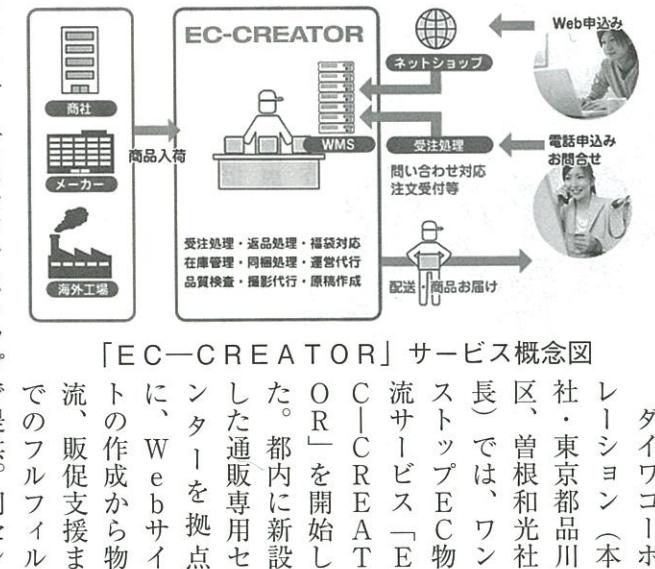


ダイワコード

ワンストップEC物流サービス「EC-CREATOR」開始

通販専用センターで宅配会社との連携を強化し、究極のローコストを実現



「EC-CREATOR」サービス概念図
社・東京都品川区、曾根和光社長では、ワンストップEC物流サービス「EC-CREATOR」を開始した。都内に新設した通販専用センターを拠点に、Webサイトの作成から物流、販促支援までのフルフィルメントサービスをワンストップで提供。同センター1階に宅配会社を誘致することで、「スピード出荷」と「ローコスト」という通販物流の2大ニーズに対応する。営業倉庫の通販物流サービスは、大手ネットショッピングモールのフルフィルメントサービスや軽作業会社の「ワンコイン発送代行サービス」等と競合にさらされているが、ダイワコードでは、専用センター化により通販市場での認知度を高めるとともに、宅配料金が値上げ基調にある中、エリア最適の宅配会社を起用する「エリアキラー戦略」によってコスト競争力を強化し、「1出荷400円」の究極のローコストに挑戦する。

「EC-CREATOR」を開始するにあたって、東京都江東区東砂に「江東通販センター」（延床面積約1万平方メートル）を開設した。営業倉庫が1棟丸ごと通販専用の物流センターを開設している例は少ないが、「『通販』専用という位置付けを明確化することにこだわった」（曾根社長）。通販の市場や商流に精通し、通常の寄託貨物とは異なる通販物流特有のオペレ



「江東通販センター」

ーションを習熟するため、専用センター化に踏み切ったものだ。
通販物流の差別化戦略について、営業部主導で検討を重ねた結果、専用センター化とともに、「ワンコインサービス」に対抗できるローコストオペレーションが不可欠であると判断した。具体的には、通販物流コストの大半を占める宅配料金に注目。エリアごとに複数宅配業者を起用するとともに、都心部への配送に強みを持つ宅配会社を同センターに誘致し、協業体制により宅配料金の安定化とスピード出荷に対応する。

「EC-CREATOR」では、各専門業者と連携し、Webサイトの作成から、「ささげ業務（撮影・採寸・原稿）」、受注処理、在庫管理、発送代行、販促支援までのフルフィルメントサービスをワンストップ提供。採寸・原稿作成については内製化も検討しており、将来的には、受注センターを兼ねたコールセンターのアウトソーシング受託の視野に入れている。

「お客様の商品を1個でも多く売るためのお手伝いをする」という基本方針の下、パッケージではなく、オーダーメードのフルフィルメントサービスで差別化を図っていく。例えば、「荷主に了解を得た上で、段ボールに荷主の広告を表示したり、商品と一緒に『花の種』を同梱したり、段ボールに『私がピッキングしました』というピッキング担当スタッフの顔写真を掲載するなど、人間味を出したいた」と曾根氏は話す。