フ

注目のアパレルEC支援企業

ささげ屋

『ささげ』のAI活用元年になる？

大学からの講義依頼も増加

ささげ屋（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〝ささげ業務〟を専門に行う。創業20年目を迎え、ささげのパイオニアとして多くの通販・EC事業者から支持されている。

昨年11月には日本通信販売協会（JADMA）に賛助会員として入会。業界内でのさらなる信用度アップが狙いだ。

ECが一般化し「ささげ」という業界用語が浸透する中、ここ数年で大学生や大手企業のEC従事者を対象に、ささげ業務やECビジネスの仕組みに関する講義の依頼が増えている。

昨年度は、三越伊勢丹と杉野服飾大学、ささげ屋の三者による産学連携プロジェクトを展開。杉野服飾大学のゼミ生約25人が「イセタンスタジオ」でささげ業務の実務体験を数週間に渡って実施。「ECサイトのレギュレーションを考える」をテーマに、同大学で講義も行った。

さらに、東京経済大学や青山学院大学ほか、複数の大学で年間4講義を受け持っている。

まだ社会人として働いたことがない大学生には、ECやささげ業務を詳しく教えるだけでなく、企業経営の実態や採用時に企業がどのようなことを考えているのかなど、赤裸々に話すことで学生からの反響が非常に大きいという。

同社では、「大学での講義も長い目で見れば、宣伝・PRになる」（秋山宙士社長）とし、「講義を受けた学生が卒業してファッション関連の業種に就職すれば、業務的なつながりができることもあり得るし、そのときに、ささげ業務に対する理解があれば、価格面も含めて無知による無謀な要求がなくなる」（同）と期待している。

本業のささげ業務も順調だ。同社は首都圏を中心に自社スタジオを持つほか、取引先の倉庫やオフィスにもスタジオを開設し同社のスタッフが常駐している。今年8月には東京・木場スタジオを222坪に増床する。

同社がささげ業務を請け負う通販サイト数は年間約200サイトに上る。業務に関わる作業者はほぼプロパー社員であり、どのような通販サイトのレギュレーションにも柔軟に素早く対応できる。

取引先はアパレルやファッション雑貨といった季節商材を扱う企業が多いため、商品情報をミスなく、早くサイトに掲載することで取引先からの信頼を得ている。

また、ささげ屋では「今年はささげのAI活用〝元年〟になる」（秋山社長）とし、1月にはECにおける画像生成AIの実用化に向けて、社内に対策チームを立ち上げた。カメラマンやレタッチャーなど、実務経験が豊富なメンバーがテストを重ねている。

さらに、ECで掲載する商品画像の色を正確に再現することは非常に重要だが、すべてのカットの色補正を行う工程は大きな労力を要するため、同社では大手化学メーカーによる自動色補正システムの開発に全面協力している。

「大学の講義をしていると、AIの話題になったとたんに学生たちの目がとくに輝く。確かに、ささげの一部業務もAIの導入で働き方が大きく変わるはずだ。AIが出力した提案に対して選択したり、修正・調整したりできる能力が問われるようになるだろう。つまり正しい選択や調整を行うには、実務経験が不可欠になる」（秋山社長）とする。

現状、ECでの画像生成AIは、いわゆる物撮り画像からモデル着用画像や動画、イメージ画像を生成するものが主流だ。そのため物撮りは変わらず人力に頼ることになる。

また、AIでは事実に基づかない情報を生成してしまう現象（ハルシネーション）が頻繁に起こるが、ECにおいて実物と違う商品画像はご法度だ。

服のフィット感や大きさが実際とは異なったり、元画像には写っていない部分が自動で補完されたり、あるべき柄が再現されないなど、「AIの嘘」を見抜き修正できる能力が不可欠となる。

現在、ささげ屋は大手電機メーカーともタッグを組んで複数の画像をベースにハルシネーションのない画像を生成し、動画としても利用できるようにするテストを進めている。

ささげ屋では女性のカメラマンやレタッチャーが数多く活躍している