

ファッションラボ ファッショ ンラボ

業容広げ業績好調

店頭支援のメニュー増やす

ワールドグループでEC支援などを手掛けるファッション・コ・ラボが業容を拡大している。従来のEC支援やECモール運営にとどまらず、POS（販売時点情報管理）レジやMD支援ツールの導入など店頭支援のメニューも増やし、「ワールドで蓄積されたノウハウを生かし、デジタルソリューションをトータルで提案」（中嶋築人社長）する。（佐々木遼）

事業の幅を広げたことで、前期（17年3月期）の業績は好調に推移。3期連続で増収増益を達成し、売上高は前年比10・7％増の124億円、営業利益も22・4％増と伸長した。けん引

EC用と店頭用の在庫連携を実現した「ピースインターナショナルの直営ECサイト「カリフ」

したのはEC受託を中心としたソリューション事業。戦略的にモール事業から収益性の高いソリューション事業に軸足を移した成果が出た。受託クライアント数が増えただけでなく、同一クライアントに対するソリューション提供の幅が広がり、取引先1社当たりの売り上げが増えた。

EC用と店頭用の在庫連携サービスも開始した。今年2月、ピースインターナショナルが初めて導入。中国の生産拠点から直接ファッション・コ・ラボの

倉庫に送り、「B to B to C」（企業対企業対消費者取引）で店頭まで一貫してデータで在庫を管理できる。在庫連携によって物流にかかる時間を短縮し、販売機会ロスを減らすとともに、物流コストの削減につながる。ワールドでは「アクアガール」「ベースステーション」で試験運用し、すでに物流費で25％の削減効果が出ているという。

今期もワールドグループと連携しながらソリューションの幅をさらに広げ、クライアント数の拡大を目指す。システム基盤を構築するハード面のサービスに加えて、取り組み先に対するコンサルティングといったソフト面でのサービスもセットにし、「デジタルソリューションのワンストップサービス」を提供。「戦略自体をクライアントと一緒に練り上げる」ことで、きめ細かくニーズに対応する。

「越境ECのソリューション」も今期のテーマの一つとする。国内市場が縮小傾向にあるなか、「海外市場開拓のニーズは確実に高まる」とみる。