



～『Shopifyセミナー』急速なECシフトへの対応を成功させる最新テクノロジーとは？～

Shopify（シヨッピファイ）で実現する自社ECサイト構築

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



ホーム > Shopify ブログ > 日本向けのアプリ開発をリードするトランスコスモス技術研究所

## 日本向けのアプリ開発をリードするトランスコスモス技術研究所

by Elise Hirabi - Shopify パートナー

2020年9月28日 | この記事は1分で読めます | コメントを残す



記事を検索する



世界中の446,005以上の起業家が購読しています。

無料のオンラインマーケティングのコツやECに関する最新情報をゲットしましょう。

メールアドレス

登録する

いつでも購読は解除することができます。

Shopifyでネットショップを作成する方法

無料ウェビナー

## Shopifyアプリストア内弊社開発アプリ (<https://apps.shopify.com/partners/transcosmos>)

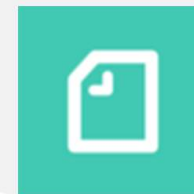


### Uchuya Shipping



- 配送日指定
- ヤマト・佐川送り状連携

### Shopping for note



- note連携
- note内商品表示

Apps

### Kisuke



- LINEアカウント連携
- セグメント配信

### ポイントニンジャ



- ポイント管理
- 会員ランク設定

## 研究熱心ブログ (<https://blog.t-rnd.com/Blog>)



## Twitter (<https://twitter.com/transcosmosrnd>)



1. **Shopifyとは**
2. **DtoCとEコマース**
3. **Shopifyが選ばれる3つの理由**

# Shopifyとは



- 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カ国で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。



- 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

- 機能追加のスピードが非常に速い
- 昨今は日本市場へのローカライズも急速に進んでいる



## 9/29 リリース内容 (抜粋)

- ✓ 実店舗とネットショップを連携させる**Shopify POS**を日本で提供開始
- ✓ 国内で多くのユーザーを有する「**JCB**」「**PayPay**」の導入開始で決済方法の多様化に対応
- ✓ 既存サイトよりShopifyストアへの**移行を実現する新サービス**
- ✓ EC事業の立ち上げ方やオンラインストアの構築に関する**講座**が開設

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000046.000034630.html>

- ① 自社ECとプラットフォームEC（モールEC）の関係
  - 対立するものではなく、ターゲット、自社の戦略を起点に考えることが重要
- ② 自社ECを構築するサービスも多々存在する
  - 自社の要求・実現したいことに合わせて選択する
- ③ ローカライズの進むShopifyへの注目が高まる
  - プロダクトアップデートの速さ、日本市場への適応は注力分野

# DtoCとEコマース



- ただの「直販」でなく、製販一体且つ**顧客と「直接的な関係性」**を作ること
  - 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・コミュニケーション**を行う
  - ③ デジタルに留まらない、**コト+モノの「体験」価値**を提供

- 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**

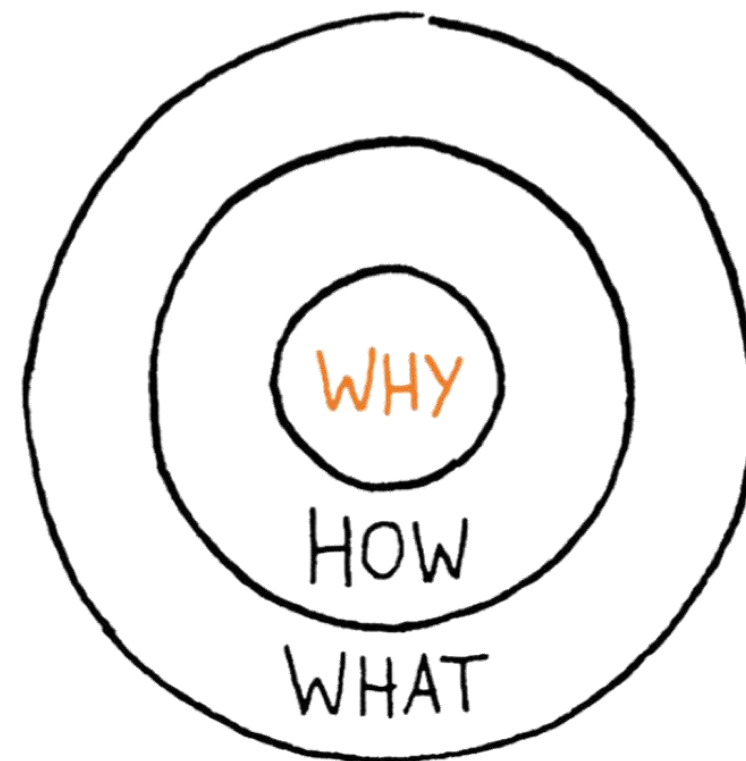
- ② **クリエイティブ・UX**

- ③ **SNS活用**



## ・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？



# ①ストーリー・世界観

<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。

現地に住んで感じ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、いっしょにお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 +

### OUR CRAFTSMANSHIP

FABRIC TOKYOのものづくりは、ウールセロottonの選別選びから始まります。ものづくりにおいて、企業ごとに異なるような職人任せのことはしません。一つの工程と職人を合わせ、ゆっくり丁寧に取り組んでいます。

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、もし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。

良い商品ははその背側に、丁寧に引き継がれてきた歴史や、それを愛する人の思いが必ずあります。

このFactoryページでは、工場全体の工程を公開するためだけでなく、良い商品は決め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思いを未来に届けていくために、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 OPEN PRODUCTS

MATERIAL - YARN - FABRIC - PRODUCTS

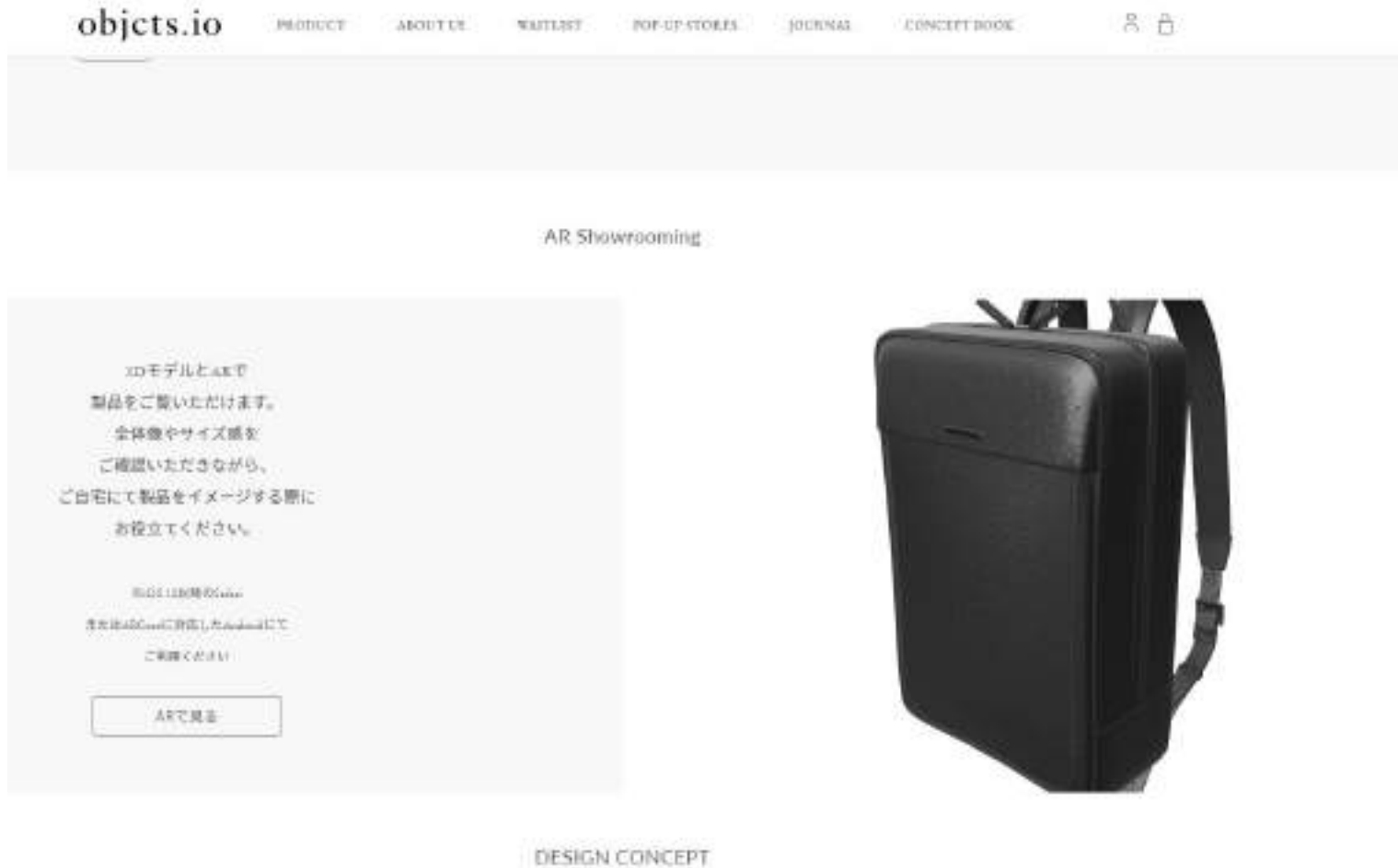
### • 表現と機能のバランスを取りながら、購入体験をデザイン

- 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



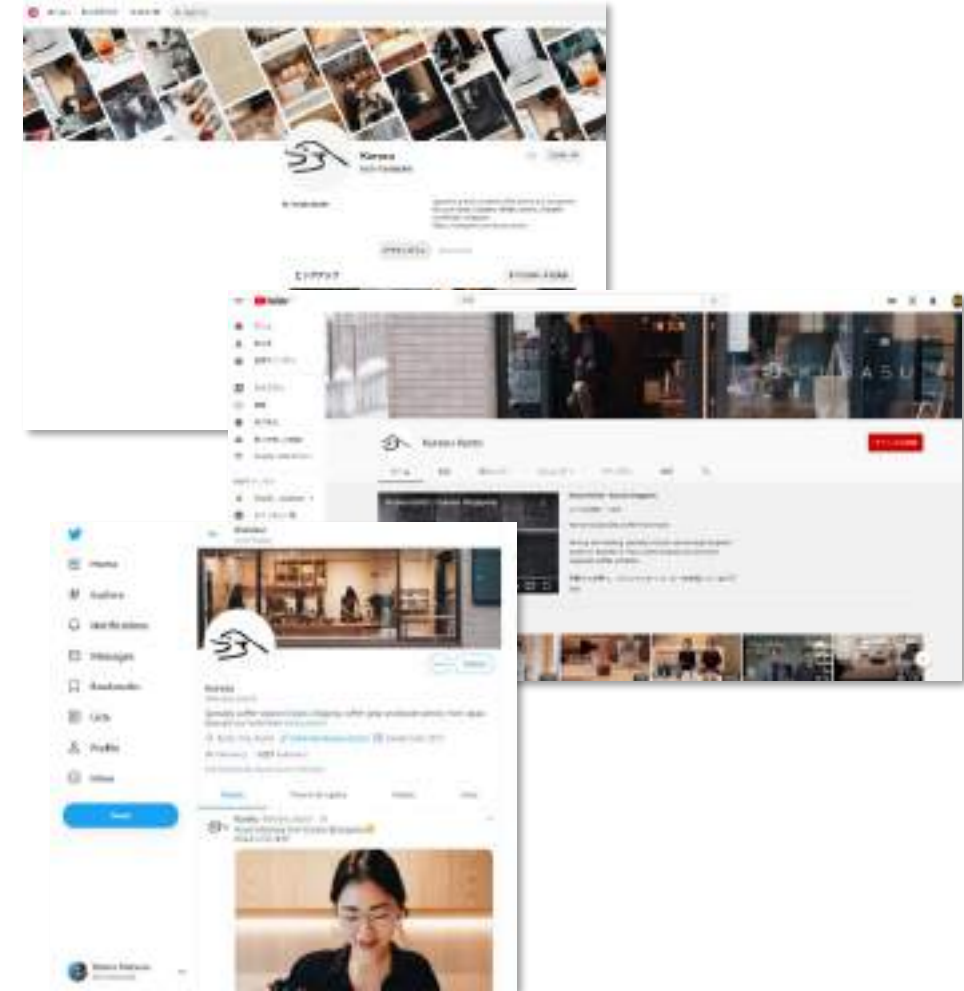
## ②クリエイティブ・UX

<https://objects.io/>



- **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の積極的活用により、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**

# Shopifyが選ばれる3つの理由





- 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

## 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

# ①CMSとしての利便性

- 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

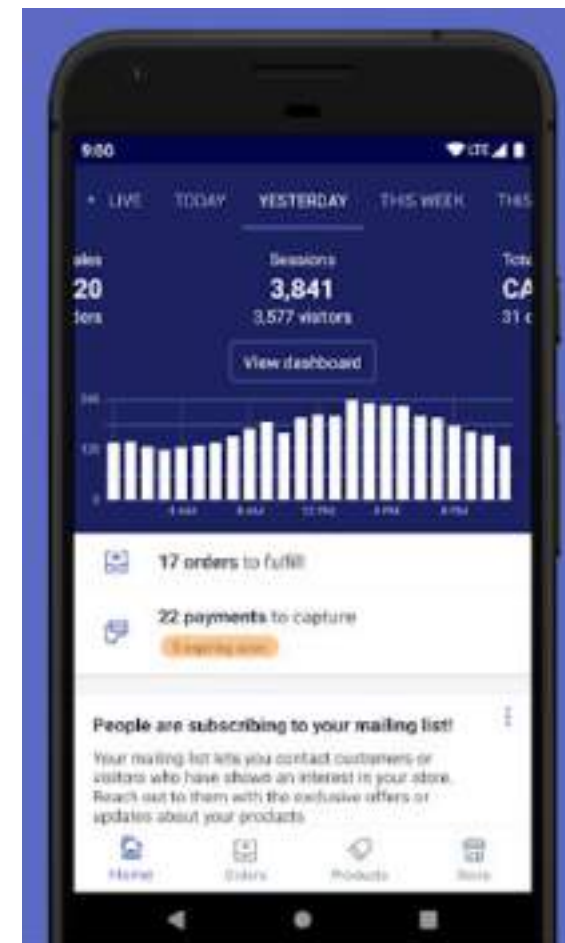
The screenshot displays the Transcosmos CMS admin interface. On the left, there is a navigation menu with several categories highlighted by red boxes:

- Home Management:** ホーム, 注文管理, 商品管理, 顧客管理, ストア分析, マーケティング, ディスカウント, アプリ管理.
- Sales Channels:** オンラインストア, テーマ, ブログ記事, ページ, メニュー, ドメイン, 各種設定.
- Social Media:** Facebook Shop, Messenger, Facebook, Instagram, Google, Buy Button, POS.

The main content area features several sections:

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

The interface also shows a 'ライブテーマ' (Live Theme) section with a 'Debut' theme, a 'テーマライブラリー' (Theme Library) section, and a 'View dashboard' button.



# ①CMSとしての利便性

■ 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  
2 styles



Brooklyn - Free  
2 styles



Debut - Free  
2 styles



POWER - \$500  
2 styles



ANYWAY - \$100  
2 styles



Story - \$100  
2 styles



Left - \$100  
2 styles

## Product recommendations



Brooklyn - \$100  
2 styles



Prestige - \$100  
2 styles



Debut - Free  
2 styles



Debut - \$500  
2 styles



Venus - \$100  
2 styles



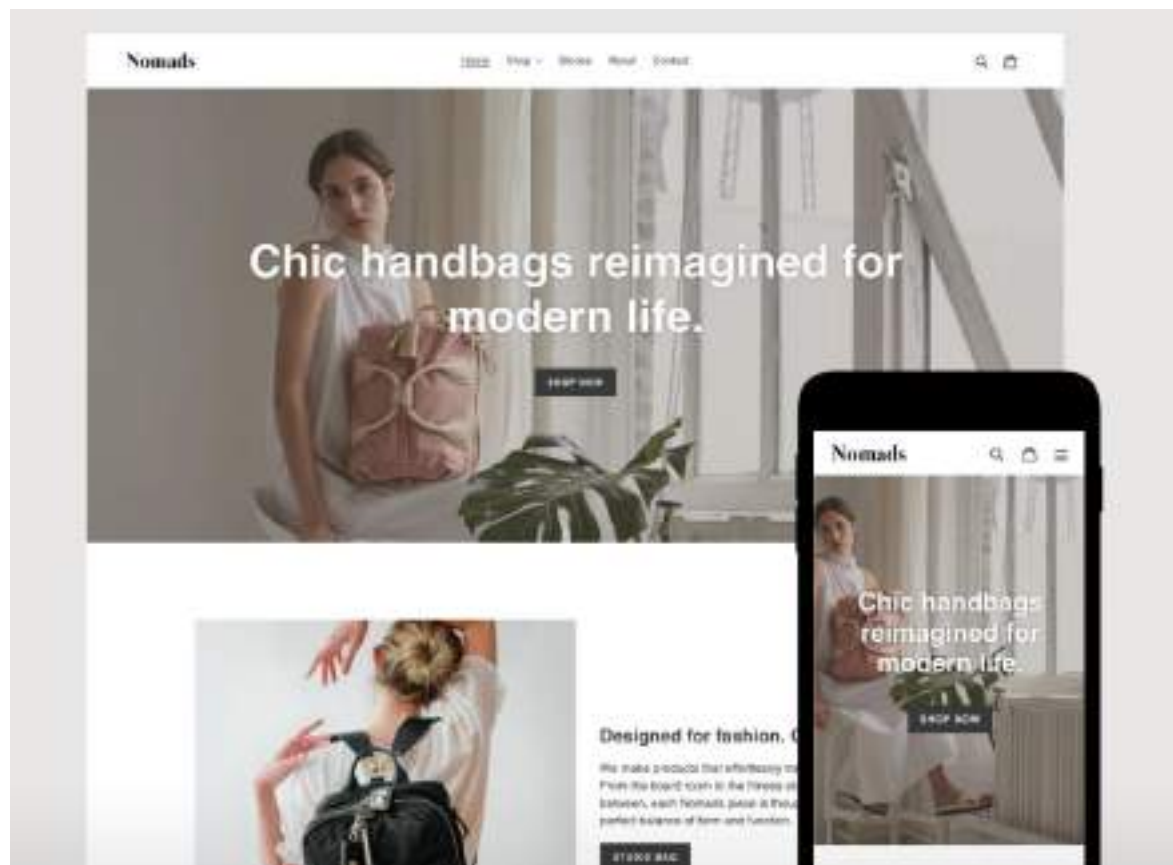
Local - \$100  
2 styles



Flow - \$100  
2 styles

# ①CMSとしての利便性

- 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

## ②多様化する販売チャネルへの対応～販売チャネル連携～

- 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



## ②多様化する販売チャネルへの対応～販売チャネル連携～

- 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



#### Shopifyの管理画面でできること

- 商品登録
- 在庫管理
- 受注管理

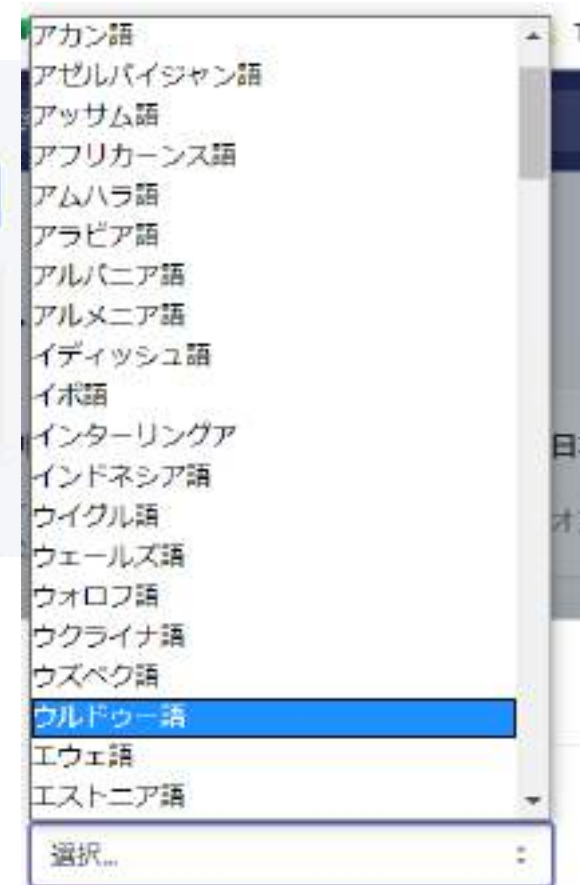


<https://www.shopify.jp/blog/rakuten-sales-channel>



## ②多様化する販売チャネルへの対応～販売チャネル連携～

- ストアが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



- 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**

# ③ブランドの成長に合わせた拡張性～Shopifyアプリの豊富さ～

- 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>

自社EC構築において、ブランド（DtoC）がShopifyプラットフォームを選ぶ3つの理由

### 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

# まとめ



## ①Shopifyとは

SaaS型ECプラットフォーム。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。

## ②DtoCとEコマース

世界観の表現とコマース体験を提供、SNSを積極的に活用し、ブランドへの「共感」と直接的な繋がりを作る

## ③Shopifyが選ばれる3つの理由

操作性の高さ、マルチチャネルでの接点作りと、ブランド成長に合わせた拡張性

**「店舗」を作るハードル・コスト自体は下がってきている  
コンセプト、ビジネス設計が重要となる**

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



D2CやECを手がける企業はわりとECサイトの設計やマーケティングといった「フロント系」の業務には力を注ぐのですが、**受注、在庫、販売管理や梱包、配送**といった「バックエンド系」の業務は効率化できていなかったり、デジタル化ができていなかったりして改善の余地が多い。

D2Cを手がける人が注力すべきは、先ほどお話しした**世界観やストーリーづくり、そしてプロダクト開発**にあると思います。

日々の運用業務を効率化し、顧客体験、商品開発に注力



# トランスコスモス技術研究所の Shopify関連サービス



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。

### フルフィルメント

#### 物流周りの最適化

- 梱包や配送サービスに関する改善施策の実施。
- 同梱や棚卸、配送会社との連携業務効率化の実現

### 事務局・受発注

#### 自動化による徹底した業務効率化を推進

- 煩雑なアナログ管理を見直し、RPAを組み込んだ一元管理により、コスト削減と業務の効率化を実現。

### カスタマーケア

#### マルチチャネルに対応したコンタクトセンター運営

- バックオフィス業務と連携したカスタマーケアサービスをチャネルを問わず幅広く提供。

### 調査分析・戦略立案

#### ロイヤリティプログラムとCXマネジメント

- ユーザーデータやVOC、行動履歴などを連携・分析することで、タッチポイントの構築・再設計を実施。

### ECプロモーション

#### さまざまなチャネルを通じて製品を宣伝

- 広告アカウント、ソーシャルアカウントの設定
- キャンペーンとクリエイティブの作成

### ECサイト構築運用

#### Shopifyを使ったEコマースシステムの構築

- ショップに必要な機能の構築
- コンテンツの戦略立案から伴走



**transcosmos**  
research and development