倍増 ブランド開拓

も流す予定だ。

同社の商品は20～30代女性がターゲットだが「テレビを見てマルコの下着を思い出したという40～50代の主婦からの電話も多い」（岩本社長）という。また、今下期には15秒のテレビCMの投入も計画している。

ネット販売も強化する。現在、同社の通販サイトは会員だけが利用できる仕組み。前期のネット販売売上高は、前期比38%増の6億3600万円だった。「もともとは引っ越しなどで店が遠くなり、商品が買えなくなった顧客向けに始めたサービス」（同）だったが、取扱商品の増加もあり、売り上げは急増。今期も売り上げは伸びており、月商1億円を超える月もあるという。

岩本社長は「高額商品が多く、ネットでは簡単に買いやすい1万円のストッキングなどは非常に好調だ」と話す。

今下期にはシステムを入れ替えて、会員以外でも利用できるようにする予定。18年3月期のネット販売売上高は12億円を見込んでいる。また、楽天の「楽天市場」など仮想モールへの出店も考慮する。

銀座に期間限定ストアを開設

レッドホースプルート

ギフト事業を行うレッドホースプルート（本社・東京都港区、金田雅人社長）は7月4日、カジュアルギフトの通販サイト「PRELY（プレリィ）」のポップアップストアを都内銀座に開設した。

開設したのは中央区銀座の商業施設「GINZA SIX」の地下2階で、面積は約15平方メートル。店内では限定商品として、金沢の老舗金箔メーカーとコラボレーションした金沢限定の「金箔アイス」などを販売している。

そのほかにも期間中は2週間ごとにプレゼントシーンを変えたコンセプトのレイアウトを導入して、それに沿った商品ラインアップを展開する。最初の2週間は「ヘルシーフード」をコンセプトとして野菜や果実のギフト商品を展開。その後「休日のブランチ」として京都のフレンチレストランの商品、「ホームパーティ」では手土産や持ち寄り商品などをそれぞれ販売し、最後の2週間ではポップアップストア期間中の売れ筋トップ10の商品を展開する予定。

なお、同サイトでの今年度の受注目標件数は月間1万件で、来年度には実店舗の本格展開を検討。19年度にはアジアグローバルでの展開を目指している。

コーラスグループが都内で公演

ユーキャン

ユーキャン（本社・東京都新宿区、品川泰一社長）は7月22日、同社所属のコーラスグループ「アンサンブル・コノハ」（画像）が初のオリジナル曲を配信するのに先駆けて、コンサートで披露する。

アンサンブル・コノハは、テレビ東京の番組「THEカラオケ★バトル」でも活躍中の中村萌子さんをはじめ、男女全員が音大卒の実力派で結成されたグループで、日本や世界の愛唱歌100曲を合唱で収録したCDコレクションを今年2月に発売し話題となっている。

今回、作詞は松井五郎さん、作曲に山川恵津子さんを起用した初のオリジナル曲「メロディーの花束（仮）」が完成。10月上旬から各音楽配信サイトでリリースする予定だ。これに先駆けて、7月22日、同社の年末恒例の「紅白歌合戦」に出場する。

池袋に新店舗を開設

オーマイグラス

「将来的には30店の規模に」

清川忠康社長）は6月30日に東京・池袋の商業ビル「エソラ池袋」4階に実店舗を出店した。同社では9店舗目

「眼鏡」と「本」という組み合わせはこの店に限ったことではない。例えば出店する千葉・柏の「柏の葉T-SITE」や大阪・梅田の「蔦屋書店」などが書店と同フロアにあり、本をブランディングの一環にしている。

店客が手軽に通販サイトにアクセスして商品を確認したり取り寄せることができる。以前から通販サイトを通じて商品を自宅に取り寄せて試着できるサービスとされている。こうしたことは、タブレットから商品を取り寄せることが可能だったが、店舗が増えたことによりネットで試着注文をする時に、店舗に取り寄せる仕組みがすごく使われている。オムニチャネルの特性を測定する。測定したデータは顧客情報として登録される。「そうすると2本目以降の購入の際にデータがあるため、ネットでも別の店舗でも簡単に買えるようになる。そういう意味では、オムニというのは店舗のネットワークができることで強まってくるとも言えるかもしれない。

ミュニケーションを行ったり、視力を測定する。（同）

要都市で「ターゲットまで中心にあってこそ実現される」と「析した結果、「ターゲットの状況や運用方法をいくつ

ズに回なって

ッションショップいて、ンドをファスト商品を～20代インタ開してサイトは、プリ

ストだけでは取り切れていなかった比較的経済的な余裕を持つ30代女性を開拓することが狙いになる。

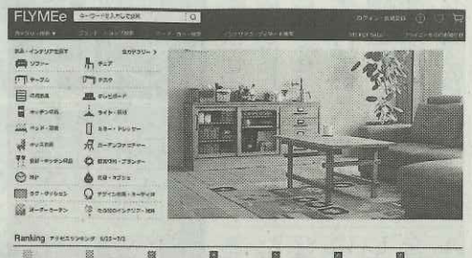
まずは12ブランドで開始し、ファストファッションよりも比較的単価が高く「ベーシック」「上質カジュアル」「コンサバ」といったテイストの商品を取りそろえていく考え。すでにショップリストに出店しているブランドであっても、ターゲットを変えた商品ラインを持っていることもあるため、そうしたブランドも含めて今後サイトコンセプトにマッチした新規商品を開拓する。

「ショップリスト立ち上げ時も二十数ブランドで始まったので、幸先の良い出足だと思う。将来的には同じような規模感まで増やしていければ。まずはウェブでの地道な集客となる」（同社）とした。

なお、平均顧客単価については、ショップリストの5000円前後よりも高額の7000円～8000円程度を目指している。

回転率も良くない。そのため家具業界では以前からカタログ販売が多かった。昨今ではウェブでも買いやすくなった。

経済産業省の調査によると家具やインテリア業界のEC化率は15年時点で16%超と、衣料品の9%よりも高い。その意味では家具のネットでも家場にはポテンシャルがあると言えるかもしれない。



もっとも、商品のテイストや価格帯が異なるブランドが互いに共存することは簡単ではない。にもかかわらず、「フライミー」には多くのブランドが正規の取引先として参加している。

鍵は同サイトのデザインコンセプトにある。それは、整理整頓された"透明な箱"であるということ。各ブランドの世界観を表せるようにサイトは無色透明でカラーを打ち出さず、解釈は顧客に委ねるというスタンスに徹している。

こうしたサイト運営の姿勢がブランド側からも支持され、豊富な品ぞろえにつながっている。その結果、通販サイトに訪れる顧客が増えるという好循環を生み出しているようだ。

dazzy

360度商品画像を導入

スマホで自由に回転可能

アパレル通販サイトを運営するdazzy（本社・東京都港区、下井大学社長）は7月から、自社通販サイトで商品を360度撮影した画像を導入した。スマートフォンサイトで画像を回転させて自由な角度から閲覧でき、商品イメージを正確に伝えることができるようにする。全体の雰囲気や、すそや袖などの購入時に気になる部分を確認して購入できるようにし、顧客の購買意欲を喚起する。

導入したのは写真撮影システム「フォトオートメーションシステム」で、360度から閲覧できる画像「360度アニメーション」を自動で作成できるもの。1SKUについて、約10分で撮影と切り抜き、色補正を自動で行うため、従来よりも画像制作の時間短縮につながるとした。

導入したのは自社通販サイト「デイジーストア」で、人気商品を中心に、順次商品ページに「360度アニメーション」を追加する。ドレスを中心とするアパレルやカラーコンタクトレンズ、アクセサリーなど毎週新商品100型を投入しており、このうち販売を注力する商品についても「360度アニメーション」の導入をすすめていく。

商品の撮影についてはこれまで、商品の素材の種類を多く使っており色補正が難しく、背景色にばらつきがあったという。また、レースやチュール、フリルなどの切り抜きは手間がかかっていた。「フォトオートメーション」の導入で、サイトの統一感を高め商品比較を簡単にできるようにする。他社サイトよりも見やすい売り場作りをすすめ、サイトへのアクセス機会を増やしたい考え。

人気アニメ映画の独自商品を販売

「セシール」が専門ページを新設

ディノス・セシール（本社・東京都中野区、石川順一社長）は7月4日、セシール事業で人気アニメ映画シリーズ「ミニオンズ」の関連グッズを販売する専門の特集ページを同社の通販サイト内に新設した。同シリーズの最新作「怪盗グルーのミニオン大脱走」が7月21日から公開されるのを受けて、ルエスティ（税抜分丈夫ツ」使用ク」どセ含む

ひと

「EC売上げで2桁順位を」

JALUX 常山正吾 ダイレクトマーケティング部長

4月1日付での組織改正に伴って、JALUX（本社・東京都港区、込山雅弘社長）の通販事業などを所管する「ダイレクトマーケティング部」の部長に就任した。

1991年に日航商事（現・JALUX）に入社して以来、JALアート（宝飾）事業部や流通販売部、調達事業部、リテールビジネス部など様々な部署に在籍してきた。企業販促をはじめ中国をテーマにしたDVDのコンテンツ作り、グループ内の調達案件、百貨店営業などこれまでの業務範囲は非常に多岐に渡っている。

「どこか1つの部署が長かったということではなく、流通から一通りを担当してきたような編入イメージ。世の中の物の流れであったり、価格の決まり方などこれまでの経験で得たエキスをこの通販にも注入していき、効率の良い商品開発や数字を作っていきたい」と展望を語る。

4月の組織改正では「食品流通部」が「ダイレクトマーケティング部」と同じく「リテール事業本部」の傘下に編入されるなど、環境も変化している。今期の重連携効社が得商品を求めら化して

また、つある の獲得

「食品流通部」が「ダイレクトマーケティング部」と同じく「リテール事業本部」の傘下に編入されるなど、環境も変化している。今期の重連携効社が得商品を求めら化して

つある の獲得

置付け載され

だ。「各 像制作の時間短縮につながるとした。

導入したのは自社通販サイト「デイジーストア」で、人気商品を中心に、順次商品ページに「360度アニメーション」を追加する。ドレスを中心

ている 位を目 位のラン あるが、 上げラ

語った。