

ファッション・コ・ラボとビーノス

越境ECで共同出資会社

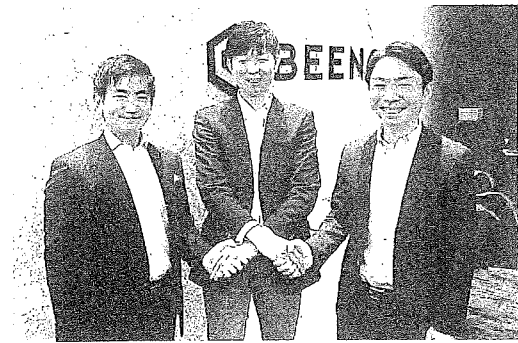
業界一体で新市場創出

ECモール「ファッションウォーカー」の運営やアパレル企業のEC支援などを行うファッション・コ・ラボ（東京、中嶋英人社長）と、転送コムやバイイーといった越境EC関連サービスに強みを持つビーノス（東京、直井聖太社長兼グループCEO）最高経営責任者が、1日付で共同出資会社「ファッション・コ・ラボとビーノス」を設立した。新会社は両社のノウハウを生かし、ファッション系越境ECに特化したモール運営とソリューションの提供を行う。国内EC市場が飽和に向かう中で、「企業の垣根を越えて日本のファッションを海外へ発信」（中嶋社長）し、「改めて今、海外に向けて日本のプレゼンスを高める」（直井社長）ことで、業界一体となって新市場を作り出したい考え。

ファッション系越境EC型ファッションモール「ファッション」を4月1日にプレオープン、5月中旬に本格稼働する。同モールには、ファッションウォーカーに出店中のレイディスブランドを中心に現在200ブランドが参加を予定し、さらに幅広く出店を募る。同モール事業で、3年以内に年間流通総額50億円を目指す。「機会を得て、1年かけて今スタートを切ることができた。ブランド側からの期待も身に染みているので、頑張りたい」と齋藤社長。

同サイトの特徴は、ビジュアルも使い勝手も、国内ファッションECと同じ感覚・レベルで

提供できる点にある。既存の越境ECサービスは、消費者が商品を開覧し決済するまで、複数回ブランドサイトと、越境サポーターサイトを往来するケースが多い。また、商品総額と、送料を加えた決済総額が判明するまでに2段階かかり、時間を要する。



左から中嶋ファッション・コ・ラボ社長、齋藤ファッション・コ・ラボ社長兼グループCEO

ファッション・コ・ラボでは同一サイト内で全て完結するため、購入までの過程がスムーズで、離脱防止につながる。ファッションは、

越境機能を持たせたファッション・コ・ラボの物流倉庫に一括して商品在庫を置くため、国内における在庫移動の時間と手間、コストを省くことが可能だ。

このため、受注から配送までの時間が、既存のサービスと比べ2、3日短縮でき、台湾ならば最短2日後に届けられるとしている。

ビーノスは、業界最多規模となる3000以上の国内ECサイトの海外販売をサポートし、カスタマーサポートや販促面でのノウハウ、ネットワークを持つ。ファッションでは、戦略エリアと位置付ける香港、台湾への

販促を強化し、インフルエンサーなども活用しながら知名度向上に注力するほか、ビーノスが出資する海外の有力ECモールへの出店も計画する。

今後この仕組みを利用して、モール運営以外にも、ファッション・コ・ラボがEC支援を委託している企業に対し、越境機能を提供できるビジネスも広げられる。

ここ数年、両社ともファッション系越境EC売り上げは年々2ケタ増ペースで伸びている。インバウンド（訪日外国人）も増えるなか「越境ECに興味を持ちつつも、一歩踏み出せない企業は多い」（中嶋社長）とし、

より手軽にトライできる仕組み作りを目指した。ただし、「現時点で、日本ファッションの人气が特別高いわけではない。特にアジア圏では、圧倒的なKPOP人気を受け、10年ほどの間に日本の存在感が後退している」（直井社長）。

その現状への大きな危機感を背景に、東京五輪を控える今こそ、「具体的に仕掛けるべきとき。このサービスをどんどん使って頂き、まずは消費者とつながって欲しい。そして日本に再び注目を取り戻すお手伝いができれば」（中嶋社長）としている。