

【時流予測】Shopifyで拓く!2026年のEC戦略

開催日時

2025年10月6日(月)・7日(火)・8日(水)・9日(木)

【13:00～15:00】 【13:00～15:00】 【13:00～15:00】 【13:00～15:00】

ログイン開始 開始時間30分前～
開催場所 オンライン開催

お申込み期日 ・銀行振込み…開催日6日前まで ・クレジットカード…開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料

一般価格 税抜10,000円(税込11,000円)/1名様 会員価格 税抜8,000円(税込8,800円)/1名様
会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】
右記QRコードからお申込みください。



お申し込みはこちら



【PCからのお申込み】
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/132428>
ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)の右上検索窓に「132428」をご入力し検索ください。

船井総研
セミナー事務局

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp
TEL 0120-964-000(平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

最新経営ノウハウや
成功事例コラムを
メルマガ配信!



メルマガ登録はこちらから

セミナー内容

第1講座

Shopifyで実現するオムニチャネル戦略成功事例を大公開!

実店舗の購買データとECでの購買データを連携し顧客体験をシームレスにすることで、顧客満足度と売上拡大を狙うオムニチャネル戦略について事例を交えてお伝えいたします。

関西学院大学商学部を卒業後、2022年に新卒で船井総合研究所に入社。これまでHP制作やWeb広告といったデジタルマーケティングを通じて、リフォーム会社、皮膚科クリニックの業績アップや効率化、活性化を経験。2023年よりB to B、B to C向けのEC事業の立ち上げや業績アップ支援を中心に行っております。

講師



株式会社船井総合研究所
ECソリューションユニット
リーダー

脇坂 修也

第2講座

Shopifyで実現する!未来のEC戦略 ～新規立ち上げ・リニューアルの3つのポイント～

ShopifyでECサイトを構築する際、他のECカートと比較すると自由度が高く、何も戦略を持たずに立ち上げを進めていくと結果、顧客にとって味気のないサイトになりがちです。自社の商品や顧客が何を求めているのか? (①利便性) どのような機能があれば嬉しいのか? (②差別化の要素) ブランドを認知してもらい会員(ファン化)するためにはどうすればよいのか? (③会員化対策) のポイントをお伝えさせていただきますぜひみなさまに知っていただきたい機能もご紹介させていただきます。

大学卒業後、アパレル業界から2012年よりEC事業を行う会社へ転職。楽天市場、Amazon等のモールから自社ECサイトまで、多岐にわたるプラットフォームで店舗運営責任者を歴任。Webディレクションから経営管理まで幅広く経験し、EC販売事業の上流から下流までを熟知。化粧品D2C事業の立ち上げ、販売戦略実行もリード。2025年、船井総合研究所に入社し、EC運営、OEM開発でクライアント企業の事業成長をサポートする。

講師



株式会社船井総合研究所
ECソリューションユニット
チーフコンサルタント

白藤 陸美

第3講座

未来を先取り! 2026年のShopifyから見るECビジネス時流予測とは?

2026年のEC市場を牽引するAI進化、越境EC、ファンビジネスの強化、体験型消費などのトレンドを予測。2026年未来のEC戦略構築に必要な視点とShopifyから見るEC業界の今後を深掘りします。

入社以降、リテールビジネスを中心にファッションアパレル/ビューティ関連のコンサルティングに従事。EC領域の横断型での分析/活性化のコンサルティングを得意とし、クライアント内での新規事業における組織活性化、インハウス化の実績を多数持つ。売上規模1億円未満から30億円規模の幅広いレンジでの経験を持ち、現在では成長企業の第二本業化に向けた新ブランド/商品開発からのEC参入と中堅規模のECカンパニーへの計画作りを主にサポートしている。

講師



株式会社船井総合研究所
ECソリューションユニット
マネージャー

日坂 大起

複数の販売チャネル管理が煩雑で、手が回らない…
Shopifyでデータを集約して売れる仕組みを作る!

時流予測 Shopifyで拓く! 2026年のEC戦略

セミナーのポイント



01 2026年のECビジネスの時流予測

2025年のEC市場から読み解く、2026年の時流予測をお伝えいたします。AI活用やライブコマース、体験型消費、越境といったお取り組みがより重要になり、より多面的な販売チャネルでのお取り組みが増えていくため、顧客の一元管理が重要になります。

02 なぜShopifyでのサイト構築をお勧めするのか?

Shopifyではデザイン性の高い本格的なECサイトを構築することができる上に、ランニングコストが低く、決済・在庫管理・マーケティングまでを一元管理することが可能です。なにより、ほかのカートシステムと比較して、Shopify内では豊富なアプリが用意されているため、自由自在に拡張でき理想のサイトを実現することができます。

03 実店舗とECで相乗効果を生むオムニチャネル戦略

実店舗の購買データとECでの購買データを連携し顧客体験をシームレスにすることで、顧客満足度と売上拡大を狙うオムニチャネル戦略について事例を交えてお伝えいたします。

04 なぜROASやCPOを優先すると売上成長が鈍化するのか?

社内管理されている指標でパフォーマンスを図るROASやCPOですが、こればかりを優先しては事業の成長は鈍化します。船井総合研究所で推奨しているサステナブルスコア(成長率×利益率)をもとにしたECビジネスの事業設計について解説させていただきます。

Shopifyを用いた2026年のECビジネスの全体の戦略像を徹底解説!

主催



サステナブルスコアカンパニーをもっと。
Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

【時流予測】Shopifyで拓く!2026年のEC戦略
お問い合わせNO.S132428



当社ホームページからお申込みいただけます。 船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)右検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。→

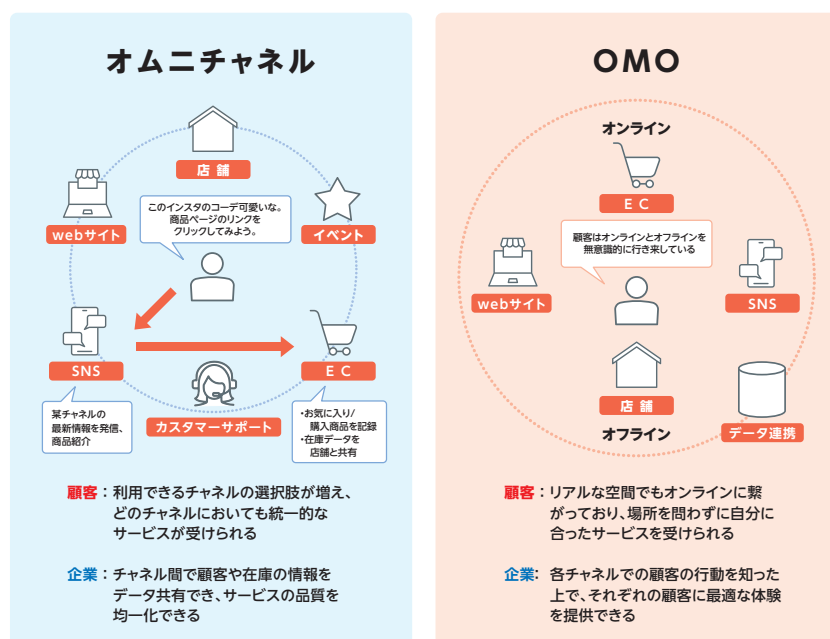
132428

2026年今後のEC事業の成長に 欠かせないポイントを取ります!



1. オンラインとオフラインの壁を壊す! Shopifyで実現するオムニチャネル戦略成功事例

あらゆる場所、あらゆる方法での購買データを、まるで一つの店舗で買い物しているかのように快適かつシームレスな買い物体験を提供することが重要になる。



Shopifyを活用して、実店舗とECの購買データを連携させ、より良い顧客体験を生み出す! 「オムニチャネル戦略」について、成功事例を交えながら、分かりやすくお伝えします。あくまでオムニチャネル戦略はOMOを実現するための重要な施策ですので、オフラインとオンラインデータを統合するためにまずはオムニチャネル戦略を進めていくことが大切です。



オムニチャネル戦略・OMOを実現する4STEP



オンライン・オフラインでの行動データや購買データを収集し、そのデータを統合することで、オフライン・オンラインなどのあらゆるチャネルにおいてお客様1人1人にあったパーソナライズされたアプローチをすることでお客様にシームレス、かつ満足度の高い顧客体験を実現します。

2. 脱!没個性! Shopify 新規立ち上げ・リニューアルのポイント

Shopify 立ち上げ・リニューアルの3つのポイント

POINT 1 利便性

サイト・購入導線の設計や、商品ページで顧客が購入前に抱くであろう疑問を先回りして解消することで、利便性を確保する

POINT 2 差別化の要素

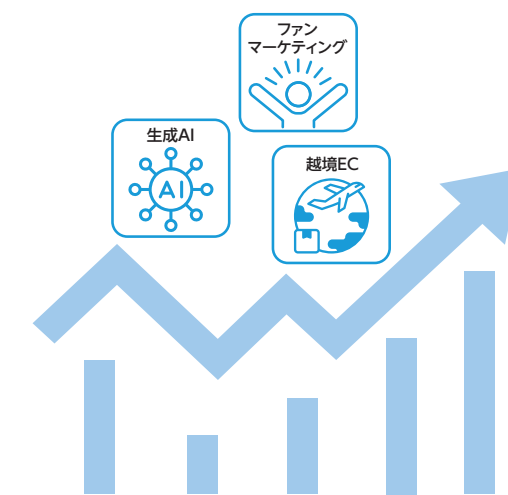
「どのような機能があれば顧客はもっと嬉しいと感じるか?」という問いを通じて、競合にはない独自の価値を提供する

POINT 3 会員化対策

ブランドを認知してもらい会員(ファン化)するために、CRMやSNSを活用する

Shopifyは非常に柔軟性が高く、自由度の高いECプラットフォームです。だからこそ、「何となく」でECサイトの構築やリニューアルを進めてしまうと、お客様にとって魅力の少ない、どこか味気ないサイトになってしまいます。そこで、本セミナーではそんな落とし穴を避け、事業を成長させる起爆剤としてECサイトの立ち上げを成功させるためのポイントを絞ってお伝えさせていただきます。

3. 変化の激しいECビジネスのトレンド最前線! 2026年のShopifyから見るECビジネス時流予測



2026年のEC市場を牽引する主要なトレンドに焦点を当て、時流を予測します。ただトレンドを追うだけでなく、未来のEC戦略を構築するために必要な視点と、Shopifyから見た EC業界の今後をお伝えします。



下記に1つでも当てはまるのであれば、ご参加ください!

- ☐ 2026年のECビジネスの時流予測を知りたい
- ☐ 店舗とECのデータ連携に様々なツールやシステムを使っており、データ活用の作業が煩雑になってしまっている
- ☐ 店舗の購買データと ECの購買データはあるが、うまく連携できず、LTV向上に活用できていない
- ☐ ShopifyでのECサイト構築や運用をご検討されている
- ☐ EC事業におけるデータ活用や顧客体験向上に力を入れたい