

ECサイトが
自動で顧客の
欲しい物を提
案する時代ね



システムが優秀なMD、販売員に!? パイブドビッツが展望を大胆予測

今後10年の「EC未来予想図」

消費者の購買スタイルがリアル店舗からウェブへ加速的に移行する昨今、アパレルメーカーにとって戦略的なECサイト構築はもはや避けられない重要課題だ。そんな状況下で心強い味方になってくれるのが、「スパイラルEC」を提供するパイブドビッツだ。

“情報資産の銀行”を企業コンセプトとして掲げる同社がアパレルメーカーに特化したECソリューションとして提供するクラウド型プラットフォーム「スパイラルEC」の特徴について、西田竜司アパレル・ファッションソリューション事業部プロデューサーはこう語る。「個人情報を超えて、大前提として堅牢なセキュリティシステムを準備しており、アパレル業態に沿ったコンテンツ作りや販売展開がしやすいシステムになっている。というのも、アパレルは家電や食品と違い、52週MDでグルグルと商品が回転していく業態で、サイズやカラーなどのSKUも多い。そうした縛りの中でアパレルメーカーの『コーディネート・コンテンツを作りたい』という要望に対して、『スパイラルEC』では管理画面から簡単に作成できるようになっている。他社のシステムでは専用を追加しなければいけない機能が初めから備わっているので、余計な開発費をかけずに済む」。

手軽にECが始められるよう、安価なサービスに取り組んでいるのも大きな魅力だ。ECサイトのインシャルコストの相場は、商品の売上高を管理するPOSや物流との連携、在庫の一元管理までトータルでやろうとすると数百万～数千万円かかるが、パイブドビッツでは200万円前後からスタートできるプランを準備している。「中小のアパレルメーカーだと100～150万円くらいの予算でシステムを構築するが、卸中心のマンションアパレルだとこの金額はかなり厳しい。そういった場合は、ページ数を減らしたECサイトを提案して、少しでも参入しやすい環境を用意できれば、と考えている。実際、ニーズは年々高まってきている」。

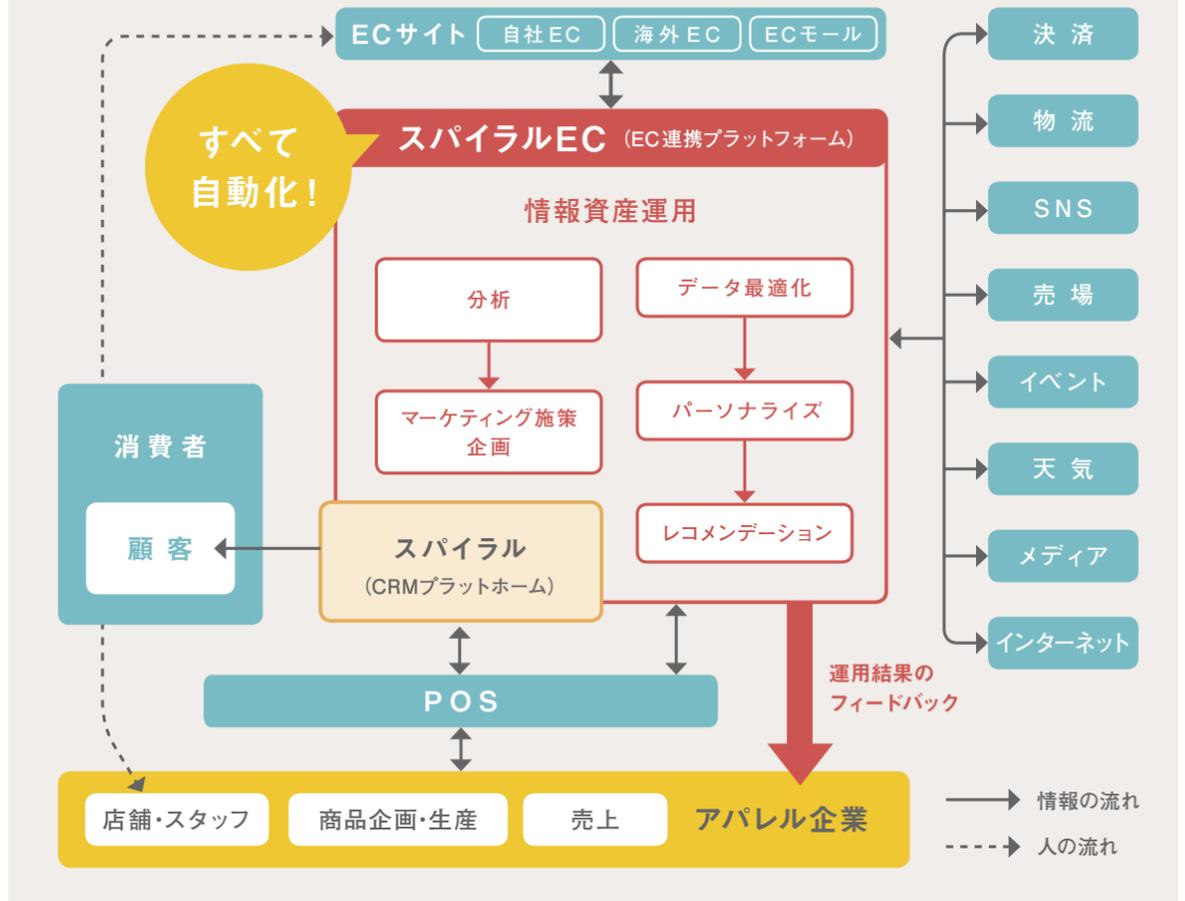
PHOTO BY MAYUMI HOSOKURA



西田竜司／アパレル・ファッションソリューション事業部プロデューサー

PROFILE：1978年生まれ、千葉県出身。2001年ファッションブランド「マテリアル・ガール」を立ち上げ、プレス・販売・物流を経て、EC事業責任者に。04年Grasを設立し、取締役就任。08年Gras社長、14年から現職

スパイラルECの将来像イメージ

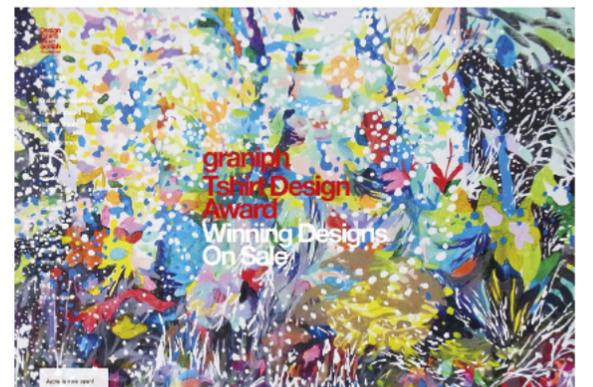


もちろん、企業ごとのニーズに応じたオプションをつけることも可能だ。最近では海外の顧客に対応するためのサービス開発にも力を注いでいるという。「今後のアパレル業界において、海外への販路の確立は重要なテーマ。英語版サイトを作り、英語圏のお客さまに対してアプローチできるサービスを今年の春にローンチした。今はまだ海外に向かっていくブランドはそこまで多くはないが、今後増えていくのは必至。弊社でも継続して取り組みを強化していく」。

システムが商品企画を提案する時代が到来する

日進月歩で進化を遂げるEC市場だが、システムの専門集団であるパイブドビッツには“来るべき未来の姿”が鮮明に見えている。10年後のEC市場について尋ねると、西田プロデューサーは「朝起きたらiPhoneのSiriのようなスマホに搭載された人工知能が『今日の温度は28度、湿度は50%。最適な服はこれです』とコーディネート提案するような未来は、そう遠くないうちに来る。ECサイト上ではリコメンドの精度がどんどん上がり、システムが顧客一人ひとりのニーズを掴んだ優秀な販売員となる時代が来る。そうすると、アパレルメーカーは仕事の仕方もガラッと変わることになる」。

こうしたシステムのオートメーション化は販売だけでなく、商品企画にまで影響する。システムがアパレルのデータ全体を解析して、その季節に合ったトレンドを導き出して提案する——これもまた、近い将来起こりうる事象だ。「それを可能にするのがPOSに集まってくる



海外サービスにいち早く取り組むグラニフのオフィシャルオンラインサイト

データ。フェイスブックのアクティビティログや、その年の気候変動の予測データも取り入れるかもしれない。『今期は晩秋モノを作るか、作らないか』と頭を悩ますアパレルメーカーは多いと思うが、それに対して『今年には冷夏なので、この時期に袖丈の長いものを作ったほうがいいでしょう』という判断材料をシステムがデータ解析から導いてくれる。ここまでくると人工知能と言うべき水準かもしれないが、アルゴリズムはどんどん発達している。これまで簡単な生産・在庫分析くらいしかすることがなかったファッションブランドも、今後はシステムから多大な判断材料をもたらされるようになる。人間の勘や感性はもちろん大切だが、アテにならないことも多い(笑)。その点、統計やデータに裏打ちされたシステムの判断はより高いコンバージョンにつながるはず。顧客の購買スタイルの変化が、メーカーのありようを激変させる。革命はまだ始まったばかりだ。

PIPED BITS

パイブドビッツ

社名：パイブドビッツ (東証一部上場) / 設立：2000年4月3日 / 本社所在地：東京都港区赤坂2-9-11 オリックス赤坂2丁目ビル / 従業員数：180人 (2014年2月末現在) / 業務内容：情報資産プラットフォーム事業、広告事業、ソリューション事業 / URL: <http://www.pi-pe.co.jp/>