

通販専用拠点を開設

配送代行・販促に対応

ダイワコーポ

ダイワコーポレーション(本社・東京、曾根和光社長)は来年一月、同社初の通販専用センター「江東通販センター」を開設する。発送、こん包、在庫管理といった物流サービスに加え、受注管理、品質検査、商品撮影、原稿・サイト作成代行、販促支援などの付帯サービスにもワンストップで対応する。(村山 みのり)

新センターの住所は東 階建てで、延べ床面積一 京都江東区東砂七ノ一八 万五千五百平方呎。 ノ一〇。鉄骨造の地上六 アパレル関連、雑貨、



江東通販センターでは、受注管理や品質検査、販促支援も行う

サプリメントなど小型の荷物を中心に扱う。出荷件数は一月当たり五万十万件、最大二日一万件を目指す。

こん包の心遣いで購買増へ

出荷作業料は、従来は一出荷当たり五百円が中心だったが、効率化などにより一都三県・大都市圏などでは四百円からの低価格を実現。「送料は値上げ傾向にあるが、競争力のある輸送事業者との協力で料金的にも優位性のある仕組みをつくった(曾根社長)。

送箱に「私がこん包しました」というカードや花の種を同封する、包装紙をアーティストや美術大学生のデザインした季節感のあるものにするといった心遣いで、購買者の印象向上につなげる。

購買者と店舗が直接接することのない通販に、物流事業者としてどう貢献できるのか、工夫を重ねる。通販モールなどへの購買者の評価投稿では配送・こん包が必ず評価点となることに着目。輸

将来はB to B案件の獲得へ

EC(電子商取引)関連業務の強化の狙いは、将来的にto B案件につなげること。現在B to B領域でもECは増えつつある。また、通販で小売りをやってきた事業者も自社ブランドを立ち上げ、一カー化、あるいは卸業への参入など業務拡大を図っている。EC業界出

引などB to Bの分野もECで行いたいとする傾向が強いという。「個人向けだけでなく、企業間取引もインターネットショッピングに移行し始めている。将来はそれが主流になるだろう。いまからto C分野でEC関連のノウハウを蓄積し独自サービスを打ち出していく。時代が移行した時にはto B案件を一気に獲得できる状態にしておき、それを起爆剤に事業拡大を図る(曾根社長)。