

枝俊成社長)は3月6日、
食品の老舗ブランドの商
品を集めた通販ページを
開設した。顧客の要望を
受けてスタートしたもの
で、まずは9ブランド1
00商品を取り扱う。首
尾

品をそろえを提案する。
商品は仕入れ販売で取
り扱う。関東に構える物
流センター「首都圏セン
ター」で入荷・梱包を行
い、野菜や肉、魚などの
食材と一緒に自社配送便
ルマカで告知して興味を
喚起する。
品ぞろえは2018年
2月をメドに25ブランド
まで拡大する予定。ニー
ズを見ながら拡充したい
と考えて、ブランド食品の
断した。

有名ブランドの食品を購
入したい」という顧客の
声を受けて取り扱いを検
討。専用ページを立ち上
げることで、既存商品と
のすみ分けができるかと
断した。

ラーリ本社・東京都渋谷
区、秋山正則社長)は3
月9日、インアゴラが
運営する中国向け越境E
Cプラットフォーム「ワ
ンドウプラットフォーム」
への出店契約を締結
中国市場でのブランド認
知度向上と売り上げの拡
大を目指す。
マークスタイラーは、
2015年11月にアリバ
バグループが運営する越
境型モールの「天猫国際
」をオープンし、ネッ
ト

ディンパンアレイ 古着ECの強化策は？

ブランド古着のユーズ
ドセレクトショップを展
開するティンパンアレイ
(本社・東京都中央区、
平野大輔社長)は、ウェ
ブ利用者の不安を解消す
る機能・サービスを拡充
するなどしてEC事業を
強化している。

ウェブの更新頻度が売
り上げに直結するもの
の、商品1点1点で状態
が異なる古着などを扱う
ため、人手のかかる「さ
げ業務」の品質向上と
効率化の両立が課題だっ
たが、約2年前に画像加
工処理会社のソフトを導
入。商品写真から背景を
切り取る作業などを自動
化して省力化につなげて
いる。

また、ウェブの担当ス
タッフが業務を進めやす
いインターフェイスに改
善を繰り返したり、撮影
業務を細かくルーブル化
することで誰が撮影して
も同じ品質の写真が撮れ
るようするなど、一連の
作業工程の細部までブラ
ックアウトと効率化を
進めてきた。

今年2月14日には、オ
ムニチャネル施策の一環
として、自社通販サイト
で気になる商品を全国16
店舗の「ラゲタグ」と
「アールティ」に取り寄
せて購入を検討できるサ
ービスを始めた。
同社は、一年以上前か
ら取り寄せサービスのテ
ストを実施。店頭での声
掛けからPOPでの告知
といった具合に段階的に

オムニチャネル施策に着手

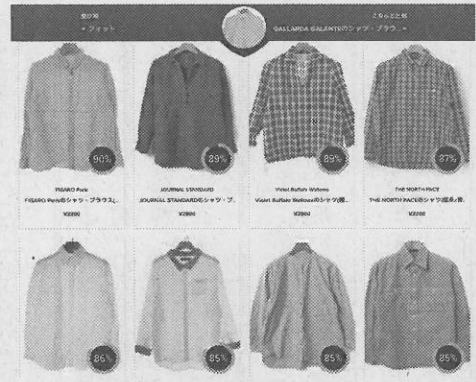
ウェブ試着で新機能も始動

同社は1999年に通
販サイトを開設するなど
ECの経歴値が豊富で、
商品の買い取りと販売の
両面でウェブを活用して
成長。EC化率はアパレ
ルの業界水準よりも高
く、EC売上高も順調に
拡大している。現状では
1日当たり約2000点
の商品を投入し、常時約
17万点の商品を展開。商
品構成はアパレルが約8
割でファッション小物が
2割程度という。

また、ウェブの担当ス
タッフが業務を進めやす
いインターフェイスに改
善を繰り返したり、撮影
業務を細かくルーブル化
することで誰が撮影して
も同じ品質の写真が撮れ
るようするなど、一連の
作業工程の細部までブラ
ックアウトと効率化を
進めてきた。

実施。在庫データを一元
管理した上で、通販サイ
トで先行販売し一定期間
を経てから実店舗で扱
うのも特徴だ。
商品センターを通すこ
とで、買い取り時だけで
なく真贋の二重チェック
利用者の不安
払拭する機能

拡大して取り寄せ商品の
購入率などを分析した結
果、ウェブ上で正式サー
ビス化しても採算が合う
と判断した。
従来は店頭スタッフを
介していたが、「店舗に
取り寄せる」ボタンから
簡単に申し込めるように
なったことで利用者が急
増しており、とくに午後
8〜10時といった店舗の
営業時間外の申し込みが
多く、「元々あったニー
ズを新サービスでとり込
めていく」(桜庭邦洋E
Cチームマ
リ込んでフィットする商
品を提案するため、
気に入った商品で自分
に合ったサイズがなかつた場
合は、お気に入り商品
のサイズが決まっているユ
ーザーにとっても新たな
オプションを
導入している
が、新たな
サイズを
選んで「近いサイズを探
す」ボタンをクリックす
ると、フィット感が近い
順番に商品が提案され、
各アイテムにはフィット
感が90%などパーセン
テージで表示される(画
像)。



「フィット感」を
検索できる機能だ。従来
のオンライン試着は、気
になるアイテムを見つけ
た際に当該商品の詳細
ページで過去に購入した
商品とのシルエットと重
なるとフィット感の詳細
がゲージで確認でき、ク
リックすると一番フィッ
トするサイズが選択され
るが、新機能で
「サイズ感が近い」
という状態を詳細ページに
表示する。これは、
ユーザーが探しているサ
イズ感の商品を最初に絞
り込んでフィットする商
品を提案する。そのため、
気に入った商品で自分
に合ったサイズがなかつた場
合は、お気に入り商品
のサイズが決まっているユ
ーザーにとっても新たな
オプションを
導入している
が、新たな
サイズを
選んで「近いサイズを探
す」ボタンをクリックす
ると、フィット感が近い
順番に商品が提案され、
各アイテムにはフィット
感が90%などパーセン
テージで表示される(画
像)。

ネット・モバイル

利用者の不安
払拭する機能