



D2Cブランドの成長を支えるECプラットフォーム  
”Shopify（シヨッピファイ）”

株式会社トランスコスモス技術研究所  
松野 亘

# トランスコスモス技術研究所の Shopify関連サービス



トランスコスモス技術研究所は国内では数少ない「Shopify Plus」の公式パートナーです。  
Shopifyとの密接な連携のもと、企業のEC化促進に向け様々な取り組みを行っております。

## Shopify各種イベントへの協力



国内4社しかない  
Shopify Plusパートナーシップを締結  
※2019年12月時点



Shopifyの特徴であるAPIの豊富さを活かして、実店舗で活用するPOSシステムとのAPI連携やERP（基幹システム）との繋ぎ込み開発など、ECサイト運営を一つ上のレベルに引き上げる技術的な支援をいたします。

### ・ Shopify Meet Upの開催



Shopifyの利用推進を目的に、Shopify社や同じくShopifyパートナーである企業様と連携し、定期的に「成長フェーズに応じたShopifyの活用方法」や「Instagramとの連携」など毎回様々な切り口でEC事業者様をお招きしたセミナーイベントを開催しています。

## Shopify用アプリの開発・提供

### ・ LINEでお客様へダイレクトにアプローチ「Kisuke」



- ✓ LINE上でのやり取りからそのまま購買へと誘導可能
- ✓ リッチコンテンツを自分好みにカスタマイズできる
- ✓ 購買データを元にしたセグメンテーションも可能

## 研究熱心ブログ

【Shopify (ショッピファイ) 事例集】食品・飲料系ECサイト・導入アプリ編

トップ / ブログ / 【Shopify (ショッピファイ) 事例集】食品・飲料系ECサイト・導入アプリ編



### Shopify事例集

食品・飲料ECサイト編



07/03/2020

今回はShopify(ショッピファイ)で作成された食品、飲料関係のECサイトの事例をご紹介します。

国内外で作成されたサイトをピックアップするだけでなく、各サイトで導入されているアプリについても併せてご紹介します。

Shopifyの導入を検討されているお客様は、是非ご覧ください。

Shopifyをご利用中の店舗運営者向け

#### Shopify 運用お役立ち資料

- 販売チャネルの拡大を検討
- SNSを有効活用できないか
- CRMとの連携をしたい
- 多店舗運営を考えている

無料でダウンロード

LINEの機能を拡張するShopifyアプリ

#### Kisuke

- セグメント配信
- リッチメニュースタイリング
- キーワード検索機能

詳細はこちら

kenji

お問合せ

## Shopifyアプリストア内弊社開発アプリ

個人ビジネスが世界で必要とされています。新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の影響を踏まえたShopifyの対応方針について

shopify app store カテゴリー コレクション

検索 Shopify.com

### TRANSCOSMOS RESEARCH AND DEVELOPMENT INC.

3 アプリ 平均評価: ★4.9



#### Uchuya Shipping Cooperation

作成: TRANSCOSMOS RESEARCH AND DE...

【ヤマト・佐川急便対応】配送日時を指定でき、CSVで配送伝票印刷と追跡番号を一括で更新します。日本語アプリ。  
★4.8 (5)  
7日間の無料体験



#### Kisuke

作成: TRANSCOSMOS RESEARCH AND DE...

LINE公式アカウント経由の購買率アップ。ユーザーの属性にあわせて特別なリッチメニュー表示・プッシュメッセージ配信が可能  
★レビューなし  
無料



#### shopping for note

作成: TRANSCOSMOS RESEARCH AND DE...

商品URLをnoteの記事内に貼ると商品カードがリッチ表示可能になります。コンテンツマーケティングに最適  
★レビューなし  
無料



## 【D2C考察】モノが売れない時代、必要なのは「ストーリーテリング」

Sponsored | トランスコスモス | NewsPicks Brand Design

2020/5/20

メーカーの新たなビジネスモデルとして急成長している「Direct to Consumer」、通称「D2C」。流通業者や小売店を通さずに、メーカーとユーザーがネット上で直接“つながり”、商品をダイレクトに届けるモデルで、専門のスタートアップが台頭するほか、大手メーカーもこぞって参入している。D2Cで成功する秘訣は何か。

『D2C 「世界観」と「テクノロジー」で勝つブランド戦略』の著者でビジネスデザイナーのTakram 佐々木康裕氏と、ECビジネスの構築・運用を得意とするトランスコスモスで新規事業を担当する執行役員の下田昌平氏に語り合ってもらった。

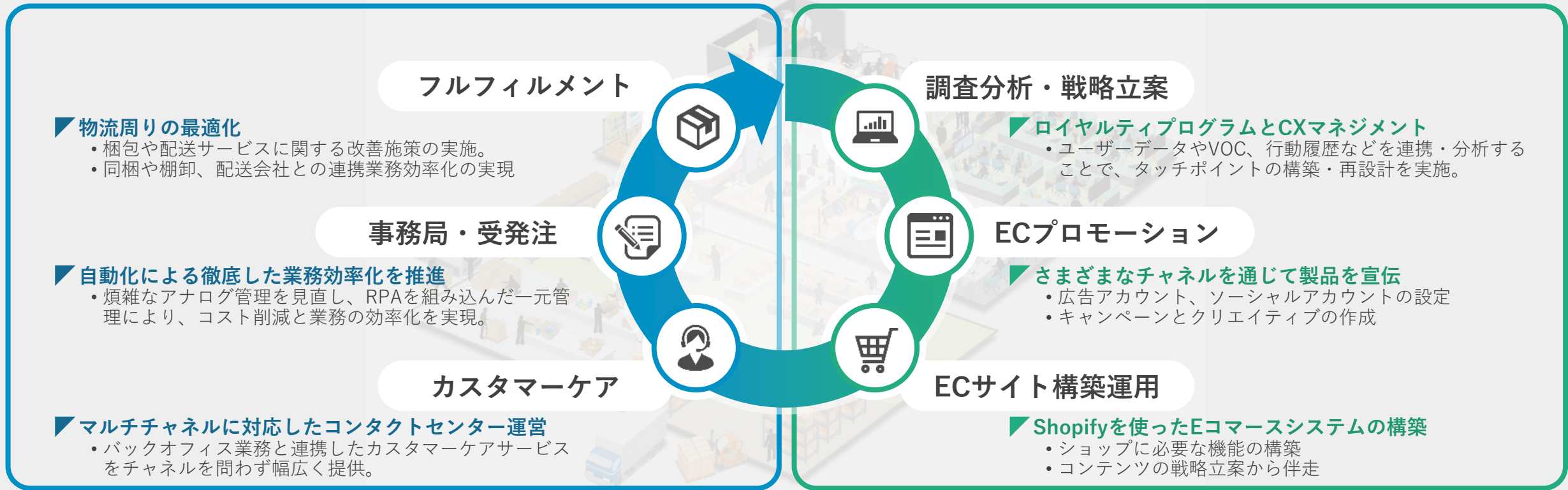


トランスコスモス  
執行役員 兼  
トランスコスモス技術研究所  
代表取締役

長野県出身。幼少期からアメリカで過ごした後、統計学、コンピューターサイエンスを学び、大学在学中から事業立ち上げ、日本企業の米国法人代表などを経験し、2010年に帰国。外資系ベンチャー企業での経営をした後、株式会社アイレップにて海外事業担当役員、子会社の立ち上げ経営を行う。その後複数社のCTOを兼任したのち、2017年にトランスコスモス株式会社に入社。トランスコスモスでは、全社提供のサービス統合化とプロダクト開発を担当。子会社である新規事業を担う株式会社トランスコスモス技術研究所の代表を務めながら、Shopify主催イベントでのシステム開発講師なども担当する。

<https://newspicks.com/news/4898359/>

Shopifyを起点としたECワンストップサービスを提供。  
BtoC、BtoB問わず、システム構築からユーザーロイヤリティの向上まで幅広く支援します。



Shopify管理画面上から倉庫業務を依頼、物流業務をアウトソーシング  
D2Cブランドを悩ませるバックオフィス業務を、トランスコスモスの保有する倉庫にて業務委託が可能



スピードロジ (<https://speed-logi.com/>)

物流  
業務

- ・入荷 ・保管 ・送り状発行/貼付
- ・ピッキング ・検品 ・梱包
- ・荷渡し ・返品





The screenshot shows the Shopify homepage. At the top, there is a navigation bar with the Shopify logo and links for 'スタート', '販売', 'マーケティング', and '管理'. On the right, there are links for '料金', 'リソース', and 'ログイン', along with a green button that says '無料体験をはじめる'. The main heading is 'ネットショップを開設しよう' (Let's start an online shop). Below this is a form to enter an email address and a green button '無料体験をはじめる'. A small text block explains the 14-day free trial. To the right is a video player showing a barista working. Below the main heading is a section titled '最高のデザインのショップを作りたい' (I want to create a shop with the best design), with a subtext 'こだわりのブランドを表現できるデザイン性の高いECサイトを作成しましょう。' and a link '事例はこちら →'. At the bottom, there are several small images of various e-commerce websites.



The screenshot shows the Shopify sign-up form. The heading is 'Shopifyの14日間の無料体験をはじめる!' (Start your 14-day free trial of Shopify!). Below the heading are four input fields: 'メールアドレス' (Email address), 'パスワード' (Password), 'ストア名' (Store name), and 'ストアURL' (Store URL) with a dropdown menu showing '.myshopify.com'. A green button at the bottom right says 'ストアを開く' (Open store).

**通常14日間の無料体験デモを、弊社お申込みでは1か月可能  
Shopifyを使い倒していただけますので、まずはお気軽にご相談ください**



1. **D2CとEコマース**
2. **D2CブランドにShopifyが選ばれる3つの理由**
3. **ブランド成長ストーリーとShopifyプラットフォーム**

# D2CとEコマース



- ただの「直販」「中抜き」ではない

- ① デジタル（データ）起点の「テック企業」要素を持つ
- ② 生産から販売まで垂直統合、顧客とのダイレクトな対話を行う
- ③ コト+モノの「体験」を通して、「ライフスタイル」を価値提供する

- D2CのEコマースで必要とされる要素

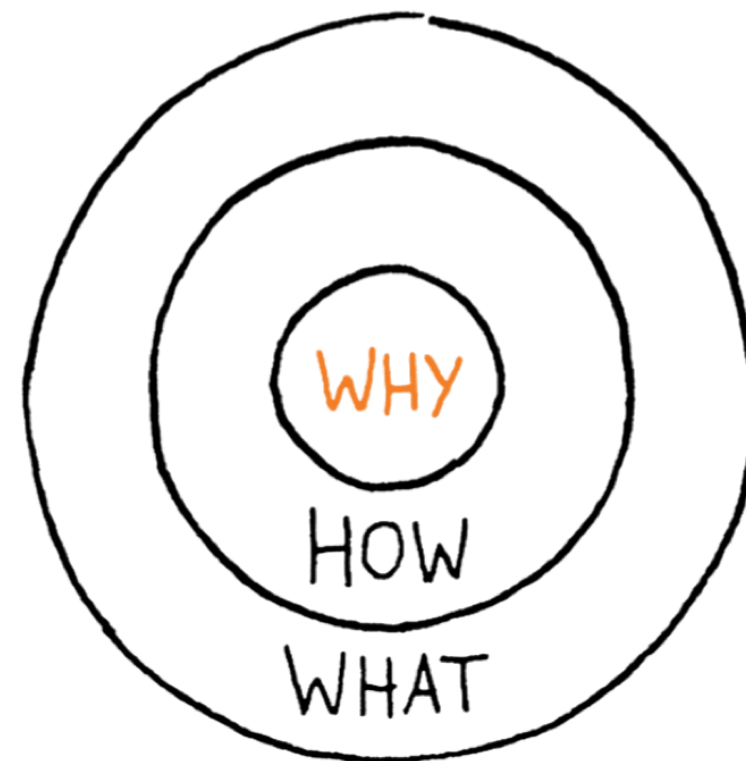
- ① **ストーリー・世界観**

- ② **クリエイティブ・UX**

- ③ **SNS**

## ・ブランド、商品に込めた想いを伝えること

- ・なぜ、自分たちなのか？自分たちでなければいけないのか？
- ・どんな想いを持ってブランドを立ち上げたのか？
- ・商品化の背景、どんなトライ＆エラーを繰り返したのか？



<https://shop.hushtug.net/pages/our-story>

送料無料(沖縄除く) & 返品交換30日間無料

## HushTug

### これまでの物語

この物語はHushTug創業者の戸田貴久が2017年5月にモンゴルに単身移住することから始まります。

現地に住んで痛感した途上国ならではの深刻な社会問題を解決するために、「モンゴルに産業を創る」という一人の力では到底達成できない大きな挑戦を現地の職人と力をあわせて進めている真っ只中です。

日々、少しずつ進んでいくこの物語をワクワクしたりドキドキしながら、いっしょに楽しみ頂けたら幸いです。

約3分でHushTugの誕生のきっかけや職人との出会いを説明

<https://fabric-tokyo.com/pages/factory/>

FABRIC TOKYO PRODUCTS STORE ABOUT SERVICE SUPPORT Login

## OUR CRAFTMANSHIP

FABRIC TOKYOのものづくりは、ウールやコットンの原料選びから始まります。ものづくりにおいて、企画会社に依頼するような他人任せのことはしません。一つ一つの工場と顔を合わせ、ゆっくり丁寧に取り組んでいきます。

なぜなら、ユーザー一人一人の多様な価値観にあった商品は、そうしなければ生み出すことができないと考えているからです。

良い商品にはその背景に、丁寧に引き継がれてきた歴史や、それを支える人と想いが必ずあります。

このFactoryページでは、工場の生産工程を公開するためではなく、良い商品には訳があることを伝えるためにつくりました。

そして、その受け継がれてきた歴史と人の想いを未来に紡いでいくために、ただクオリティーの高いものづくりではなく、自然環境や生産者の労働環境にも向き合いながら、本質的なオープンなプロダクトに挑戦していきます。

The manufacturing of FABRIC TOKYO begins with selection of raw materials for wool and cotton.

I will not make things like other people who ask other people. We will face each factory one by one and work slowly and carefully.

Because we think that it is impossible to produce goods that meet the various diverse values of each person.

A good product has a history that has been handed down politely and the person and feeling that supports it are in the background.

On this Factory page, I do not aim to publish the factory production process, but I will tell you that there are good reasons for goods.

And in order to inherit the historical inherited history and human thoughts to the future,

In addition to manufacturing quality with high quality,

While facing the natural environment and the working environment of producers,

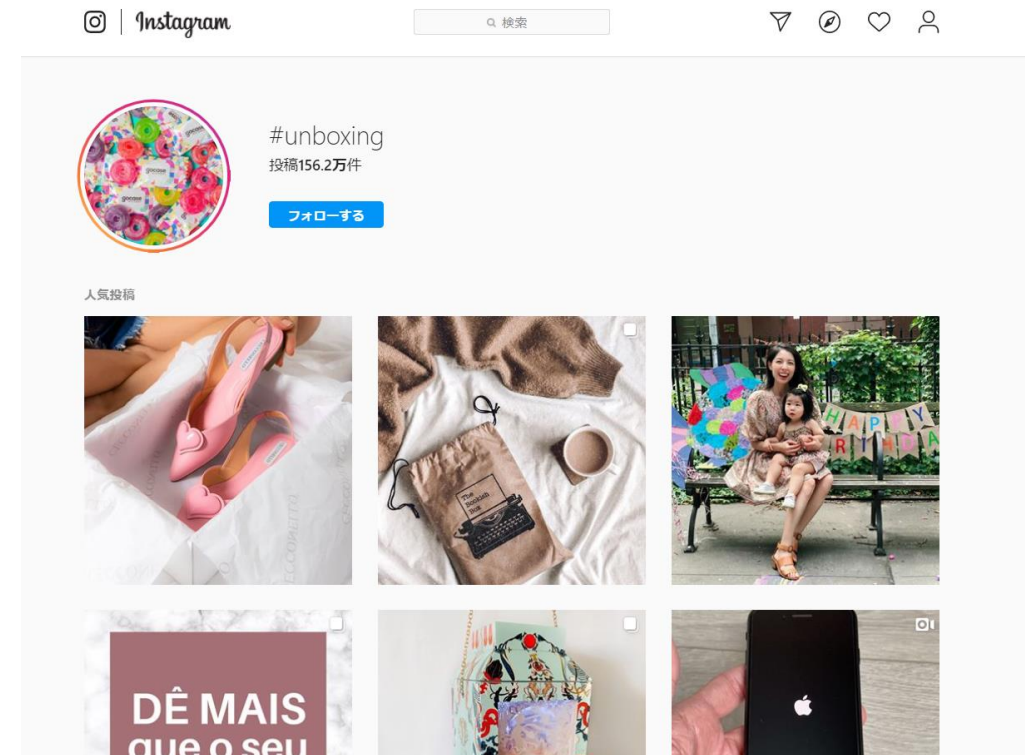
I will challenge the essential 'open product'.

## THE OPEN PRODUCTS

FABRIC TOKYO

### • 表現と機能のバランスを取りながら、購入体験をデザイン

- どれだけ世界観を作りこんでも、ECサイトでの購入体験が悪いと本末転倒
- パッケージと「開封の儀（unboxing）」
- カスタマーサポート・運用含めて、購入完了後のサイト設計も必要



## ②クリエイティブ・UX

<https://objects.io/>

objects.io

PRODUCT

ABOUT US

WAITLIST

POP-UP STORES

JOURNAL

CONCEPT BOOK



AR Showrooming

3DモデルとARで  
製品をご覧いただけます。  
全体像やサイズ感を  
ご確認いただきながら、  
ご自宅にて製品をイメージする際に  
お役立てください。

\*:OS 12以降のSafari  
またはARCoreに対応したAndroidにて  
ご利用ください

ARで見る



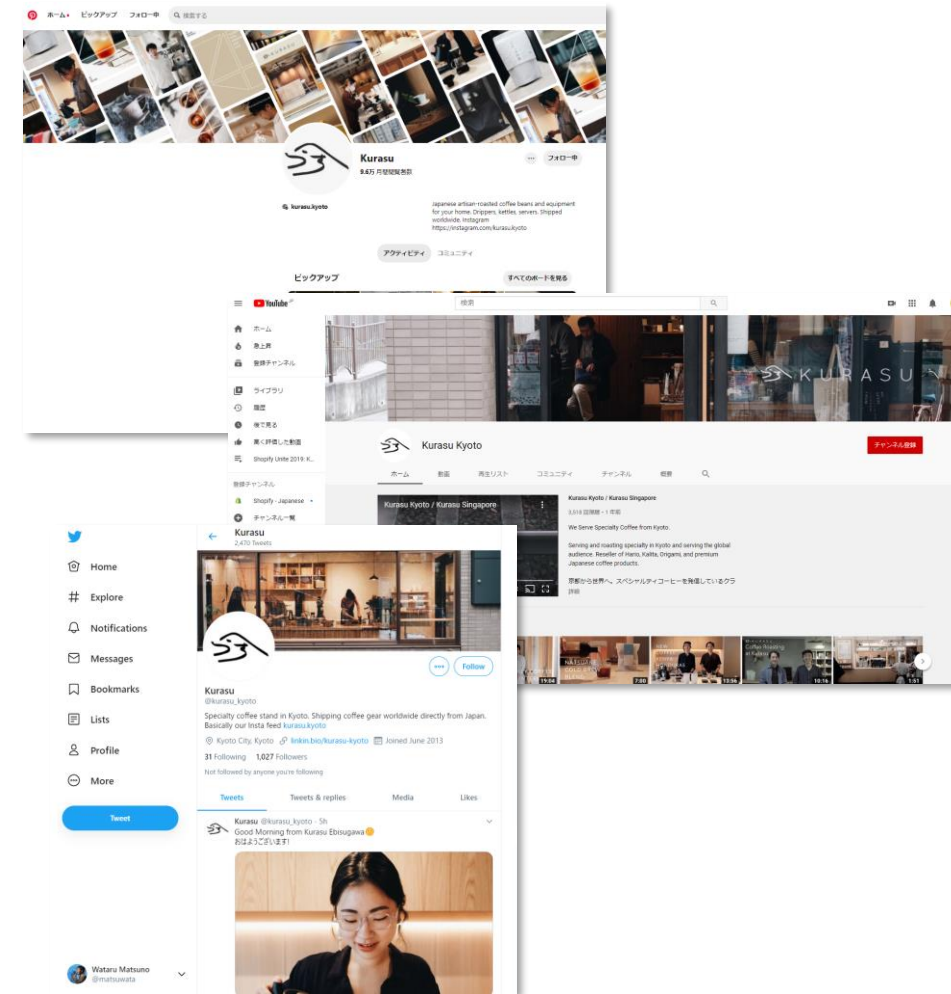
DESIGN CONCEPT





- **顧客とのコミュニケーションのためにSNSを活用した情報発信**
  - SNSの特性を理解し、自社の顧客に合わせたSNS活用
  - 複数SNSを組み合わせてユーザーとのタッチポイントを面で作る
  - 単なる情報発信でなく、双方向のコミュニケーションを通して「共感」へ

<https://jp.kurasu.kyoto/>



D2Cはデジタル発想起点で顧客とのダイレクトな対話を行いながら、

「体験」価値を提供する

**D2CブランドのECサイトにおいては、世界観の表現をしながらコマース体験を提供。**

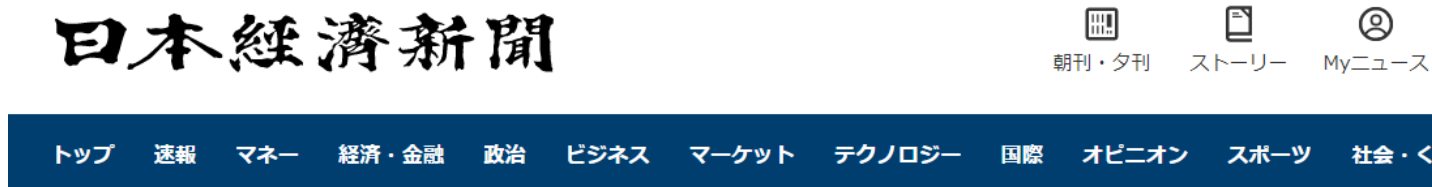
**SNSを積極的に活用し、データを駆使しながら、**

**ブランドへの「共感」と「つながり」を作る**

# D2CブランドにShopifyが選ばれる 3つの理由



## ■Shopify（ショッピファイ）とは？



有料会員限定 ■ 記事 今月の閲覧本数： 10 本中 2 本

### アマゾンキラー、ショピファイ 世界で100万社超導入

2020/1/23 11:00 | 日本経済新聞 電子版

🔖 保存 📧 共有 🗨️ 📄 🐦 📘 その他 ▾

新興ネット通販向けの電子商取引（EC）プラットフォームを手掛けるカナダの「ショピファイ」が、米アマゾン・ドット・コム（Amazon.com）の隠れた競合として注目を高めている。ウェブサイト作成から商品の在庫管理や決済、配送までを独自のシステムで効率化し、定額課金（サブスクリプション）を通じて提供する。導入企業は100万社を超え、時価総額も5年で約28倍に増えた。アマゾン（Amazon）を介さずにネットでモノを売りたい企業が、ショピファイ...

- カナダ発のマルチチャネル販売に対応したSaaS型のECプラットフォーム
- 世界No.1シェアを誇り175ヵ国で100万以上のマーチャント（店舗）により利用されている



## 175ヶ国

展開国・地域

マルチチャネルECの作成やカスタマイズに加え、在庫管理、売上管理、顧客管理といった機能を網羅。さらに越境ECの課題である、言語、通貨、決済、配送を解決できるShopifyは、世界No.1シェアを誇ります。



## 100万

アクティブストア数

2019年のブラックフライデーのキックオフからサイバーマンデーの終了まで、2,550万人以上の消費者がShopifyのマーチャントから購入。ピーク時の売上は米ニューヨーク時間15時に1分あたり1.5億円を超えています。



## 17兆円

流通総額

創業から2018年末までにグローバル累計の流通総額（GMV）が10兆円を超え、2018年単年では4.5兆円となり、前年比56%増と大幅成長を継続。

※Shopify社は創立2006年、従業員約3,000人、ニューヨーク証券取引所(NYSE:SHOP)の上場企業です。

- グローバルカンファレンス Shopify Unite
- Shopifyコミュニティ、エコシステムを構築し、熱狂的な盛り上がりを見せる



- ECに必要な機能を取り揃えている点に加え、連携・拡張性に優れる
- 強固なインフラと柔軟性で、予算やビジネス目標に合わせたECサイト構築が可能



## 圧倒的にスケーラブルなインフラ

世界最大のSaaS型ECプラットフォーム。  
世界基準のセキュリティに加え、1分間に10,000件以上のCVにも耐えます。

- ・ 無制限の帯域幅
- ・ 99.98%のアップタイム
- ・ PCI DSS Level 1 準拠
- ・ 迅速なアップグレード
- ・ 10,149/分のオーダー処理など



## 柔軟な機能拡張

パートナーエコシステムにより3,700以上のアプリが存在。  
またECに必要なほぼ全ての項目をAPI化することにより、基幹システム・周辺マーケティングツールとの連携も容易です。

利用したい機能のみをプラグインするAPP仕様(3,700種類以上により自由自在にカスタマイズが可能。  
API連携により外部ツールとの連携もスムーズです。

## 多言語、多通貨にも対応したマルチチャネルプラットフォーム



### ソーシャル連携

Pinterest、Instagram、Facebook、Twitter、Tumblrといったソーシャルメディアとの連携が可能。

- ・ Instagram投稿からの購入
- ・ 在庫の一元管理 など



### マルチチャネル

オンライン、リアル店舗など、どこにいても販売できる単一のプラットフォームです。

- ・ Amazon等のモール連携
- ・ POS連携
- ・ SNS連携 など



### バックオフィス機能

販売場所の数に関係なく1つのツールを使用してすべての商品、在庫、およびお客様を管理できます。

- ・ ダッシュボード機能
- ・ CRM機能 など



### 越境EC

多言語・多通貨設定に対応しており、越境ECサイト構築をスムーズにします。

- ・ 多通貨決済機能
- ・ 自動課税機能 など





## 商品管理

### 在庫管理

在庫数を追跡し、在庫切れ商品の販売を自動的に停止できます。

### デジタル商品

デジタル商品の注文またはダウンロードが可能です。

### 商品登録数無制限

オンラインストアで販売できる商品の数やタイプに制限はありません。

### SEO商品タグ

商品固有のメタタグ、タイトル、URLハンドルを使用して、検索エンジンに対する商品ページを最適化できます。

### 商品整理

カテゴリ、タイプ、季節など、売上ごとに商品を整理できます。  
スマートコレクションを使用して販売元、価格、在庫レベルに基づいた商品の並び替えを自動的に実行可能です。



## 分析

### ダッシュボード

売上、注文、トラフィックに関する実用的なダッシュボードが利用可能です。

### 商品レポート

購買傾向などストアの成長に必要なインサイトを得ることができます。

### トラフィック/紹介レポート

訪問者のアクセラートを把握し、訪問者がオンラインストアを見つけた方法を把握できます。

### Googleアナリティクス

Googleアナリティクスがオンラインストアと連携するので、売上数、訪問数、紹介数を追跡可能です。



## マルチチャネル

### POS

リアル店舗とオンライン販売を統合する多機能なPOSシステムがあります。

### 各プラットフォーム連携

amazonをはじめ、楽天、yahooショッピング、Google Shopping等との一元管理が可能です。(※1)

### 購入ボタン

既存のウェブサイトやブログへ設置することで、簡単にオンラインショッピングを可能にします。

### SNS連携

Facebook (Messengerを含む)、Instagram、PinterestといったSNSとの連携がスムーズです。

### ロケーションの追加

複数倉庫拠点にある同一商品の出荷割り当て、大量販売、実店舗や複数出荷倉庫の管理が可能。



## 越境EC

### 多言語対応

オンラインストアのチェックアウトは50以上の言語に対応。

### 100種類の決済サービス

コンビニ決済やキャリア決済をはじめ、PayPal、iDEALまで、世界中の100種類を超える外部の決済サービスと統合しています。

### 多通貨決済機能

決済、配送などの対象国のニーズにあわせて設定することができます。

### エクストラストア機能

追加で9サイト、合計10サイトまでShopify Plus仕様で運営が可能です。

# Shopifyの利用料金

- 29ドル～始められるプラン。SaaSのため、自前でサーバーを用意する必要もなし。
- ブランドの成長、拡大に合わせて柔軟にプラン変更も可能

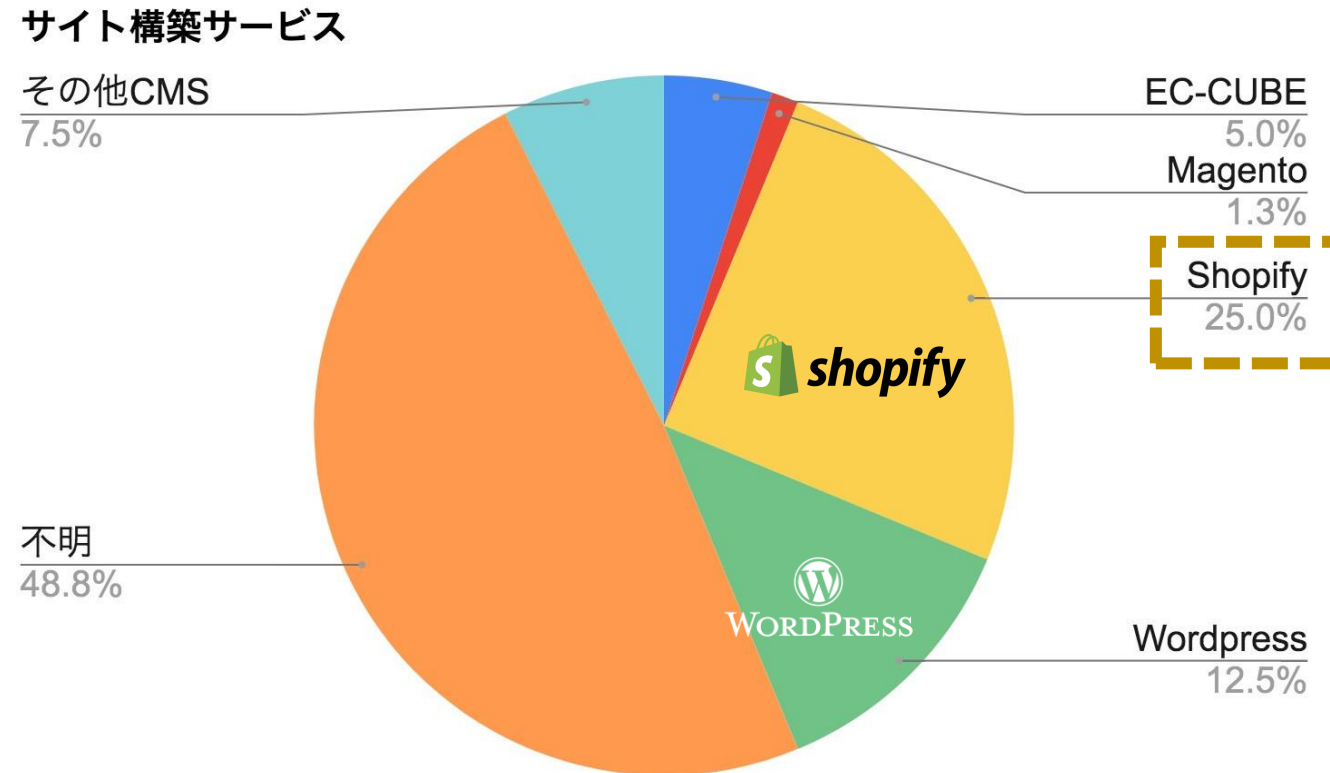
プラン	shopify			shopify plus
	ベーシック	スタンダード	プレミアム	
月額利用料	29.00ドル (約3,200円) <sup>※1</sup>	79.00ドル (約8,700円) <sup>※1</sup>	299.00ドル (約32,900円) <sup>※1</sup>	月額売上金額80万ドル (約8,400万円) 以下の場合 2,000.00ドル (約220,000円) <sup>※1</sup>   以上の場合 月額売上金額 × 0.25%
カード手数料	3,4%~	3,3%~	3,25%~	3,15%~
外部決済サービス 利用料	2,0%	1,0%	0,5%	0,15%
スタッフアカウント数	2	5	15	無制限
契約単位	1ヶ月	1ヶ月	1ヶ月	12ヶ月

## “ AWSとShopifyは アメリカD2Cスタートアップの デフォルトツール ”

D2C「世界観」と「テクノロジー」で勝つブランド戦略  
第5章～D2Cを立ち上げる～ より



## ■ 日本のD2Cブランドにおいても、Shopifyを利用するケースが急増中



80サイトの調査から分かったD2Cサイトの実態！ECサイトで実装すべき機能はコレ！【調査レポート】

<https://web-kanji.com/posts/d2c-report>

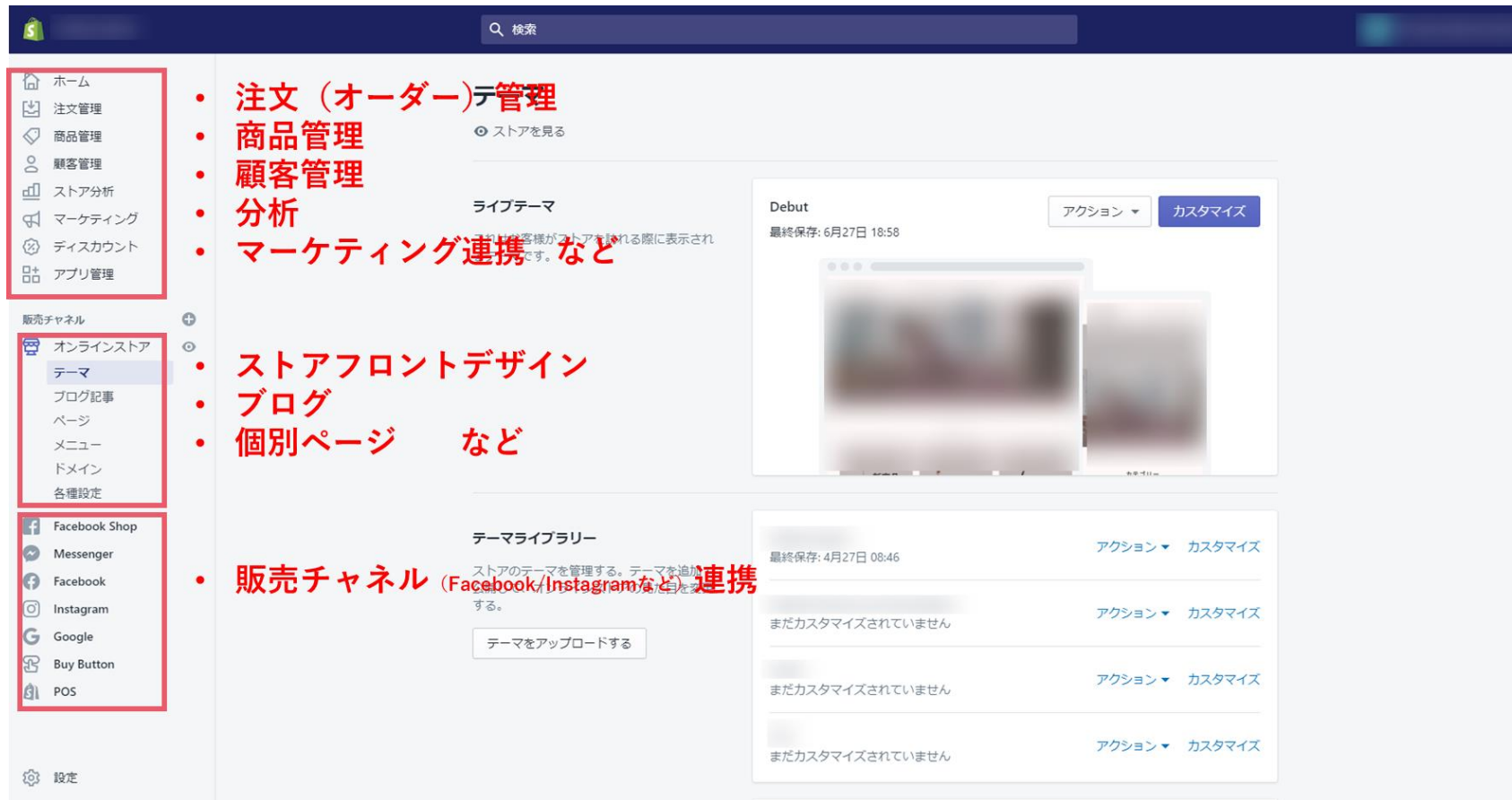
- ① CMSとしての利便性
- ② 多様化する販売チャネルへの対応
- ③ ブランドの成長に合わせた拡張性

## ①CMSとしての利便性

②多様化する販売チャネルへの対応

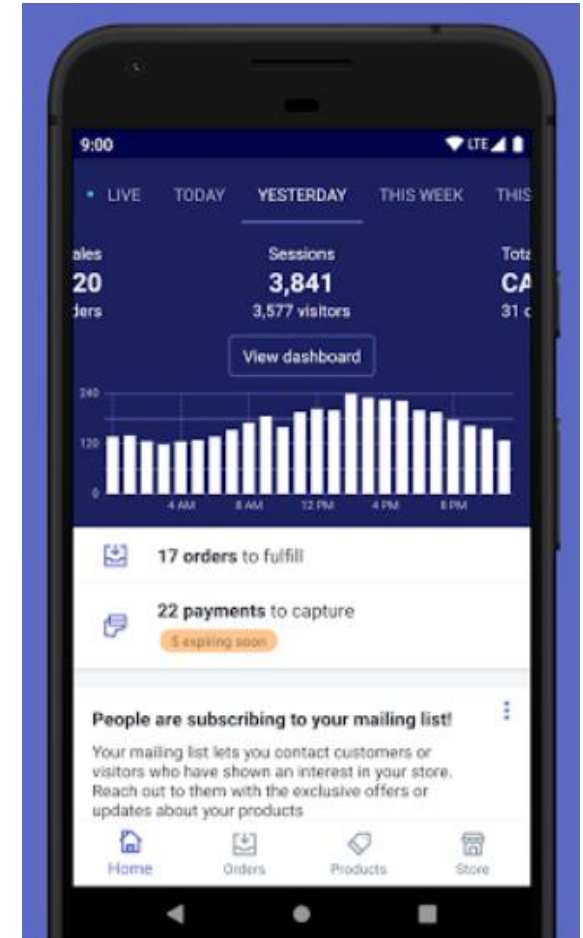
③ブランドの成長に合わせた拡張性

- 誰でも簡単にECサイト構築が可能なUI
- 注文（決済）・商品・顧客データを一元管理



The screenshot shows a CMS dashboard with a sidebar menu on the left and a main content area. Red boxes and text highlight specific features:

- 注文（オーダー）管理** (Order Management)
- 商品管理** (Product Management)
- 顧客管理** (Customer Management)
- 分析** (Analytics)
- マーケティング連携** (Marketing Integration) など (etc.)
- ストアフロントデザイン** (Storefront Design)
- ブログ** (Blog)
- 個別ページ** (Individual Pages) など (etc.)
- 販売チャネル** (Sales Channels) (Facebook/Instagramなど) **連携** (Integration)



- CMSとしてのShopifyはWordPressに次ぐシェア2位
- ECにおけるNoCodeツールとして注目されるだけでなく、コーポレートサイトなどでも利用される

## Shopifyのシェアが全Webサイトの2.8%に拡大、1年間で1.2%成長

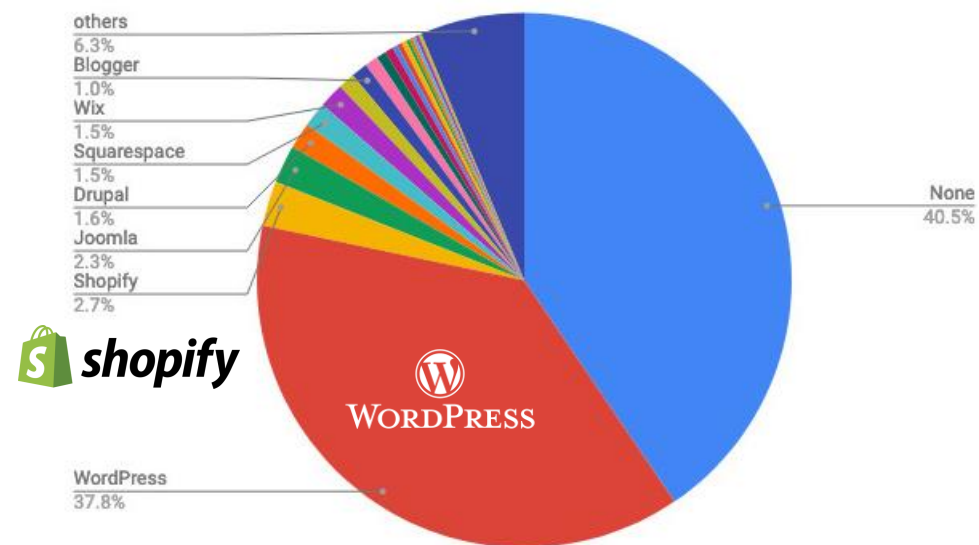
🕒 2020/08/19 13:18

著者：後藤大地



Q-Successは8月18日(米国時間)、「Usage Statistics and Market Share of Shopify, August 2020」において、Shopifyの市場シェアが全Webサイトの2.8%に拡大したと伝えた。使用しているCMS (Content Management System) の種類が判明しているWebサイトにおけるシェアは4.6%となっており、CMS市場においてはWordPressに次いで第2位となっている。

Shopifyはカナダに拠点を置くShopify社が提供しているEコマース用のプラットフォームである。CMS市場ではWordPress、Joomla、Drupalが長期にわたって高いシェアを維持し続けてきたが、ここ数年でShopifyが急速にシェア拡大しており、2020年5月のレポートでJoomlaを抜いて第2位のCMSとなった。



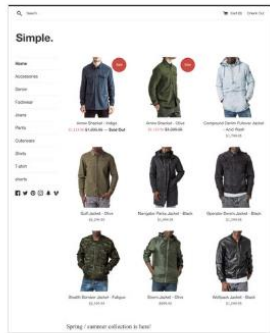
2020年8月Webサイト向けCMSシェア/円グラフ



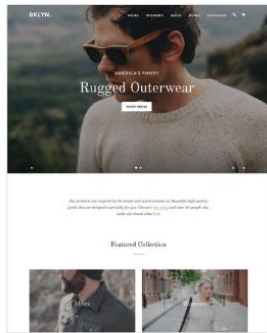
■ 100種類以上のデザインテンプレート

■ 一からサイトデザインを作る必要がなく、好きなデザインテンプレートを基に制作が可能

## Trending this week



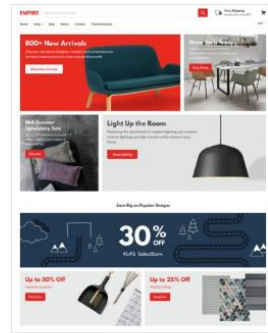
**Simple** - Free  
3 styles



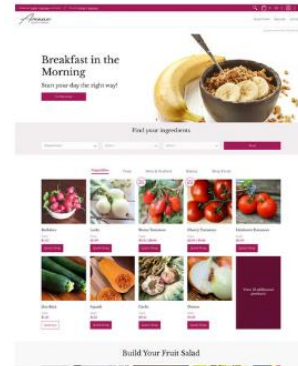
**Brooklyn** - Free  
2 styles



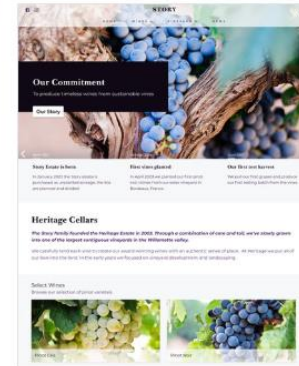
**Debut** - Free  
2 styles



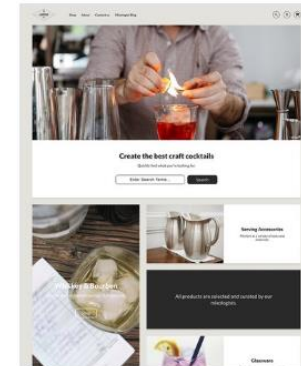
**Empire** - \$180  
3 styles



**Avenue** - \$180  
3 styles

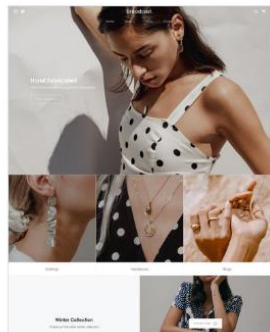


**Story** - \$180  
3 styles

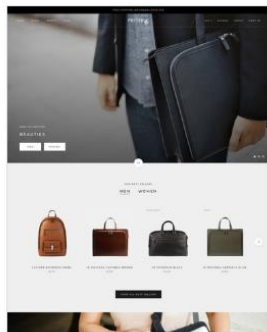


**Loft** - \$160  
3 styles

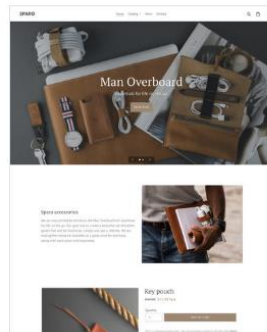
## Product recommendations



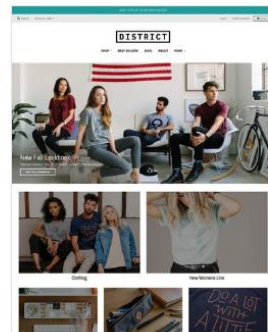
**Broadcast** - \$180  
3 styles



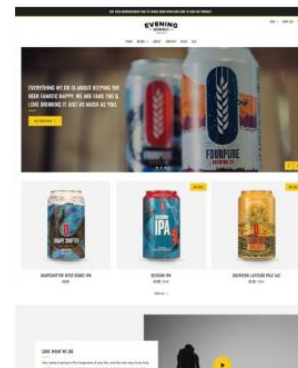
**Prestige** - \$180  
3 styles



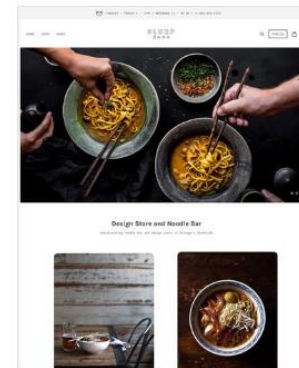
**Debut** - Free  
2 styles



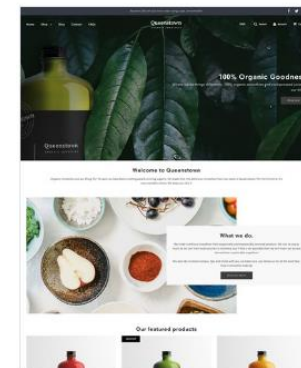
**District** - \$160  
3 styles



**Venue** - \$180  
3 styles

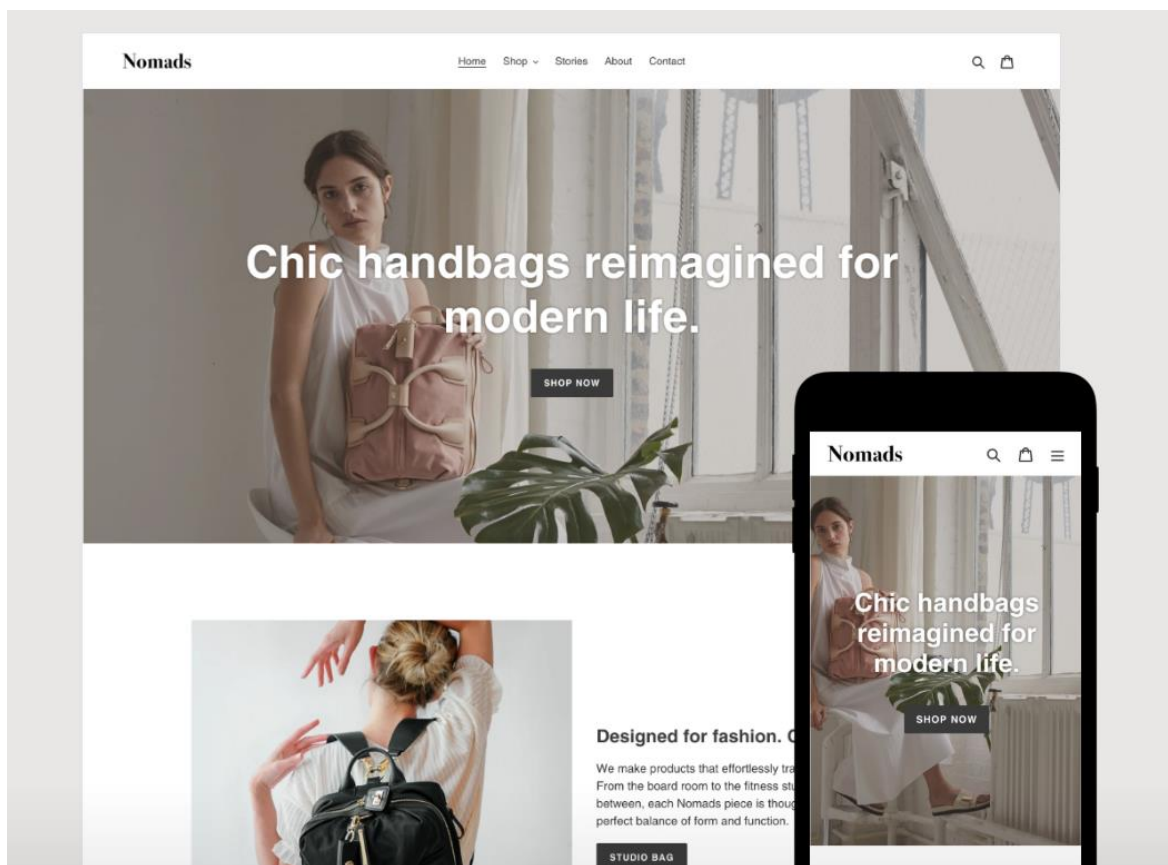


**Local** - \$160  
3 styles



**Flow** - \$180  
3 styles

- モバイルユーザー体験はもちろん、世界各国のCDNからコンテンツ配信しパフォーマンス向上。
- フラッシュセールにも耐えるインフラ基盤。



## 読み込み時間をより速く

ShopifyのContent Delivery Network (CDN) で、あなたのお客様は世界中のどこにいても、あなたのウェブサイトを迅速に読み込むことができます。

Shopifyは、CDNを使用してホストされる初めてのECソリューションです。

- ① CMSとしての利便性
- ② 多様化する販売チャネルへの対応**
- ③ ブランドの成長に合わせた拡張性

- Instagram/facebook/Google/楽天など販売チャネル連携が容易
- ユーザーとのタッチポイントを増加させることが可能

[https://blog.t-rnd.com/blog/shopify/instagram\\_collabo](https://blog.t-rnd.com/blog/shopify/instagram_collabo)



## Instagram (Instagram) 上でShopifyの商品を販売する方法を解説。

ShopifyとInstagramを連携することで販売チャネルが広がります。国内月間アクティブユーザーが2,900万人を越えるInstagramを利用して売上をアップさせましょう。

[トップ](#) / [ブログ](#) / Instagram (Instagram) 上でShopifyの商品を販売する方法を解説。



Shopifyをご利用中の店舗運営者向け

### Shopify 運用お役立ち資料

- ✓ 販売チャネルの拡大を検討
- ✓ SNSを有効活用できないか
- ✓ CRMとの連携をしたい
- ✓ 多店舗運営を考えている

無料でダウンロード

LINEの機能を拡張するShopifyアプリ

## Kisuke

- 2020年6月16日にFacebook/Instagramショッピング機能を発表
- Shopifyとの連携も期待



EC Mikan (ECのミカタ) navigation: 読む, 相談する, 探す, 学ぶ, 開店する

### ShopifyでFacebook・Instagram上でのECショップが展開可能に

2020/05/20 ECのミカタ編集部

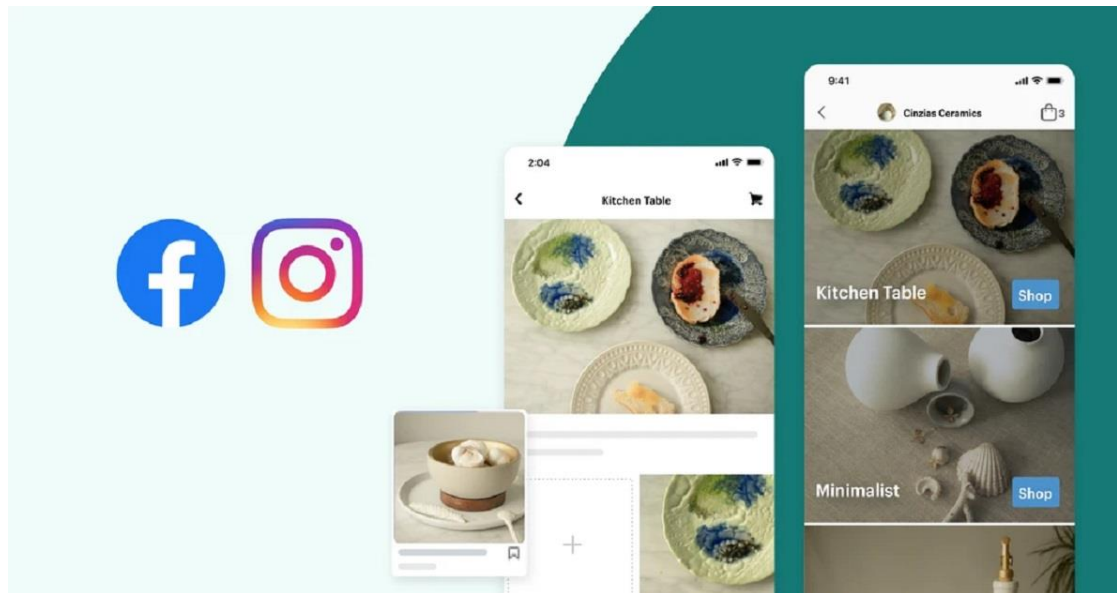
いいね! 25 ツイート 81 noteで書く



ShopifyはFacebookと連携し、企業・ブランドがFacebookショップを立ち上げる上での支援サービスを提供することを公表した。同社は今後、数か月で本格的なサービス提供が開始される見込みとしている。

#### Shopifyは2015年からFacebookと提携

Shopifyは2015年からFacebookと提携して、マーチャントにおいて価値あるマル



- 国内では楽天市場との販売チャネル連携も実現
- Shopifyで情報管理しながら、楽天市場への出店も容易に

ホーム > Shopify ブログ > Shopifyと「楽天市場」の販売チャネル連携がスタート！

## Shopifyと「楽天市場」の販売チャネル連携がスタート！

by Shopify Japan ・ お知らせ

2020年5月14日 ・ この記事は5分で読めます ・ コメントを残す



<https://www.shopify.jp/blog/rakuten-sales-channel>

- ストアの多言語対応を設定画面から追加可能
- 越境EC対応の容易さも多くのマーチャントに支持されるShopifyの魅力



◀ 設定

## ストアの言語

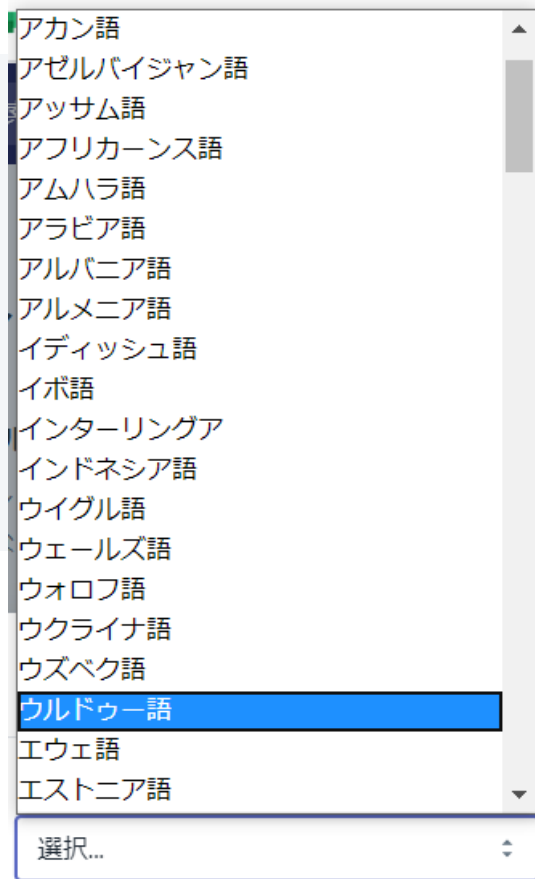
言語を追加する

**デフォルト言語**

**日本語** [テーマ言語を変更する](#)

オンラインストアの訪問者が希望の言語を利用できない場合に表示される言語です。

オンラインストアのテーマと通知の言語です。



- アカン語
- アゼルバイジャン語
- アッサム語
- アフリカーンス語
- アムハラ語
- アラビア語
- アルバニア語
- アルメニア語
- イディッシュ語
- イボ語
- インターリングア
- インドネシア語
- ウイグル語
- ウェールズ語
- ウォロフ語
- ウクライナ語
- ウズベク語
- ウルドゥー語**
- エウェ語
- エストニア語

選択...

- ① CMSとしての利便性
- ② 多様化する販売チャネルへの対応
- ③ ブランドの成長に合わせた拡張性**



# Shopifyアプリによる機能拡張

- Shopify アプリストアには3,700種類を超えるアプリが存在。用途に応じて機能追加
- 無料～からアドオンで追加可能。自社の要件に合わせてアプリを組み合わせ。

レポート	生産性	財務	セキュリティ	カスタマーサポート	在庫管理
 トラフィックレポート	 タスクの自動化	 請求書カスタマイズ	 不正注文検知	 ライブチャット	 複数ストアの在庫管理
 会計ソフトへ自動出力	 製品の一括編集	 利益・費用一元管理	 SNS認証	 返品サポート	 事前注文・在庫通知
 ヒートマップ分析	 注文の自動タグ付け	 利益計算の自動化	 アクセス制限	 FAQ管理	 他モールとの在庫共有
 カスタムレポート作成	 検索エンジン最適化	 ストア内に原価を追加	 Cookie同意	 フォームカスタマイズ	 需要予測・棚卸し
注文・配送	売上アップ施策	マーケティング	デザイン	販売チャンネル	仕入れ管理
 受発注管理	 ポップアップ	 メールマーケティング	 独自LP制作	 POS、店舗販売	 総合仕入れ
 店舗ピックアップ	 関連商品レコメンド	 リファラル	 クリエイティブ自動作成	 Google Shopping	 ニッチ商品仕入れ
 送付状・納品書印刷	 購入商品リアルタイム表示	 広告管理	 商品の追加表示	 Insta Shopping	 カスタム印刷アパレル
 サブスクリプション	 ポイント付与	 リターゲティング	 商品ページ編集	 Facebook Shopping	 カスタム印刷ポスター

- 成長フェーズで直面する課題に対して、効率的にアプリを使い分けていくことが重要
- 乗り換えすることなく、同一プラットフォームで運用することが可能

	創業フェーズ	成長フェーズ	安定フェーズ
売り上げ規模	少	中	多
組織規模	小	中	大
テーマ（デザイン）	既存	カスタム	カスタム
アプリ	既存	既存 + 独自開発	既存 + 独自開発
連携システム	なし	一部	複数
キーワード	低コスト クイックウィン 売上拡大に集中 <b>守</b>	スタイルの確立 ピンポイントでの開発 運用の「型」化 <b>破</b>	組織拡大 システム間連携 業務効率化・自動化 <b>離</b>

直接顧客へ販売するD2Cにとって、Shopifyプラットフォームが選ばれる理由は3つ

① CMSとしての利便性

→技術的知識を必要することなく、コストを抑えた早期立ち上げが可能

② 多様化する販売チャネルへの対応

→販売・売上をグロースさせる上でのマルチチャネルでの接点作りも容易

③ ブランドの成長に合わせた拡張性

→初期はアプリを用いて効率的に。成長に合わせて自社カスタマイズ

# ブランド成長ストーリーと Shopifyプラットフォーム



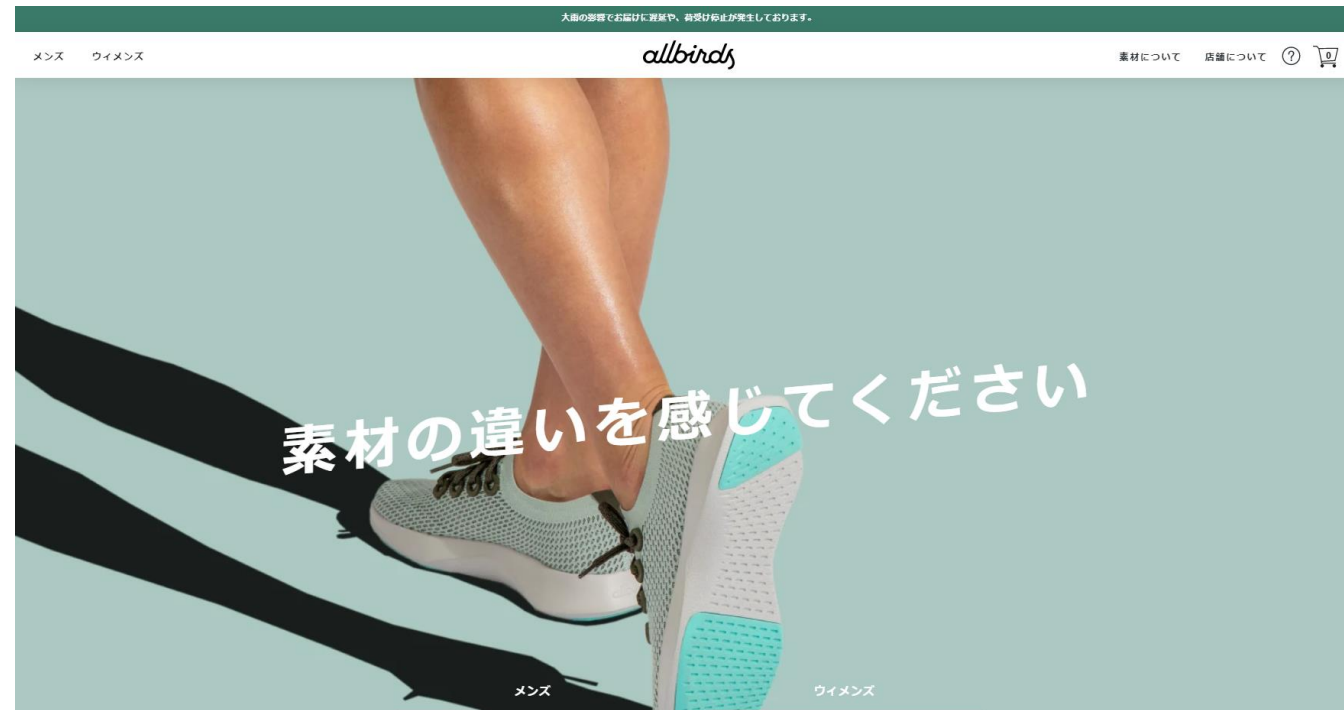
# 事例：allbirds

- スニーカーブランド allbirds
- ブランドの成長、拡大に合わせてShopifyを利用



Allbirds共同創業者ジョーイ・ズウィリンガー氏

<https://allbirds.jp/>



“

”

商品には、いろんな挑戦が必要です。

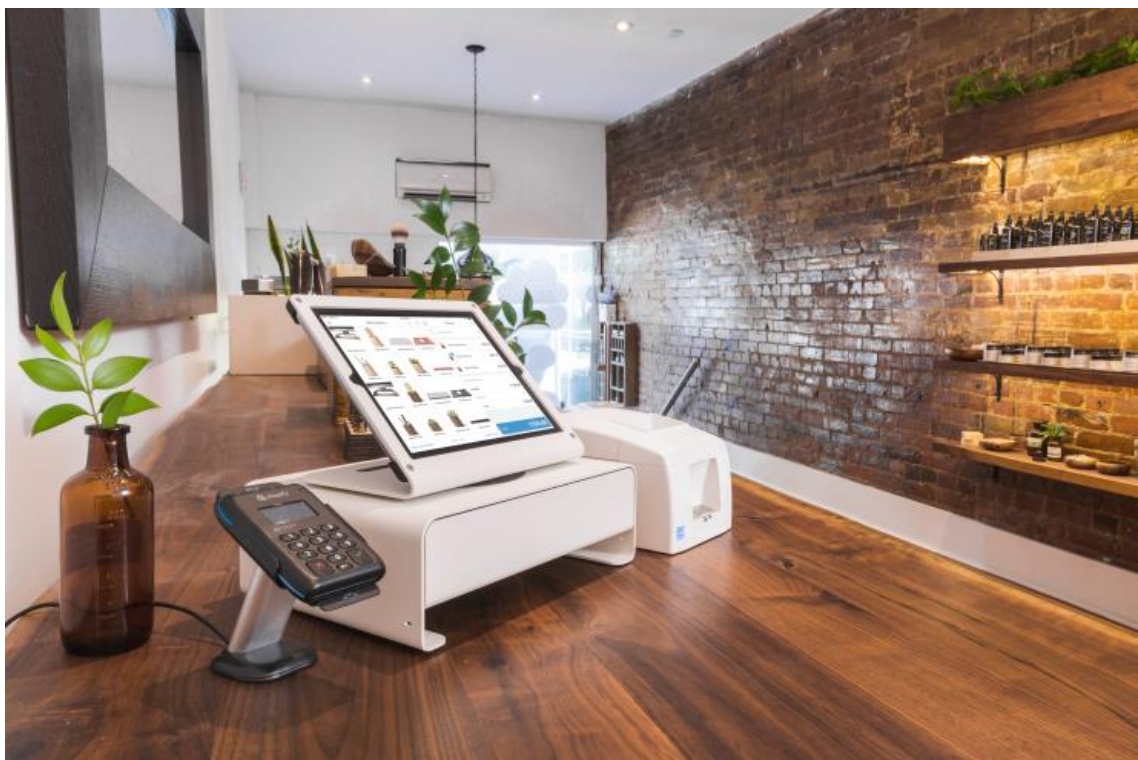
例えば、**主力製品の「Wool Runner」は30回以上は変更を加えました。**

**消費者から、直接フィードバック**をもらうことで、毎週、毎月のように変更を加えられるのです。

背景には**「データ」へのアクセス**があります。

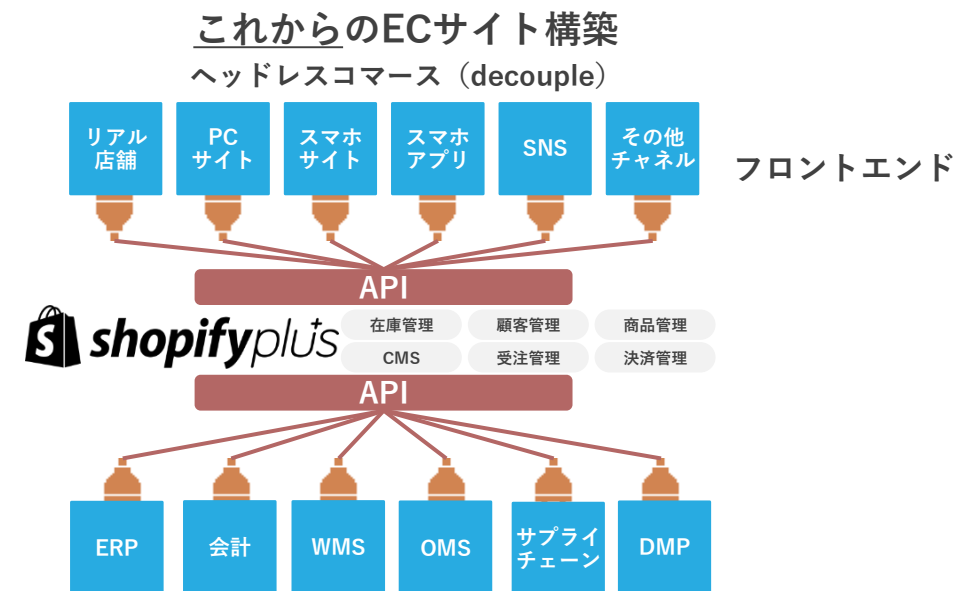
いろんなことがわかります。例えば、ある色のWool Runnerを買ったお客さんが、他にどんな商品が好きなのか分かれば、次なる行動へ結びつきます。

- Shopify POSシステム（ソフトウェア）を利用することで、オフライン上でも商品販売が可能
- リアル店舗やポップアップストアでの販売データも一元管理



# Shopifyが推奨するヘッドレスコマース

- Shopifyにデータを集約させながら、バックエンド側（データ群）とフロントエンドECシステムを切り離し、それぞれを独立させる



- フロントとバックエンドが分割
- UIを変更してもバックエンドに影響はない
- システムが肥大化を防止し、パフォーマンスが向上

カスタマイズが柔軟に行える為、新しい販売チャネルや新しいユーザーニーズに対応できるECサイトを実現できる。

- フロントとバックエンドが一体型
- UIを変更したい場合は両方の再構築が必要
- システムが肥大化しパフォーマンスが低下



# 「マルチチャネルプラットフォーム」としてのShopify

- コアとなるデータはShopifyに集約し、各チャネル（売り場）とコネクしていく仕組み
- 多様化するストアフロントに対してAPIでデータ接続することで対応可能



ストアフロント群

# 中国市場での展開

- 中国では進出僅か5か月で、リピート率50%と言われる
- リアル店舗に加え、「WeChat」ミニプログラム（WeChat内で動く小規模アプリ）で専用ECも展開



“

”

彼らは本当に素晴らしい企業で、最高のパートナーシップを築いています。

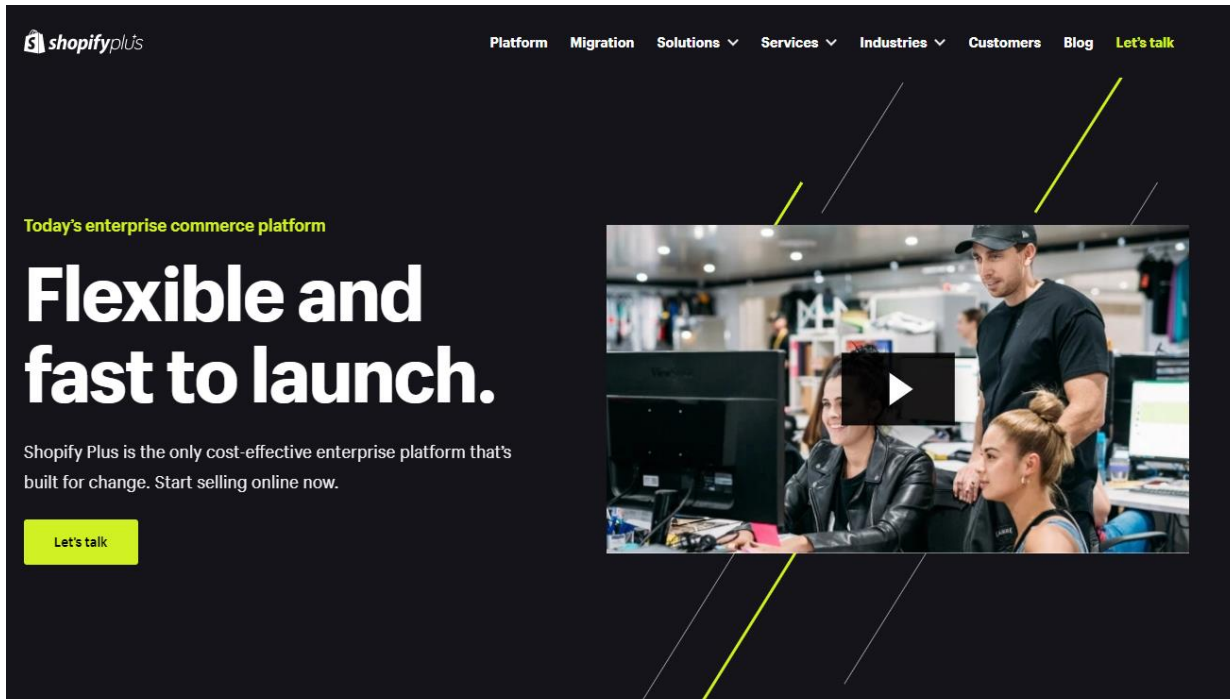
もともと彼らのソフトウェアは、小規模な手作りのお店や、ポップアップストア向けで、どんな製品もインターネットで展開すれば売りやすくなるというものでした。

しかし、その後「**Shopify Plus**」という大企業向けのソフトウェアを開発し、今では我々はそれを使っています。彼らのプラットフォームは、**より大きな顧客のニーズに応えられるように進化**しながら、同時に、消費者へのリーチも含め、多くの優れた機能を提供してくれています。

この進化は、ちょうど我々が起業したときに進んだことであり、そのおかげで、当時は**何十人もエンジニアを雇わず**して、数百万もの製品を売ることができました。

# エンタープライズ向け”ShopifyPlus”

- より拡大したエンタープライズ向けのプラン”ShopifyPlus (シヨッピファイ プラス) ”
- Shopifyからのデータ移行の必要なし



shopifyplus

Platform Migration Solutions Services Industries Customers Blog Let's talk

Today's enterprise commerce platform

## Flexible and fast to launch.

Shopify Plus is the only cost-effective enterprise platform that's built for change. Start selling online now.

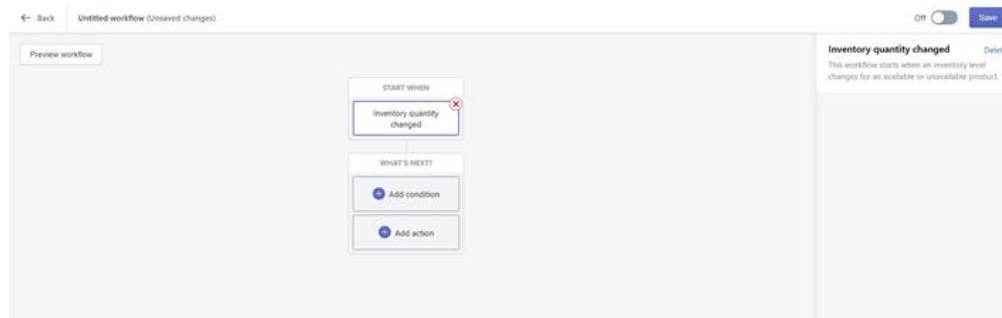
Let's talk

staples<sup>®</sup> HEINZ ESTD 1869 MAGNOLIA allbirds REBECCA MINKOFF Lindt

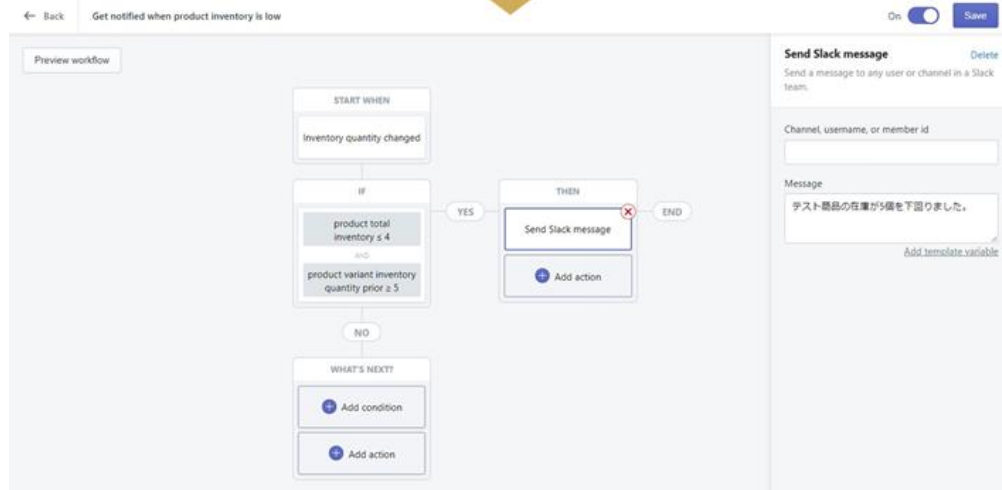
## Shopify Plusでのみ利用可能な機能例

- チェックアウトページのカスタマイズ
- Shopify Scripts Editor
- Shopify Plusの専任サポート
- Launchpad
- 専用API・APIの高速化
- Shopify Flow (アクションの自動化)
- 合計10サイトまで運営が可能
- 卸売ストア・B2Bストアの開設
- Transporter (既存ストアのデータインポート)
- Googleタグマネージャーの利用

- 「Shopify Flow」など、ShopifyPlusならではの機能を用いて事務的な作業や余計な手間を削減
- サイトの運用上、日々行われている定型作業を自動化



条件を設定



## 活用例 メールやSlackへの通知



大口の発注が発した場合や在庫がなくなった場合など、周知が必要な場面でメールやSlackで必要なメンバーへ自動通知できるようになります

# まとめ



## ① D2CとEコマース

世界観の表現をしながらコマース体験を提供。SNS活用で、ブランドへの「共感」と「つながり」を作る

## ② D2CブランドにShopifyが選ばれる3つの理由

最低限の技術的知識で、コストを抑えた早期立ち上げが可能。

マルチチャネルでの接点作りと、成長に合わせた拡張性

## ③ ブランド成長ストーリーとShopifyプラットフォーム

拡大時においてもデータ基盤としてShopify活用。オンライン/オフラインにコマース体験を溶け込ませる

Thank you



**transcosmos**  
research and development