

サイト「小田急オンラインショップ」で酒類ページを刷新し、「オタクセスを容易にして利便性の向上を図るとも」に、商品展開数も2・5

## 注目各社 次の一手は?

子供服の通販事業などを展開するキャリアオン

(本社・東京都港区、吉澤健仁CEO)では5月

から子供服メーカーの新古品などを仕入れて販売するサービスを開始した。成長に連れて買い替え頻度も高くなる子供服市場において、メーカーと消費者の橋渡しを行っている。

同社では消費者から中古子供服を買い取り、商品登録して通販サイトに「キャリアオン」(画像)あり、第一弾

上で販売するサービスを展開している。出品者や購入者となるのは子供を持つ母親で、主に30〜40代前後の層が会員登録を形成している。購入単価は1点当たり数百円の商

飲



商品とのセット販売で客単価上昇も期待できる必要なカテゴリと

月の厳選「飲み比べセット」などを提案するほか、人気ランキングなど

「マウス」や「スラ

オンライン証券

品をまとめ買いして平均で4000円程度。近年は母親同士のくちコミやテレビ番組での紹介などもあって、今年3月までに3万3000人を超え、今年3月まで品同様の商品状態である会員組織に成長。ブランド商品よりも高い回転率で推し、累計では36万点の子供服買い取り実績がある。

現在では、サイト内で通常の中古商品と同様に並べて取り扱っており、出荷できなかった余剰在庫を仕入れて新古品として販売することを始

めたと。まずはトップメーカーの取り扱いを始めてそこから野を広げる狙いもある、第一弾

い。これまでもタグ付きの未使用品の出品はあ

る。特に子供服に関しては、対して当該ブランドのチ

識で、ブランド側が売れ残りを特別に安売りにしているという見方にはならない。

現状、アパレルメーカーでは在庫がたまって廃棄する量を増やすことができない問題を抱えている。100の売り上げ

を立てようとするために、毀損するようなことを防

がで、新規顧客開拓のため

た、廃棄に掛かる費用も大きな負担となるため、同サービスをを通じて廃棄を防ぎたいというメーカー側のニーズは多く取れると見ている。

廃棄コスト削減し、新規開拓に

現状、アパレルメーカーでは在庫がたまって廃棄する量を増やすことができない問題を抱えている。100の売り上げ

を立てようとするために、毀損するようなことを防

がで、新規顧客開拓のため

た、廃棄に掛かる費用も大きな負担となるため、同サービスをを通じて廃棄を防ぎたいというメーカー側のニーズは多く取れると見ている。

廃棄コスト削減し、新規開拓に

現状、アパレルメーカーでは在庫がたまって廃棄する量を増やすことができない問題を抱えている。100の売り上げ

を立てようとするために、毀損するようなことを防

がで、新規顧客開拓のため

た、廃棄に掛かる費用も大きな負担となるため、同サービスをを通じて廃棄を防ぎたいというメーカー側のニーズは多く取れると見ている。

# 中古子供服の目線で成長

## キャリアオン ブランドの余剰在庫販売も開始

い。これまでもタグ付きの未使用品の出品はあ

る。特に子供服に関しては、対して当該ブランドのチ

考え方。同時に同社として、中古品に抵抗を持

って、会員獲得できるとい

### ネット・モバイル

他ブランドとの提携を広

向のようだ。