



ベアリーズ百貨店
VARIES
DEPARTMENT STORE

会員数
15万人突破

応援してくれる顧客とともに、
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。

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・ジャパンブランドマークは、
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。



概ねのページをご案内いたします。

第1章	会社概要とベアリーズ百貨店について	P3
第2章	提供サービスのご紹介	P11
第3章	ご利用条件、料金など	P17
第4章	海外バイヤーとのマッチングサービス	P21
第5章	その他	P26



第1章 会社概要とベアリーズ百貨店について

当社の会社概要、私たちがやっていること、ベアリーズ百貨店について

4. 会社概要とごあいさつ



会社プロフィール

ベアリーズ株式会社



支援パートナー、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



一般社団法人
日本百貨店協会

会員誘致、業態連携など

会社名	ベアリーズ株式会社
代表	矢吹健輔（やぶき けんすけ）
代表の経歴	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月にベアリーズ株式会社を創業。
設立	2021年2月3日 法人化
資本金	3,100,000円
サイト	https://varies.co.jp
適格請求事業者登録番号	T7370001046668
所在地	宮城県大崎市古川七日町10-2
従業員	当社正規所属 7名 そのほか支援出向者 15名
事業概要	国内百貨店業 デザインマーケティングサービス業 ICT・ロボティクス製品流通業

5. 私たちがやっていること

ベアリーズ百貨店とは

ファンを自ら生み出すことができる次世代のネットデパート。
独自のソーシャルメディア機能「フレンズスポット」により、お店と顧客がネットでもリアルでもつながれる。



■ 有名・無名も関係なく、すべてのお店が顧客とコミュニティを作れる

世間のみんなに、買ってほしい、知って欲しいなど、
いろんな思いを独自のソーシャル機能で共感し合うことができる。
ファンやお得意様とともに新しいコミュニティをつくることができます。



出店者さん



利用者

お店の宣伝だけでなく、
買ってほしい商品や伝えたいことを
新型国産SNS「フレンズスポット」で
コンテンツ発信できます。

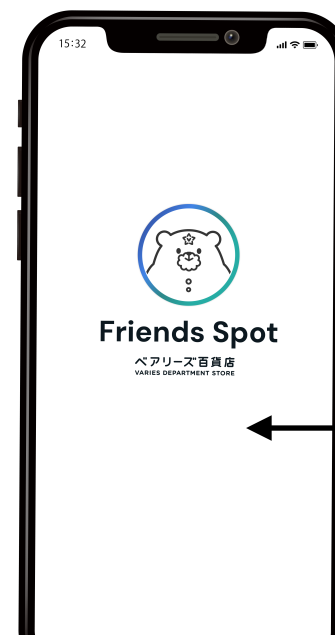
買って欲しい、知って欲しい！
ファンを集められる



ストアブランド（出店者）

出店数

395店舗 2025年4月1日時点



おもしろそう、つながりたいと思ったら
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

150,622人

2025年4月1日時点

※2025年4月中旬、
ソーシャルメディア機能がリリース。

その出店者になっていただける
事業者様を集めています。

6. ベアリーズ百貨店の始まり

開業のストーリー

開業のきっかけは、未来のデパートを考えるコンペディションが原点。
多くのネットユーザーから、SNS機能のあるショッピングプレイスが欲しい！と熱望されたことが始まり。



次世代百貨店構想のコンペディション

国内百貨店は物価の高騰と顧客の高齢化が進み、未来が不安定に。
著名なブランドも、地方の小さな事業者も持続可能で革新的な手段の模索に迷走する中、企業と顧客が相互に独自のコミュニティを構築できるような、次世代百貨店としてベアリーズ百貨店は提唱されました。
結果としてコンテストに優勝し、スタートアップに成功出来ました。



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」

ネットとリアル両方で、新しいマーケティング体験を楽しめます

顧客も専門家も支持に難色

<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



これをやったからといって
出店者のファンが増える
なんて到底考えられない。

業界経済家など

顧客も専門家も支持に賛成

<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。

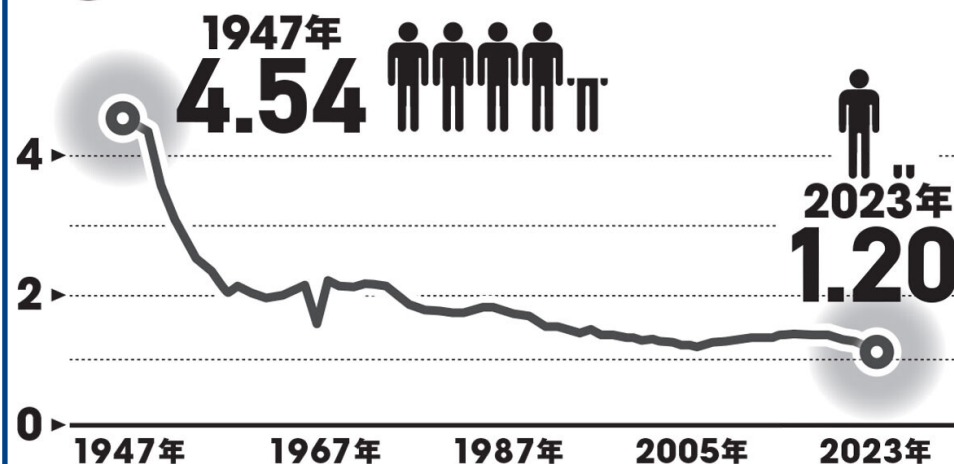
消費者 約28,000人定員



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

図表 1 日本の合計特殊出生率の推移



人口は激減していますが、既存百貨店の常連客のみならず、
将来顧客となる有効な若い世代を取り込むことができます。

7. ベアリーズ百貨店とインスタグラムの通販の違い

第1章 会社概要とベアリーズ百貨店について

日本国内に住む国内ユーザーだけが利用できる

なりすまし登録や基本データが漏洩するリスクを排除しています。

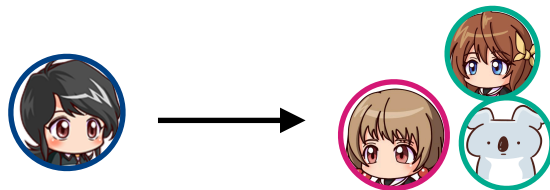
みんなにとって、安心できる世界



ベアリーズ百貨店
フレンズスポットの場合

日本

ベアリーズ株式会社製



なりすましや出所不明の利用者は
参加できないので安心

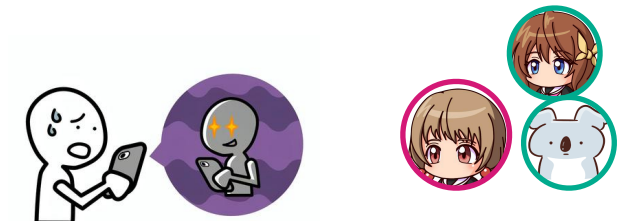
利用者保護を行わないメタのリスクがある



Instagram
ショッピングの場合

米国

メタ・Instagram社製



つながっていて事故になりやすい

メタのInstagramとは異なり、日本のソニーとGoogleで提供。GDPR（EU一般データ保護規則）に準じており、データ漏洩がない分散型SNS。

1. なりすましユーザーの利用不可。
2. 個人情報や企業情報が厳重に保護される。
3. 中小企業でも利用できるよう月額料がない。
4. クレカ不正使用不可。
5. BtoCは、日本国内のみ。

インスタ投稿とともに販売ができ、ユーザー数が多く便利ですが、アカウント情報が第三者に流れてしまうリスクがあり、社会問題になっています。

1. なりすまし制御なし。
2. 個人情報の2次流用で闇バイトやSNS犯罪のリスクも。
3. 広告付きで月1万～100万円
4. 越境ECが可能だが詐欺保証なし。
5. クレジットカード情報流出に対する保護なし。
6. 売上がドル→円換算なので円安だと損。

8. 開業から3年間の運営概況（ベアリーズ百貨店の顧客層や顧客の主な特徴）

ベアリーズ百貨店の顧客世界観

約9割の顧客は、既存の百貨店各店からの登録。北海道から沖縄までたくさんいます。

2024年度 流通高
68億7,291万3,422円

国内百貨店業各店

MITSUKOSHI

Takashimaya

大丸松坂屋百貨店
JFR GROUP

ISETAN

株式会社 阪急阪神百貨店

京王百貨店

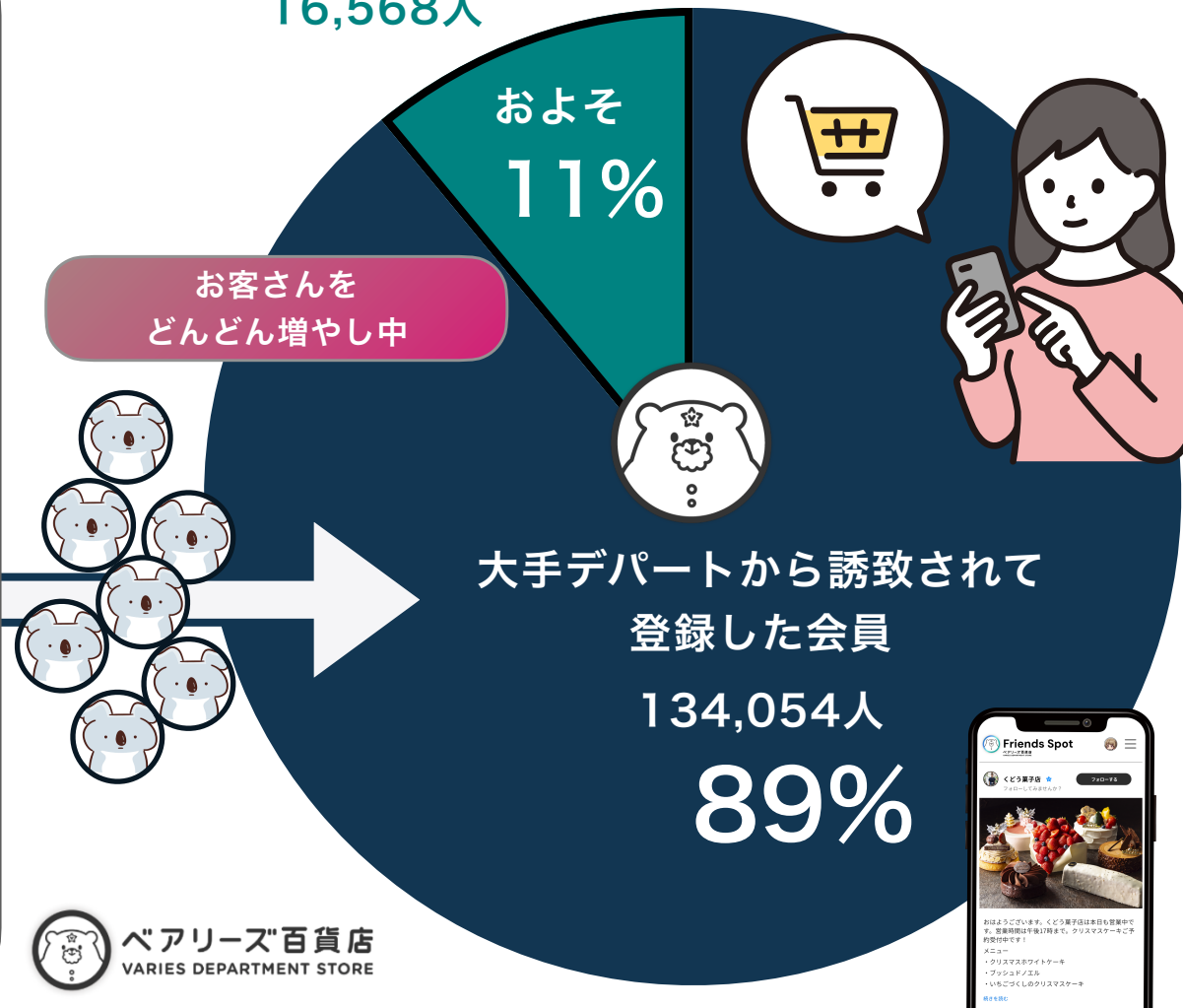
ODAKYU

KEI SEI

データ利活用に
つながるためベアリーズに顧客を提供して集客をサポート
次世代ビジョンの実現のため、オーガニック登録
16,568人

顧客層の背景

顧客層の特徴



■ 年齢層

18歳～101歳の会員が登録。

50歳以上：30%

40歳台：35%

30歳台：15%

20歳台／18・19歳：20%

■ 富裕層・交友関係の広さ

①大手デパートから多くの顧客を引き入れているため、富裕層が多い。

②交友関係が幅広い顧客に愛用される。

■ 購買動機

自分のために購入：49%

贈り物のために購入：51%

SNS機能のリリースを
みんな楽しみにしています

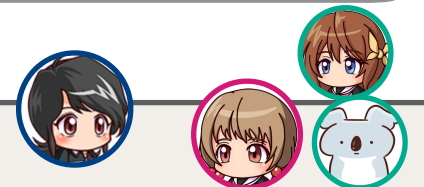
ベアリーズ百貨店のユーザーアカウント会員数



150,622人 2025年4月1日時点

amazon Rakuten との違い

一度お買い物をして出店者のファンになると、ずっとリピートしてくれたり、応援してくれたり、温かいお客様が多いです。



9. こんな方でも気軽に使えます

ベアリーズ百貨店は、柔軟な利用目的にも対応

ソーシャルメディア機能を利用せず、商品だけを出品することもできます。

よくあるご要望第1位

**SNS機能を
利用したくない。**



X (旧Twitter)、
Instagram、TikTok、
Facebook、Youtubeなど
を経験したことがなく、苦手
な方にも対応するため、商品
だけの販売も可能です。



SNSはやったことが無くて…

やりたくない場合は、
商品を出品するだけでもOK。

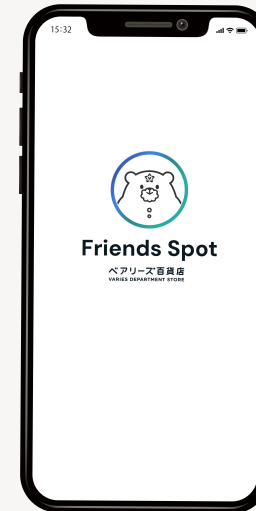
従来の通販プラットフォームのように、
商品だけ売りたいんだという希望も可能です。



SNSが苦手だとい
う方でも気軽にで
きます！

よくあるご要望第2位

**1日の販売数を
制限したい。**



マイペースに販売したいです。

1日何人までとか何個まで
販売するといった制限を
かけられるので楽です。

1日、何人まで購入するとその日は売り切れ
ということも可能です。



ベアリーズ百貨店は、
リピート力や販売力が
強い通販のため、
そんなに注文されなくても
良いという方も中にはいま
す。



ベアリーズは、
どの出店者も毎日結
構売れます！

10. 人気の理由（デパート経済圏での顧客共有と国産SNSとしての注目）

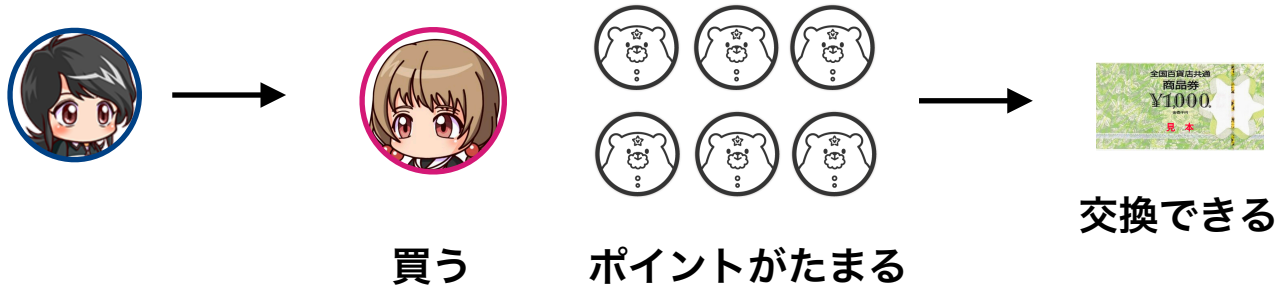
第1章 会社概要とベアリーズ百貨店について



注目を持たれている理由は2つ

商品券と交換でき、SNSが始まるのが面白い。

買ってスタンプを集めて、商品券と交換できる「ポイントウォーク」



全国百貨店共通商品券

実はとても便利で経済的

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。

新型の国産SNSがリリースされるという面白さ。



X、Instagramとは異なり、ショッピング機能と顧客コミュニケーションに特化しているのが特徴。

ベアリーズ百貨店は、企業と顧客が双方向に交流できる新しい機能を業界で初めて導入し、テストユーザーの85%から『非常に便利』と高い評価を得ています。一方、海外のSNSサービスでは、利用者の個人データを2次利用する事例や、悪質なボットアカウントによる被害が報告されています。しかし、ベアリーズ百貨店は独自の高度な認証システムにより、なりすましを完全に防止し、お客様に安全な交流の場を提供します。

MITSUKOSHI

SETAN

ODAKYU

Takashimaya

株式会社 阪急阪神百貨店

KEISEI

JFR GROUP 大丸松坂屋百貨店

京王百貨店



第2章 提供サービスのご紹介

ネット通販、外商チラシ販売など

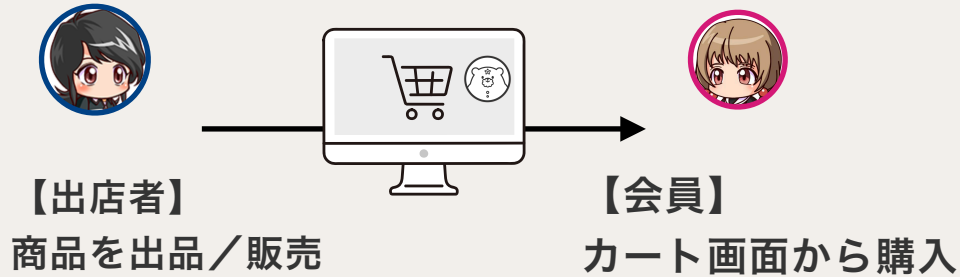
12. 提供サービスのご紹介1：ネット通販



フレンズスポットを併用して購入を促す

従来のネット通販と異なり、買って欲しいを発信できる。

共通サービス すべてのユーザーが利用可能



ベアリーズ百貨店のインターネット通販では、出店者はベアリーズ百貨店が審査・認証した信頼できる認証ストアに登録し、直接自社商品を登録・販売できます。また、顧客同士が交流できるSNS機能「フレンズスポット」を活用することで、ファンコミュニティを形成し、幅広くファンを囲い込むことができます。



一度会員に好かれたり、
ファンになってくれると実現できる
平均リピート率 73.8%

Friends Spotリリース後は、
自由自在な顧客接点を開拓できる
マーケティングも可能に。

■ 配送方法、流通方法について

配送方法は、基本的には生産者から直接消費者に商品をお届けする産直型流通方法を採用します。商品を保管・発送する専門の委託外部倉庫と契約している事業者の場合は、外部倉庫からの発送も可能です。

配送方法1： 直送型（産直タイプ）



配送方法2： 委託外部倉庫を経由する直送



13. 提供サービスのご紹介2：外商カード会員向けチラシ販売



上級会員向けには、チラシ掲載も実施

毎月35店舗限定。1掲載2,500円のできるチラシ売りも人気！

上顧客向けサービス 約35,000人が登録



【出店者】
商品を出品／販売



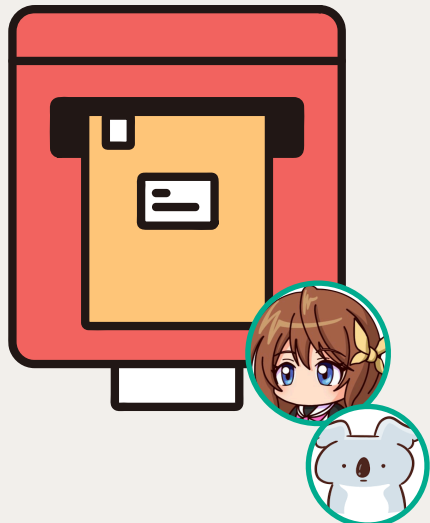
【外商会員】
マークシート式発注

ベアリーズ百貨店では、上顧客向けの特別なカード「外商カード」を持つ約3万人の顧客に、毎月「外商チラシ」を郵送しています。

チラシを見て、注文したい商品があれば、専用の用紙「マークシート」に必要数を記入し、そのままポストに投函します。

また、注文する商品が無くても、アンケートを兼ねてマークシートを返送していただくと、ベアリーズ百貨店ポイントが付与されるサービスも行っています。

やり方はちょっとだけ
「生協（パルシステム）」に似ていて、
アナログ最強説は今もなお健在です。



全国の外商会員から毎月一度に
多くの受注を受けることができます。

■ 受注と発送の仕組み



■ 配送方法、流通方法について

配送方法1： 直送型（産直タイプ）



配送方法2： 委託外部倉庫を経由する直送



14. 提供サービスのご紹介3：ソーシャル機能



フレンズスポットはまもなくリリース

ブランド認知の拡大やマーケティングのみならず、人柄や企業の思いを知ってもらえる。

共通サービス すべてのユーザーが利用可能

■ フレンズスポットと従来のSNSとの違い



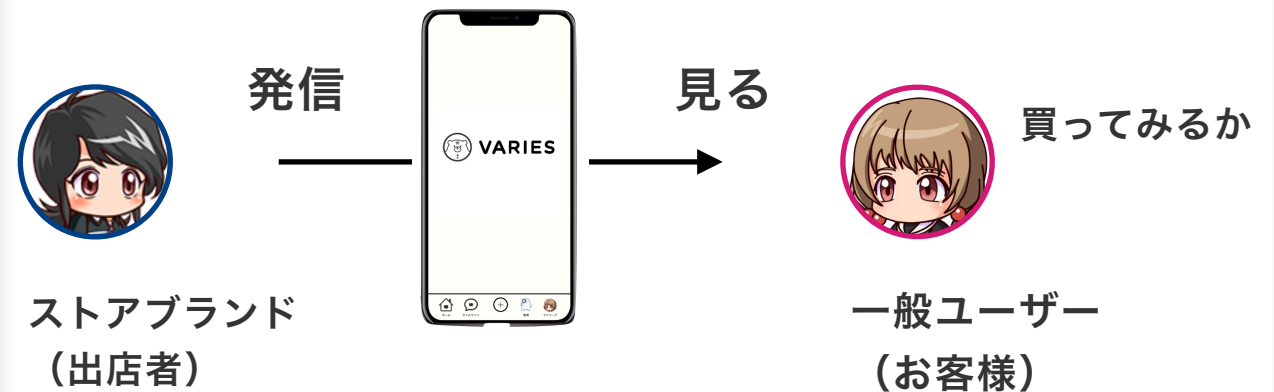
Friends Spot
ベアリーズ百貨店
VARIES DEPARTMENT STORE



売りたい商品をテーマに、ストーリーや営みを共有することができる。

企業と消費者のコミュニティづくりを
コンセプトにしたSNSがフレンズスポット。

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。



 **Instagram**



 **X 旧Twitter**



 **YouTube**

ユーザー同士のコミュニティづくりを
コンセプトにしたものが従来のSNS。

15. 提供サービスのご紹介4：ベアチケ



フォローしてくれているユーザーに向けて、チケットも
オンラインでつながったらチケットを販売して実店舗やイベントに来てもらおう！

現在開発中：2025年10月リリース予定



Friends Spot
ベアリーズ百貨店
VARIES DEPARTMENT STORE



フレンズスポットで仲良くなったユーザーを取り込み、
リアルシーンにお誘いすることができます。



ストアブランド
(出店者)



チケットを前売り販売



一般ユーザー
(お客様)



ようこそ！
はじめまして！



当日に本人確認



こんにちは！

ファンになった出店者とのつながりを元に
リアルでお店へ遊びに出かけよう。



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、その他現地でしか楽しめない
体験を販売することができます。

16. 開発中のSNS機能は、こちらから体験できます。



Friends Spotの体験版開発ページは、
こちらからログインして遊ぶことができます。



■ このURLをクリックするか、ブラウザに入力してください。
<https://staging.varies.co.jp/>

■ basicログイン
<https://staging.varies.co.jp/>

■ basic認証ID

varies

■ basic認証パスワード

v@20250305

■ 体験版用解放ログインID

kyabuki.varies.co@gmail.com

■ 体験版用パスワード

Gestfree0203

※ご自身でログインアカウントを作成していただいても構いませんが、15日が経過すると開発チーム以外の方は自動でアカウントデータが抹消されますのでご了承ください。



第3章 ご利用条件、料金など

契約料金や利用条件について

18. ベアリーズ百貨店の料金体系



登録料は、初期費用1回限りの制度で出店することができます。
初期費用は、事業者の規模（従業員数）で決定されます。



↓一般的な出店の場合は、こちらです↓

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>

amazon Rakuten YAHOO! JAPAN ショッピング

- ・ 初期費用制 1回払い
- ・ 月額ランニングコストなし
- ・ 販売手数料 14.3%
- ・ 決済手数料 0%

次ページに料金詳細あり



↓ベアリーズと特殊な契約を結ぶ方はこちら↓

エンタープライズ契約

商品企画から販売まで一気通貫する契約

商品企画、デザイン、広告宣伝、リアルシーンでの直売、
百貨店外商顧客向けの販売を完全伴走。

<同じやり方のサービス>

Takashimaya MITSUKOSHI ISETAN

契約料：お見積り

販売手数料：お見積り

契約期間、ビジネスモデルはご商談にてご説明いたします。

19. 普通契約の料金体系 価格は税別となります。



登録料は、初期費用1回限りです。
価格は事業者の規模（従業員数）で決定されます。

小規模事業者

従業員20名未満（出店者用のサーバー代）

初期費用	6万円 だけ
販売手数料	14.3%
決済手数料	無料 0%

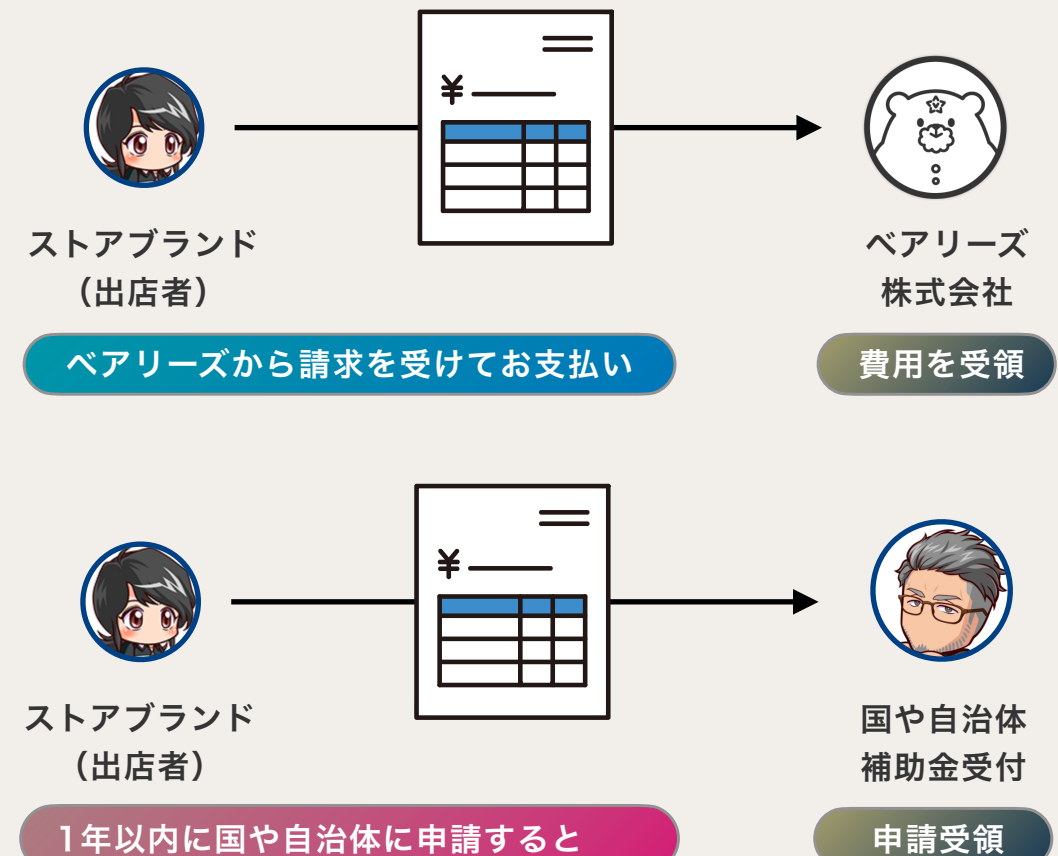
中規模事業者以上の方

従業員20名以上（出店者用のサーバー代）

初期費用	10万円 だけ
販売手数料	14.3%
決済手数料	無料 0%

初期費用はお支払い後、
補助金申請もおすすめです。

ベアリーズ百貨店は、これまでになかったサービスのため、
国や自治体補助金等の対象によく推奨されます。
ご興味のある方は補助金等もご活用ください。



お支払い後、電子契約証明書と
請求書を用いることで **最大3分の2が**
補助対象になります。

20. 販売代金等の入金サイクル



販売売上金（送料を含む）のお振込サイクルは、
当月末締め、翌月末の翌日入金となります。

当月実績分
の売上金は、



1日～末日までの販売売上金は

例：3/1～3/31までの売上は

翌月末に
決済手数料の
無償化処理を行い



翌月末に「決済手数料」の無償化処理をして

例：4/30 電子決済手数料を0%に処置

その翌営業日に
入金されます。

要は一般サイクルより
1日遅い



その翌日振込になります

例：5/1に口座着金

お金の計算式 商品単価 3,000円の場合

販売手数料は、顧客支払額に対して14.3%がかかります。



3,300円

税率10%商品代金

500円

送料（税込）

顧客支払額

3,800円

合計金額



505円

手数料13.3%



38円

ポイント原資1%



ベアリーズの手数料

543円

手数料の合計

お振込金額

3,257円



3,240円

税率8%商品代金

500円

送料（税込）

顧客支払額

3,740円

合計金額



497円

手数料13.3%



37円

ポイント原資1%



ベアリーズの手数料

534円

手数料の合計

お振込金額

3,206円





第4章 海外バイヤーとのマッチングサービス

グローバルワンストップダイレクト

22. 出店者の商品を、海外バイヤーに直接卸売



ベアリーズ百貨店
グローバル・ワンストップダイレクト

2025年夏からスタートします！

フレンズスポットのマッチング機能
を用い、日本の出店者と海外バイ
ヤーをワンストップで繋ぐ。

海外流通サービスは、**ベアリーズ百貨店の出店者にならないと利用できません。**
また、本サービスは「BtoB（ビジネス取引専用）」サービスとなります。

ユーザーのみんなはできません



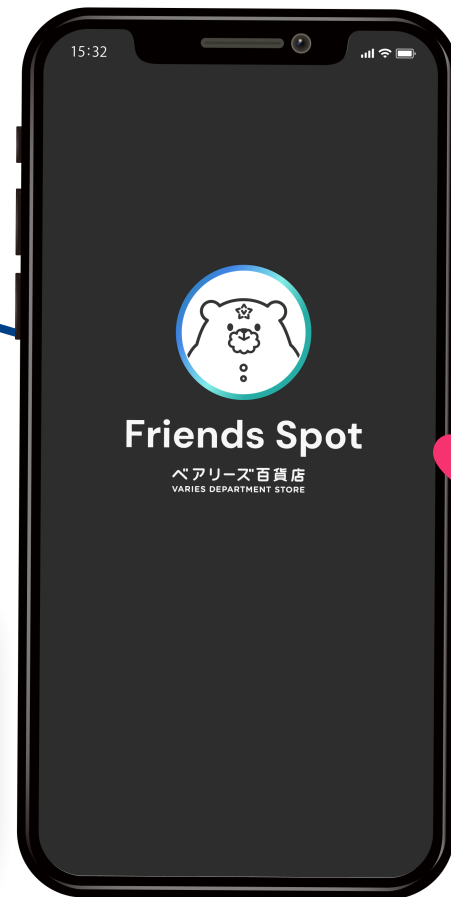
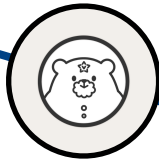
本サービスは、出店者が海外に商品を流通させるためのサービスで、
一般の利用者（消費者会員）はご利用いただけません。

23. 海外向けサービスの仕組み

出店者とベアリーズに
マッチング依頼が届きます。



ストアブランド
(出店者)



世界50カ国以上のデパート、モールの認証バイヤーから
マッチング依頼がきて、商談してみたいと思ったら、
ベアリーズと一緒に海外バイヤーとの商談に参加できます。

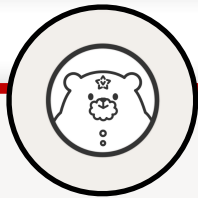


この会社の商品を「ぜひとも仕入れたい！」
マッチングを依頼してみよう！

海外のデパート
(バイヤー)



出店者は入金を受けたら
商品を準備して配送会社に
集荷依頼をするだけ



インコタームズ取引要件は、
FOB貿易を採用

購入者側が、商品、輸送料、保険料を負担
※国内保税倉庫までの送料は出店者が負担



仕入代金、輸送料、保険料
はベアリーズへ前払い

着金後5日以内に
20%の仲介手数料を引いて出店者へ入金。
お金の支払い完了後、商品の準備へ



現地で商品引き渡し証明書に
押印をもらいベアリーズが保管

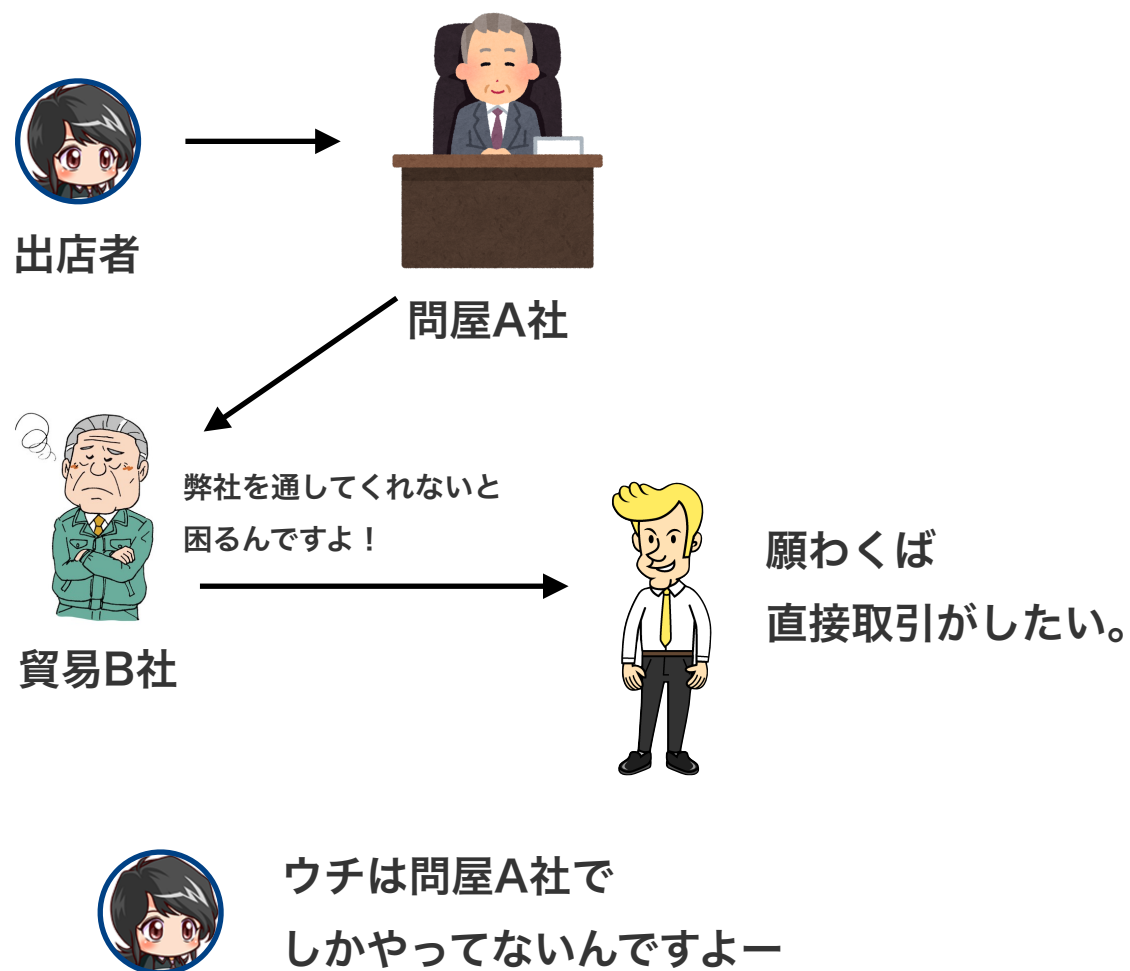
税関を抜けて現地で商品を引き渡すため、
引き渡し証明書に押印をもらったら
ベアリーズが保管します

24. 海外向けサービスを行う理由

海外商社マンは、願わくば直接繋がりたい

日本の商流にめちゃくちゃ不満がある

何社もパスするので現地に来た頃には品質が劣化…



アジア圏からEU、中東、米国、アフリカなど
海外ではどの国に行っても、

日本商品が人気であるが… 約50年間トラブルばっか。

トラブルランキングTOP6



- 第1位：後払い入金されない！
- 第2位：言った言わないの争い
- 第3位：契約を守らない
- 第4位：失踪、バックレ
- 第5位：輸送中に商品を盗む
- 第6位：決済日のレートを守らない

1970年代から実は、商社マンの力量に頼るか国際FAX、展示会などアナログのマッチング方法しかなかった。

オンシャ（御社）の商品
ゼヒトモ仕入れさせて
ください！
ショウダンシマショウ！



SNSのフレンズ・スポットを使う
ことで、婚活アプリのようにマッ
チングができるようになる。
信頼できて認証されたバイヤーと
マッチングでき、システムが確実に機能

ルール1	バイヤーは、先にお金を払うこと。お金の前入金がない場合、出店者は商品を準備しない。	グローバル・ワンストップダイレクトは、前払い制になります。後払いの未入金による不利益を防止するため、仕入金、輸送料、保険料を前払いする必要があります。
ルール2	バイヤーと出店者は、仕入れごとにその都度契約を行う。	契約は、小ロットでも大ロットでも、その都度ごとに契約を取り交わします。（為替や物価の変動があるため）
ルール3	支払いの為替レートは、電子契約に基づく現地支払日の為替で行うこと。	為替レートは電子契約に基づく支払日の日本時間15時00分のレートで実行します。
ルール4	国内保税倉庫からの海外航路輸送費と保険料は、バイヤーが払うこと。※基本貿易条件は「FOB」となります。	国内保税倉庫までの輸送料は出店者負担。保全倉庫から海外現地へはバイヤー負担。
ルール5	バイヤーは、現地に商品が到着したらフレンズ・スポットの画面で「商品受け取りボタン」を押すこと。	商品受け取りボタンを押さないと、商品引き渡し証明書が発行されないため、バイヤーは税関から処分される恐れがあります。



本船渡し：FOB Free On Board



FOB貿易（買い側が輸送料と保険料を負担）とは、

輸出港で、買い手(輸入者)の指定する船舶または航空機に
貨物を積み込むことによって契約が完了し、運賃および保険料は買い手が負担します。



第5章 その他



やります！

と決意したら、
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

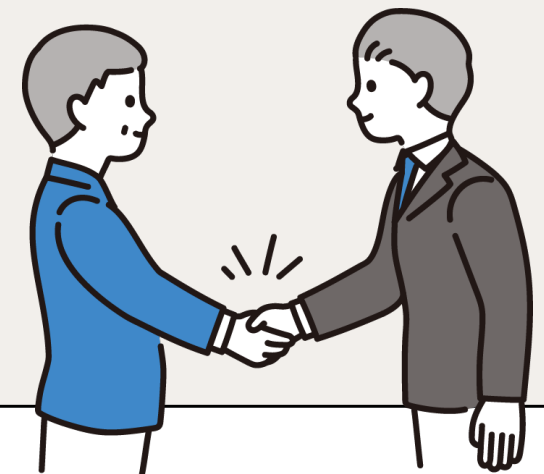
<https://forms.gle/siwzQvmQBpXSXQbY8>



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



	要点	まとめ
1	ベアリーズ百貨店とは？	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。



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