

MF SpotLight

販促から在庫管理、配送まで ワンストップ通販発送サービス提供へ

●「EC CREATOR」、ネットショップ支援サービス開始



営業倉庫を核に、物流不動産、システム構築、3PL事業まで手掛ける株式会社ダイワコーポレーションは、2014年1月より通販発送代行サービス「EC CREATOR」をスタートさせる。

BtoB物流の柱を持つ同社が通販市場に参入、受注管理から配送作業までのフルフィルメントサービスをワンストップで展開するという。通販物流旋風の新たな“目”になりそうだ。

(編集部)

通販のコア業務以外をまとめて代行

◆新サービスをクリエイト

「これまでダイワコーポレーションはBtoB物流や物流不動産事業のイメージが強く、その上で倉庫を基盤にしたサービスと最適なソフトによる物流サービスを展開していました。しかし今回、通販物流のオペレーションを強化することで、新たな物流事業者としての姿をアピールしたいと考えました」と曾根和光社長は語る。

従来から「倉庫会社から物流CREATORを目指す」と謳う同社。今回の取り組みは「お客様から言われて始めるのではなく、我々が創りあげたサービスを構築する」(同)戦略の一環で、文字通りクリエイティブな発想による新サービスを通販市場に提供するもの。

当初はインターネット・ショッピングモールに出店する通販事業者を対象とする。

在庫管理・発送など、商品仕入・売上向上といったコア業務以外の物流業務と販促サービスまで、同社が代行することで「お客様が商品を1点でも多く販売できるよう支援し、売上向上に貢献します」と曾根社長は語る。

その一例となるのが商品写真の撮影だ。ネット通販で購買者へのアピールの度合が大きい商品写真を、後述の「江東通販センター」に設置した本格的なスタジオで、プロのカメラマンが撮影。ユーザーの希望によってモデル撮影にも対応することで、確実に訴求力アップにつなげる。

もちろん商品在庫の保管、ピッキング、出庫作業といった同社が得意とする物流業務と合わせ、ワンストップで提供。保管は棚単位から契約可能で、1商品1出荷の

価格設定となるが、ユーザーの希望により部分的なサービス提供も可能となる(図表-1)。

◆ITサービスも提供

EC CREATORのサービスメニューは大きく分けて以下の6点だ。

(1)発送代行

商品保管・管理、出荷作業のほか、物流に関する作業を代行。

(2)撮影・原稿

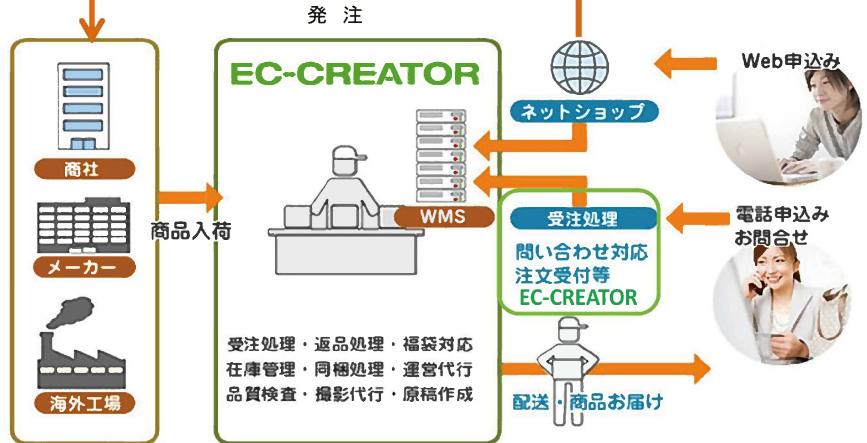
売上を左右する商品撮影をコンセプトに合わせて行う。記事の原稿作成やアパレル商品等の採寸も行う。

(3)Webサイト作成

サイト制作や広告出稿を支援。既存サイトに関してのアドバイスも実施する。

図表-1 EC CREATORで機会損失を軽減、通販事業者の効率の良い運営を支援

EC-CREATORでは通販事業者様のバックエンド業務までバックアップ。江東センター(都内)に物流拠点と併せて利用すると購入者様へ商品を届けるスピードもアップ。また、江東センターでは撮影スタジオを完備しており、スピーディな対応が可能。機会損失を軽減し、効率の良い運営を実現。



(4)受注処理代行
ショッピングカート、受注管理システムの受注処理代行を行う。

(5)物流システム

日々の在庫管理を臨機応変に対応。取り置きや在庫連動まで行う。

(6)販促支援

広告業界出身の専任ディレクターによる商品企画からクロスマディアなどの販売促進。

*

(6)の販促支援はWebのSEO対策も含むもの。これまで物流事業者ではサービスを提供できなかつたITサービスにまで踏み込んだ(図表-2)。

これらは土日・祝日のスピード出荷にも対応するほか、通販以外の卸業者や実店舗向け等にも対応するマルチサービスとなる。

将来的に女性目線のきめ細かいサービスも展開

◆購入者に安心感を

同社はネットショップが持たれる3K、5Kというネガティブなイメージを払拭したいという考え方の下、サービス提供を開始する。EC CREATORではそのワンストップが実現される。なぜなら女性スタッフならではのきめ細かいサービスを展開する予定だからだ。

通販購買者には女性の比率が多い。女性社員の活用を既に進めていた同社では、物流現場に女性管理職やパートの女性スタッフが多い。この人材を活用し、商品にメッセージカードを添えるサービスなどを計画している。

購買者が自宅で商品を開封すると「私が梱包しました」という、梱包作業担当の女性スタッフによる顔写真(またはイラスト)のカード

が同梱される計画で、「お買上げいただいた方と心が通じ合い、安心感をご提供できるのではないかと考えました」(同)。

季節ごとに移り変わる花の種を同梱することも検討中という。こうした女性目線のプラスアルファのサービスを提供することで、他社との差別化も図る方針だ。

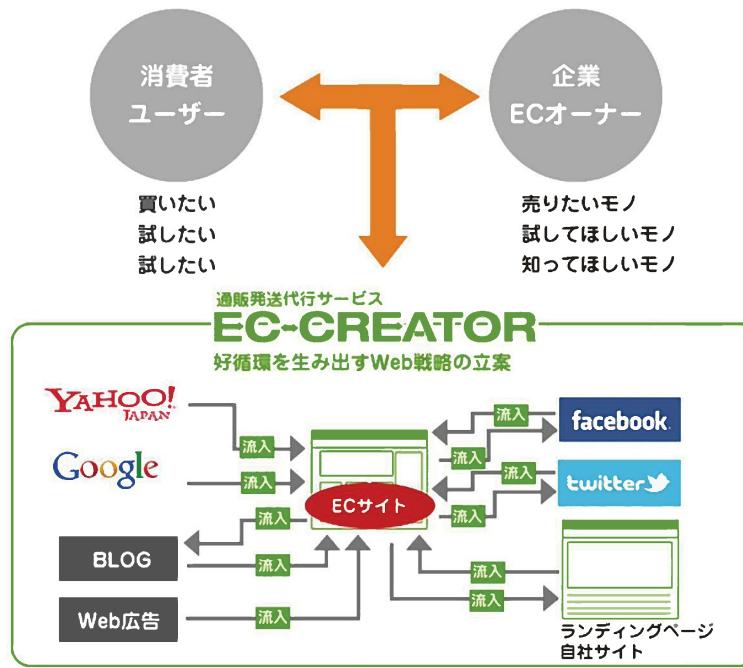
◆専用拠点を設置

これらのサービスを展開する現場となるのが、東京都江東区に位置する「江東通販センター」だ(図表-3)。現在は他のテナントが入居しているが、この1月のサービス開始とともに、同社の当面の通販基地として稼働する。

物販・サービスを含め市場規模9兆円ともいわれ、拡大の一途を辿る通販業界だが、地域ごとの出荷ボリュームは人口分布にほぼ比例している。そこで最も物量の稼

図表-2 Web戦略を促進して販促を支援

人とモノの真ん中に…。



げる首都圏をターゲットにし、本センターで事業をスタート。配送拠点は都内を中心に首都圏などへ増やしていく計画だ。

EC CREATORは保管1坪単位で小ロットから対応する。当初の取り扱い商品としてはドライ限定で、雑貨関係、健康食品、また許可取得後は医薬部外品など、小物商品を対象とするが、これには理

由がある。先述の通り女性中心の現場のため重量物の取扱には向かわなかったからだ。

「現場は純粋な倉庫機能のみとします。フォークリフト、マテハン設備等は不要で、シンプルな保管機能があればいい」と曾根社長は語る。

リードタイム短縮、最短最速でお届け

1月の事業開始に向け、現在の成約実績としては10社だが、その他30社余の通販事業者とも商談中で、本稼働後は初年度中に50～100社への拡大を目指す。

図表-3 江東通販センターの概要

所在地	東京都江東区東砂7-18-10
倉庫構造	地上6階建て
敷地面積	6,956m ²
昇降機備	貨物用EV3基、バーチレーラ1基

曾根社長は「通信販売業務への展開は、10年以上前から構想し、準備を進めてきました」と話す。そのため不可欠な人材確保から始まり、人材育成にも時間をかけた。その蓄積がよいよ開花しようとしている。

もちろん同社が從来蓄積してきたBtoBの物流ノウハウもここで活きる。通販事業の小ロット個別物流ノウハウをプラスすることで、幅広い多品種少量物流にも対応できる力を今後、プラスアップさせていくことも可能だろう。

「最短最速でモノを届けること。リードタイムをいかに短縮し、受注後翌日にはお買上げいただいた方に確実に商品を届けられるか。そしてこれをさらに短縮し、当日配送も目指したい」と展望する曾根社長。今後は百貨店、大手通販物流の受託を目指していく考えだ。

問い合わせ先

株式会社ダイワコーポレーション
本社：東京都品川区南大井6-17-14
TEL:03-3763-4511
FAX:03-3767-0009
<http://www.ec-creator.com/>

MF

陸・海・空すべての物流モードに対応

日本の最大市場をカバーする拠点ネットワーク



13 品川営業所

2014年10月竣工予定

陸海空のアクセスに優れた
高付加価値物流センター

東京港大井埠頭からほど近く、羽田国際空港・JR 貨物・平和島トランクターミナルなど、すべての輸送手段と緊密に連携しています。大消費地至近のメリットを活かして24時間365日ビジネスチャレンジを逃さない、スピードできめ細やかな物流サービスを実現いたします。



12 船橋西蒲原営業所

2015年4月竣工予定

首都圏全域へ広域配送の拠点として利便性の高い10,000坪倉庫

首都高・湾岸線「千鳥 IC」、京葉道「厚木 IC」に至近距離で東京都心へのアクセスがよくなり立地と、「高谷 JCT」の整備により首都圏外縦貫道・東関道が外環道に接続。首都圏全域への広域配送拠点として利便性の高い10,000坪の倉庫。