タイミー

センコーと実証実験

物流の人手不足解消へ

スポットバイト「タイミー」を提供するタイミー（本社東京都、小川嶺社長）は6月12日、物流センターの運営に向けた実証実験を開始すると発表した。

物流のセンコー（本社大阪府）と実験に取り組む。センコーが所有する千葉・印西と埼玉・浦和の倉庫で、「タイミー」を利用するスポットワーカーの活用を前提とした、新しい物流センターを運営する。

将来的には、人手不足の解決につなげる。物流に興味を持つ働き手がスキルを身につけてキャリアアップできる仕組み作りを目指す。

両社のノウハウを持ち寄り、経験・熟練度に応じたスキルアップを中心とした、繁忙状況に応じた業界間の労働力移動などを実現するとしている。

と待遇向上▽物流関係人口の増加▽物流倉庫

ユミルリンク

コールシステム「OSORA」と連携

SMS即時配信でオペレーター負担軽減

阪急阪神東宝グループでメール配信システム「Cuenote（キューノート）FC」を提供するユミルリンクはこのほど、Scene Live（本社大阪府）が提供するインバウンド向けコールシステム「OSORA」と、自社のSMS（ショートメッセージ）配信サービス「Cuenote SMS」がシステム連携した。

「OSORA」を導入する企業は、コールセンターの案内を音声だけでなくSMSを用いたテキストメッセージでも行える。

これにより、ウェブサイトや申し込みフォームなど、口頭で案内が難しい内容であっても受電者の電話番号に即時にSMSを送ることができ、オペレーターの負担軽減と顧客の利便性向上につなげる。

ジョンホスティングと協業

ユミルリンク

BIMの導入支援を開始

ユミルリンクはこのほど、セキュリティーコンサルティング「BrandKeeper（ブランドキーパー）」を提供するサイバージョンホスティング（本社神奈川県）と協業した。送信ドメインを認証するDMARCやBIMの導入・運用支援サービスの提供を開始した。

なりすましや不正メールの被害が増えていることから、政府からの要請や、Gメールのメール送信者ガイドライン変更などが実施されるなど、メール送信者のセキュリティー要件はより厳しくなっている。

DMARCを導入する前段階としての調査と報告書を提出するサービス「DMARC導入前調査サービス」（税込価格5万500円）と、DMARCレポートの解析と結果報告から課題と改善策の提供までをトータルで提供するサービス「DMARC導入・運用支援サービス」（同年間198万円）の2種類を用意した。

エクシーク

猪田恵介 社長

物流・リアル接点・海外でECサポート

通販物流の3PL事業を展開するエクシーク（本社東京都、猪田恵介社長、☎03－6275－1101）は、EC・D2Cのクライアント企業の獲得拡大に乗り出している。同社は現在、EC企業のクライアントを4200社以上抱えており、月間100万個以上の荷物を出荷している。24年1月には、船橋に所有している倉庫内に、AIを活用したダブルディープ吸盤ロボットを導入、倉庫内物流の効率化を図ったという。猪田社長は、「EC企業に対して、リアルの顧客接点を提供したり、海外進出の支援を行ったりしていく。フルフィルメント業界のナンバーワンになる」と話している。

EC4200社が顧客

――エクシークのことについて聞きたい。

当社は、顧客の100%がEC企業という形で3PL事業を展開している。拠点は関東をメインに、5カ所展開しているEC企業が奈川・海老名にも新たな拠点を新設する予定だ。

現在、4200社以上のEC企業が、当社に荷物を委託している。ECモールを主体に展開するEC企業が食品、ブランド品が多い。

冷蔵温度帯の倉庫も完備しており、ワインや日本酒の受け入れも可能だ。

当社では、ワインや日本酒などの酒類を常時200万本在庫しており、日本で一番酒類を発送していると自負している。

月間の発送件数としては約100万個の通販商品を出荷している。年間でいうと約1200万個だ。

格納生産性は7倍に

――1月にダブルディープ吸盤ロボットの導入を発表していたが、どんなものか。

ダブルディープ吸盤ロボットは、アームの先についた吸盤で、棚から、商品が入っているビンを取り出す。当社の船橋の倉庫に導入した。商品の入庫と出庫を全てAIが管理している。商品の場所は全てシステムで管理している。受注システムと倉庫内システムが連携し、AIが、自動的に注文があった商品を取り出してくれる。

当社が導入したロボットシステム「QuickBin（クイックビン）」は、日本で当社が初めて導入した。船橋の倉庫には、「クイックビン」を開発したクイックトロン（本社中国）のラボも設置しており、ロボットシステムの検証も行っている。

ロボットが、高い位置の在庫もピッキングできるシステムとなっており、人間がピッキングする倉庫に比べて、保管密度は20%向上した。格納生産性は7倍になり、保管能力は3・4倍になった。人間に比べてピッキング数は5倍になった。出荷件数も増加している。

AIロボットを導入したメリットの一つとして、よく出荷される製品のビンを、次回ピッキングしやすいようにに、自動で手前に配架してくれることがある。

日本で初導入のロボットシステム「QuickBin」

リアル・海外展開を支援

――エクシークとしては、どのようなことを強化していきたいか。

D2Cブランドの成長を支援していきたい。D2Cブランドの物流費を下げるサポートもしたいし、販路の拡大もサポートしたい。

当社は4月、三井不動産、ECプラットフォーム「ecforce」を展開するSUPERSTUDIOと提携した。三井不動産の「三井ショッピングパーク ららぽーと」を始めとした大規模商業施設において、ポップアップストアの出店を支援する。OMOの展開を考えているD2C企業に、リアルの顧客接点を提供できる。

5月には、米卸売プラットフォームの「JOOR（ジョア）」と提携。ECブランドの海外進出を支援するサービスも開始した。

「ジョア」はファッションブランドの受注業務を効率化するB2Bのプラットフォームで、150カ国に展開しており、1万4000ブランドを取り扱っている。

海外への卸売り展開を検討しているD2Cブランドに、海外販売へのハードルを下げる支援を行っていく。

こうした、物流、リアル、海外販路開拓の面で、D2C企業を支援していく。

AVITA

ECへの導入強化

アバター接客で購入を後押し

アバターオンライン接客サービスを提供するAVITA（アビータ、本社東京都、石黒浩社長）は、ECサイトへの導入を強化している。24年5月に開設した三重県の特産品を販売するECサイトも好調だ。今後もアバターを活用し、ECサイトで扱う幅広い商品の購入を後押ししたい考えだ。

三重県の特産品を販売するECサイト「よなこる」では、アバター（オペレーター）を呼び出し、商品の詳しい説明やおすすめなどを聞くことができる。

「対応は現地のスタッフが交代制で行い、地域のことなども話すことができる。商品の背景を知ることが購買の後押しになるだろう」（カスタマーサクセス部部長・中田竜平氏）と説明した。

「よなこる」のアバターは伝統的な衣装を着用し、商品以外でも地域の魅力を発信する役割を持つ。

「よなこる」では、配送や支払い方法などの一問一答で回答できることはAIチャットで自動応答し、問い合わせ対応の効率を上げている。

「時間や場所の拘束なく顧客の対応することで、人手不足を解消しながら売り上げの向上に貢献できると思う」（同）と話した。

同社はエートゥジェイが提供するECカートシステム「メルカート」と標準連携している。今後もEC業界において、高価格帯商材や相談や診断が伴うものなど、接客により売り上げの増加や、満足度の向上が見込める商材の販売に広く展開していきたい考えだ。

AVITA・カスタマーサクセス部部長・中田竜平氏（写真右）、エートゥジェイ・執行役員メルカート局局長・渡邊章公氏

不正メアドの判定機能追加

かっこ

不正検知サービスのかっこは、不正注文検知サービス「O－PLUX（オープラックス）」に、メールアドレスが不正利用かどうかを判定する機能を追加した。

この機能拡充により、「オープラックス」を利用する企業は、エイリアスメールや送信不能のメールアドレスなどの不正注文をより高度に検知できる。通常のユーザーが意図せず入力ミスをした場合のチェックも可能となる。