

EC支援・モール運営のファッション・コ・ラボ

受託事業好調で利益改善

今後はアパレルへノウハウ提供も

EC支援・ECモール運営のファッション・コ・ラボはEC支援受託事業が好調で、事業基盤の確立を進めている。受託事業はメンズなど取扱分野が拡大

し、2ヶタ増収となった。コストを吸収しやすいシステム利用料などの比率が高まり、上期（4～9月）は黒字となった。同社は15年3月期に通期黒字を

ストリート系ブランドが集積するECサイト「カリフ」



達成しており、17年3月期の利益は大きく伸びそうだ。

EC支援するブランドの対象が広がった。以前は運営するECモール「ファッションウォーカー」のイメージや連携からヤングレディスが中心だった。しかし、モール運営で培った「ささげ（撮影・採寸・原稿）」業務などのノウハウは、大人女子向けやメンズ、ストリートでも

強みとなり、取り扱い分野が拡大。メンズを含むセレクトショップやストリート系ブランドを扱うECサイト「カリフ」（ピーズインターナショナル）などを受託した。

利益面でも売り上げに応じた課金方法に加え、コンテンツ製作費やシステム利用料など安定的な収入を増やし、コストを吸収して改善につなげた。

今後はEC支援の枠を超え、「ファッションアパレルへのデジタルソリューション」を提供する。ECモール運営のノウハウを持つことから、1社で複数ブランドを保有する企業やグループ企業のブランドを統合して自社ECモール化するなどの案

件にも対応する。

また、オムニチャネル、店舗支援の観点からEC成長の課題になっている物流で、店舗向けと消費者向けの在庫を一括管理する機能も来春にスタートする。企業の消費者向け事業を支援する「BtoBtoC」の在庫管理はリアルタイムでの処理が可能なのも強み。店頭、外部ECモール、自社ECの販売状況に合わせて配分するため販売機会ロスを減少させ、利益面に貢献できる。同社は「実証された仕組み、サービス、機能を、人的・コスト的な負担を抑えて利用してもらい、アパレル産業にソリューションを提供する企業」を目指す。