

Amazon EC サミットにて特別対談を開催 ～ ファッション業界におけるアパレル EC のトレンドや Amazon Fashion について ～

Amazon（所在地：東京都目黒区）は、10月12日（水）に開催する「Amazon EC サミット 2022（<http://amazon-ec-summit.jp>）」において、ファッションジャーナリストで元 VOGUE JAPAN 編集長の渡辺 三津子氏、モデルの富永 愛氏、スタイリストの仙波 レナ氏をゲストにお招きし、アマゾンジャパン セラーサービス事業本部 ファッション事業部長の逢坂 嘉世とともに、「ファッション業界におけるアパレル EC のトレンドや Amazon Fashion」についてのトークセッションを行いました。この特別対談では、コロナ禍におけるファッションの変化や EC サイトに求めること、ファッションメディアの変化といったファッションに関するテーマのほか、Amazon が大切にしている多様性、公平性、包括性(Diversity, Equity, Inclusion)についてなど、さまざまな観点からご自身の経験をもとに意見が交わされました。



MC を務めたアマゾンジャパン セラーサービス事業本部 ファッション事業部長の逢坂 嘉世は以下のようにコメントしています。

「ファッション業界で長期にわたって世界的に活躍されているジャーナリストの渡辺様、モデルの富永様、スタイリストの仙波様との特別対談では、ファッションの EC サイトに対する高い期待をおうかがいすることができ、大変心強く思います。ファッションアイテムを展開する販売事業者様のさらなる事業成長のお手伝いができるよう、Amazon ではサイト上でブランドや商品を分かりやすく伝えるためのさまざまなツールやサービスなどを提供しています。ファッションの販売事業者様のニーズにお応えできるよう、引き続き、サービスの強化に取り組んでまいります」

渡辺氏、富永氏、仙波氏にご登壇いただいたトークセッション「ファッション業界におけるアパレル EC のトレンドや Amazon Fashion」の要旨は以下の通りです。

コロナ禍での洋服の買い方の変化

渡辺氏、富永氏、仙波氏ともに、ご自身の生活を振り返り、コロナ禍を経て実店舗からオンラインでの購入へと変化があったと話しました。さらに富永氏は「新型コロナウイルスが流行しはじめた当初は外出の必要がなくなり、洋服を買わなくなりました。コロナ禍の生活が長引く中で、気分を高め、人生を変えてくれる洋服のマジックを感じたいと思い始めると同時に、人々の生活様式にあわせてファッションの EC サイトが変革をしていると実感しました」とコメントしました。

洋服の購入において EC に求めること

コロナ禍で EC サイトを利用する機会が増えた中、洋服のオンライン購入においてはサイズや素材、カラーに加え、ブランドストーリーが分かりやすく伝えられていることが重要であるとの考えが示されました。サイズの確認に関しては返品できることが重要であるという話の中で、Amazon プライム会員向けの試着サービス「Prime Try Before You Buy」が紹介されました。

コロナ禍におけるファッションメディアの変化

ファッションジャーナリストとして活躍されている渡辺氏はコロナ禍におけるファッションメディアの変化について次のようにコメントしています。

「ファッションメディアは、時間をかけて雰囲気を楽しむことができる雑誌での展開と、デジタル技術の浸透によりスピーディーに情報が得られるウェブサイトでの展開と、それぞれの良さを組み合わせて相互連携する傾向になっています。またウェブサイトでの運営においては、読者の皆様が欲しいと思う商品を EC サイトですぐに購入できるというような選択肢が増えていきます」

多様性、公平性、包括性

トークセッションの最後には、Amazon が大切に考える多様性、公平性、包括性(Diversity, Equity, Inclusion)をテーマに、女性の活躍や子育てと仕事の両立などについてそれぞれの経験を話し合いました。渡辺氏は「女性の皆様にはリーダーシップをとることを恐れず、どんどんチャレンジしてほしい」と述べました。また、富永氏は世界で活躍を続けることについて、「継続は大切であると同時に大変ではありますが、私は体力の変化を認識しながら、健康管理の仕方や必要なトレーニングについて常に試行錯誤しています」と話しました。

なお、Amazon では国籍や性別だけではなく、社員のスキルや経験、視野、文化的な背景の多様性(Diversity)を尊重し、また、社員の成長や昇進の機会の公平性(Equity)を基本としています。そして、社員が自分の価値を実感し、周囲と繋がって信頼関係を築き、十分に情報が得られる包括性(Inclusion)が尊重された職場環境であることを重視しています。Amazon ではこの3つは一体となっているので、DEIと呼んでいます。

トークセッションを終えた渡辺氏、富永氏、仙波氏のコメント

渡辺氏のコメント:

「急な要件でトラックパンツが明日までに必要になった際、Amazon Fashion を利用したことがあります。今回のトークセッションでは、EC サイトと自分自身の生活、そして EC のより有効な活用方法を考える大きなきっかけとなりました。女性の社会での活躍については公の場でお話する機会がまだまだ少ないので、こうした機会がさらに増えることを期待したいです」

富永氏のコメント:

「Amazon Fashion が提供する試着サービスはとても良いサービスなので、今後、ぜひ使ってみたいと思います。そしてこの機会に Amazon Fashion で展開されているラインナップも確認したいと思います」

仙波氏のコメント:

「コロナ禍になってから、私自身、仕事とプライベートの双方で EC サイトを活用する機会が増えました。私や(渡辺)三津子さんのように、これまで EC サイトでファッションアイテムを購入する機会が限られていた人たちが生活様式の変化を受けて短期間のうちに行動に変化が起こったということを改めて実感しました。そして、EC サイトの技術が急速に進化していると思います。今後、若い世代の新しい意見が反映されてさらにファッションの EC サイトが進化していくのだろうと考えるととても楽しみです」



左から
アマゾンジャパン セラーサービス事業本部
ファッション事業部長 逢坂 嘉世
ファッションジャーナリスト 渡辺 三津子氏
モデル 富永 愛氏
スタイリストの仙波 レナ氏



左から
ファッションジャーナリスト 渡辺 三津子氏
モデル 富永 愛氏
スタイリストの仙波 レナ氏

Amazon について

Amazon は 4 つの理念を指針としています。お客様を起点にすること、創造への情熱、優れた運営へのこだわり、そして長期的な発想です。Amazon は、地球上で最もお客様を大切にしている企業、そして地球上で最高の雇用主となり、地球上で最も安全な職場を提供することを目指しています。カスタマーレビュー、1-Click 注文、パーソナライズされたおすすめ商品機能、Amazon プライム、フルフィルメント by Amazon (FBA)、アマゾン ウェブ サービス (AWS)、Kindle ダイレクト・パブリッシング、Kindle、Career Choice、Fire タブレット、Fire TV、Amazon Echo、Alexa、Just Walk Out technology、Amazon Studios、気候変動対策に関する誓約 (The Climate Pledge) などは、Amazon が先駆けて提供している商品やサービス、取り組みです。Amazon について詳しくは Amazon Newsroom (<http://amazon-press.jp>) および Amazon ブログ (<http://blog.aboutamazon.jp>) から。