

受託事業を強化

ネット販売・EC支援のファッション・ラボ

メンズ、アパレル以外にも

ネット販売・EC支援のファッション・ラボ（東京）は設立から5年で収益基盤を確立、新たな段階に入る。好調な受託サイトのソリューション事

業を強化、安定成長を目指す。

現在の受託数は27件。新陳代謝を図りつつ、収益を確保できるブランドと取り組み、新規開拓を進める。新規ではメンズや海外の高級ブランドのほか、アパレル以外にも領域を広げる。今まではヤングのレディスブランドが中心だった。すでに前期（16年3月期）、新規で受託したりデアカンパニーリミテッドのストラップルゴでメンズ分野に挑戦している。

部分受託も強化する。システム運用やクリエイティブ支援、商品コンテンツ制作など、クライアントが必要とするメニューのみに対応する部分受託は、全メニューを一括して受ける成果報酬型の包括的受託よりも、利益率が高い。高効率の新しいビジネスモデルとして広げていく。

前期の売上高は前年比14%増の113億円、EBIT（支払

金前税引前利益）も約60%増と好調だった。主な増収要因は、受託事業の伸長。既存の取り組み先が好調な上、ビーズインターナショナルやファッション須賀など新規の受託が増えた。

運営するECサイト「ファッションウオーカー」、受託サイトともに客単価が上がり、売り上げを押し上げた。昨年7月末に実施したコートの先行予約が好調で、5万～6万円のコートが想定以上に売れた。客単価の上昇は、売り上げに占める物流経費の削減にもつながった。

増益は前期に実施した新システムの導入によるコスト削減効果も大きい。ワールドが活用する新システムを導入したことでシステム費の削減に成功。公式ECサイトと外部のECサイトの在庫データをリアルタイムで共有する「リアルタイム在庫連携」が実現し、販売機会ロスの防止にもつながっている。