

# 日経MJ

9月23日(金曜日)

月/水/金 発行



## 20~30代女性も 補整下着に夢中

14

補整下着の人気の若世代に広がっている。コロナ禍で若者も体形が大きく変化したことや、SNSできれいに見られたいと思うことが背景にあるようだ。

- 革靴のかかと、踏んでもOK 5
- ベンツ・アウディ、福祉車両に 6
- キビラ、転倒・疲労 靴で防ぐ 7
- BTS事務所、多角化急テンポ 8
- ワタミ、10業態で酒値上げ 13

120年余の歴史と信用  
金・銀・プラチナの社章で多数の実績

電子商取引(EC)サイトで#(ハッシュタグ)を活用した販促手法が注目を集めている。商品やトレンド情報を人工知能(AI)で分析し、刺さるキーワードを組み合わせて顧客が「タグる」ように誘う。閲覧履歴から特定の商品を薦める「レコメンド」に嫌気を示す消費者もいる中、実店舗のように商品と「偶然の出会い」を楽しむECの新しい形がみえてきた。

かばんメーカーのエース(東京・渋谷)のECサイトをのぞくと、ハッシュタグがずらりと並んでいる。ビジネスバッグをクリックした人の画面には、「#軽量 ビジネスバッグ」「#自転車通勤 軽量」「#耐久 撥水加工」など10個のハッシュタグを表示する。通勤用のバッグを探している人が「自転車通勤」のタグを選ぶと、胸でカバンを固定できる「チェストベルト」や「PC収納」などの関連タグがあらわれる。さらにサイト内を見て回る。すると、夜間の視認性が良く、PC収納スペースを持ちながらもメッシュで背中が蒸れず自転車通勤しやすいリュックと巡り合うというしかけた。

エースはECサイトにハッシュタグを活用し、消費者が商品を見て回りながら欲しい商品を「発掘」してもらう仕組みを整えた。「自転車通勤」のタグを選んだ人には、自転車通勤に関連したキーワードを表示させ、自転車通勤関連のカバンを深掘りできる。だが、これでは終わらない。「#旅行 軽量」など

# ぶら」で欲しいと出会う

## 通販サイトぶらぶら オススメより刺さる



## エースは購入率2倍に

企業は偶然の出会いを提供

- ハッシュタグはAIが自動で作成
- クリック率やトレンドを学習
- エースはハッシュタグで回遊を促す
- 単純なレコメンドにはうんざり

(イラストはイメージ)

#スーツケース 旅行  
#1~2泊 機内持ち込み

出会うってほしい」と話す。閲覧履歴を追われること、新たな商品と出会うこと、気持ち悪さを感じる消費者もいる。指さす。スガ導入した。これを使

ECサイトはこれまで、消費者が気に入る商品を購入したのか、商品レコメンドすること、意図や文脈までを追う。とで高い成長を遂げている。また、「今のレコメンドは一方的なレコメンドのサービスには否定的な消費者も少なくない。ある小売りのEC担当者は「レコメンド購入履歴だけを元にした経由の売り上げに限界を