

## トレース企業

Shopify (本社: カナダ)

## Shopifyの事業成長

売上: 2016年3.8億円→2019年15.7億円 (4倍) 株価: 1年半で5倍に  
グローバル流通総額: 100兆円 世界175カ国100万店舗以上で利用

### ①外部環境分析 (PEST分析)

#### 政治Politics

- ・ITツールの導入支援を強化
- ・緊急事態宣言の発令、外出自粛、ソーシャルディスタンスの呼びかけ

#### 社会Society

- ・コロナの影響で、自宅で過ごす時間が急増
- ・ネットで買い物をするのがあたり前に
- ・D2Cブランドの増加

#### 経済Economy

- ・第2四半期 (4月~6月) のGDPは▲27.8%  
リーマンショック時を超える最大の落ち込み

#### 技術Technology

- ・ECサイトを構築できる様々なプラットフォームが登場。専門知識がなくても制作できるものも

### ②競合の定義 (5Forces分析)

#### 業界競合

- ・モール (Amazon、楽天、Yahoo!ショッピング、ZOZOTOWN)
- ・カートASP (Make Shop、カラーミー) →shopifyはココに分類
- ・無料カートASP (BASE、Stores、FC2ショッピングカート)
- ・オープンソース (EC-CUBE、WooCommerce)

細かなニーズに対応すべく様々なプラットフォームが開発されている

#### 価値競合

実店舗

コロナの影響で実店舗の売り上げが下がっているとはいえ、実際に商品を見て購入したいという人は一定層いる

### ③ターゲティング/重点顧客

#### 市場/業種

- ・小売店、メーカー、個人事業主 (物販、食物販)
- ・サイト制作会社

#### 嗜好性

(小売店、個人事業主)

- ・顧客データを取得し、マーケティングを行いたい
- ・Amazonや楽天などのモールではなく自社のECサイトを持ちたい
- ・自分の商品や店舗をブランディングしたい

#### 嗜好性

(サイト制作会社)

- ・「デザインや機能性にこだわり、なるべく費用をかけずにECサイトを作りたい」という顧客のニーズに応えたい

### ④ポジショニング



### ⑤マーケティングミックス (4P)

#### 売物Product

ECプラットフォーム

#### 売値Price

初期費用なし、月額課金制  
月額29USD (約3,200円) ~

#### 売場Place

Web上

#### 売方Promotion

SNS、Web広告  
パートナーに向けたセミナーの開催

### ⑥トレース企業の成功要因を整理

#### 要因

- ・機能性が高い (サーバーが強い、外部ツールとの連携が容易など)
- ・利用料が安い
- ・制作が容易 (大規模開発が不要)
- ・カスタマイズ性が高い (オリジナルのサイトが作れる)
- モールへの出店ではなく、ブランディングをするため、自社サイトを持ちたいというニーズに対応

### ⑦自分がその企業のCMOだったら?

#### 仮説

- Shopify利用者のコミュニティを強化
- 勉強会、ワークショップの定期開催 (制作会社同士で情報交換ができる場の提供)
- 交流会の定期開催 (Shopify、制作会社、マーチャントの3社が交流できる場の提供)
- オンライン上でナレッジが共有できる場の提供 (有料会員限定で公開)