

アイティフォー ウェブライフとECサイトの新モデル開発

百貨店の販路拡大や業務DXを支援

アイティフォーは、インター

5件の受注を目指す。

んだ。

ネット通販サイトの構築や運用などを手掛けるウェブライフと、百貨店や金融機関、自治体向けのインターネット通販サイトのモデルを共同開発する。SaaS型のEC構築プラットフォーム「Shopify（ショッピファイ）」を基盤に、いわゆる「ノンカスタマイズ型ECモール」を提供。B2BやB2Cを問わず、販路の拡大や業務のDXを支援する。2025年度に

ウェブライフは国内で数社しか認定されていない「ショッピファイ・プレミアパートナー」で、法人向けのSaaS型EC（バインド・イーシー）をプラットフォーム「BindDe（バインド・イーシー）」を開設し、これまで350社以上にショッピファイを使ったECサイトの構築・運用をサポートしてきた。一方で、アイティフォーは金融機関、流通業者および小売業者向けのシステムの開発で多くの実績を有する。



アイティフォー
執行役員

吉村 剛 氏

5月14日に戦略的提携を結

両社が開発するのは「地域マーケティングモデル」で、主に①ノンカスタマイズ型ECモデルの提供②既存システムとの柔軟な連携③OMO戦略の推進④グローバル展開を見据えたマーケティング支援——の4つを掲げる。大規模なカスタマイズが必要で、既存のシステムとスマートに連携して業務効率を向上させ、オンラインとオフラインを融合した新たな購買体験を創出し、海外市場への進出や越境ECにも役立つ。地方百貨店をメインターネットの1つに定めており、両社は「DXをさらに加速させ、地方百貨店を核とした地方創生と業界全体の進化を力強く後押しする」とした。

アイティフォーにとって、25年度は転換期だ。6月20日付で坂田幸司専務が社長に昇格した。流通・eコマースシステム事業部長も4月1日付で交代し、吉村剛執行役員が就いた。吉村氏は「百貨店業界ではミニPOSのニーズが増えており、今後は一層積極的に拡販を行う予定だ。特に地方百貨店は経営が厳しいからこそ、当社の価格競争力の高さが生きる。コストの削減、人手不足の解消にも役立ちたい。バーコードを利用し、外国人に商品情報を多言語で伝えるサービスを手掛けるPayee（ペイイク）に当社は出資しているが、それも地方百貨店に売り込みたい。地方百貨店にはシステムの担当者が極めて少なく、1人も珍しくない。突然辞めたら大混乱を招く。当社は目下、保守だけで運用をやっていないが、サービスとして提供する手もある」と意欲を燃やした。

アイティフォーにとって、25