



VARIES DEPARTMENT STORE

ベアリーズ百貨店

会員数 8万人突破

自由なファンマーケティング が実現できる 次世代の百貨店通販。

ベアリーズ・プロジェクト
参画希望者様向けご説明資料

GO' JAPAN BRAND

ゴー・ジャパブランドマークは、
ベアリーズプロジェクトに参画している企業
や行政機関にて制作したプロジェクトマークを意味します。

第1章 会社概要やサービスの概要

3. 会社概要とごあいさつ



ベアリーズ株式会社

代表取締役 矢吹健輔 やぶきけんすけ

経歴

1981年2月 宮城県生まれ。
高校卒業後、上京して陸上自衛隊に入隊し通信制大学へ通う。
その後、日本マクドナルド、ヤフー株式会社、PayPay株式会社を経て、
2021年2月に東京から宮城へ戻りベアリーズ株式会社を創業。

所在地：〒989-6153 宮城県大崎市古川七日町10-2

従業員数：7名

資本金：310万円

適格請求事業者登録番号：T7370001046668

パートナー、スポンサー

 Sony Payment Services 電子決済システムの提供

 SONY AI、サーバーなど

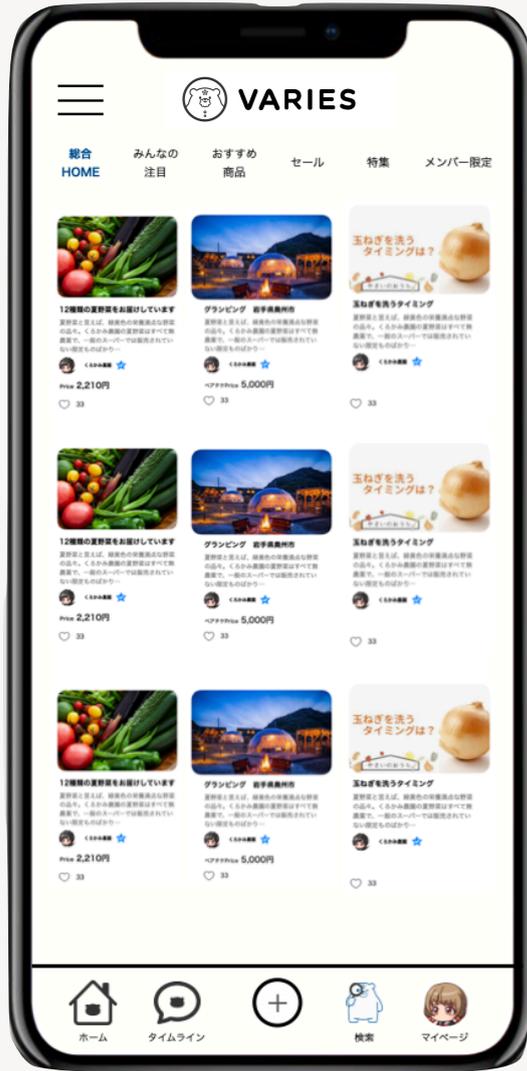
 Google データの保護

 日本百貨店協会 会員獲得、特典など

【事業内容】

1. オンライン通販事業とソーシャルメディア開発
2. WEB広告事業
3. ハンバーガーストア事業
4. ICT・ロボットなどの商社事業

4. 私たちがやっていること



商品の販売

世間のみんなに情報発信

通信販売だけでなく、
これからのコンテンツ世代に向けて、
会社のことやどういう思いで事業を営んでいるか
といった宣伝もできるようになります。

私たちは、
今後未来の日本に欠かせなくなる
ソーシャルメディア機能を持った
新しいネット通販をつくっています。

最初の出店者になっていただける
事業者様を集めています。

Keyword : ソーシャル機能のついた通販サイト

従来の amazon のようなシステムに、

のような機能が合体したサービスです。

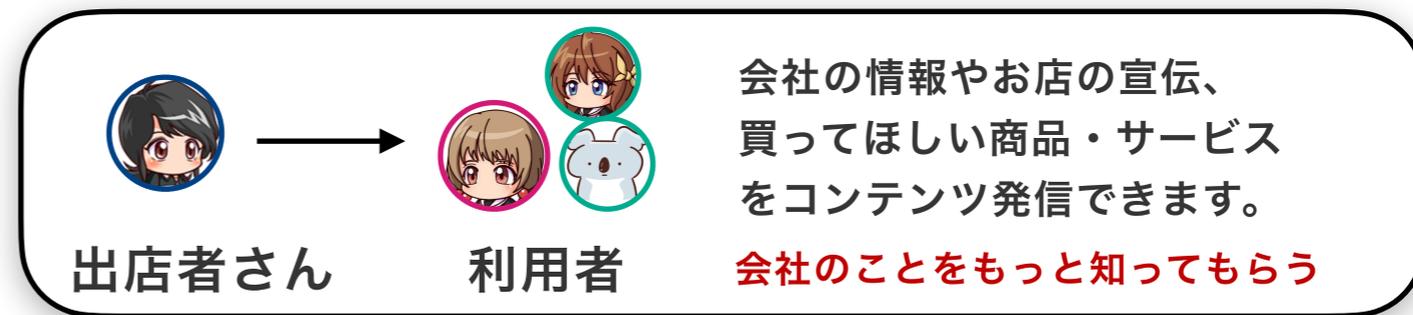
それがベアリーズ百貨店です。

5. ベアリーズ百貨店の特徴

ベアリーズ百貨店とは

日本のコンテンツ利用者の増加・活発化、海外からの訪日外国人の増加に伴い、EC機能とソーシャル機能を合体させた新しい通販サービスをいいます。

現在は、一般的な通信販売の機能だけを提供しています。今後は、ソーシャルメディアのリリースが準備されています。



ファンを集められる



ストアブランド (出店者)



興味あるお店をフォロー



一般ユーザー (お客様)
ユーザーアカウント

会員数
80,026人

2024年10月1日時点



6. 開発のストーリーとベアリーズ百貨店の始まり



始まった経緯は、業界の支持



Keyword : 次世代百貨店構想のコンペディション

人口減少のほか、スーパー・百貨店顧客、ネット通販の利用者が高齢化している現状で、次世代デパート構想をコンペディションし開業が決定。

お客さんや専門家たちが評価したのがきっかけ。



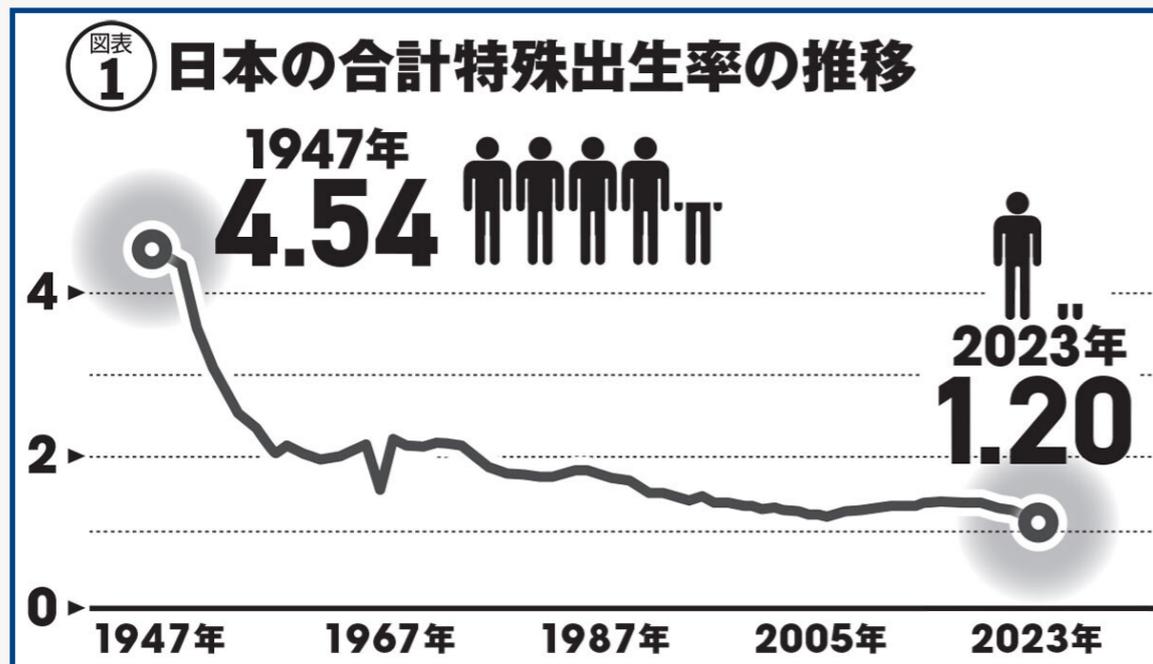
大手百貨店案の「メタバース構想」



ベアリーズの「ソーシャル構想」



人口減が著しい中、
関係人口を増やせる可能性がある



Keyword : みんなの声、評価

<メタバース案>



- ・メタバースは興味ない
- ・-googleが高い...

消費者 約28,000人定員



これをやったから
出店者のファンが増える
なんて考えられない。

業界経済家など

<ベアリーズ案 SNS機能>



お店や会社と友だちになれる
方が良い。応援したくなる。

消費者 約28,000人定員



お店とお客さんがつながれる
これはとっても良いこと。
関係人口の増加が期待できる。

業界経済家など

7. 日本の未来に今後欠かせなくなるソーシャル機能

	特性	国内月間 アクティブユーザー	アクティブユーザーの特徴	サービスの魅力
LINE	インナー コミュニケーション	9,700万以上 →複数アカウントやグループLINEの数を含む	幅広い年齢層 全国各地に利用者	1to1コミュニケーションに適している LINE APIを使い自社サービスと連携 スタンプ・ショップカードなど独自機能
Youtube	動画コンテンツ コミュニケーション	7,120万以上 →複数Googleアカウントの数を含む	幅広い年齢層 約4割は45歳以上	古い動画も検索して観てもらえる可能性 縦型動画 (YouTubeショート)も人気 SEO(検索エンジン最適化)に強い
X	短文投稿 コミュニケーション	6,650万以上 →複数アカウント、ロボットの数を含む	20代が多い 平均年齢は37歳	カジュアルな短文コミュニケーション タイムリーさ重要 拡散力強い (「バズ」「炎上」)
Instagram	ビジュアル コミュニケーション	6,600万以上 →複数アカウント、ロボットの数を含む	10代20代が多く 女性が過半数	画像/動画で訴求しやすい商材向き フィード/ストーリーズ/リールの使い分け クリエイター (インスタグラマー)活用も
Tiktok	インパクト コミュニケーション	2,700万以上 複数アカウントなし	10代20代が多いが 社会人として出世すると離脱	「おすすめ」で新たな潜在顧客へリーチ コメント欄は荒れることもあり注意
Facebook	ブログ&サークル コミュニケーション	2,600万以上 複数アカウントなし	高齢化、ビジネス利用でやむなく登録	実名登録でリアルなつながり重視 フォーマル/オフィシャル/ビジネス
ベアリーズ	コマー コミュニケーション	2,1万 複数アカウントなし	百貨店の常連客や愛用客が多い 平均年齢は30歳 Face to Faceで会員が増えて行った	現在は通販機能のみ 出店者だけがコンテンツ投稿できる。 また、なりすましく安全に通販ができる。

引用元：https://www.comnico.jp/we-love-social/sns-users#anc_u7tts2c

日本は世界有数の高い倫理観を持った国であり、利用者の質が良好。



販売もPRも、自分たちで思いを発信する時代に

日本人のソーシャルメディアの利用に関するマナーへの協調性や倫理性、公共認識の高さは世界1位。

Twitterやmixiのリリースを経て15年経過した現在は、ネット利用に関する一般常識や他人配慮への行き届いた使い方をする社会になりつつあり、今後もメディアを介した商品認知や企業認知は消費者にとって必需のツールになります。

8. こんな方でも気軽に使えます

普通の通販機能だけ利用したい



SNS機能を利用したくない。

やりたくないという場合は、従来のプラットフォームのように商品を出品するだけでOKです。



毎日売る数を設定したい



1日の販売数を制限したい

出荷数、生産数、収穫数、人員のキャパなど、1日の販売数を制限すると、楽になります。

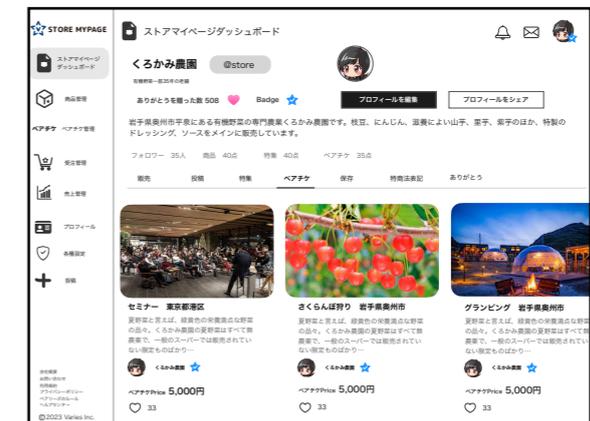


すべて一人でやっています



ワンオペでも楽ですか？

スマホ一つで簡単に使用でき、ホームページを作成するような作業はありません。



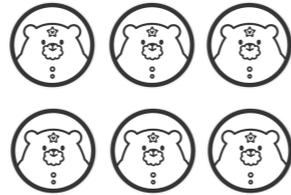
9. ニッチで成長段階なのに、ベアリーズが使われる理由

amazon Rakuten YAHOO! ショッピング VS  VARIES

 VARIES



買う



スタンプがたまる



交換できる

- 大手ECと比べて商品が少ない。
- 大手ECにも同じ商品が売られている
- 大手ECの方が会員が沢山いる。

それなのに、お客様がベアリーズを使ってくれる理由があります。

実はとても経済的

スタンプを集めると商品券と交換できて、全国の最寄りの百貨店加盟店で、ブランド物やギフトを買うことができます。



全国百貨店共通商品券

ベアリーズでは、スタンプを一定数集めると、全国百貨店共通商品券との交換が可能になります。商品券があると、最寄りの百貨店でお買い物ができるようになるので百貨店の顧客層から喜ばれます。

商品券を持ってお買い物に行けます。
大切な人やお友だちにプレゼントもできます。



TAKASHIMAYA ONLINE STORE

MITSUKOSHI ISETAN

TOBU



大丸松坂屋百貨店

株式会社

阪急阪神百貨店

Rakuten



amazon



YAHOO! ショッピング



10. 現在リリース済みのサービス

1 通販機能 ネット通販ベアリーズに商品を出す



2 3ヶ月頒布会 30日間受注期間を設けて、決まった数を指定日時に発送するだけ



ストアブランド
(出店者)

注文が1回で済みます。
送付リスト宛てに配送します。

注文が入った時の流れは2種類

直送型 (産直タイプ)



委託している外部倉庫から



注文が入った後は、電子メールに受注通知が送信されます。
その後、自社から直送するか、外部の倉庫に商品を預けている場合は、
外部から発送を行なってください。

11. 2024年冬にリリースされる機能

3 コンテンツ発信 ソーシャル発信機能「フレンズスポット」

2024年冬にリリース



実験を経て、すごく人気だったため正式採用へ

ベアリーズ百貨店の利用会員向けに コンテンツを配信できるサービス。



短文投稿、長文投稿、動画・画像投稿など

ベアリーズの今後は、出店者が自分たちで自由に集客できたり、顧客関係性をリアルでもネットでも維持することができる

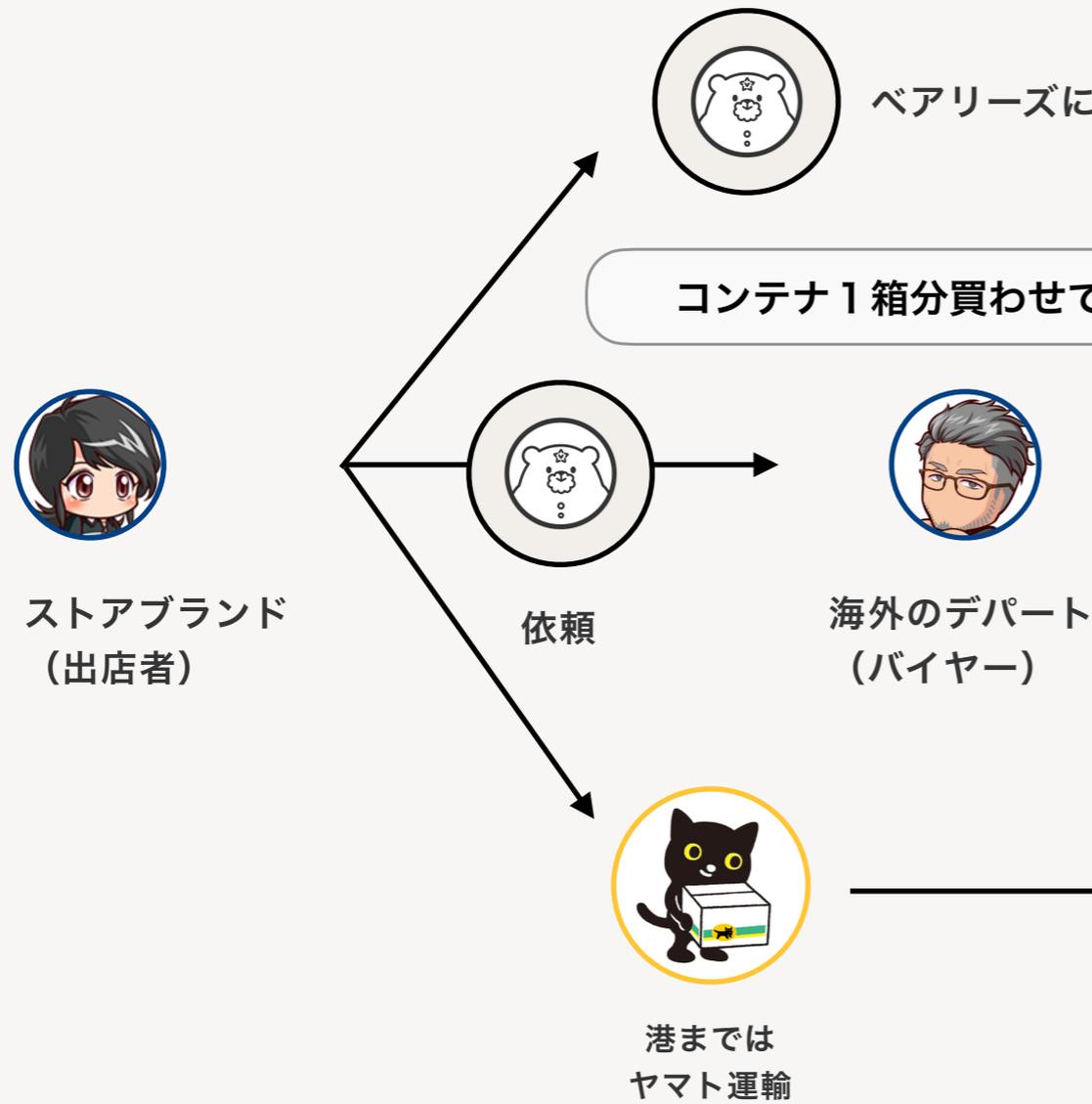
「ソーシャル・コマース」を提供してまいります。

- ・ 細かな集客や熱いファンの創造が実現できる。
- ・ 人口減少時代のブランド認知の向上に役立つ。
- ・ 商品購入後の風化しにくい顧客関係性が維持できる。
- ・ ダイレクトでタイムリーな情報を消費者は受け取れる。

12. 2025年にリリースされる機能

4 海外取引（卸売） ビジネス取引のみ対象となります。

日本の商品が流行っているため 2025年にリリース



国内への小売ではなく、海外のデパートに仕入れてもらって、外国で流通する「海外取引」が2025年から始まります。



海外で販売
メイシーズほか

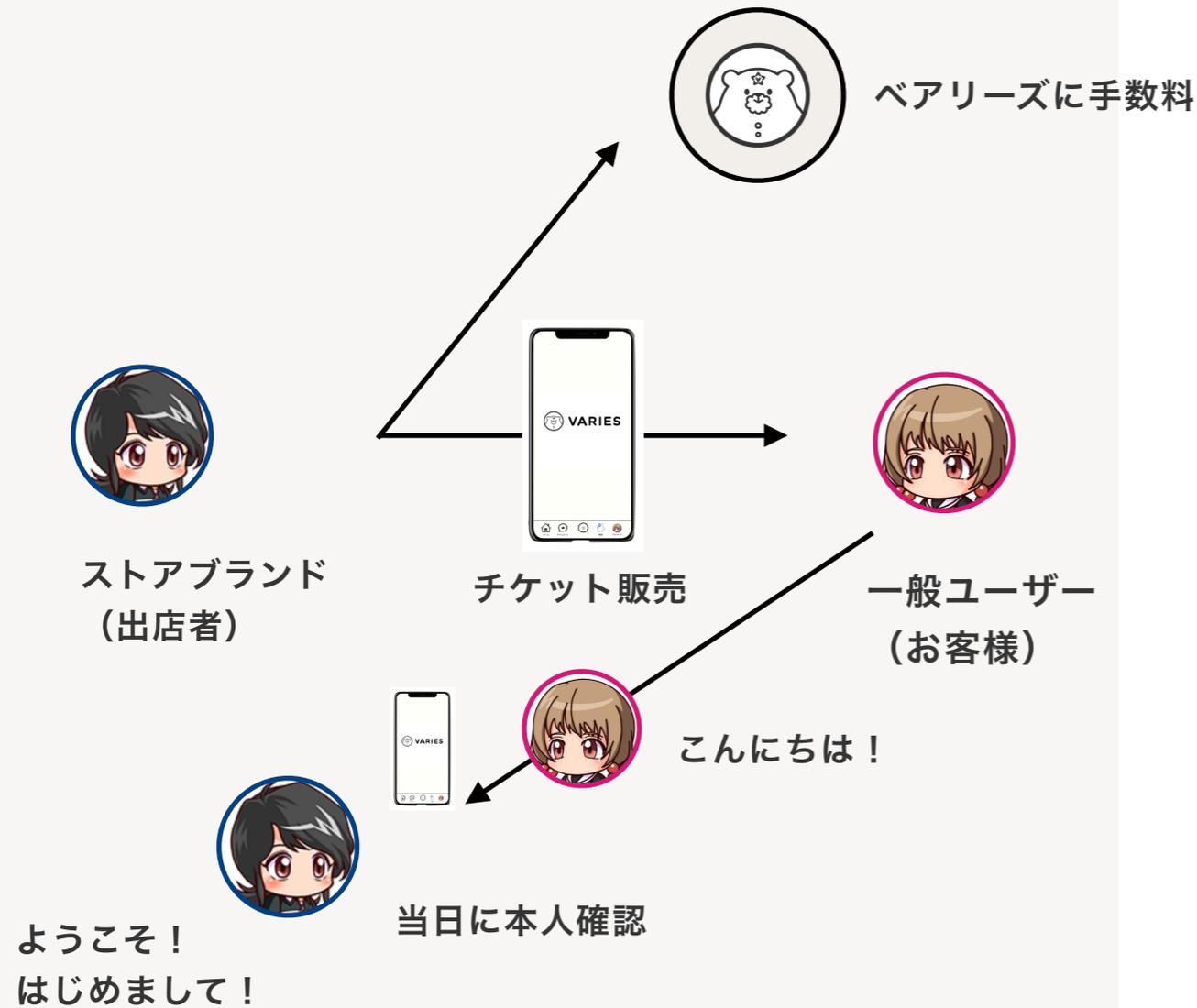
Keyword : 商社や帳合いを挟まないのはなぜ？

円安ドル高だと、基本的には海外の事業者が支払うドルでの価格が安くなって仕入れやすく（輸出しやすくなる）なりますが、帳合い件数が多ければ多いほど、出店者の手元に振り込まれるお金が相対的に安くなるため割に合わないデメリットがあります。円高だとさらに輸出価値が高騰することになります。

13. 2025年にリリースされる機能

5 **ベアチケ** オンラインでつながったら実店舗やイベントに来てもらおう！

2025年にリリース



通販も大事だけど、やっぱり来てもらうことが一番！
理由は、face to faceで買ってもらえるから

旅行、宿泊、ツアー、ツーリズム、イベント、セミナー、ライブ、演劇、お店での特別な催し、その他現地体験を購入できるチケットなど。

14. いまのベアリーズとこれからの方向性

SNS機能が苦手だったり、やりたくない方、発信に手をつけられない方をはじめ、企業のSNSポリシーにより利用できない場合は、従来通り商品を掲載するだけの利用も可能です。

いまの市場

商品を掲載し、広告料をかけて販促していくネット通販



TAKASHIMAYA ONLINE STORE

ポイント商法、スピード配送が限界...

これから歩いていく市場

SNS機能リリース後は、独特の方向性によって変わっていきます



拡散していく



出店者



会員



お友だち

新しい構想の百貨店として普及するようフォロー

自社がちゃんと主役になる

お客さんはこっちの方が楽しい



ベアリーズで投稿すると

X、Instagram、Youtubeでも投稿が稼働するよう開発しています。

Xと仕様が似ています。



【わざわざ使う理由が無いと、自社を主役にするのは難しい】

その他類似の通販サイトは、他にも2,000サイト以上存在。クレジットカードや消費者のライフスタイルに適した通販サイトを活用。

- ・楽天ユーザーなら楽天市場が最適な利用動機に。
- ・PayPayユーザーならヤフーショッピングが最適な利用動機に。
- ・Amazonプライム会員ならAmazonが最適な利用動機に。
- ・デパート会員なら高島屋、三越伊勢丹などが最適な利用動機に。
- ・節税ならふるさと納税が利用動機に。

【私を見て！を発信でき、出店者一つひとつを主役に引き立てられる】

ベアリーズの今後は、出店者が自分たちで自由に集客できたり、顧客関係性をリアルでもネットでも維持することができる「ソーシャル・コマース」に進出。

- ・細かな集客や熱いファンの創造が実現できる。
- ・人口減少時代のブランド認知の向上に役立つ。
- ・商品購入後の風化しにくい顧客関係性が維持できる。
- ・ダイレクトでタイムリーな情報を消費者は受け取れる。

15. 利用者の数や特徴、課題



利用者は、2024年10月1日時点で80,026人になりました。

弊社の主要顧客層は、**こだわり商品を好む通販好きなおお客様**です。

利用者を構成しているクレジットカードランク	ベアリーズの利用者数	平均客単価 食品の場合 購入する際に消費する 1人あたりの平均購入額	特徴
主要顧客層 ゴールド以上 (限度額100万円以上)	66,027名	9,020円	通販好きで、高所得層 こだわりに目がないお得意様
副顧客層 シルバー (限度額50万円以内)	10,106名	4,500円	ベアリーズにしかない ユニークな商品をよく買う
ビギナー (限度額20万円以内)	2,855名	3,550円	4,000円を超えるものは ほぼ買わない
ローランク (限度額10万円以内)	1,038名 (うち87%がリピートしてない)	3,300円	ネットニュースで興味を持って利用 リピート率は約12%と低い



契約している出店者や、会員登録しているお客様が感じやすいメリット



そのまま
フォロワーを集めて発信することができる

ストアブランド (出店者)

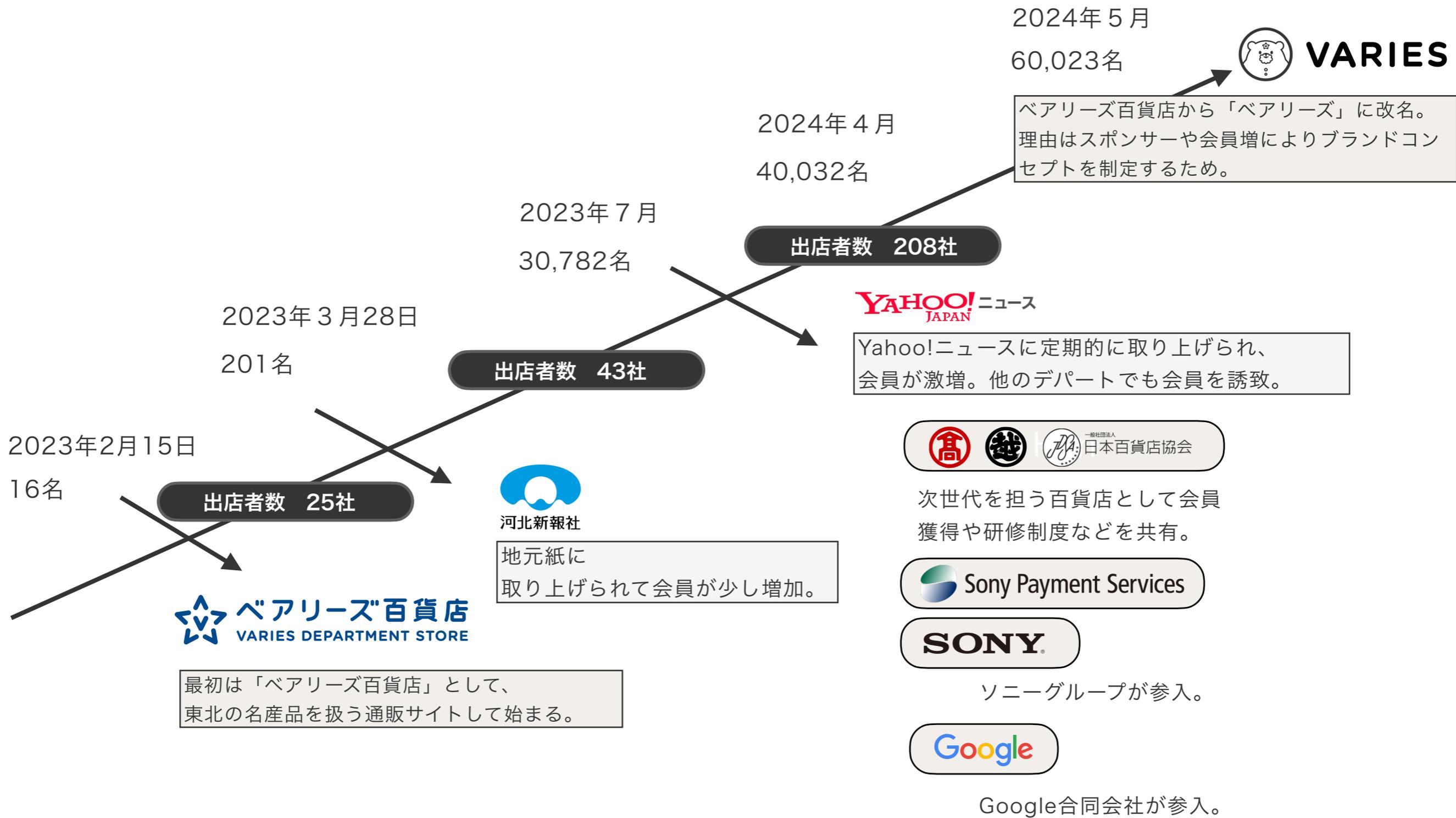


お友だちにどこをフォローしてるか
興味のあるものを拡散することができる

一般ユーザー (お客様)



16. ベアリーズの歴史と会員の推移



17. 契約体系について

価格は税別となります。※7月7日時点

↓一般的な出店の場合は、こちらです↓

↓ベアリーズと特殊な契約を結ぶ方は、こちらです↓



一般的な契約

普通契約

自社で管理画面を持って運用する契約

商品出品、受注管理、売上管理、
アカウント管理はご自分で行います。

<同じやり方のECサービス>



- ・初期費用制 1回払い
- ・ランニングコストなし
- ・手数料 14.3%

次ページに料金詳細あり

大半の方が基本的にこちらを選びます



店舗運営もお願いしたい方

委託契約

商品掲載、管理すべてを委託

販促や管理業務をすべてベアリーズに
委託し、注文が入ったら自身で発送します。
情報はメール通知や電話でやり取りします。

<同じやり方のECサービス>

MITSUKOSHI ISETAN



- ・月額 60,000円
- ・手数料 11%
- ・初期費用なし
- ・商品点数50品まで

※100品以上は、+月5,000円

226社中 56社が契約中



売り先営業やマーケティングも頼みたい

エンタープライズ契約

BtoB（卸先）営業も委託できる

通販以外のフィールドで、卸先を営業してほ
しいという場合、幅広いネットワークを活
用して販路を切り開きます。もちろん通販も
出品いただきます。

<同じやり方のECサービス>



- ・月額 150,000円
- ・通販手数料 11%
- ・卸売手数料 14.3%
- ・商品点数 無制限

226社中 18社が契約中

価格は税別となります。

2024年7月7日現在

18. 普通契約の料金体系

初回募集限定として、初期費用のみの1回払いで、以後の基本料金を永久免除する契約で出店者を募集しています。

小規模事業者

従業員20名未満

初期費用	6 万円 だけ
販売手数料	13.3%
ポイント原資	1%

中規模事業者以上の方

従業員20名以上

初期費用	10 万円 だけ
販売手数料	13.3%
ポイント原資	1%



後に契約する方は月額制に

ソーシャル機能リリース後に 出店する方

2024年11月以降

年間基本料

14.4万円

月換算 12,000円

販売手数料	13.3%
ポイント原資	1%

商品の販売もできて考えたら

PR TIMES 月7万円（年84万円）

 **note pro** 月5万円（年60万円）

よりもお得です。

ひとつひとつの出店者が主役になって、
自分たちで自由なファンマーケティングが
実現できる次世代の百貨店通販。

第2章 受注の流れと契約の流れ

20. 注文が入った際の流れ

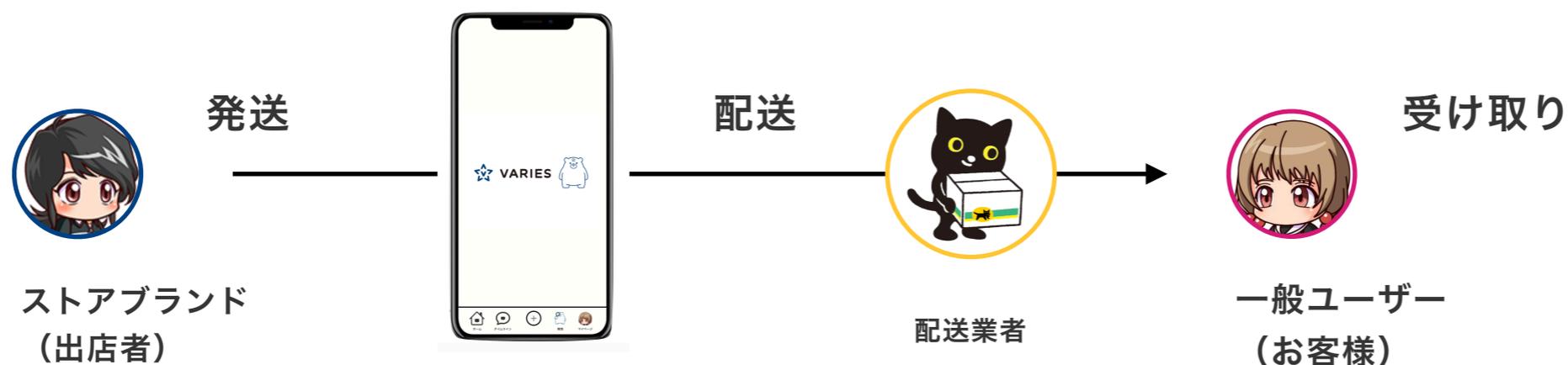


注文が入った後は、電子メールに受注通知が送信されます。
その後、自社から直送するか、外部の倉庫に商品を預けている場合は、外部から発送を行なってください。

やり方はどちらでもOKです

1 直送型（産直タイプ）

注文が入ったら、自社拠点や自社の配送所から自由に発送します。



2 外部会社に卸していて、その外部会社が出荷する

注文が入ったら、外部の倉庫に通知して、倉庫から商品を発送します。



21. 販売代金のお振込への流れ

販売売上金について



会員が購入して支払った代金は、
ベアリーズの**販売手数料が差し引かれて**
当月末締め、翌月最終営業日にお振込します。

お振込手数料は、ベアリーズ株式会社が負担します。

送料について



送料は、出店する出店者の契約送料を登録します。
送料代金は、会員がお支払いしますので、
販売売上金とともに**お振込いたします。**

送料を無料にしている場合は、送料分の負担は出店者になります。

お金の計算式

ポイント原資は1%が必須 2~20%まで自由に増やすことができます。



顧客支払額		顧客支払額	ベアリーズの手数料		お振込金額
3,300円	500円	3,800円	505円	38円	3,257円
税率10%商品代金	送料(税込)	合計金額	手数料13.3%	ポイント原資1%	手数料の合計



顧客支払額		顧客支払額	ベアリーズの手数料		お振込金額
3,564円	500円	4,064円	540円	40円	3,484円
税率8%商品代金	送料(税込)	合計金額	手数料13.3%	ポイント原資1%	手数料の合計

22. 募集している商品群について



食品、飲料、お酒全般

会員6万人突破により
2024年7月7日より進出



家電、PC、カメラ

会員6万人突破により
2024年7月7日より進出



衣料品、靴、アクセサリ

会員6万人突破により
2024年7月7日より進出



ホビー、ゲーム、アウトドア、 スポーツ

会員6万人突破により
2024年7月7日より進出



家具、キッチン、生活雑貨

会員6万人突破により
2024年7月7日より進出



工業用品、DIY、文具、 業務用品

会員6万人突破により
2024年7月7日より進出

23. ご契約に関する流れ



やります！

と決意をしたら、
ベアリーズの営業担当に申し込み
フォームを送ってもらいます。



フォームを入力

ベアリーズブランドパートナー
出店登録フォーム

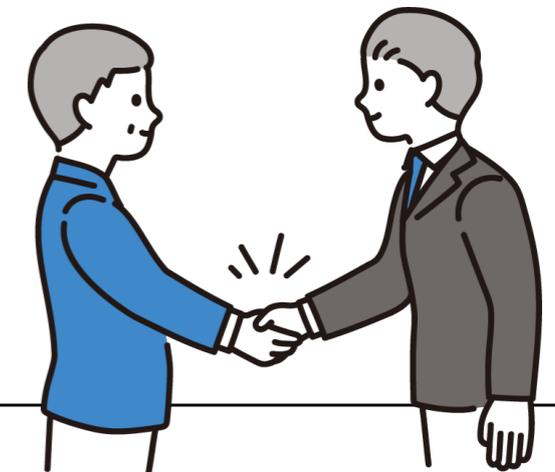
<https://forms.gle/siwzQvmQBpXsXQbY8>



Google合同会社とベアリー
ズが運営する特別なGoogle
フォームになります。



契約書が送られて完了
次は出店登録と使い方説明会へ



24. 資料のまとめ

	要点	まとめ
1	ベアリーズとは？	日本の各デパートでも支援している未来の百貨店プラットフォーム。 Amazonや楽天市場のようなECプラットフォームのビジネスモデルに、ソーシャルメディア機能や娯楽機能がついた新しいモデル。土壌を育てており、未来ポテンシャルが高い。
2	SNS機能を使いたくない場合	通常の通販のように商品を掲載するだけでも良い。
3	まだ小さいのに人気の理由 主な顧客の利用動機	中心顧客は百貨店顧客と呼ばれる全国のデパートユーザー。 スタンプを集めると、百貨店共通商品券（1,000円 50枚綴り）や景品などをもらえるのが特徴で、普段用でもギフト用でもお買い物をすればするほど還元されます。
4	注文が入った場合	産直方式で、管理画面にログインして集荷伝票を発行する。 商品も自社から発送する。外部委託先の物流倉庫からでも発送はOK。
5	費用・条件面	初期費用制度 小規模事業者6万円、中規模以上の事業者は10万円。※1回払えば後はランニングなし。 SNS機能がリリースされた以降に契約する出店者は、ランニング制（月額料金制）で契約する。
6	手数料	14.3%（販売手数料：13.3% ポイント原資：1%）
7	送料の設定	出店者が契約している宅配業者の送料を管理画面で設定する。 送料は顧客が支払うので、売上と一緒に月末入金される。 送料無料にする場合は、顧客は送料負担がなくなるが、出店者で負担することになる。
8	使用できる宅配業者	ヤマト運輸、佐川急便、日本郵便、西濃運輸、福山通運、DHL、FedExなど国内の配送業者すべて可能。 自社配送も可能。 最寄りの実店舗で受け取りも可能。 Wolt（ウォルト）、Uber Eatsなど。

25. 末尾

ひとつひとつの出店者が主役になれて、
自分たちで自由なファンマーケティングが
実現できる次世代の百貨店通販。



お話はここまでとなります。
最後までお読みいただきありがとうございます。

制作：ベアリーズ株式会社