

ファッション通販特集

注目のアパレルEC支援企業

のEC従事者や大学生に対して、さきげ業務を中心にECビジネスの仕組みに関する講義を依頼されるケースが増えているが「学生はもちろん、企業のEC担当者であっても、さざげ業務についてしっかり理解している人はまだまだ少ない」(秋山宙士社長)という。ECで売り上げを伸ばすには、まず十分な

訪問者が商品を買うかどうかを決める最重要ポイントだ。プロの力でスマラマンでなくとも十分な機材と時間があればキレイな一枚の写真

作業に時間がかかるので、その分コストも高くなる。同社による上げのクオリティで大事なのは、「安全がない」「そろそろ」「センスがない」といふことだ。とにかくアパレル季節もののため

「ミスり、うつっていの7が良い」ま
「いい」という。運用

まさげ屋の従業員もあそした事情をあざけた。割は女性だ。

は動画制作は
スチール撮影
伝えづらい商
やサイズ感、
などを補足す
ささげ業務
はまだまだ認

商品の動き
使用方法
品
口
イ
た
影を
背
い
る。
認知されて
い
る。

とくに商品の
画像については
ページへの誘導・
であるため、商品
をうまく出したい、
景の色をそろえ、
商品のシワを整

えた、の入商ア

写真撮影や
レタッチ

ヤーに女性が多く、セイ
画像加工に定評がある

さきげ屋（東京都品川区）は、主にEC用の商品撮影・レタッチ（画像加工）・採寸・原稿作成、商品データの成型・サイト登録といった“さきげ業務”を専門に行う。創業19年目を迎え、数多くのEC運営企業から支持されるなど、さきげの先駆者として知られる。

最近では、大手企業のEC従事者や大学生に対する「さきげ業務」

サイトアグセン数を確保することが不可欠。一方、さざげの良し悪しは直接的に集客には影響しないが、サイト訪問後の購入率に大きく影響するため、「EC売り上げが伸びていないからといって貿易にさざげを含めたフルフィルメントのコスト削減に手を付けるべきではない」（同）と指摘する。

EC運営企業の多くが「ナインへ戻れる」

は撮れるか一枚の写真がキレイでも商品一覧の見た目がそろってない、見たい箇所が写っていない、スタイルリングがダサい、色味が違うなど、どれもコンバージョンやプランイメージを落とすことにつながる。さらに、良い

早く三下なくセ
に商品情報を持載
ことが絶対的な条
なる。

さげ屋はデーラーに精通し、年番以上の登録施設。取引先のへの出品対応、各種ECの連携をスピ

タ登録や
ールのソ
た専門部
間10万品
業務を実
げば、な
だけでな
モールへ
ーディー
りが

、活躍 提供

のわ品と増さうだ。
画像に対

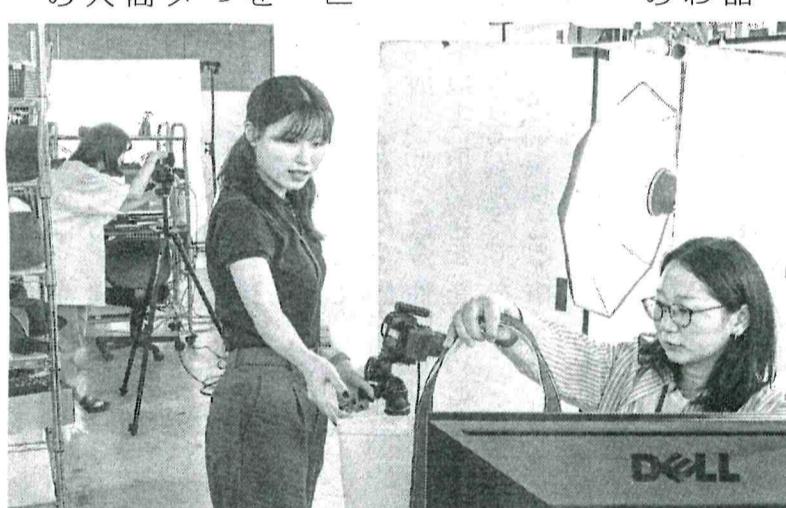
の色味をも
再現したい
つてはいるよ
うだ

「アルバイトやささげが本職ではない従業員で撮れるささげはささげに減っていく」（秋山社長）と見ていく。

ささげ

高品質のささげを提供

女性社員が幅広く活躍



ささげ、ひと筋19年

アパレル
ファッショングループ
ジュエリー
食品
コスメ
インテリア
家電
動画
etc

EC用の商品情報制作は
ささば屋！



株式会社 ささげ屋

