

集客・売上アップを応援！

ネットショップ活用セミナー



三浦 哲志 Satoshi Miura

b.mode 株式会社 代表取締役

ウェブ解析士
SNSマネージャー
ブランドマネージャー
Glow with Googleパートナー

2006年 b.mode設立

仙台を中心にWebマーケティングを軸としたWebサイトの企画制作・SNS活用やIT導入支援をおこなう

またWebマーケティングをおこなっていくには企業のブランド構築が重要であると考え、ブランディングを軸としたWeb活用を得意としている

● 専門家登録

仙台産業振興事業団 ビジネス開発ディレクター

仙台商工会議所エキスパート・バンク 登録専門家

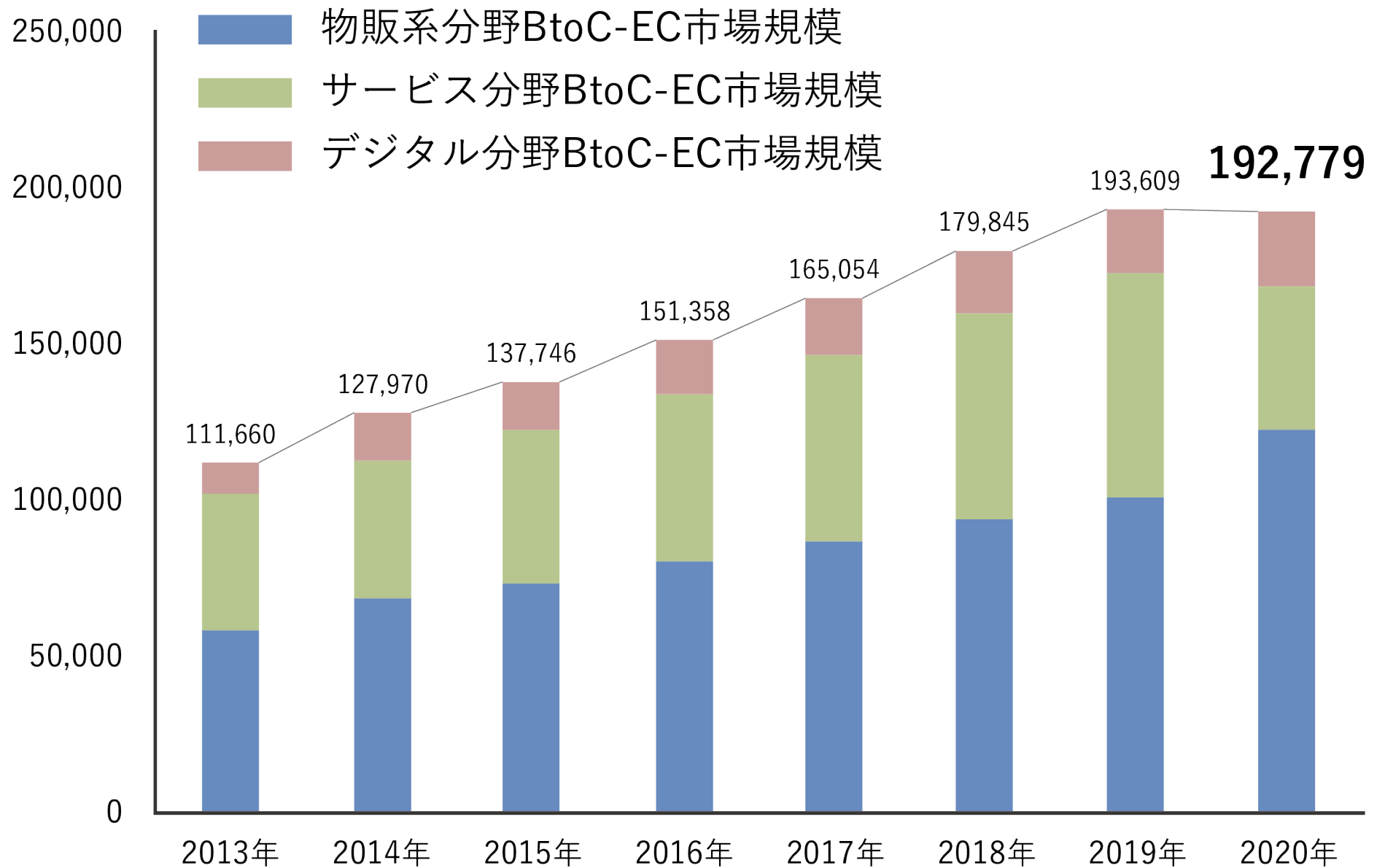
● 所属団体

一般社団法人 宮城県情報サービス産業協会

一般社団法人 ウェブ解析士協会東北支部

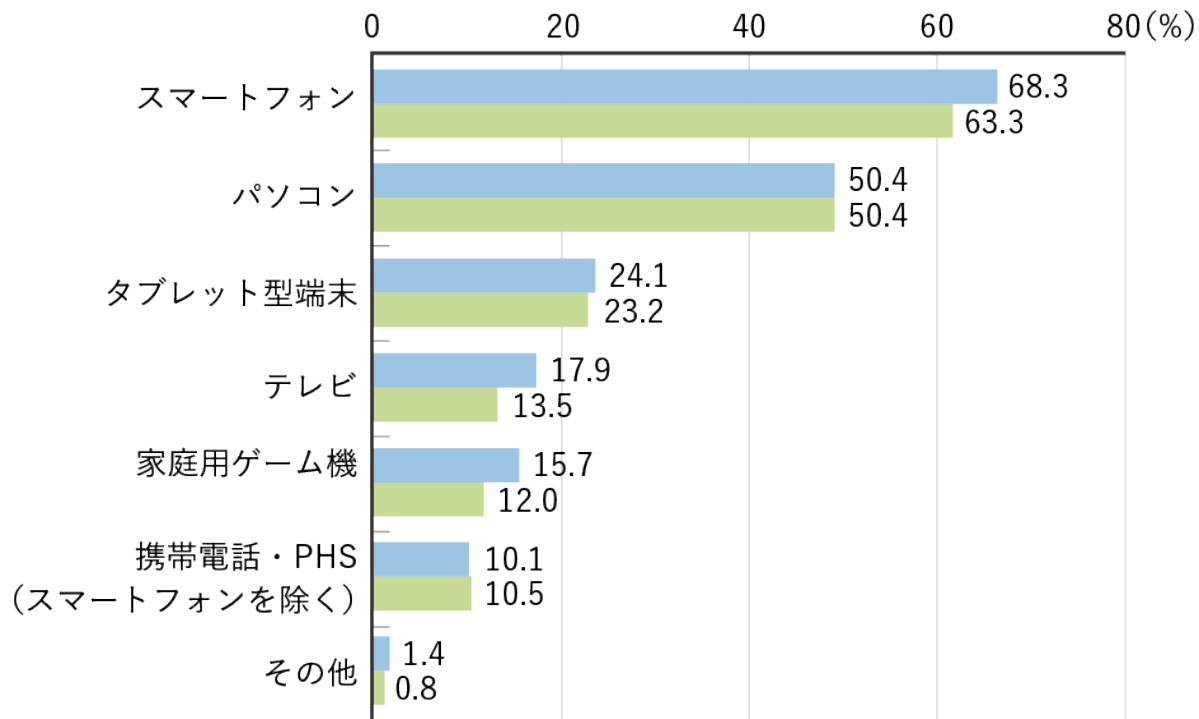
仙台商工会議所青年部

ECサイト近年の市場規模



インターネット利用の状況

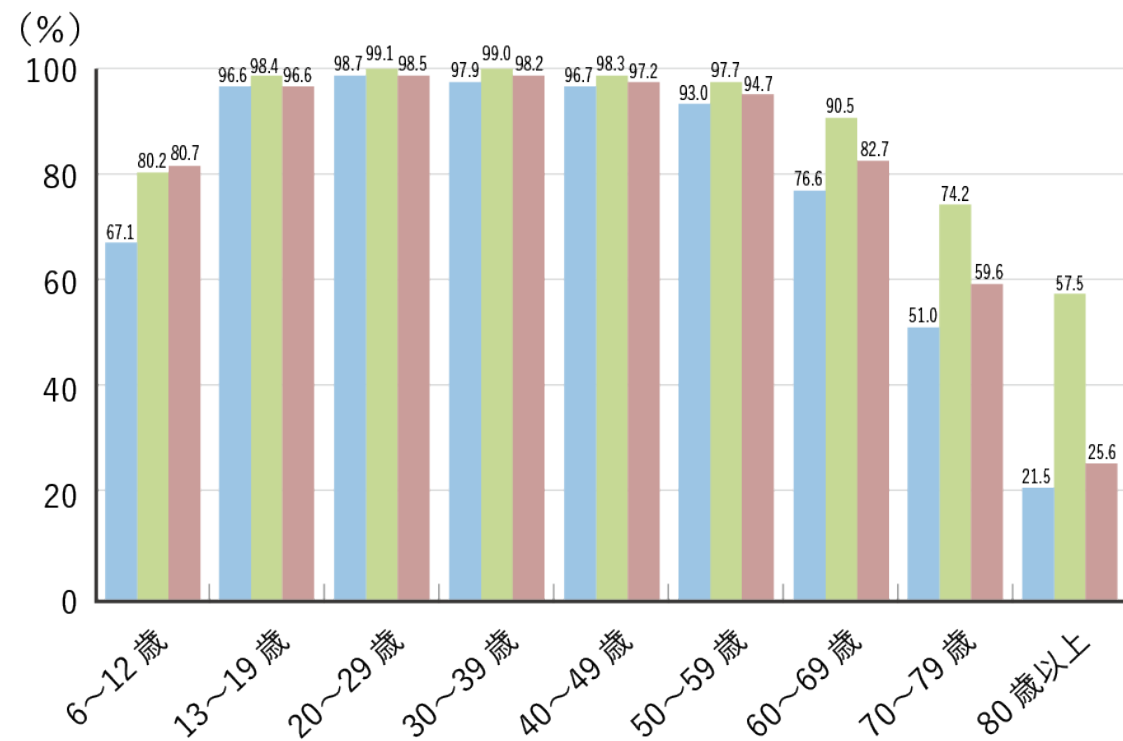
インターネット利用端末の種類



■ 2020年 (n=41,387) ■ 2019年 (n=37,182)

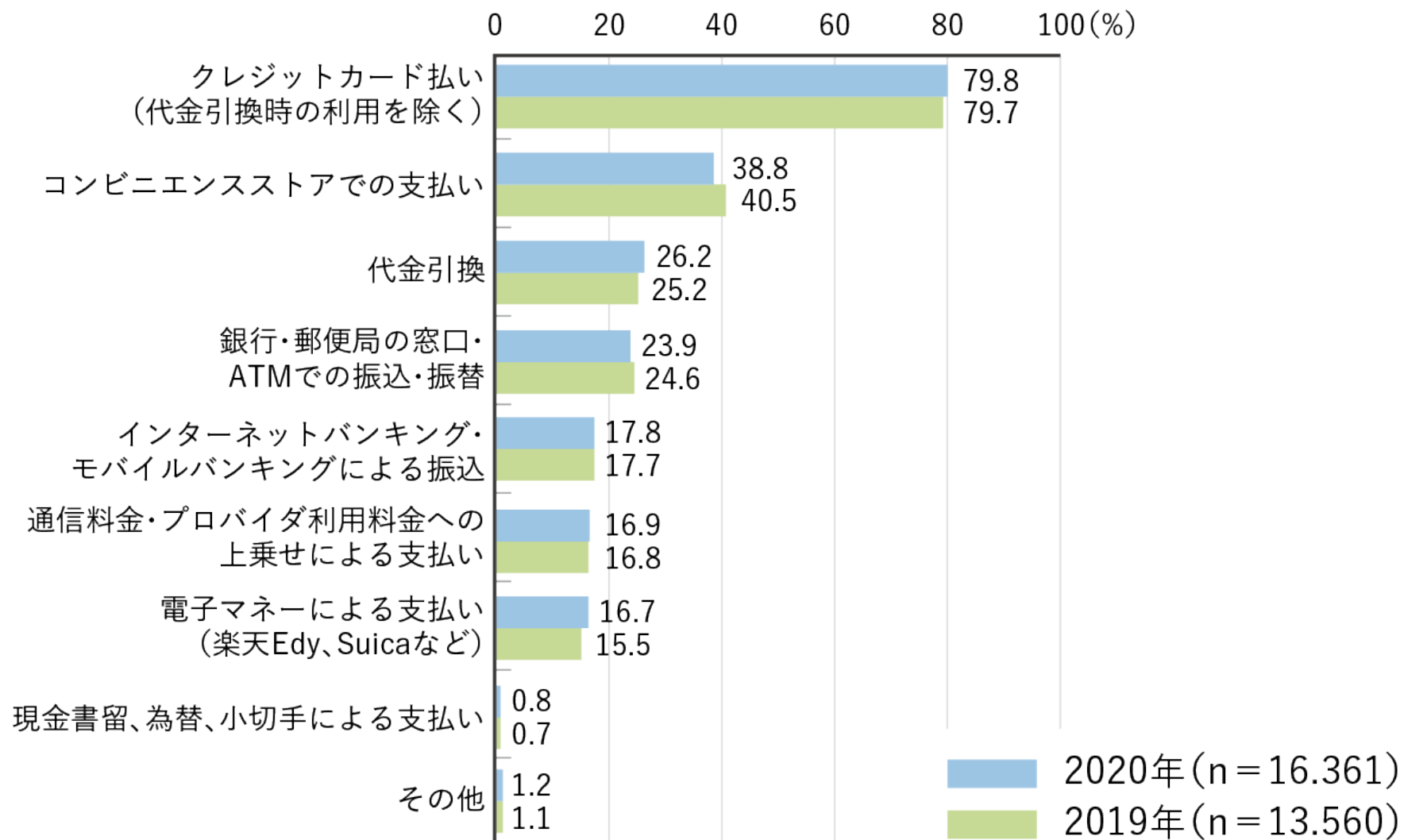
※該当端末を用いて過去1年間にインターネットを利用したことがある人の比率

年齢別インターネット利用率



■ 2018年 (n=40,664) ■ 2019年 (n=37,182)
■ 2020年 (n=41,387)

インターネットで購入する際の決済方法（複数回答）



図表 1-2：物販系分野の BtoC-EC 市場規模及び EC 化率の経年推移
 (市場規模の単位：億円)



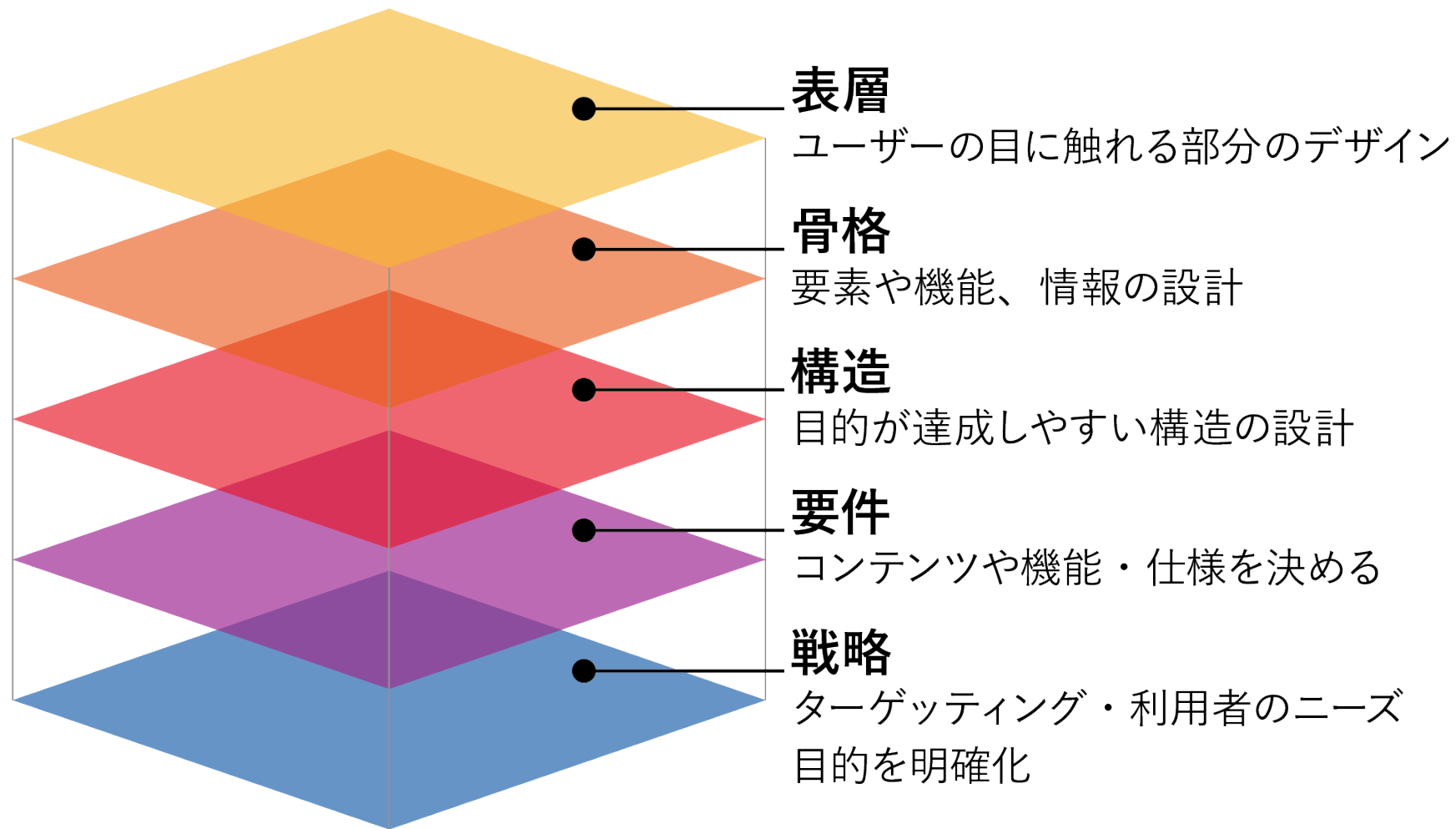
ECサイト制作手順

サイト制作の手順 UX5段階モデル

- ・優先度 低
- ・下流工程
- ・具体



- ・優先度 高
- ・上流工程
- ・抽象



戦 略

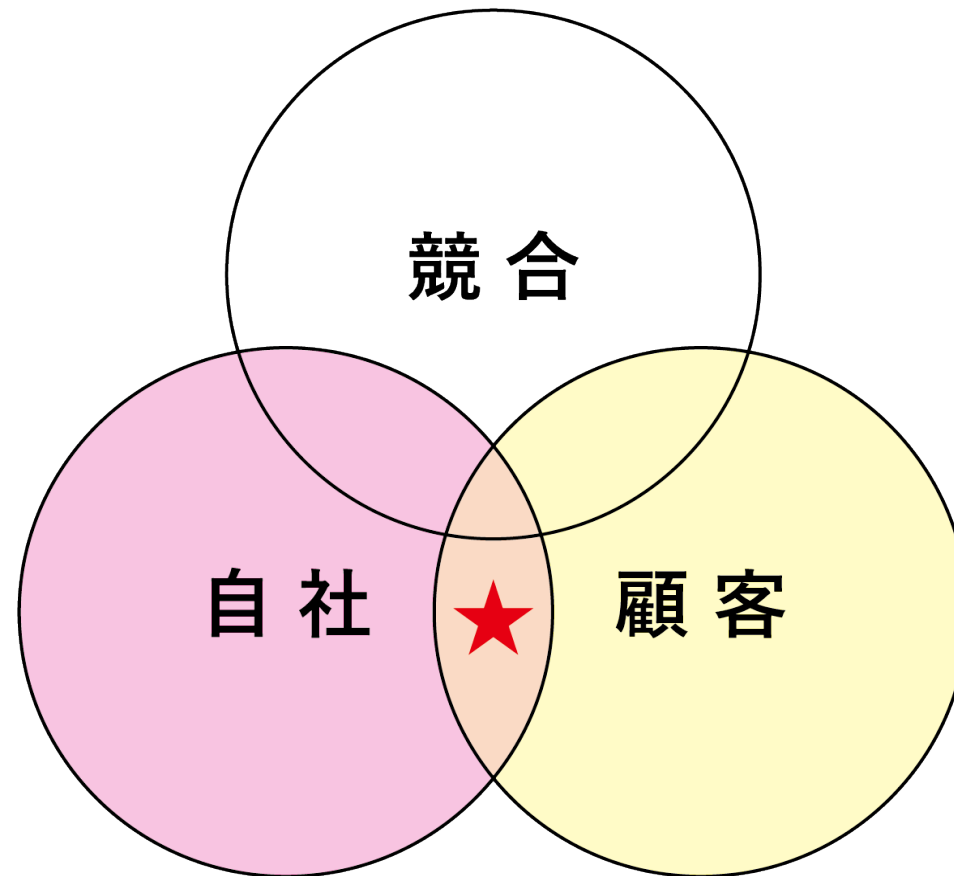
目的を達成するための方針を決め

目標や計画を立てる。

プロジェクトに関わる全員と認識を合わせる。

3C分析

自社の独自性・特徴を見い出し**成功要因**を探る

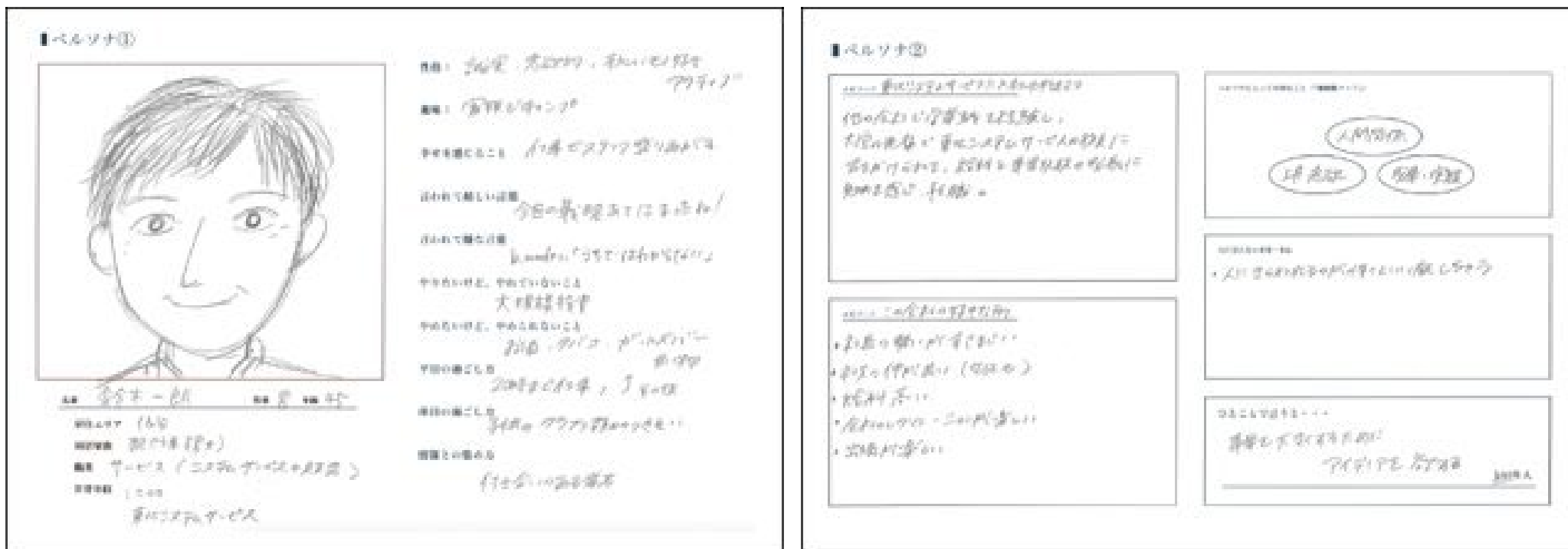


ペルソナ設定

自社の特徴を最大限に評価してくれる

見込み客の検討する

ペルソナの作り方



名前 年齢 性別 職業・役職 年収 家族構成

行動パターン 趣味・興味 価値観・・・などなど

4P4C分析

情報を整理し**具体的な戦略**を立てる

4P

売り手側の視点

Product (製品)

製品・サービス・品質・デザイン・ブランド等

Price (価格)

価格・割引・支払い条件等

Promotion (プロモーション)

広告宣伝・ダイレクトマーケティング等

Place (流通)

チャネル・輸送・流通範囲・立地・品揃え・在庫等

4C

買い手側の視点

Customer Value (顧客価値)

消費者のニーズを満たす提供価値

Customer Cost (顧客コスト)

商品価格・顧客が購入に費やす時間コスト等

Communication (コミュニケーション)

顧客が納得できる情報

Convenience (利便性)

買いやすさ

戦略のポイント

1. 3C分析で

自社の独自性・特徴を見い出し**成功要因を探る**

2. ペルソナ設定で

自社の特徴を**最大限に評価**してくれる
見込み客の検討する

3. 4P4C分析で

情報を整理し**具体的な戦略を立てる**

要件

コンテンツや機能・仕様などを明確にしていく

1. EC運営の土台となるサービスの選定
2. 決済方法
3. 配送・送料
4. コンテンツの検討

EC運営の土台となるサービスの選定

1. モール
2. ショッピングカート
3. オープンソース

01. モールの特徴

実店舗に例えると、自社ECは路面店
モールは大型ショッピングモール

マーケットプレイス型

- 例：Amazon
- 「出店」ではなく「出品」
- 店側の自由度は低い
- 商材力と価格で勝負

テナント型

- 例：楽天市場
- 店側の自由度は高い
- 他店舗よりも満足してもらえるページ制作が必要

代表的なモール

Rakuten

- 楽天市場 / 4.5兆円

amazon

- Amazon Japan / 2.2兆円

YAHOO! ショッピング
JAPAN

- Yahoo!ショッピング / 1.05兆円

メリット

- 圧倒的な集客力
- 認知度の高さからくる信頼性
- ショップ運営のサポート体制

デメリット

- カスタマイズの自由度が低くオリジナリティを出しにくい
- 価格競争に陥りやすい
- ランニングコストが高い

02. ショッピングカートの特徴

- レンタルサーバーを用意する必要がない
- 利用料が安いものからある
- モールに比べてデザインや機能を柔軟にカスタマイズできる

無料ショッピングカート



- BASE (BASE株式会社)



- STORES (ハイ株式会社)



- イージーマイショップ (株式会社システムリサーチ)



- Cafe24 (CAFE24 JAPAN株式会社)

有料ショッピングカート



- Futureshop (株式会社フューチャーショップ)



- MakeShop (GMOメイクショップ株式会社)



- ショップサーブ (株式会社Eストアー)



- Shopify (Shopify)



- AishopR (株式会社ロックウェブ)

クロネコヤマトのネットショップ開業サービス



- らくうるカート (ヤマトフィナンシャル株式会社)



- カラーミーショップ (GMOペパボ株式会社)



- w2Commerce Value5 (w2ソリューション株式会社)

03. オープンソースの特徴

- 無償で利用できるソフトウェア
- 改変や再配布も可能
- サーバーにインストールして利用

メリット

- 低コストでECサイトを構築できる
- 機能やデザインの
カスタマイズ性が高い
- ソフトウェアの信頼性と安定性

デメリット

- 導入や導入後の管理に
コストや手間がかかる
- 集客の難しさ

オープンソースを導入する際に 気をつけておくべきこと

- ✓ サポート体制
- ✓ セキュリティ対策

代表的なオープンソース

- EC-CUBE



- WordPress (WelCart)



- WordPress (WooCommerce)

- osCommerce

決済方法

- クレジットカード
- PayPay（オンライン決済）
- コンビニ決済
- 代金引換
- キャリア決済
- 銀行振込
- 電子マネー
- 楽天ペイ（オンライン決済）
- 後払い決済
- LINE Pay

決済方法01. コンビニ決済の特徴

- クレジットカードを作れない18歳未満の利用者も選択できる
- 利用者側：現金が手元にどのくらいあるのか把握しやすい
- 購入した明細をクレジットカードなどの履歴に残したくない人が利用

決済方法02. 代金引換の特徴

- コンビニに出向かず、商品が届いたのを確認して支払いができる
- 手数料が発生する
- ECサイトでの購入に不慣れなお客様も安心して利用できる

決済代行サービス選定時に気をつけること

- ✓ECサイト側が導入したい決済方法に対応しているか
- ✓決済手数料を比較検討する
- ✓管理画面の使いやすさ

配送・送料

1. 配送業者選定
2. 送料の決定

01. 配送業者の選定

国内主要配送業者の国内シェア率

- 1位 ヤマト運輸 (45.4%)
- 2位 佐川急便 (33.5%)
- 3位 日本郵便 (13.6%)
- 4位 西濃運輸 (3.8%)
- 5位 福山通運 (3.4%)

02. 送料の決定

- 全国一律料金
- 一定額以上で送料無料
- 都道府県別の送料設定
- 発送手段別の送料設定
- 全国どこでも送料無料

02. 送料の決定

利用するECサービスで
検討した送料設定が可能かどうか
事前に必ず確認を！

コンテンツの検討

- トップページ
 - 商品一覧
 - 商品詳細
 - 特商法表記
 - 利用規約
 - プライバシーポリシー
 - 問い合わせ
- わたしたちについて
- 商品の特集
- 売れ筋商品紹介
- ブログ
- ご利用ガイド・よくある質問・購入の流れ

要件のポイント

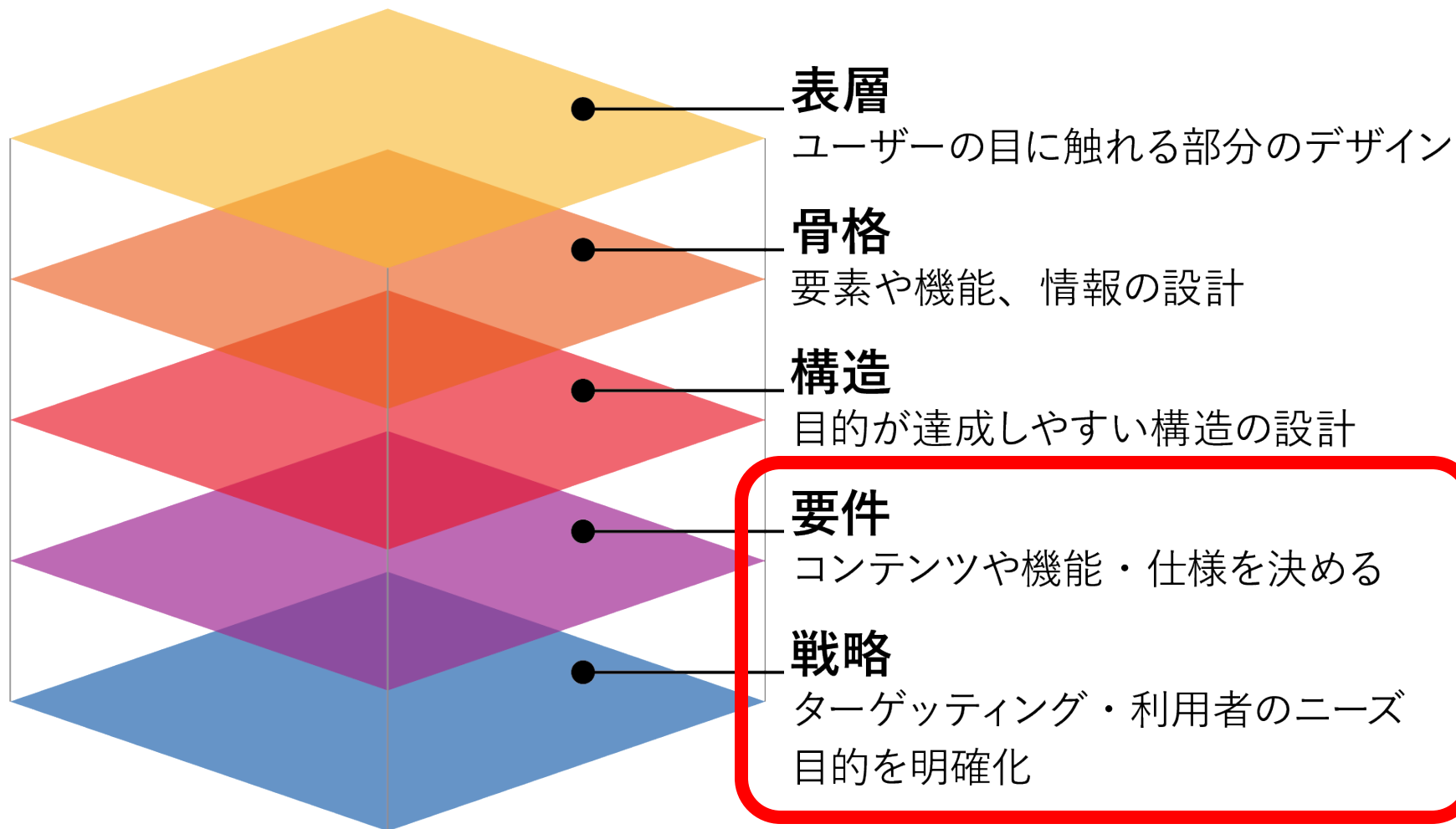
1. ECサイトサービス、決済方法、配送・送料などそれぞれの特性を知り、ペルソナと自社に合ったものを選定する
2. 送料はECサイトサービスの選定と同時におこなう
3. コンテンツ内容はテンプレートに沿ったものだけでなくペルソナが安心・満足するものに

サイト制作の手順 UX5段階モデル

- ・優先度 低
- ・下流工程
- ・具体



- ・優先度 高
- ・上流工程
- ・抽象



サイト制作の手順 UX5段階モデル

- ・優先度 低
- ・下流工程
- ・具体



- ・優先度 高
- ・上流工程
- ・抽象



構造 ・ 骨格

構造：目的が達成しやすい構造の設計をおこなう

骨格：要素や機能、情報の設計をおこなう

売上アップに重要な3要素

訪問客を
増やす

(集客数UP)

購入まで
導く

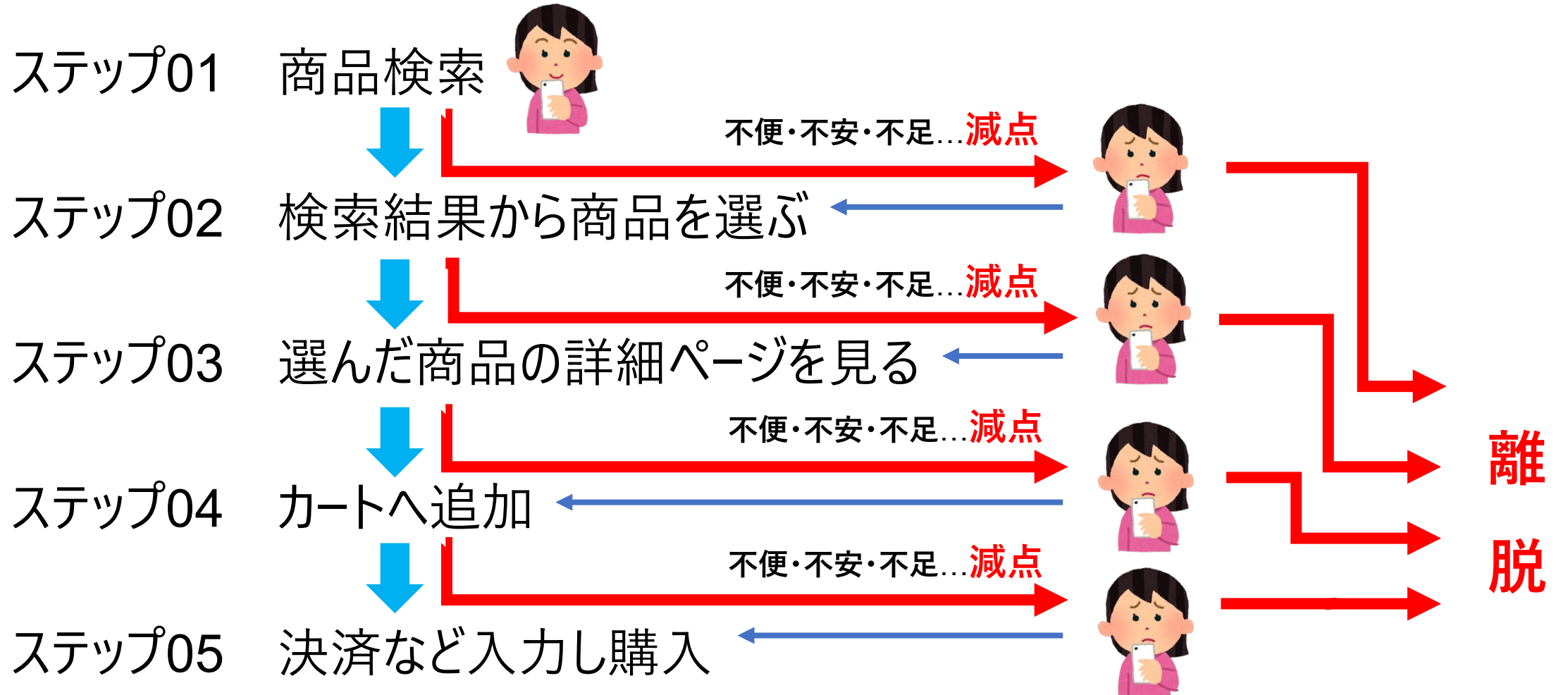
(転換率UP)

一度に
購入する金額
を上げる

(客単価UP)

ECサイト訪問 ⇒ **ほしい商品を見つける** ⇒ カートに入れて購入

ユーザー体験の重要性



ターゲットやペルソナが使いやすいか、
感動できるかなど、
どんなユーザー体験ができるかが重要


ECサイトでもお客様との会話を重要視

レビューを書いて10%OFFクーポンをGET!

JPY ¥ ▾ 日本語 ▾

kibaco

TOP IPHONE CASE KEY TAG APPAREL PHOTO PANEL OTHERS ABOUT FAQ CONTACT



HANDCRAFTED
BAMBOO KEYTAG

SHOP NOW

KIBACOWORKS

チャット履歴 すべて既読する

KIBACOWORKS 21/12/17
LINE公式アカウント開設 / 友だち追加10%OFFクーポン配付

KIBACOWORKS 21/11/29
お困りのことがあればお気軽にご質問ください 😊

KIBACOWORKS
こんにちは! 😊
商品についてのご質問やお届けま...

▶ チャットをはじめる

● 通常、数十分で返信いたします

その他のお問い合わせ方法

kibacoworks 1/3

KIBACOWORKS / <https://kibacoworks.com/>

構造・骨格 ポイント

ターゲットやペルソナが

「買いたい！」と思える商品を見つける段階で、

サイトを離れてしまわないようにさせる。

使いやすいか、感動できるかなど

どんなユーザー体験ができるかが重要。

表層

ユーザーにふれるデザイン部分

デザインのポイント

1. テイストの検討
2. 色の使い方
3. デザインの統一
4. 技法

01. テイストの検討

POINT

ペルソナに向けたデザインに

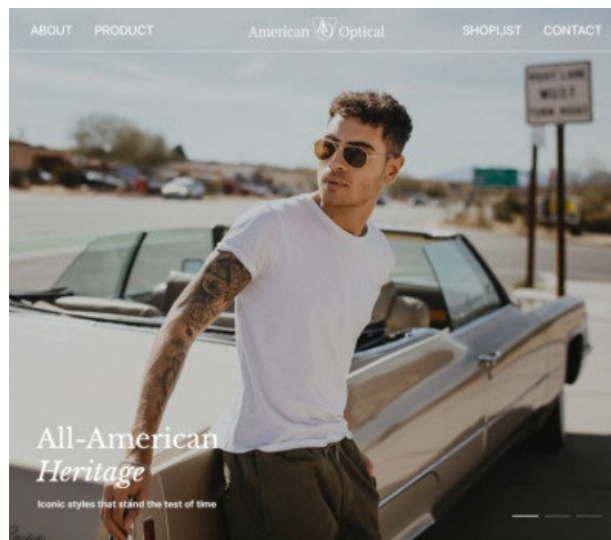
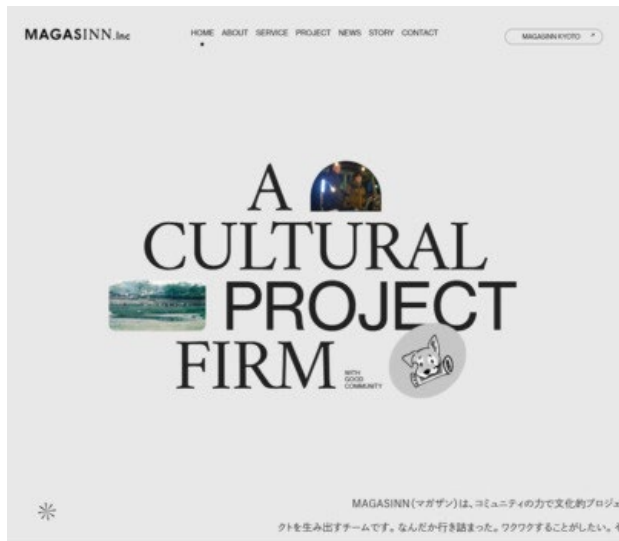
「かわいいサイト」のイメージ



カレー・ラーメン・パスタなどの
定番レトルト食品に野菜を加える「ちよい足し野菜」。
野菜を使って栄養がたっぷり摂れるうえ、



「かっこいいサイト」のイメージ



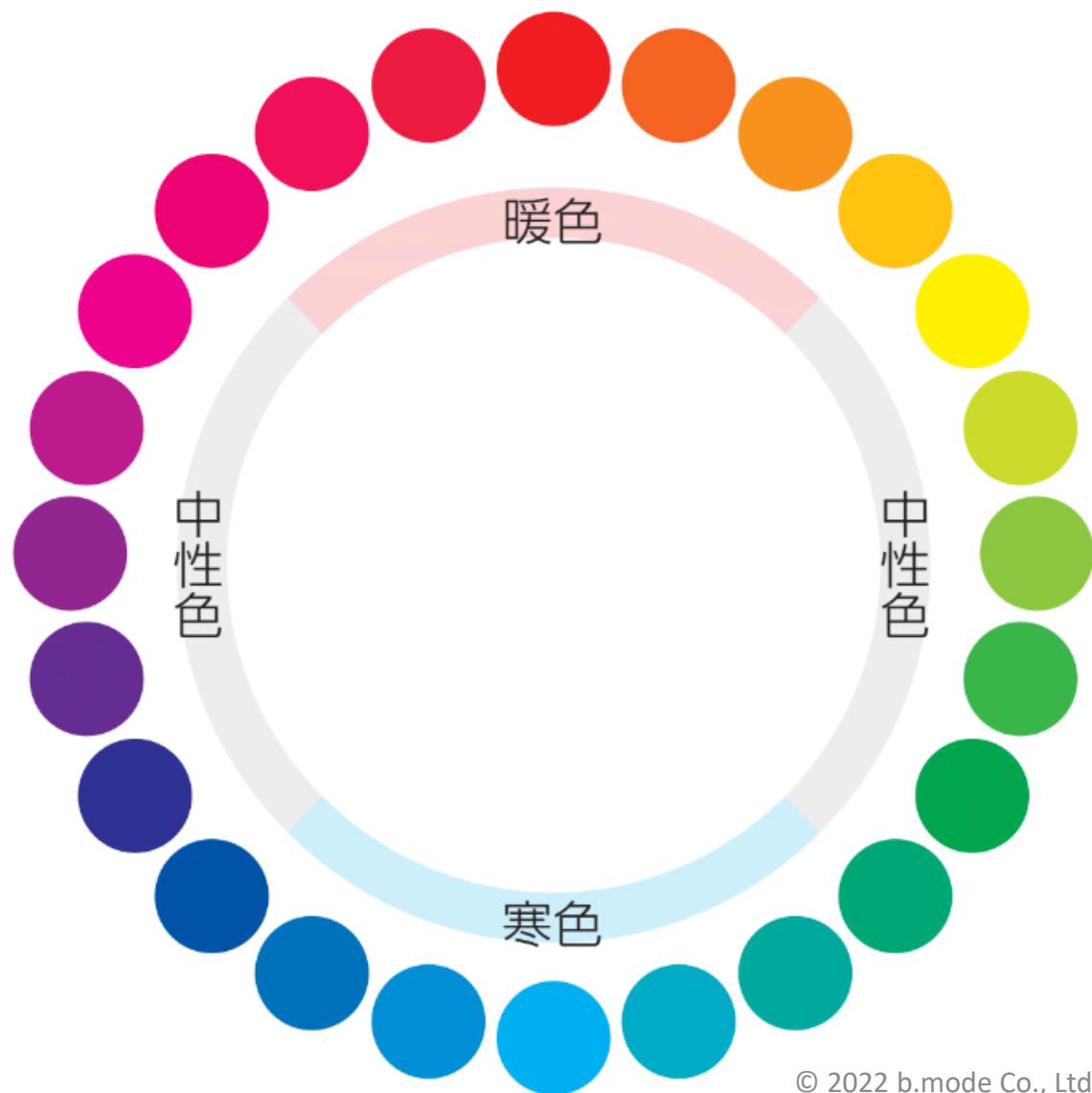
デザインイメージはプロジェクトメンバー全員が
同じイメージを持てるように

02.色の使い方

POINT

たくさんの色を**使いすぎない**

色が与える印象



- 活動的・挑戦・情熱
注意・闘争心・力
- カジュアル・楽しい
元気・好奇心・活力
- 若さ・調和・安全
信頼・自然・癒やし
- 洗練・清潔・清涼
誠実・信頼・知性
- 神聖・神秘・高貴
気品・威厳
- 清潔・冷たい・新鮮
- 高級・シック・フォーマル

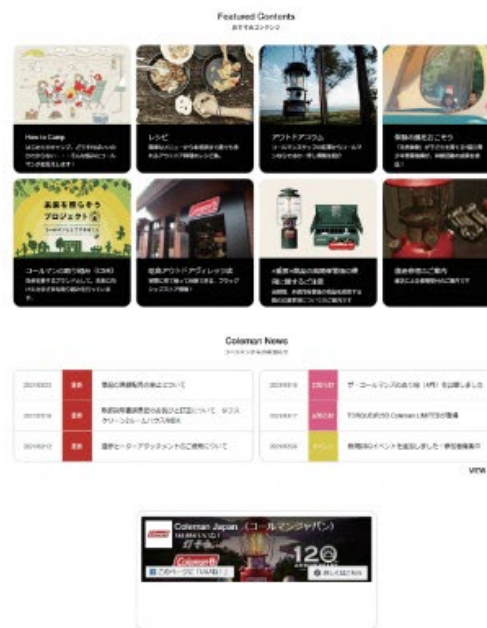
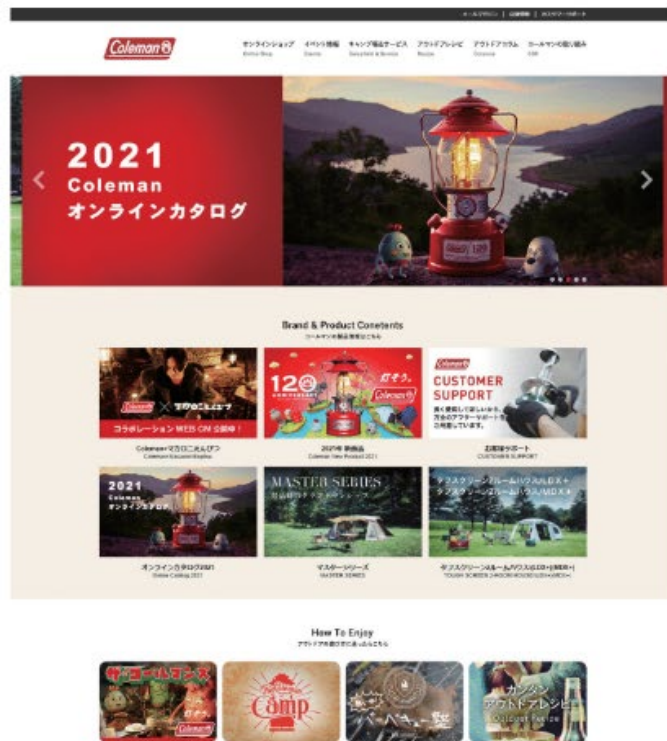
色が与える印象



色の構成

- **メインカラー（約10-30%）**
用途例：ヘッダー・グローバルナビ・ボタン
- **ベースカラー（約50-80%）**
用途例：主に背景
- **ポイントカラー(アクセントカラー)（約1-10%）**
用途例：強調させたいボタンやテキストなど

有名サイトの配色例



メイン



ベース



ポイント



有名サイトの配色例

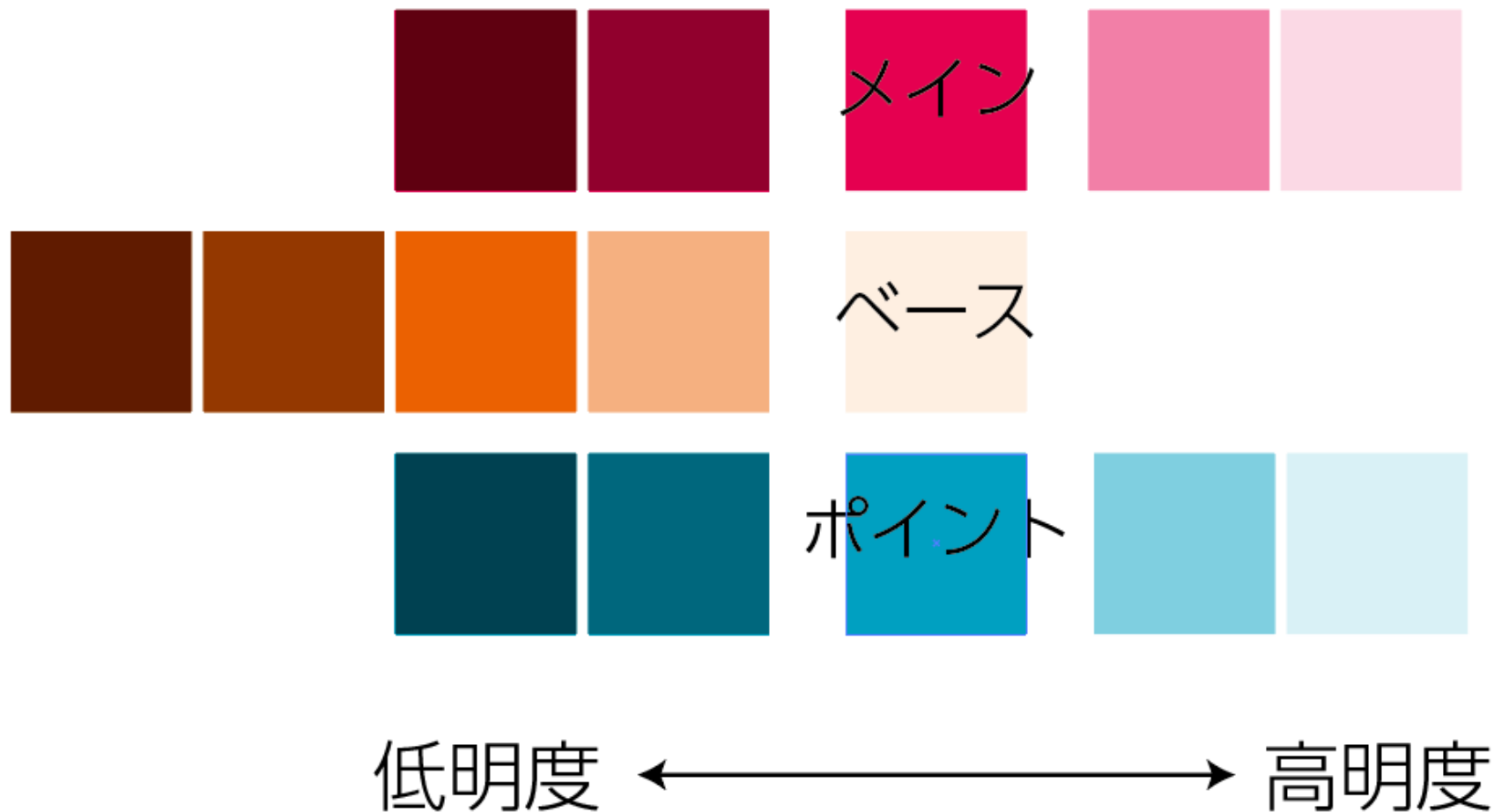


メイン

ベース

ポイント

4色以上使いたくなくなったら





メイン



メイン



ベース



ポイント

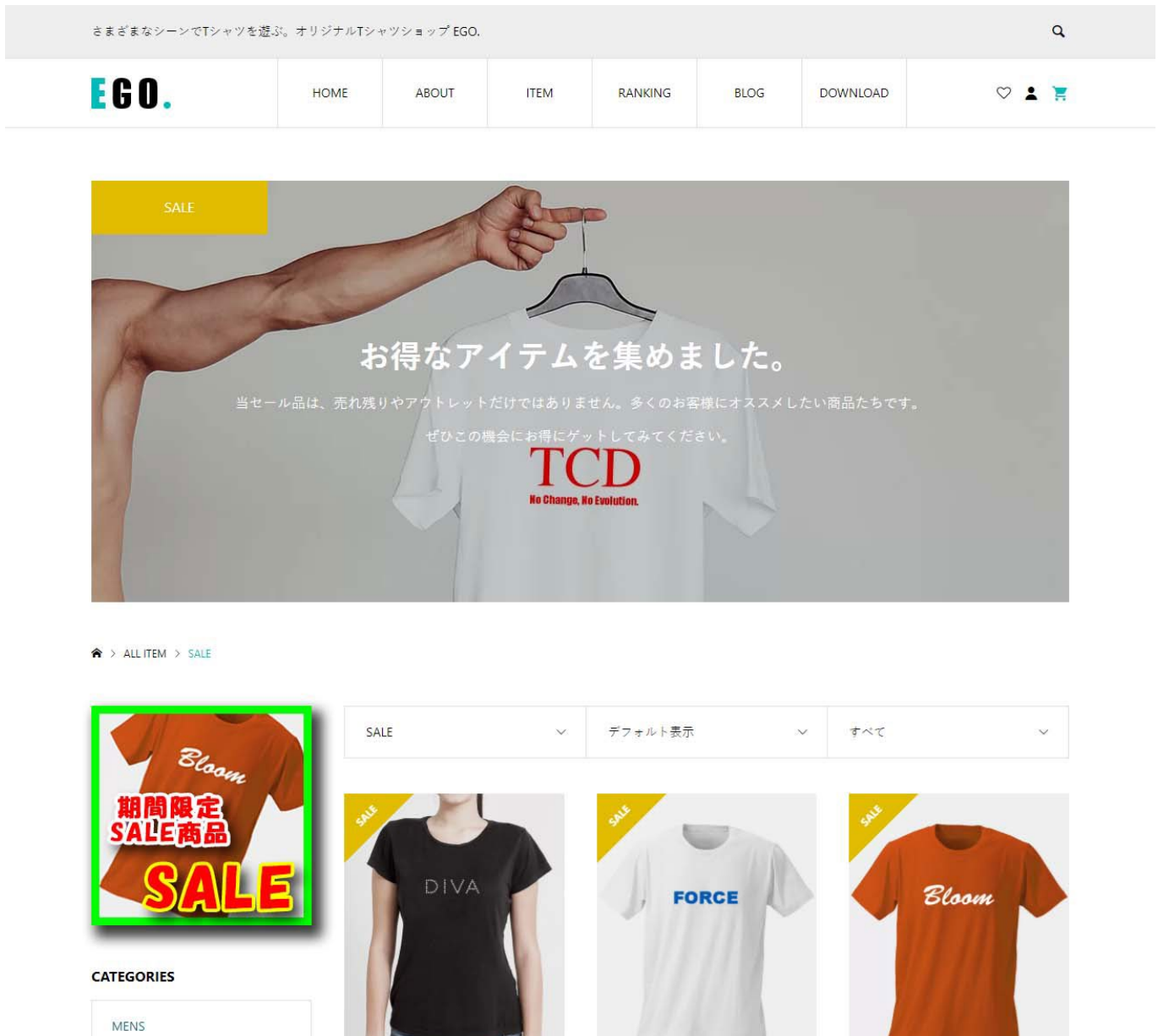
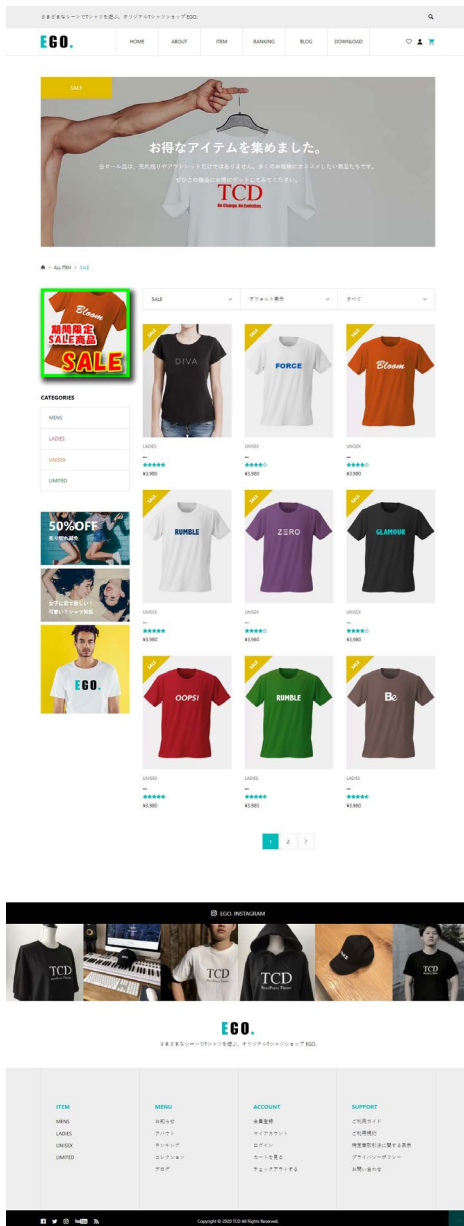


ポイント

03.デザインの統一

POINT

サイト全体のデザインを統一







毎日の料理を楽しむにする


cookpad

363万
レシピ


レシピ関連サービス >

 みんなのレシピ

 有名人のレシピ

 献立

 料理動画

 話題のキッチン




毎日の料理を楽しむにする

cookpad

363万
レシピ


レシピ関連サービス >

 みんなのレシピ

 有名人のレシピ

 献立

 料理動画

 話題のキッチン



統一感をキープするには

- 色合いをあわせる
- 写真の雰囲気をあわせる
- フォントをあわせる
- イラストをあわせる などなど

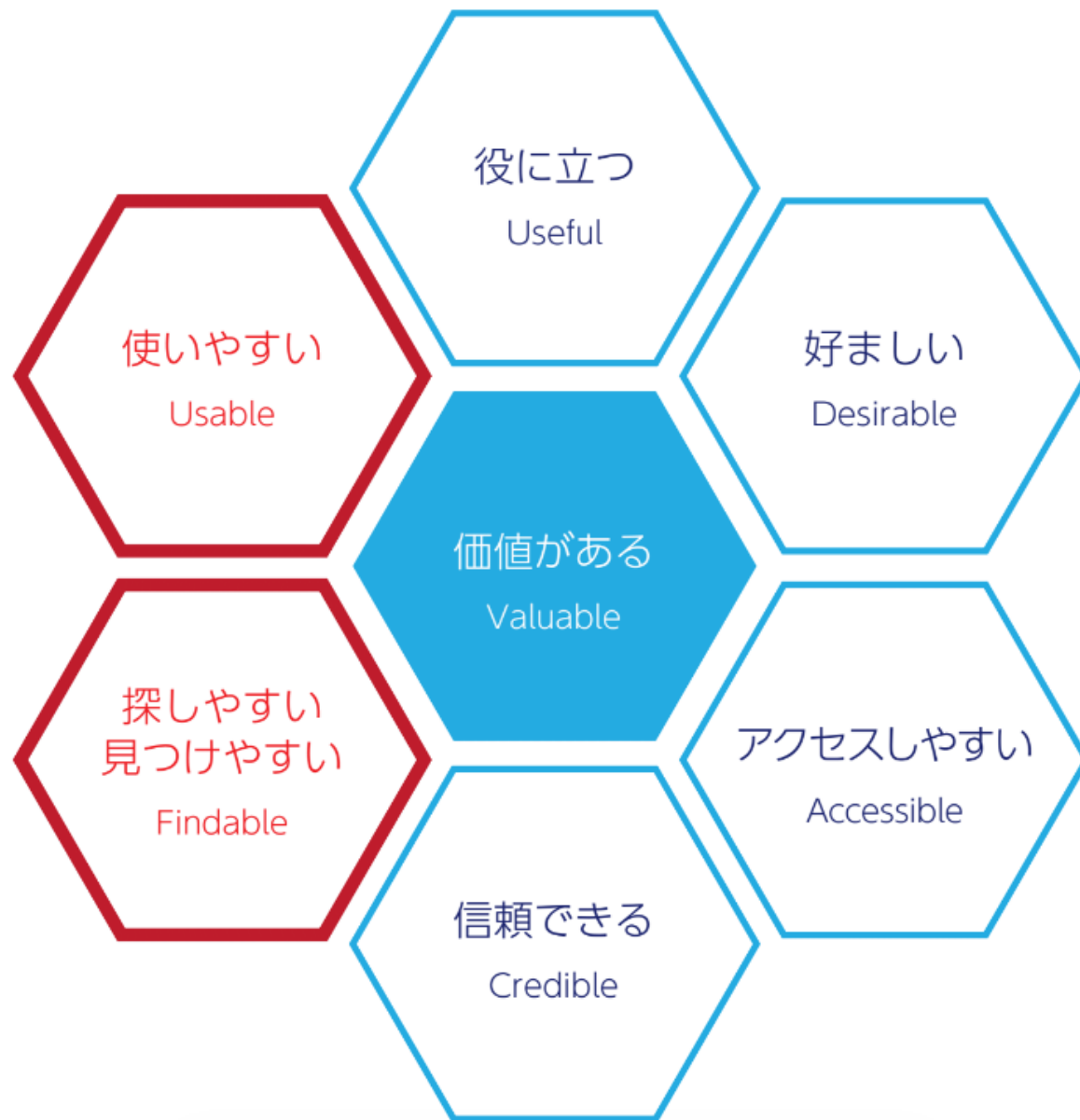
プロジェクトチーム全体でデザインのルール表を設けると◎

表層ポイント

表層は戦略、要件、構造、骨格
の準備ができてから

表層ポイント

1. テイストの検討 ⇒ **ペルソナ**を意識したテイスト
2. 色の使い方 ⇒ **たくさんの色を使いすぎない**
3. デザインの統一 ⇒ **サイト全体**のデザインを統一
4. 技法 ⇒ **行動心理学**を用いる

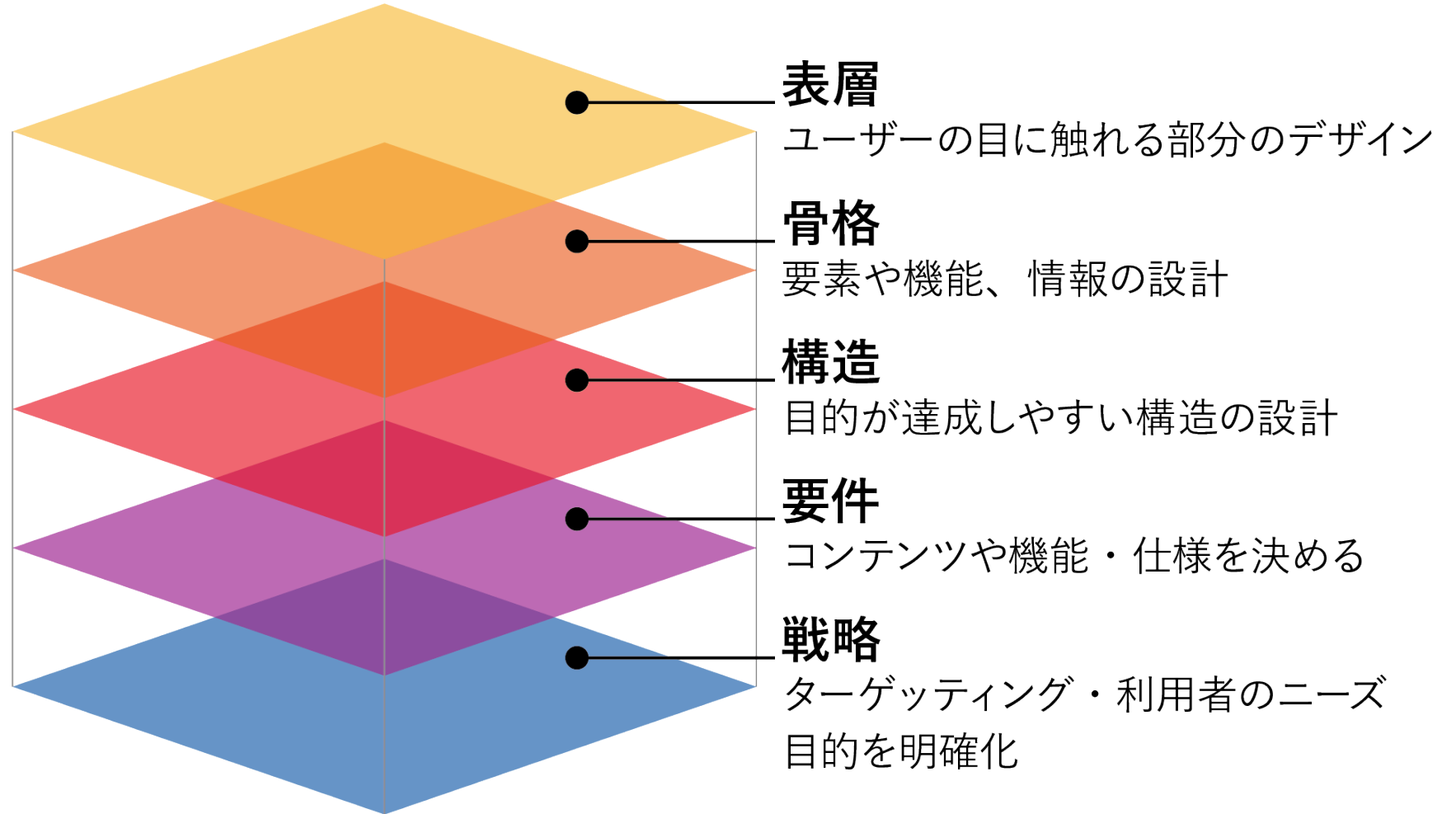


UX5段階モデルを制して成果につなげる！

- ・ 優先度 低
- ・ 下流工程
- ・ 具体



- ・ 優先度 高
- ・ 上流工程
- ・ 抽象



補助金・支援金の活用

補助金・支援金の紹介

- IT導入補助金
- 小規模事業者持続化補助金
- 仙台市地域産業応援金

IT導入補助金

中小企業・小規模事業者の方がITツール導入に活用いただける補助金

2022年度の拡充内容



会計ソフト、受発注ソフト、決済ソフト、ECソフトに補助対象を特化し、補助率を引き上げ



クラウド利用料を2年分まとめて補助



PC・タブレット、レジ・券売機等の購入を補助対象に追加



複数社連携IT導入類型の創設

IT導入支援事業者について

補助事業者と共に事業を実施するパートナーとして、補助事業者に対するITツールの説明、導入、運用方法の相談等のサポート及び、補助金の交付申請や実績報告等の事務局に提出する**各種申請・手続きのサポートを行う事業者。**

※IT導入支援事業者が提供し、かつ本事業において登録されたITツールのみが補助対象



IT導入補助金2022の種類

- 通常枠（A・B類型）
- デジタル化基盤導入枠（デジタル化基盤導入類型）
- デジタル化基盤導入枠（複数社連携IT導入類型）
- セキュリティ対策推進枠

通常枠（A・B類型）

ITツールを活用し効率化・売上アップといった経営力の向上・強化

- 費用の1/2、30万～最大450万円を補助
- 様々な業種・組織形態に対応
- 自社の課題にあったITツールが導入できる
- 業務効率化・売上アップをサポート

デジタル化基盤導入枠（デジタル化基盤導入類型）

インボイス対応も見据えた企業間取引のデジタル化を推進

- 補助額5万円～50万円以下（補助率3/4）
補助額50万円超～350万円（補助率2/3）
- PC・タブレット等のハードウェアにかかる購入費用も補助対象
- 会計ソフト、受発注ソフト、決済ソフト、ECソフトに補助対象を特化
- クラウド利用料を最大2年分補助

デジタル化基盤導入枠（複数社連携IT導入類型）

複数の中小・小規模事業者が連携してITツール及びハードウェアを導入することにより、地域DXの実現や、生産性の向上を図る取組に対して、複数社へのITツールの導入を支援するとともに、効果的に連携するためのコーディネート費や取組への助言を行う外部専門家に係る謝金等を含めて支援。

補助対象事業者

- 商工団体等 例) 商店街振興組合、商工会議所、商工会、事業協同組合 等
- 当該地域のまちづくり、商業活性化、観光振興等の担い手として事業に取り組むことができる中小企業者又は団体 例) まちづくり会社、観光地域づくり法人(DMO) 等
- 複数の中小企業・小規模事業者により形成されるコンソーシアム

セキュリティ対策推進枠

サイバーインシデントが原因で事業継続が困難となる事態を回避
リスクや生産性向上を阻害するリスクを低減

- サービス利用料の1/2以内、**最大100万円**を補助
- サービス利用料**最大2年分**補助
- 補助対象を「**サイバーセキュリティお助け隊サービス**」に特化
- **独立行政法人情報処理推進機構**が登録・公表するサービス

補助金シミュレーター（※デジタル化基盤導入類型）

IT導入補助金2022 補助金シミュレーター 資料ダウンロード お問い合わせ・相談窓口 よくあるご質問 Facebook 中小機構

令和元年度補正 サービス等生産性向上IT導入支援事業
令和3年度補正 サービス等生産性向上IT導入支援事業

セキュリティ対策推進枠について デジタル化基盤導入枠（複数社連携IT導入類型）について

gBizID 過去5か年のサービス等生産性向上IT導入支援事業について IT事業者ポータル 申請マイページ

IT導入補助金について 事業概要 スケジュール 申請・手続きフロー 中小企業・小規模事業者のみなさま ITベンダー・サービス事業者のみなさま 関連資料・動画等 目的から探す

補助金シミュレーター

デジタル化基盤導入類型の補助金申請可能額をシミュレーションできます。

会計・受発注・決済・ECの機能数 機能 補助金対象経費 円
※ 半角数字でご入力下さい。 ※ 半角数字でご入力下さい。

補助金を算定する

あなたは **デジタル化基盤導入類型（50万円超）** で申請可能です。

補助金申請可能額 **1,388,888** 円

補助対象経費に対する補助金申請可能額の内訳

補助率	補助対象経費	補助金申請可能額
補助率3/4	666,667	500,000
補助率2/3	1,333,333	888,888
合計	2,000,000	1,388,888

※ 正式な値は申請フォーム内でご確認ください。

TOP

機能要件：2つ

ECサイト構築費：200万 の場合

補助金申請可能合計額：約139万円

あなたは**デジタル化基盤導入類型（50万円超）** で申請可能です。

補助金申請可能額 **1,388,888** 円

補助対象経費に対する
補助金申請可能額の内訳

補助率	補助対象経費	補助金申請可能額
補助率3/4	666,667	500,000
補助率2/3	1,333,333	888,888
合計	2,000,000	1,388,888

申請・手続きの流れ

- ① 補助事業への理解
- ② 「IT導入支援事業者の選定」「ITツールの選択」
- ③ 「gBizIDプライム」アカウントの取得
「SECURITY ACTION」の実施
- ④ 交付申請（IT導入支援事業者との共同作成・提出）
- ⑤ ITツールの発注・契約・支払い（補助事業の実施）
- ⑥ 事業実績報告
- ⑦ 補助金交付手続き
- ⑧ 事業実施効果報告

①補助事業への理解

②IT導入支援事業者の選定・ITツールの選択

① 補助事業への理解

事業への理解を深めることが、採択の可能性を高める

交付規定・公募要領はサイトよりダウンロード可能

<https://www.it-hojo.jp/procedure/>

②IT導入支援事業者の選定・ITツールの選択

自社の業種や事業規模、経営課題に沿って、

IT導入支援事業者と導入したいITツールを選定



③ 「gBizIDプライム」アカウントの取得 「SECURITY ACTION」の実施

gBizIDプライムアカウントの取得 ※取得まで約2週間

「gBizIDプライム」アカウント（ID・パスワード等）が必要。
gBizIDプライムを持っていない場合は「gBizID」ホームページより取得可。

SECURITY ACTIONについて ※交付申請作成時に宣言済アカウントIDの入力が必要

この宣言は、中小企業・小規模事業者等自らが、情報セキュリティ対策に取り組むことを自己宣言する制度で、「★一つ星」または「★★二つ星」を宣言する事を要件としている。

④ 交付申請（IT導入支援事業者との共同作成・提出）

IT導入支援事業者との間で商談を進め、交付申請の事業計画を策定。

1. 【両者】 IT導入支援事業者との間で商談
2. 【IT事業者】 『申請マイページ』の招待を受ける
3. 【申請者】 代表者氏名等の申請者基本情報を入力する。
4. 【申請者】 交付申請に必要な情報入力・書類添付を行う。
5. 【IT事業者】 導入するITツール情報、事業計画値を入力する。
6. 【申請者】 『申請マイページ』上で入力内容の最終確認後、申請に対する宣誓を行い事務局へ提出する

申請のポイント・注意点

- 基本情報の記入ミスをしない
- 事業内容をしっかり書く
- 財務情報は正直に書く
- 事業の自由記入欄を埋める
- 貸上げ要件をクリアする・計画を設ける
- 第三者による統括的な確認

⑤ ITツールの発注・契約・支払い（補助事業の実施）

⑥ 事業実績報告

⑤ ITツールの発注・契約・支払い（補助事業の実施）

事務局から「交付決定」を受けた後に、ITツールの発注・契約・支払い等を行うことができます。 ※交付決定前の契約は補助金交付不可

⑥ 事業実績報告

補助事業の完了後、実際にITツールの発注・契約、納品、支払い等を行ったことが分かる証憑を提出。

⑦ 補助金交付手続き

⑧ 事業実施効果報告

⑦ 補助金交付手続き

事業実績報告が完了し、補助金額が確定すると、『申請マイページ』で補助額を確認できるようになり、その内容を確認した後に補助金が交付される。

⑧ 事業実施効果報告

事業実施効果報告は、定められた期限内に補助事業者が『申請マイページ』より必要な情報を入力し、IT導入支援事業者の確認を経て、提出する。

スケジュール

通常枠（A・B類型）

- 5次締切分 : 9月5日(月) 17:00 (予定)
- 6次締切分 : 10月3日(月) 17:00 (予定)

デジタル化基盤導入枠（デジタル化基盤導入類型）

- 10次締切分 : 9月5日(月) 17:00 (予定)
- 11次締切分 : 9月20日(火) 17:00 (予定)
- 12次締切分 : 10月3日(月) 17:00 (予定)

デジタル化基盤導入枠（複数社連携IT導入類型）

- 3次締切分 : 10月31日 (月) 17:00

セキュリティ対策推進枠

- 1次締切分 : 9月5日(月) 17:00 (予定)
- 2次締切分 : 10月3日(月) 17:00 (予定)

小規模事業者持続化補助金

小規模事業者等が、地域の商工会または商工会議所の助言等を受けて経営計画を作成し、その計画に沿って地道な販路開拓等に取り組む費用の2 / 3を補助。補助上限額：50万円。

(公募開始後通年で受付を行い、約4か月ごとに受付を締め切って、受付回ごとに審査・採択を行う)

【 補助対象者 】

商工会議所の管轄地域内で事業を営んでいる「小規模事業者」及び、一定の要件を満たした特定非営利活動法人

【 対象となる事業（補助対象となり得る取組事例） 】

①地道な販路開拓等(生産性向上)の取組について
販促用チラシの作成、CM・ウェブ広告等の広告費、ネット販売システムの構築等

②業務効率化(生産性向上)の取組について
業務改善の専門家からの指導、助言による長時間労働の削減等

仙台市地域産業応援金

新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えるために、国の「生産性革命推進事業」などを活用し、前向きな投資や事業活動を実施する市内事業者に対し、その取り組みを後押しする応援金を支給するもの。

【 対象補助金 】

国の「生産性革命推進事業」のうち「ものづくり補助金」、「**持続化補助金**」、「**IT導入補助金**」、「事業承継・引継ぎ補助金」

【 応援金の支給額（補助金の場合） 】

※令和4年6月24日以降に公募締切となっている対象補助金の交付決定を受けた方の支給額

対象補助金の交付決定額	応援金の基本支給額	原油価格等加算額	応援金の支給額合計
50万円未満	10万円	5万円	15万円
50万円以上500万円未満	20万円	10万円	30万円
500万円以上	50万円	25万円	75万円

導入支援実績の紹介

●製麺メーカー

これまでヤフーショッピングで自社製品を販売していたが、販売手数料料もかかるのと、販促企画における自由度も限られる為に自社ECサイトの構築に会わせて海外向けに英語対応をしたECサイト構築をおこなった。

●古物販売事業者

まだアマチュアである大学生の絵画とこれからプロとして飛躍するかもしれない学生を支援したい投資家をマッチングするECマッチングサイト。