

BASE株式会社の前田と申します。

かなりですね、長時間になって参っておりますので、なるべくコンパクトに収めたいなと思っております。20、うん、一応予定30分なんですけど、20分ちょっとで終わればよろしいかなということではちょっとですね、まとめた部分をお話できればと思っております。

では早速ではございますが、画面を切り換えさせていただきますので、こちら、今回のテーマとしましては、「ゼロから始めるネットショップ開設セミナー」という形で、説明させていただければと思います。

ですね、非常にお恥ずかしがらななんですけれども、ちょっと私の背景が普通にオフィスっぽくなくて恐縮なんですけど、私自身がですね、BASEで働きながら実家の家業を継いでおりまして、リモートの仕事というところもありまして、実家のコーヒー焙煎屋さんからお届けしております。

実際に「コーヒーローストビバーチェ」というですね、東京都目黒区で運営してるコーヒー屋でもネットショップと実店舗、気付けば20年になっておりますが、そういったところの知見もですね、こういった場で少しでも還元できればなと思っております。

脱線いたしましたけど、ちょっと屋外という関係もありまして、稀に雑音が入ったり交通音ですね、入ってしまう場合がございますが、ご了承いただけますと幸いです。まず私の自己紹介から始めさせていただければと思います。

今ですね、BASE株式会社というところでビジネス&マーケティングディビジョン、横文字が多くてよくわからないという形ですが、平たく言うと、いわゆる営業をやらせていただいております。で、BASEに入ったのがちょうど5年前、ちょうどというところ幅がありました、4年半ぐらい前ですね。それまではですね、人材系の会社で、営業をやっていたりとか、インターネット広告を作ったりとかですね、実はさっきもちょっと出て懐かしいなと思ったんですけども、インターネット上の検索サイト、そういったところを作るような側におりました。

なぜこれ自己紹介でお話しているかというと、BASEに入る前は、いろんな方に情報を届けるという、そういったお仕事をさせていただいていたんですね。4年半前に、BASEに入ったきっかけというのが、そういったいろんな、まだ知らない情報を、情報を知らない方に情報を届ける。それにはどうしたらいいかというところに、ずっと従事して参ったんですけども、実際に商いをする方が、情報を届けるだけではなくて事業を進めていく、そういったところに寄り添って、よりこう、商いを進めていくっていうところですね、どんどん知見を投下していきながら自分自身も高まっていき

たいという思いからBASEに入ったというのが、4年半前になります。  
現在ではですね、若干ここに書いておるんですけども、日本全国の47都道府県に、すべて足を運べてるわけではないですが、コロナの影響もあってリモートが多いんですけども、そのような形で、セミナーでいろんな情報を還元させていただいたりとか、もう日本全国のショップ様、現状で100万を超えるショップ様に、こういうことやったらいいんじゃないか、ああいうことやったらいいんじゃないかという、できる限りで、会話を通じて事業の背中を押させていただいてる。このようなお仕事をさせていただいております。

本日は、先ほどJimdoさんのお話もございましたし、実は私自身も使っていた身で非常に素敵なサービスだなんていうのをお見受けしておりました。で、その中で、自社ネットショップ、これを運営する意義ってそもそも何なんだっけというのをですね、後で実は出てくるんですが、ホームページを持つということと、ネットショップを持つ、これ何が違うのっていう、よくいただく質問にも、今日、若干個人的なお声も含めてなんですけれども、お答えさせていただきながら進めていければなと思っております。

若干脱線しかけたんですが、まず1つ目のこの、自社ネットショップを運営する意義。これを3つのポイントに分けて参りました。

1つ目、こちらです。通常、物を作られているメーカー様、当然ながら、仕入れていらっしゃる方も含めてになります。通常、商いの方法ですと、いろいろな流通業者様が間に入られて、お客様のもとに物が届いていく、というような形になります。流通業者さんって何かというと、いわゆる商社さんであったりとか、配送のところもちろん入ってくるんですけども、一次商社さん二次商社さんという形で、まあ代理店さんという言い方もされますけれども、こういった形で、間に入られて、やっお客様に物が届いていく。つまり、間に入られている流通業者様も当然、商いをされていますから、利益を取られていらっしゃいますね。

これがオンラインを通じてですね、直接お客様に、直接だけではなくても、より近いところに届けていけるとなると、当然ながら中間のコストが削減していただけますから、より効率的に利益率を高めた形で商いをすることができる、というポイントがございます。

この3点が、おそらく日本でネットショップを始める方の97%ぐらいが、これをきっかけに始められると思います。

で、実はですね、私は先ほど冒頭で紹介したように、コーヒー焙煎屋さんというですね、実店舗を構えているところで、今一緒にやっているという立場もあるので、もう一つ大事な要素があるんだなっていうことに気づきました。

それがこちらです。消費者様ですね、今こういったご時世ですから、ネットショップを知っているとですね、まあネットショップを知っているというか、ネットショップを運営されているブランドさんがいらっしゃった時に、通信回線が繋がってれば、どこでも24時間365日、お店に行くことができますよね。当然ながら、URL知っているよ、だったり、SNS知っているよ、だったり、先ほども「ググる」という言葉もJimdo様の方から、長嶋様の方からもございましたが、店舗名で検索したりとか、店舗名以外の付随する言葉で検索したりとか、通信回線があれば、いつでも戻ってこれる、そして、1回気に入ったそういったネットショップがあった場合に、ねえここ知ってる？っていう形ですね、誰かに教えてあげるっていうことが、ほら見て見てっていう形で、同じく、通信回線が通じていれば、どこでも紹介することができる。

そういった側面がある一方で、ポップアップイベントでの販売だったりとか、実店舗しかやっていない、そういったショップ様ですと、もちろんポップアップ、イベントですね、対峙での販売の場合には、不定期での開催であったりとか、あとは、お散歩ついでに、いいお店見つけたなということでもまた行きたいなと思った時に、あれどこだったっけなーって、これうちのお店でよくあります。電話をいただいて、どこでやってるんでしたっけみたいなですね。もともとよくありました。あと、時間がなくなって、行きたい気持ちはある、で、場所も分かってるけれども、行くことができない。薄い字で書いておりますが、戻って来れない。

こういった実店舗だけだと、抱えている悩みに対して、ネットショップがあることで、いつでも帰って来れる場所を提供できるっていうところがポイントにもなって参ります。

そして、今まで1つ目2つ目で、直消費者様へのお話をさせていただきました。ですが、直消費者様だけではないというところがこの3点目になります。

こちらですね、天草、熊本ですね、の漁師さんのお話で、天草アジという特産品を漁で、こう何でしょう、収穫というかですね、獲りまして、市場を通じて販売するというのをされておられたんですが、売上利益アップっていうのをどんどんしていきたいなあというところを、現地ですね、詳しい方に相談したところ、BASEをご紹介いただいたというところなんですけれども、実は、注文はですね、ちょこちょこちょこっと入ってきた中で、ある日、東京の飲食店から連絡があったそうなんです。「実はこの前購入させていただいて、非常に品質がいいなと思ったので、正式にお店の方で仕入れさせていただきませんか。」こういったことがですね、実際にありまして、珍しくない状況になっております。

つまり、ネットショップというのは、BtoB用、BtoC用、みたいな形で切り分けて考えられることがあるんですけども、そうではなくって、購入した方というのが、一般の購入者さんもしらっしゃれば、法人のお客様もしらっしゃって、ネットショップの

存在自体が、そういったBtoBの取引にも繋がってくるんだよ、ということが珍しくなくなってますよ、という部分での共有になります。

ちょっとだけですねこの部分紐解いていきたいなと思う部分がこちらです。ブランド様であったりとか、メーカーさん。他の方々がですね、実店舗を通じてお客様に物を届ける、というところだったりとか、ネットショップを通じて、お客様に商品を届けていく、情報として届けていく、購入機会を作っていく。この、実店舗においても、インターネット上においても、どちらにも共通して非常に大きな役割をしてくれる方々がいます。それが何かというと、メディアなんですね。私が前職まで携わっていたところになります。

メディアと言っても、いろいろなものが含まれておりまして、ラジオ、テレビ、新聞、雑誌、インターネット、このインターネットの中にSNSというものも含まれてきている昨今でございますが、これ、何をここでご紹介したいかという、メディアの方が情報取材して、情報として上げていく上で、メディアの記者さんからですね、これ3年前ぐらいからなんですけれども、よく直接伺う内容としては、「何を見て取材するかを決めましたか？」っていうお話の中に出てくる割合が非常に多かったのが、ネットショップだったんですね。で、これ「何でなんですか、ホームページとかSNSとかあるじゃないですか」という話を聞いた時に、出てきた回答が、「扱ってる商品に関して詳しく書かれてるのはネットショップが多いからです」という回答だったんです。なるほどなと思ったのがですね、ネットショップと、これあの、Jimdoさんとの、共通してるところでもあって違うところでもあるんですけれども、ネットショップというのが、商品売るために作られるページですから、決済の機能だったりとか、商品を登録する、こういうこの作業自体がとても簡単になっているものなんですね。ですので、商品のお値段だったりとか、種類の分岐だったりとか、これこれこういう商品です、こういうところで喜ばれてます、こういう使い方があります、というような商品に対しての細かい説明だったり、あと商品に付随する写真、これの掲載がたくさんありがちなのがネットショップだ、っていうふうに記者さんもおっしゃられていて、当然ながらホームページだったりとか、そういったSNSの情報も、見てはいるけれども、最終的に判断をする軸になるのがネットショップであることが多い。というお話を伺って、なるほどなと思ったことが今でも鮮明に、覚えております。

ですね、若干話が長くなってしまったんですけれども、このメディアさんからの取材を受けてメディアさんに掲載された時、メディアさんが取材をされてね、情報が掲載された時に、消費者さんがそれを見られて、購入に繋がってくる、というところは当然あるんですけれども、このメディアを見ている方が、消費者様だけではなく、卸し先のバイヤーさんであったりとか、こういう商社さんも、当然メディアを見ているわけですね。特にメディアで話題になった商品等は、販売することも非常にしやすく

なるわけですから。こういったメディアに載ることで、卸し先の獲得というのにも繋がって、いわゆる仕入れの担当のバイヤーさんとの繋がりもできてくると。そういう部分を直接伺った時に、なるほどなという経験がございました。

実はこういったセミナーでしか申し上げてないんですけども、私の携わってる実家のコーヒー屋ですね、今私がいるここでも同じようなことが起きております。

で、この図を使って一つ前のスライドともあわせて申し上げたかったのは、ネットショップが起点となってですね、メディアと繋がる、そういったきっかけになり得るんだよ、ということをお伝えしたいなと思いました。いち消費者様に販売するためだけではなくて、情報が広がっていくという起点にもなり得るネットショップ、の活用、というのが、非常に有効なんじゃないかなと思っているところでございます。

今まで申し上げたポイントをまとめますとこちらです。

直接ネットショップを通じて販売することによって中間経費を削減できますので、純粋に利益率を向上させることができますよと。

で、消費者様がいつでも帰って来れる場所を作ってあげられるわけですから、機会損失を低減させることができますよ。

そして、メディアへの情報流通というところを考えた時に、直販だけではなくて、卸の拡大にも寄与してくるよ。

こういったですね、ネットショップっていうのが、今回のテーマでもあるDX、こういったところの起点になってくれる存在なんですというのをですね、少し時間を長めにいただいておりましたが、まずお伝えしたかったところでございます。

ここでですね次に、BASEについて紹介、お話し、紹介と言ってもかいつまんでにはなあって恐縮なんですけど、ご紹介のお時間をいただければと思います。

このBASEというサービスができたのが、文章が小さいので読むことはしないでいただきたいんですけども、これあのね、インターネット上に上がっておりますので。

2012年11月にできたサービスです。今年で10年目を迎えております。

このBASEができたきっかけというのがですね、代表の鶴岡のお母さんが大分県で洋服屋さんをやっていたらっしゃるんですね、今でも続けていらっしゃいます。その洋服屋さんが、時代もあってですね、インターネットでの販売にチャレンジしてみたいんだよね、という声が出た時に、いろんな事業者様のお話を聞かれた。当然。具体的には、今からもう遡って12、3年前の出来事ですから、今とは概況はかなり違うんですけども、どうしても当時はですね、まだインターネットで物を販売するというのが、先進的なことでもあったというところから、初期費用がかかってしまったり、初期費用だけではなくて月額費用だったり、決済が発生した時の手数料だったり、いろいろ

ろお金がかかる、まあ入用の多い手法だったというのが、現実、あったんですね。なおかつお母さんは洋服屋さんをやられていて、こちらに書いておりますが当時55歳。年齢が暴露されていて、ちょっと可哀想だなんて思ったのが社内で話題になっておりましたけれども、この状況です、ネットショップ、ひいてはインターネット、この話を聞いた時に、CTRが一とかです、CVRが一って横文字がたくさん出てきて、何を言われてるかわからないという状況が当時あったというふうに聞いております。そういう時にですね、結論、結果として挫折をしてしまって、インターネットでものを売るの難しいことなんだ、となってしまった自分の母親の姿を見て、もっと簡単に、もっと誰もが始めやすいネットショップ作成サービスがあったらいいんじゃないかな、というところが、このBASEが生まれるきっかけになったんですね。そのような背景が、実は今でもDNAとして非常に重要に扱われておまして、誰でも簡単に使えるというところをコンセプトにしております。専門的な知識がなくても比較的簡単に、ネットショップを作ることができたり、あと集客というところはかなり難しい、永遠の課題になりうるところですが、そういったところにもちょっとでも寄与できればという思いから「ショッピングアプリBASE」、直近で「AIB」という名前に変更がありましたけれども、そういったモールの存在もご用意しております。

このBASEは、もう細かいところを突つくとですね、このお時間、全く収まらないので、大きなポイントだけお話すると、この3つです。

まず、誰でも使える簡単さを意識した作りになっております。よく言われるのがですね、Facebookを更新したことがあるとか、ブログをつけたことがある、まあそのぐらいのインターネットの知識があれば、問題なく、あまりストレスもなくですね、使うことができるような設計になっています。あと、パソコンがなくてもスマホだけで操作できるというのもポイントです。

2つ目にはですね、「BASEかんたん決済」という決済の仕組みになります。こちら後でも出てくるので、割愛しようと思います。

3つ目が、固定費の削減です。初期費用、月額費用、こういった固定費が一切かからない状態で運営できるサービスです。で、どこでビジネスをしているかという、これも後で出て参りますが、売り上げに応じた手数料をBASEとしてはいただく。それが、6.6%プラス40円、約7%の手数料をいただきます。ということで、売れない限りは何も発生しない、そういったスタートラインで始めていけるものになりますから、限りなくリスクの少ないネットショップの立ち上げができるサービスです。

ですので一言で言うと、簡単にすぐ0円で始められるのがBASE、というものになっております。

先ほどもございましたとおり、月額費用や初期費用、それがかかりませんので、よく使っていただいている方々、今日本全国160万以上のショップ様に使っていただいている

ので、業種業態が本当に多岐にわたるんですね。

ここでご紹介したいのが、農家さん。特に果物の農家さんとかですと、1年のうちに販売できる期間というのが、限りなく限られているわけですね。直近で言うとぶどうのシーズンもございましたけれども、6月7月、銘柄によっては8月っていうですね、そういった期間になりますが、それ以外の期間は、特に売り物が無いよ、というような、商品を展開されている方々ですと、売らない時にはお金かけたくない、売れる時だけ手数料がかかる、このモデルが非常に嬉しいというふうに言っていただくことが多いです。

また、似たような概念ですが季節限定の商品であったりとか、あとはテストマーケティングとして販売するものであったりとか、どちらかのブランドとコラボして限定で販売するんだよっていうものも、ご愛顧をいただいております。

2つ目のポイントが、このかんたん決済という部分ですけども、計7種類の決済手段が、事前審査なしにお使いいただけるという仕組みになっております。これ何かというとですね、このクレジットカード、銀行振り込み、コンビニ決済、後払い、キャリア決済、PayPal、Amazon Payという7種類の決済方法と、BASEが包括契約をしているので、BASEを使った場合にはもう、一旦使い始めていただいてOKです、という枠組みをとっていて、あと、この後にも出てくるんですが、BASEが決済として間に入っておりますので、例えば銀行振り込みだったり、コンビニ決済、この注文後に商品を送る前にお支払いをいただく場合、BASEが督促をいたします。期日までに入金されなかったらキャンセルになってしまうのでお気をつけくださいね、であったりとか、銀行振り込み今でもよくあるんですけども、幾ら幾らの注文だけでも、多く払い過ぎちゃったとか、間違えて少なく払ってしまった、そういった場合にも、BASE側から、多いのでお戻ししますね、だったりとか、足りないのでもいついつまでに追加で幾らご入金くださいねっていうことを全て行いますから、BASE側で決済が成立した注文ですよ、という通知が来たものに対して対応すればそれでOK。そういったサービスになっているというところで、手離れがいいというご評価をいただいております。

だから、ちょっと始めてみたいな、でも難しそうだな、という方だったり、そもそもホームページを持っていないんだよねという方にもBASEでご愛顧いただいておりますし、ホームページは持っているけれども注文は電話・FAXで受けてるんだよね、という方、メールでいただいてもさっきの決済の部分で手間がかかっている、という方にもご評価をいただいております。

ここです、これは個人的な感情も含めて申し上げたいところですけども、Jimdoさん。私もいちユーザーだったので非常に好きですね、使い分けをしておりました。何かというと、先ほどの天草アジの漁師さんと同様に、購入をするというきっかけはBASEで作って、それ以外ですね、法人への取り込みだったりとか、そういったところにBtoBだとかいうことができるんですね、そういうような事例だったりとか

問い合わせフォーム、こういったものはネットショップのサービスだけだと、ちょっと情報の出し方が足りなかったりするんですね、ですのでホームページの方で、より、付加価値として提供できる部分というのをきちんとご紹介されながら、買うという行為はしやすい導線として、ネットショップを活用する。こういった、どちらも活用していくという方々も、非常に多くいらっしゃいますし、私も非常に意義があるかなと思っております。

一方で、非常に知見の豊かな方々は、そういったものも踏まえてどっちかだけですべての情報を搭載するということを実施できている方も多くいらっしゃいますけれども、本当は、情報をたくさん載せるのであればホームページ、買っていただく、商品について詳細に語る場所を設ける、こういった役割はネットショップ。こういった両立をしながら、お互いにリンクし合う形で、ご展開されるというのも、私個人としてもOKかなと思っております。