

SCサポートビジネス

DX 商業施設の
革命に向けて デジタル融合で新たな価値創出へ

SCのEC化(デジタルトランスフォーメーション)が加速している。EC化は従来の販売チャネルをデジタル化するだけでなく、新たなチャネルを開拓し、顧客との接点を拡大し、新たな価値を生み出す。SCのEC化は、単なるEC化ではなく、デジタル融合による新たな価値創出を目指す。SCのEC化は、デジタルトランスフォーメーションの重要な要素の一つである。

ハブアンドスポークとクルーズ
ECパートナーズ「SC-EC」

店舗スタッフが店頭在庫を活用

SCのEC化に新しい選択肢が登場する。ハブアンドスポーク(東京)とクルーズECパートナーズ(東京)が企画・開発した店頭在庫型SCオンライン販売プラットフォーム「SC-EC」だ。店頭在庫を店舗スタッフが販売し、発送などは館内物流機能を利用するなどの特徴がある。今年8月には有力SCのモソワンダーシティが「mozoPLUS」として実装公開する。

SC-ECは店舗スタッフがスマートフォンを用いて店頭在庫からECに商品登録したり、ストーリー機能で動画接客ができ、店舗の売り上げアップに貢献する。これまでのSCモデルは、独自のEC在庫・管理や、サイズ(撮影・採寸・原稿作成)などの業務、システム導入・運用など高い障壁があった。SC-ECは店頭在庫を販売するため、特別な在庫確保は必要ない。売り上げも店舗計上のため、店・スタッフのモチベーションにもつながる。営業は24時間360日、ECで購入可能。気になると商品は店舗で確認・試着できるなど、オンラインとリアルの両方の良さを



「mozoPLUS」の商品画像登録画面。スマホで完了

活用できる。運用面は商品・発注管理などもスマホ完結の使い勝手が優れた設計が特徴。ECモール「ショップリス」のシステムを支えるクルーズECパートナーズの開発・運用ノウハウを生かしコストを抑えながらスピーディーに汎用性のあるシステムを提供する。店舗スタッフがいつでもどこからでも商品登録や「ザッピング」(フアナテック提供)のストーリー機能で動画接客が可能。受注した商品はワールドサプライの館内物流機能で出荷でき、店頭業務の負担を軽減できる。

モソワンダーシティの導入にあたり、同施設を保有する三菱商事UBSリアルティをはじめトリニティズ、博報堂プロダクツ、ハブアンドスポークの4社が共同プロジェクトを立ち上げ、導入、運用、顧客分析、販促を統一的に協業する。