



2022年11月21日

各 位

会 社 名 B A S E 株 式 会 社
代 表 者 名 代 表 取 締 役 C E O 鶴 岡 裕 太
(コード番号:4477 東証グロース)
問 合 わ せ 先 取 締 役 上 級 執 行 役 員 C F O 原 田 健
TEL. 03-6441-2075

「BASE」がオーナーズ調査2022を発表

副業(兼業・複業)としてネットショップを運営する割合が半数以上！法人利用も2年連続増加！

- さらに、自己実現のためだけでなく、
自分の好きを誰かに届けたいといった利用目的の多様化が伸展 -

この度、BASE株式会社（所在地：東京都港区、代表取締役CEO：鶴岡 裕太）が運営するネットショップ作成サービス「BASE(ベース)」は、11月20日にサービスの提供開始から10周年を迎えました。「BASE」をご利用のネットショップを対象とした、ネットショップ開設・運営の利用状況に関する調査「オーナーズ調査2022」を本年も実施いたしましたのでお知らせいたします。



■オーナーズ調査とは

「BASE」をご利用のネットショップを対象に2019年より開始した利用状況に関する調査です。「BASE」は、自分の好きな生き方を選択する方々を「オーナーズ」と呼んでいます。オーナーズの活動や挑戦をサービスを通じてサポートする取り組みを展開すると同時に、こうした調査情報を多方面に発信していくことで、SMB（Small and Medium Business）市場の活発さとニーズを広め、経済の活性化に

主要な個人・スモールチームの存在を伝えていくことを目的としています。

■オーナーズ調査2022 アンケート概要

調査内容 : ネットショップ運営について
調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2022年10月19日(水)～10月25日(火)
調査対象 : 「BASE」をご利用のネットショップ
有効回答数 : 2,815

< オーナーズ調査2022 アンケート結果まとめ >

- ・4名以下の個人やスモールチームの利用が99%、「法人利用」は2年連続増加
- ・もっとも重視する項目は4年連続「ブランドのコンセプト・世界観の表現」が1位
- ・出店経験のあるショップの「リアル店舗出店意向」は約8割！出店意向は引き続き高い傾向
- ・最も利用されているSNSは4年連続で「Instagram」！「TikTok」の利用意向は大きく伸長
- ・副業(兼業・複業)としてショップを運営する割合が半数以上！「自分の好き」の延長上で販売する方も

「BASE」は2022年11月20日にリリースから10周年を迎え、累計開設数は180万ショップを超えるネットショップ作成サービスとなりました。「BASE」は、個人やスモールチームをはじめ、誰でもかんたんにネットショップ開設に挑戦できるサービスであることは変わらず、売上規模が拡大したショップオーナーの成長も後押しできるように、リリース当初から続けてきた固定費が無料のスタンダードプランに加え、決済手数料を業界最低水準まで引き下げたグロースプランの提供を開始するなどショップオーナーの皆様と一緒に進化を続けてきました。今回の調査結果でも、「BASE」を利用するネットショップの99%が4名以下の個人やスモールチームで形成されていることが判明しましたが、法人利用も2年連続で増加しており、より幅広い層のショップオーナーにご利用いただいていることがわかりました。

また、ショップオーナーが取り組むPRや販促活動に関しては、「Instagram」の利用が4年連続で最も多い結果となりました。「Facebook」や「Twitter」の利用者は依然として多い一方で、近年動画プラットフォームとして注目されている「TikTok」の利用意向が大きく伸びており、引き続き動画を活用した販促手法が拡大していくことが予想されます。実際に、きれいな商品写真を用いてブランドの世界観を表現する「Instagram」の運用に加えて、「TikTok」でブランドが形成される過程や商品の製作過程を動画でリアルに発信することによってファン化を促進する事例も生まれています。

また、働き方に関する調査では副業(兼業・複業など)として位置づけるショップオーナーが半数以上を占める結果となりました。政府による多様な働き方の推進に呼応する形で、企業においても様々な働き方を許容する姿勢が年々強まっていることが大きな要因と考えられます。また、長引く新型コロナウイルス感染症拡大の影響による可処分時間の増加といった環境的要因もあり、自分の好きなものを制作して販売してみた、趣味が高じてネットショップを始めてみた、というショップオーナーも出てきています。自己実現のためだけではなく、自分の好きを誰かに届けたいといった利用目的の多様化も進んでいることがわかりました。

以下より、「オーナーズ調査2022」の回答結果の詳細についてご紹介いたします。

1、「BASE」を利用するネットショップの特徴

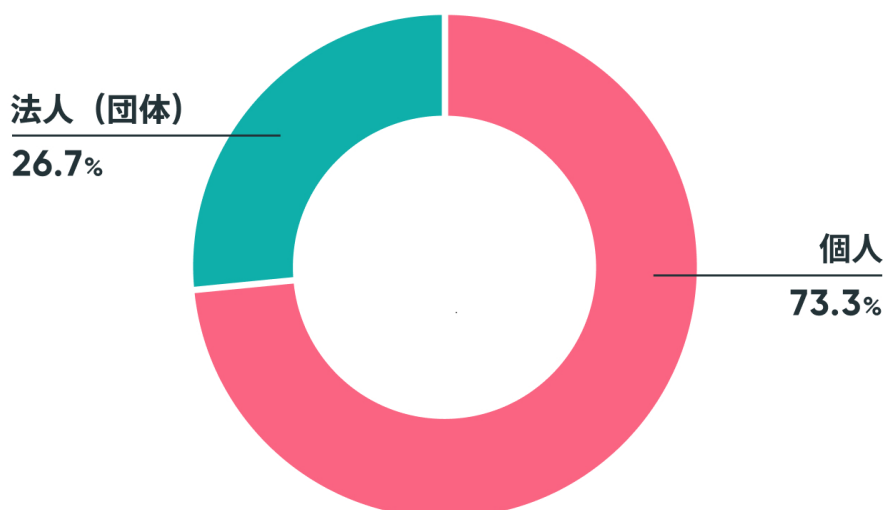
－ 4名以下の個人やスモールチームの利用が99%、法人利用は2年連続増加 －

ネットショップの運営体制は、「個人」が73.3%、「法人」が26.7%と「個人」が7割を超える結果になりました。「法人」の利用割合は2年連続で増加しており、「個人」で運営していたネットショップが規模を拡大して法人化したことや、新型コロナウイルス感染症拡大の影響や新規事業の一環でネットショップを開設する法人が増え続けていると考えられます。また、2022年4月から業界最安の手数料でネットショップを運営でき、売上規模が大きくなっても使いやすい「グロースプラン」を提供開始したことも法人利用増加の一因と考えられます。

ネットショップの運営人数も、例年同様に「1名」がもっとも多く74.2%、「2～4名」が24.8%と、4名以下が99.1%を占めており、個人・スモールチームの利用が微増しています。

また、開設と運営の際に使用するデバイスの設問では、開設は「パソコン」が7割近い値なのに対し、運営では6割程度となりました。ネットショップの開設はパソコンで行うが、運営や管理はスマートフォンで行うショップが多いことが新たにわかりました。

ネットショップの運営体制を教えてください。



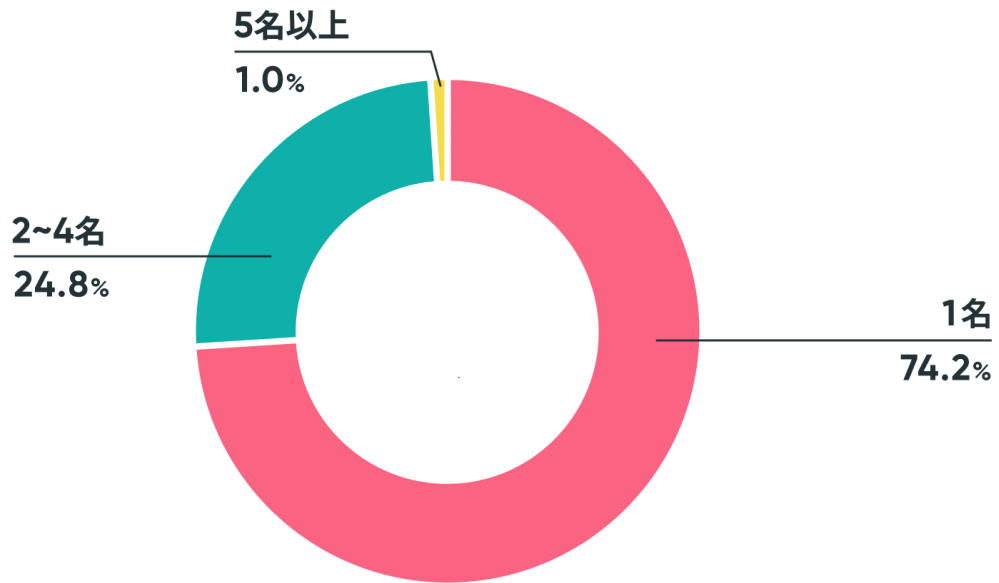
2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・ネットショップの運営体制

個人 73.3%

法人 26.7%

ネットショップは、何名で運営していますか？



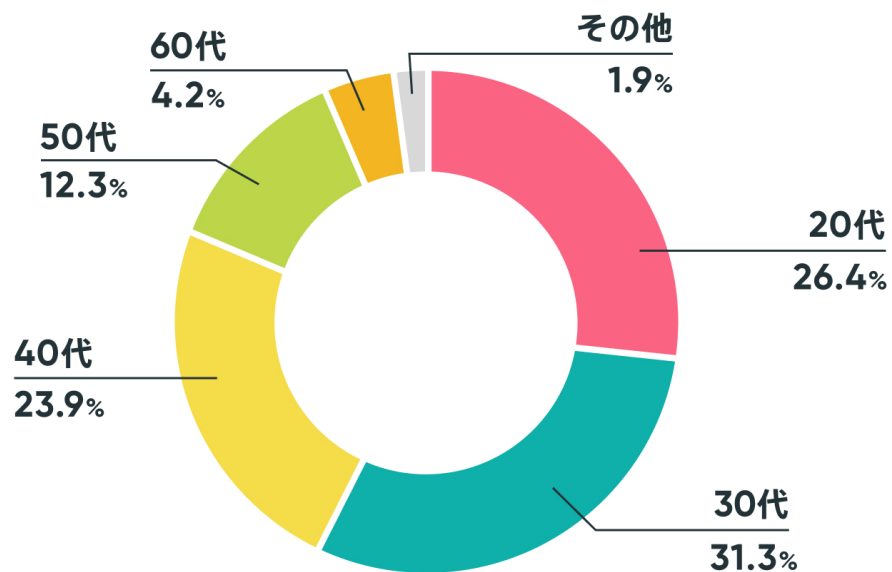
2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・ ネットショップの運営人数

1名 74.2%
2~4名 24.8%
5名以上 1.0%

・ 年代 (年代のみ「BASE」データを引用)

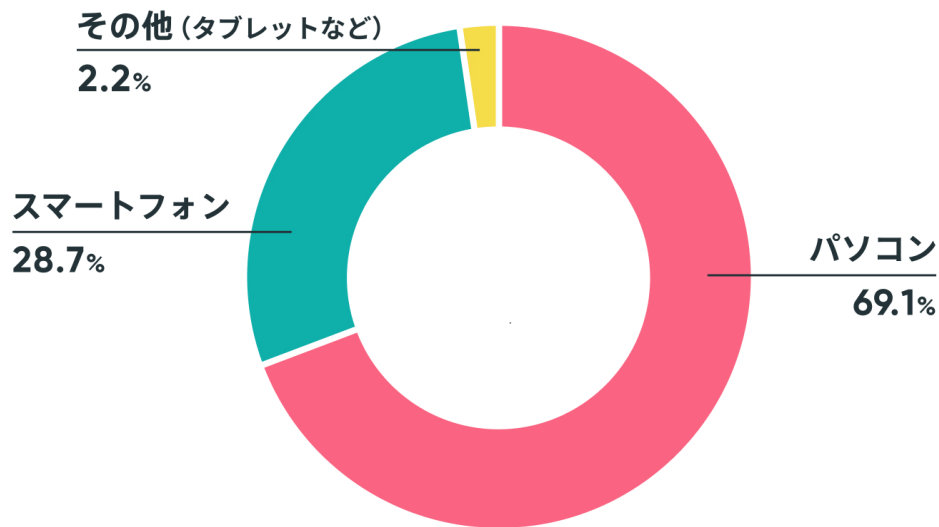
ネットショップ運営者の年齢を教えてください。



2022年10月BASE調査 (年代のみ「BASE」データを引用)

20代 26.4%
30代 31.3%
40代 23.9%
50代 12.3%
60代 4.2%
その他 1.9%

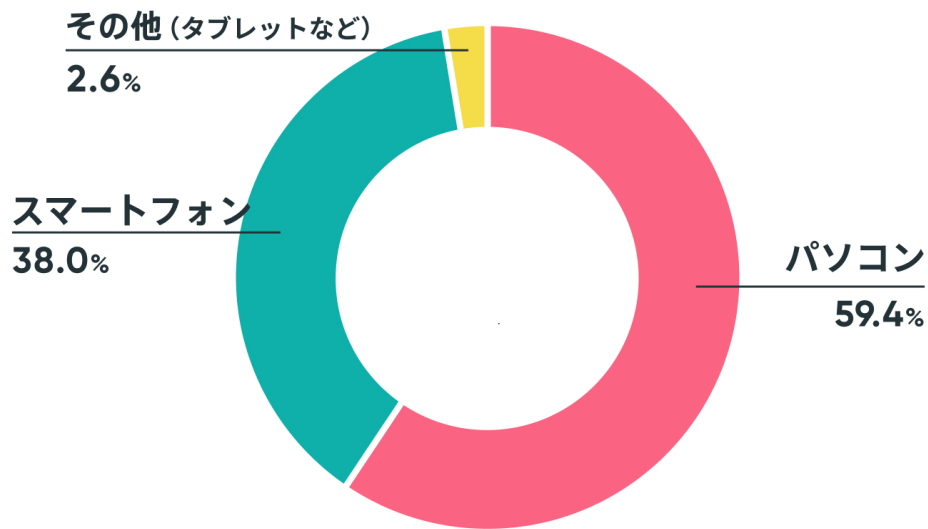
はじめてBASEでネットショップを開設した際、 パソコンとスマートフォンのどちらを利用されましたか？



2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・開設した際に利用したデバイス
パソコン 69.1%
スマートフォン 28.7%
その他 (タブレットなど) 2.2%

普段BASEでネットショップを運営する際、 パソコンとスマートフォンのどちらを利用されることが多いですか？



2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

- ・ **運営**する際に利用しているデバイス
パソコン 59.4%
スマートフォン 38.0%
その他 (タブレットなど) 2.6

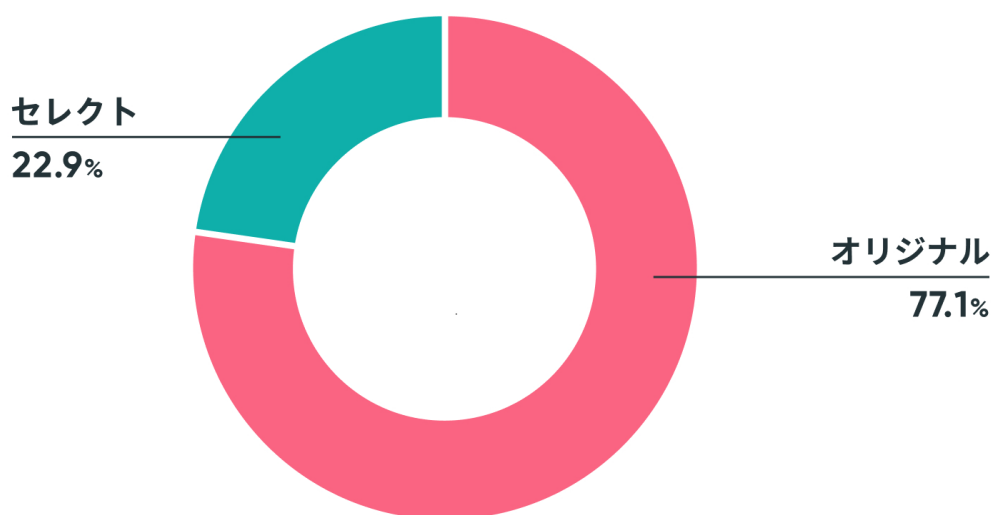
2、商品製作やブランドについて

— もっとも重視する項目は4年連続「ブランドのコンセプト・世界観の表現」が1位 —

ネットショップで取り扱う商品に関する質問では「オリジナル」が77.1%、「セレクト」が22.9%と、昨年同様に約8割が「オリジナル」の商品を扱っていることがわかりました。また、「オリジナル」の商品を扱うショップオーナーのうち、「ご自身で商品の製作をしている」方は65.4%で、こちらも例年通り約6割がネットショップを運営しながらご自身で商品を製作している状況です。

また、「現在ネットショップを運営するなかで、もっとも重視していることはなんですか？」の設問に対する回答は、2019年の調査開始から変わらず4年連続で1位が「ブランドコンセプト・世界観の表現」という結果になりました。自身のブランドや、自身の好みの価値観の表現を最も重要視するショップオーナーが最も多く、2位は僅差で「顧客やファン、見込み顧客との関係づくり」となり、近年注目されているCRM (Customer Relationship Management) も重要視していることがわかりました。

ネットショップで販売している商品は、オリジナルとセレクト、どちらでしょうか？



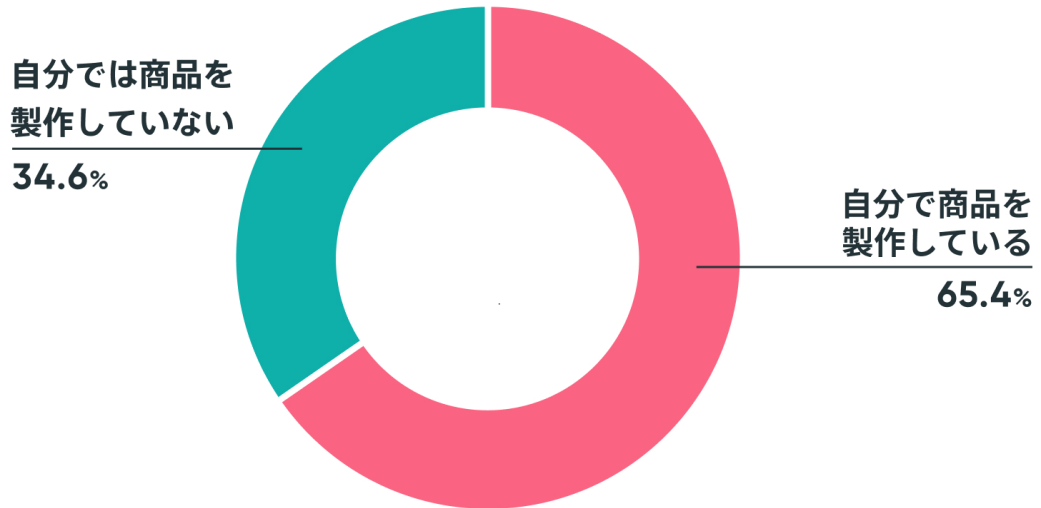
2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・ ネットショップで販売している商品は、オリジナルとセレクトのどちらですか？

オリジナル 77.1%

セレクト 22.9%

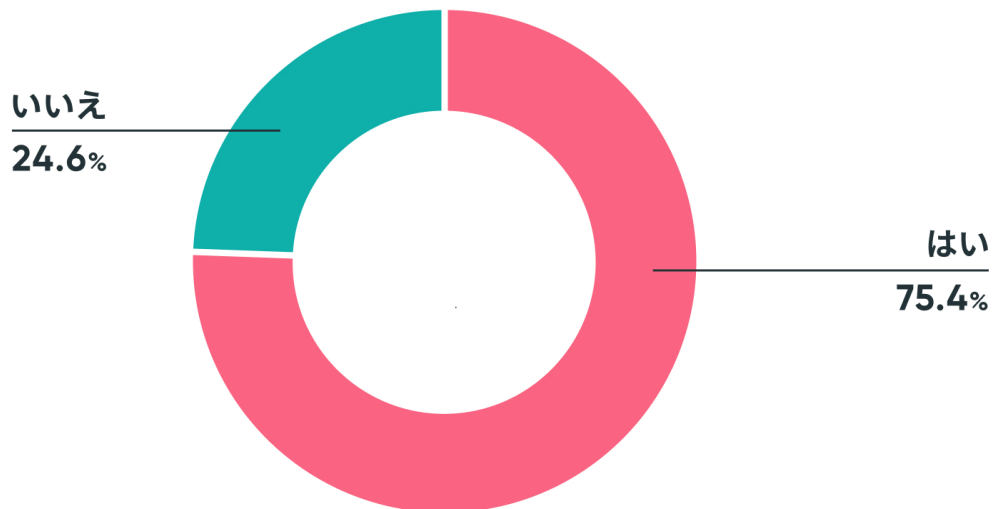
ご自身で商品の製作をしていますか？



2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

- ・ ご自身で商品の製作をしていますか？
自分で商品を生産している 65.4%
自分では商品を生産していない 34.6%

ご自身のネットショップを、「ブランド」として展開している 認識はありますか？



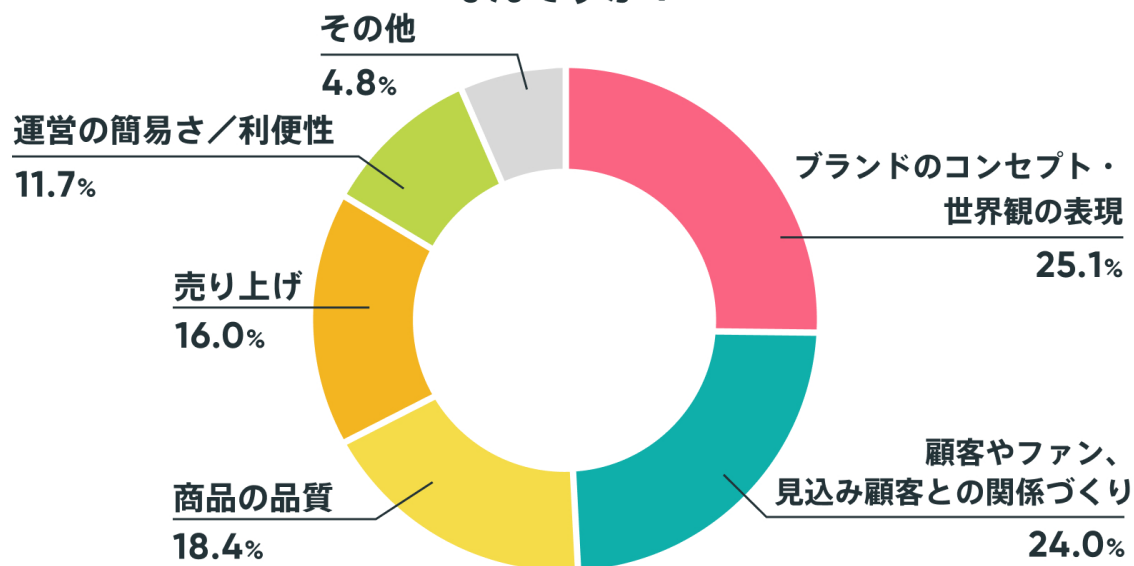
2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・ご自身のネットショップを、「ブランド」として展開している認識はありますか？

はい 75.4%

いいえ 24.6%

現在ネットショップを運営するなかで、もっとも重視していることは なんですか？



2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・ 現在ネットショップを運営するなかで、もっとも重視していることはなんですか？

ブランドのコンセプト・世界観の表現 25.1%

顧客やファン、見込み顧客との関係づくり 24.0%

商品の品質 18.4%

売り上げ 16.0%

運営の簡易さ／利便性 11.7%

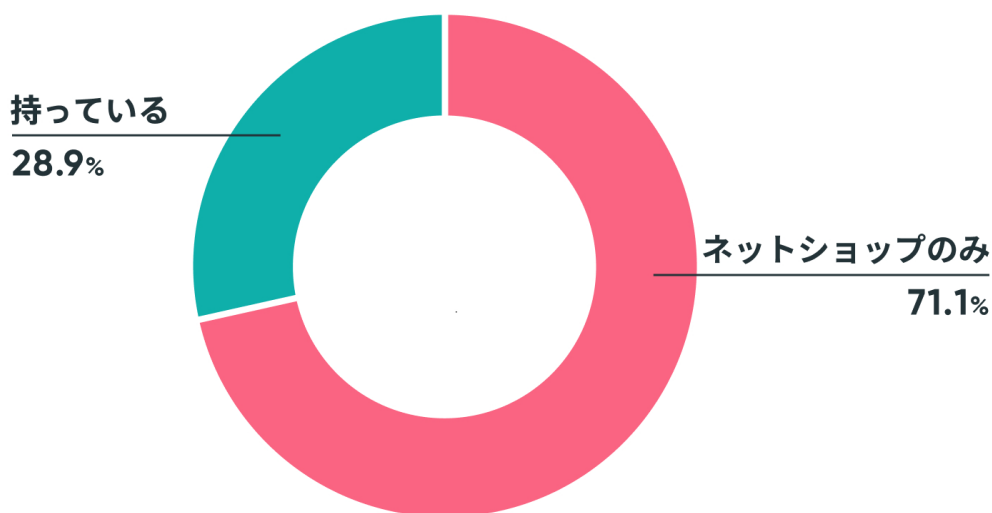
その他 4.8%

3、販路について

— 出店経験のあるショップの出店意向は約8割！リアル店舗への出店意向は引き続き高い傾向 —

実店舗の有無に関しては、実店舗を持たない「ネットショップのみ」の回答が71.1%と、昨年と同水準になりました。「ポップアップショップや期間限定の催事に出店した経験」では「経験がある」との回答は31.5%となりましたが、条件に合うリアル店舗（実店舗やポップアップ）の出店支援があれば利用したいと考えているショップオーナーは64.8%と、条件さえ合えばリアル店舗への進出意欲も引き続き高い傾向にあることが明らかになりました。また、「ポップアップショップや期間限定の催事に出店した経験がある」ショップのうち、『BASE』が提供するサービスで、条件に合うリアル店舗（実店舗やポップアップショップ）の出店支援があれば利用したいと思う」と回答したショップを算出したところ79%となり、出店経験のあるショップは再度出店したい意向が高いことがわかりました。なお「BASE」は、「BASE」をご利用のネットショップに向けて、実店舗の出店に挑戦できるリアル店舗出店スペース「SHIBUYA BASE（シブヤ ベイス）」（渋谷モディ1階）や「BASE Lab.（ベース ラボ）」（ラフォーレ原宿1.5階）を提供しており、数ヶ月先まで出店枠が埋まる程好評いただいています。実際に「SHIBUYA BASE」を利用したショップからは、「テナントを借りるハードルは高いが、実店舗を出店して普段とは違う客層にも認知を拡めることができた」「お客さんやファンの方と対面でコミュニケーションを図れた」といった声もいただいています。「SHIBUYA BASE」ではアパレル・雑貨スペース、フードスペースともに出店費用を無料で提供し、幅広いショップオーナーの出店サポートを強化しています。

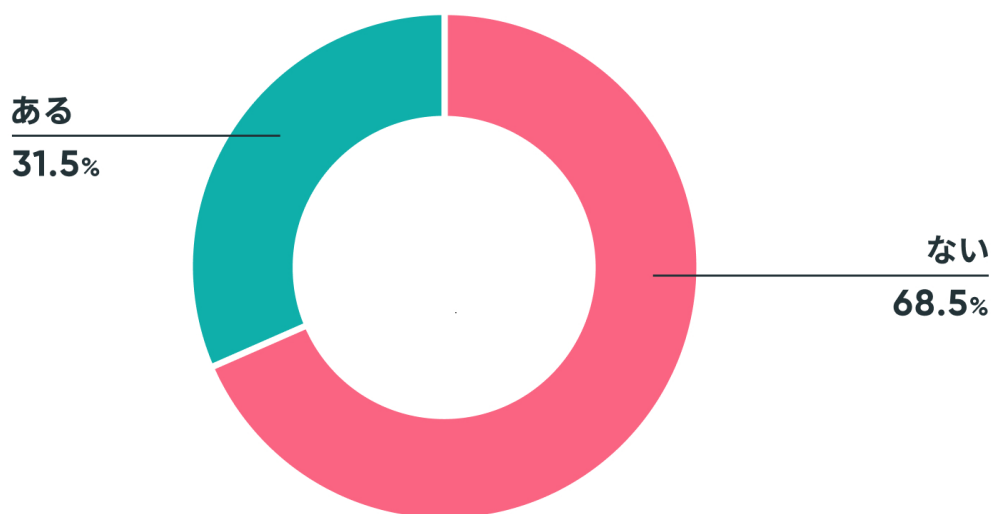
実店舗をお持ちですか？



2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

- ・ 実店舗をお持ちですか？
ネットショップのみ 71.1%
実店舗あり 28.9%

ポップアップショップや期間限定の催事に出店した経験はありますか？



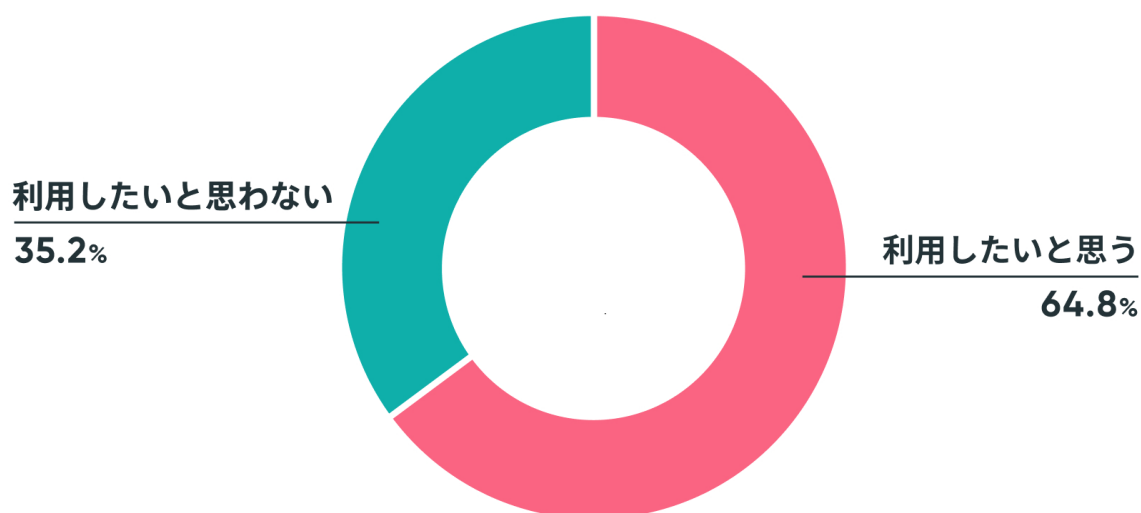
2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・ ポップアップショップや期間限定の催事に出店した経験はありますか？

ない 68.5%

ある 31.5%

BASEが提供するサービスで、条件に合うリアル店舗(実店舗やポップアップショップ)の出店支援があれば、利用したいと思いますか？



2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・「BASE」が提供するサービスで、条件に合うリアル店舗(実店舗やポップアップショップ)の出店支援があれば利用したいと思いますか？

利用したいと思う 64.8%

利用したいと思わない 35.2%

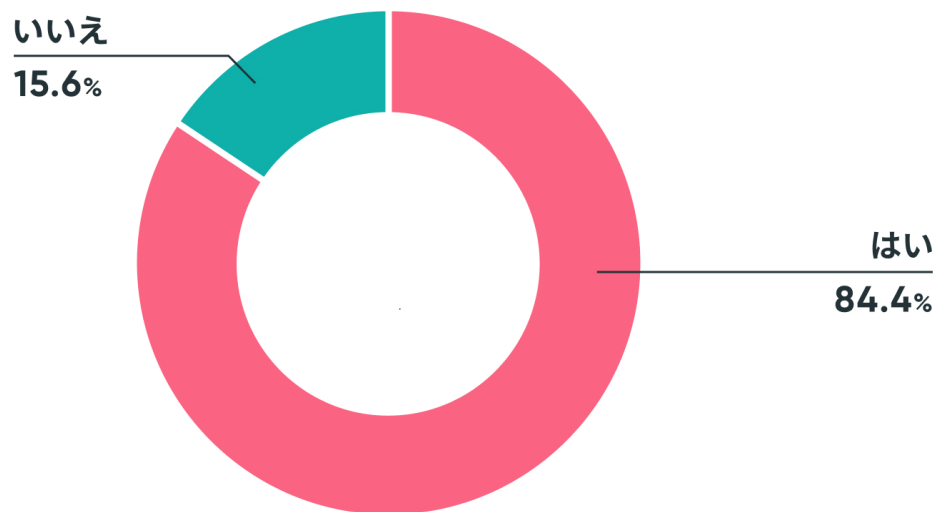
4、PR・販促活動について

ー 最も利用されているSNSは4年連続で「Instagram」！「TikTok」の利用意向は大きく伸長 ー

ネットショップのPRや販促のためにSNSやプラットフォームなどを活用するショップオーナーは84.4%と引き続き高い水準を保ちました。そのうち、積極的に活用しているSNSの1位は2019年の調査開始時から変わらず「Instagram」90.0%、2位「Facebook」42.9%、3位「Twitter」40.3%の順となりました。

今後利用を強化したいSNSやプラットフォームでも1位は「Instagram」となり昨年と順位は変わりませんが、2位は「YouTube」3位は「Twitter」となり、「Twitter」の利用意向が低下して「YouTube」と逆転しました。なお、今回5位だった「TikTok」は積極的に活用しているSNSと、今後利用を強化したいSNSやプラットフォームの差が+11.9%となり、昨年の差（+7.2%）よりも大幅に利用意向が伸長しました。なお、「BASE」は2022年5月に「TikTok」の利用者の増加を鑑み、「BASE」をご利用のネットショップで販売している商品データを基に「TikTok」に広告掲載できる拡張機能「TikTok商品連携・広告 App」を提供しています。

ネットショップのPRや販促のために、SNSやプラットフォームなどを活用していますか？



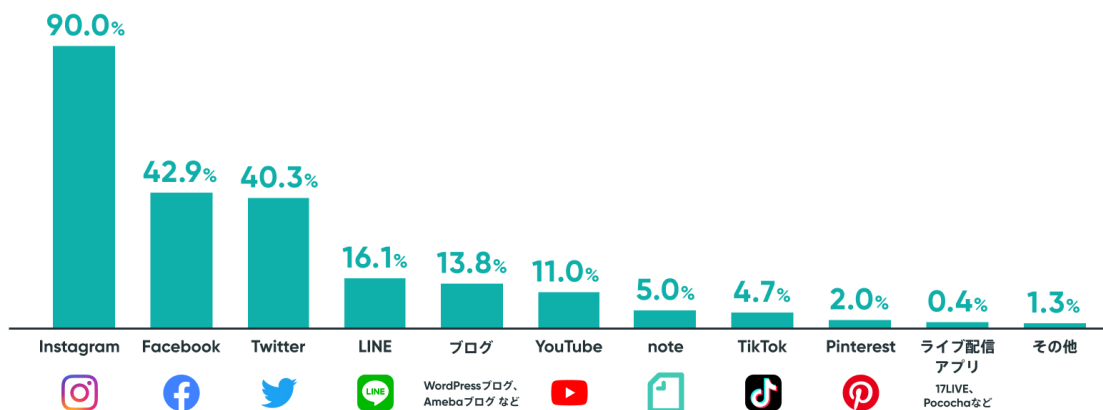
2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

・ ネットショップのPRや販促のために、SNSやプラットフォームなどを活用していますか？

はい 84.4%

いいえ 15.6%

積極的に活用しているSNSやプラットフォームは、どちらですか？



2022年10月BASE調査 (n=2,375、複数回答)

※「ネットショップのPRや販促のために、SNSやプラットフォームなどを活用している」と回答した人

・積極的に活用しているSNSやプラットフォームは、どちらですか？

[ネットショップのPRや販促のために、SNSやプラットフォームを活用している方のみ回答/複数回答可]

Instagram 90.0%

Facebook 42.9%

Twitter 40.3%

LINE 16.1%

ブログ (WordPressブログ、Amebaブログなど) 13.8%

YouTube 11.0%

note 5.0%

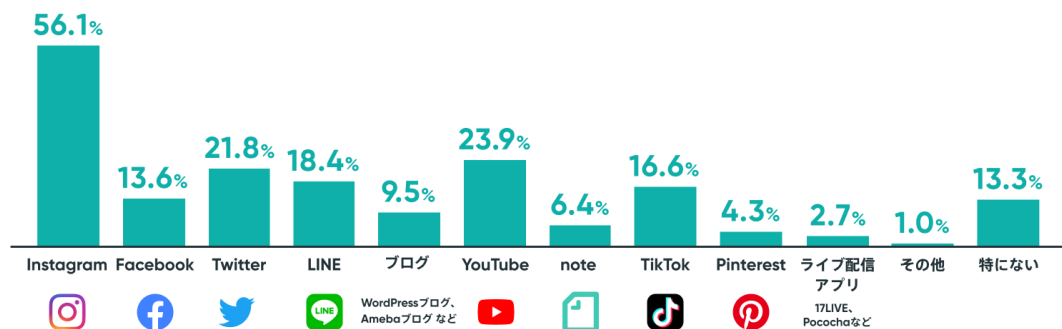
TikTok 4.7%

Pinterest 2.0%

ライブ配信アプリ (17LIVE、Pocochaなど) 0.4%

その他 1.3%

今後、活用を強化したいSNSやプラットフォームは、どちらですか？



2022年10月BASE調査 (n=2,375、複数回答)

※「ネットショップのPRや販促のために、SNSやプラットフォームなどを活用している」と回答した人

・今後、利用を強化したいSNSやプラットフォームは、どちらですか？

[ネットショップのPRや販促のために、SNSやプラットフォームを活用している方のみ回答/複数回答可]

Instagram 56.1%

Facebook 13.6%

Twitter 21.8%

LINE 18.4%

ブログ (WordPressブログ、Amebaブログなど) 9.5%

YouTube 23.9%

note 6.4%

TikTok 16.6%

Pinterest 4.3%

ライブ配信アプリ (17LIVE、Pocochaなど) 2.7%

その他 1.0%

特にない 13.3%

5、働き方について

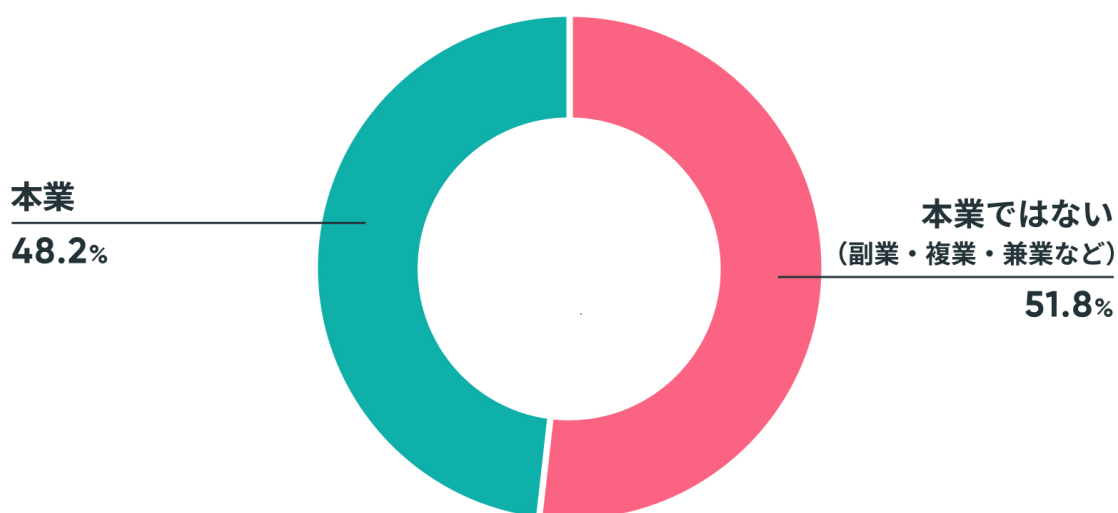
副業(兼業・複業)としてネットショップを運営する割合が半数以上！「自分の好き」の延長上で販売する方も

働き方に関する調査では、ネットショップを「本業以外で利用」しているショップオーナーが51.8%、「本業で利用」しているショップオーナーが48.2%という結果となり、副業(兼業・複業)での利用が半数を超えました。さらに、「本業以外で利用」しているショップオーナーに向けて運営方針を尋ねたところ、「今後も本業以外で運営していく予定」と回答した方は47.7%、「今後、本業にすることを目指して運営している」と回答した方は46.0%となり、本業以外(副業・複業・兼業)での運営意向の方が高いということがわかりました。また、「その他」を選択されたショップオーナーからは「あくまでも趣味での運用・自分の好きなモノを作る延長で販売に挑戦している」といった回答もいただいております。「自分の好き」の延長上に拡販を位置づけている方もいました。

このように副業(兼業・複業)での利用が半数を超えた理由としては、政府の働き方改革の一環として副業・兼業をはじめとした多様な働き方が推進されていることが大きな要因だと考えられます。また、副業や兼業を認める企業が直近2年で大幅に増加しているという一般社団法人 日本経済団体連合会が実施した調査結果(※)のように、企業側が多様な働き方を推進する動きが加速していることに加え、コロナ禍での可処分時間が増加したことも、副業(兼業・複業)を始めるきっかけになったと考えられます。

※参考：一般社団法人 日本経済団体連合会「副業・兼業に関するアンケート 調査結果」(2022年10月)

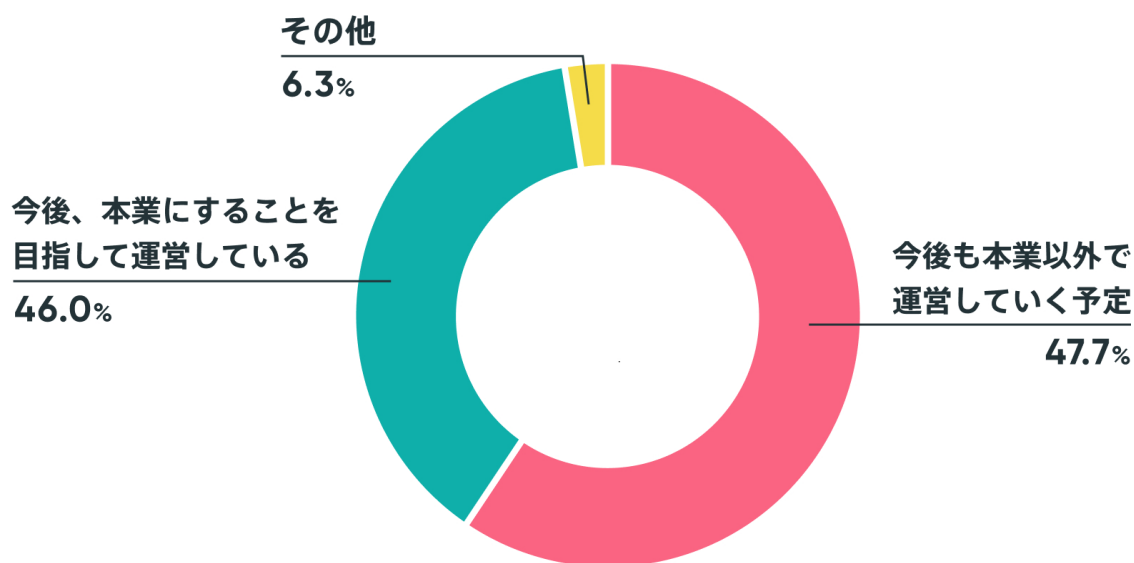
現在、BASEで運営しているネットショップは本業ですか？



2022年10月BASE調査 (n=2,815、単一回答)

- ・現在「BASE」で運営しているネットショップは、本業ですか？
- 本業ではない (副業・複業・兼業など) 51.8%
- 本業 48.2%

現在の運営方法に関して、当てはまる回答をお選びください。



※「本業ではない(副業・複業・兼業)」と回答した人

2022年10月BASE調査 (n=1,475、単一回答)

・現在、副業で運営しているネットショップについて、当てはまる回答をお選びください
[本業ではない(副業・複業・兼業)と回答した方のみ]

今後も本業以外で運営していく予定 47.7%

今後、本業にすることを目指して運営している 46.0%

その他 6.3%

■「BASE」の今後の展望について

この度の「オーナーズ調査2022」では、「BASE」をご利用のショップオーナーの最新の利用状況をご紹介させていただきました。「BASE」はこうした最新の情報を踏まえ、誰でもかんたんにネットショップ開設に挑戦できるネットショップ作成サービスであることは変わらず、規模が成長したネットショップの運営支援を進めてまいります。今後も引き続き、機能提供や販路拡大のサポートおよび、「BASE」を利用して開設されたショップでの購入体験を向上する購入者向けショッピングサービス「Pay ID」の機能向上もあわせて、「BASE」をご利用のネットショップのさらなる成長機会の創出に貢献してまいります。

今年でサービスリリース10周年を迎えた「BASE」ですが、これまでと変わらずショップオーナーに寄り添い、また未来においてもすべての方の可能性を広げるパートナーであり続けられるよう尽力してまいります。

・10周年特設Webサイトはこちら：<https://lp.thebase.in/10th>

以上