	5,154人	¥26,134,754	¥5,071	40.6 %	31.0%
F3	2,092人	¥10,867,584	¥5,195	45 %	12.6%
F4	942人	¥5,014,547	¥5,323	45.1 %	5.7%
F5	425人	¥2,229,746	¥5,246	48.1 %	2.6%
F6以降	204人	¥1,857,100	¥9,103	52 %	1.2%

R-Mail ： 購入回数＝1回、購入期間＝[6〜5日前]の人に、
2回目に買われやすい[商品B]を案内 →

R-Mail設定
件名：そろそろいかがですか？
人気の[商品B]のご案内

※ 画面・数値はデモデータの例です

安心ポイント

お客様データは外部に送信しません

外部送信なし

お客様のデータは
お客様の端末内で処理します

ミエルLTVは、ブラウザ上でデータを処理するため、
お客様の受注データを外部に送信することはありません。



ブラウザ内で すべて処理

分析はすべて、お使いの
ブラウザ内で行います

サーバーへの アップロード不要

受注データをサーバーに
送信しない仕組みです

必要な情報だけで 分析可能

支援会社や社内で共有する
場合は、顧客情報をマスク
したCSVで出力できます

社内のセキュリティ 確認・環境でも利用可能

安全性に配慮した構成のため、
社内のセキュリティ確認・環境
でもご検討いただけます

費用対効果

月16,500円(税込)は、リピートが少し伸びれば回収できます

ミエルLTVの分析を使って、リピート施策を強化することで、月額16,500円(税込)以上の売上アップが期待できます。



回収の目安（月あたり）

必要な2回目購入の増加人数

＝16,500円(税込)÷（客単価×粗利率）

例：客単価5,000円・粗利率40%

月に約9人

2回目を買った人は3回目以降も買うため、実際の効果はこれより大きくなります。



リピート率が少し上がるだけで、売上は大きく変わります



※ 画面・数値はデモデータの例です

まずはここから

検討の段階に合わせて、3つの入口

貴店の状況や目的に合わせて、最適な入口からミエルLTVを体験・検討いただけます。



1 データ不要・約5分

無料診断

質問に答えるだけで、リピート改善による売上アップの目安がわかります。



2 音声付き・約5分

体験ツアー

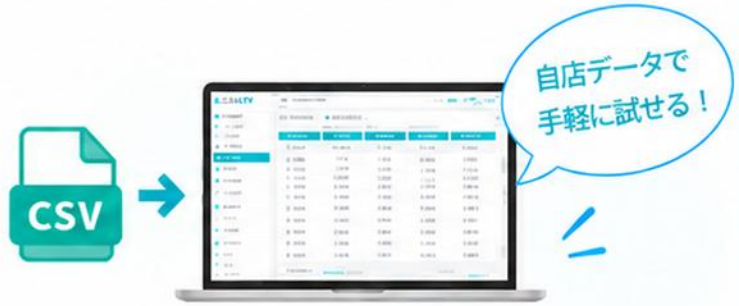
デモデータで、分析の見方・使い方を動画で体験できます。



3 受注CSV 300件まで

無料体験プラン

自店の受注CSVを取り込めるか確認。
期間制限なし、会員登録・カード登録は不要です。



※ 本格的な分析はスタンダードプランで、社内検討用の「社内改善用シート」もUPからダウンロード可能です。

よくあるご質問

導入前によく聞かれること

導入前によくいただくご質問にお答えします。



Q. データはどこに保存されますか？

お使いのブラウザ内で分析し、受注データを外部サーバーへ送信しません。

Q. 無料で試せますか？

受注明細300件まで、自店のCSVが取り込めるかを無料で確認できます。分析の見方は体験ツアーで。

Q. 粗利で分析できますか？

現在は売上ベースです。店舗発行クーポンを差し引いた実売上で集計します。

Q. 複数店舗で使えますか？

1店舗ごとのご契約です。店舗ごとにデータを分けて管理できます。

Q. メールの配信もできますか？

できません。分析結果をもとに、R-Mailなど店舗の配信手段で送ってください。

Q. 支払い方法は？

クレジットカード決済（月額16,500円・税込）です。

Q. 入れるだけで売上は上がりますか？

施策を決める材料を出すツールです。実行は店舗側で行います。

Q. 解約はできますか？

サイトから申請するだけです。支払い済み期間の終了日まで利用でき、日割り返金はありません。

導入の流れ

申し込んだその日から、分析を始められます

難しい設定は不要。4ステップで、すぐに自店のデータで分析できます。

申し込み後
すぐに使えるので、
今日から分析を
始められます！



1 （任意）無料診断・体験ツアー

まずは無料診断や体験ツアーで
分析の見え方を確認できます。



2 無料体験プランで CSVの取り込みを確認

自店の受注CSVを取り込み、
データが問題なく分析できるか
確認します。



3 お申し込み（Stripeで決済）

クレジットカードで
すぐにお申し込みいただけます。
難しい手続きはありません。



4 分析開始 → 最初のR-Mail施策を決める

すぐに分析画面をご利用いただき、
データに基づいた最初のR-Mail
施策を決められます。



お問い合わせ
https://mieru-ltv.melonworks.me/

QR／URL

提供：メロンワークス合同会社

スタンダードプラン限定

プラン特典｜追加料金なし



ミエルLTVから出力される安全データを取り込むと、どの商品で入ったお客様がその後いくら使ったかが分かります。
例えば、売上1位の商品が、育つ客では8位ということが起こります。

ミエルLTV



安全データ
(分析用CSV)

ミエルLTVでの分析例

	入口の商品	流入人数	12か月のLTV
1	季節の果物 詰め合わせギフト	2,455人	¥12,351
2	新米 コシヒカリ 5kg（sku-b）	2,445人	¥10,678
3	新米 コシヒカリ 5kg（sku-a）	2,306人	¥8,806
⋮			
8	売上1位の商品（例）	3,024人	¥7,153

例えば
売上1位の商品が
育つ客では
8位に！

＼ スタンダードプランの3つの特典機能 ／

運営レポート

例えば
月次の運営レポート

10章・グラフと
次の一手つき
PDF保存



スライドを見る

例えば
効果の試算スライド

5枚・会議や共有用
試算が動かせる



配信プラン

例えば
リピート促進の配信設計

誰に何を送るか
条件と商品を
コピーして使える

