

# Net Communication

## 優秀サイトはナノ・ユニバース、ベイクルーズ

### ブランド・小売り、ITベンダーが選んだ「第2回ファッションECアワード」

織研新聞社は、自社ECサイトの構築・運用で優秀・注目されるファッション直営ECサイトと、サイトへの集客・売り上げ増・効率運営を支援するITサポート企業を表彰する「第2回ファッションECアワード」を選んだ。3部門賞のうち、エクセレント（優秀）賞に「ナノ・ユニバース」（ナノ・ユニバース）、「ベイクルーズストア」（ベイクルーズ）、フォーカス（注目）賞に「イーザッカマニアストアーズ」（ズーティ）、「ハコ！」（フェリシモ）、サポート（支援）賞に「スタッフスタート」（パニッシュ・スタンダード）、「フルカイトン」（フルカイトン=旧ハモンズ）が選ばれた。

同賞は18年にスタートした。ファッション小売り・ブランド、商業施設、ITベンダーを対象に「優秀と考えるECサイト」「注目するECサイト」「効果の高いECサポートサービス」「注目のECサポートサービス」の四つの質問から、アンケートに多数書き込まれた直営ECサイトとEC支援サービスを選んだ。

エクセレント賞には、ナノ・ユニバースとベイクルーズストアが選ばれた。



ナノ・ユニバース

ナノ・ユニバースは2年連続受賞。店舗とECでファンに併用してもらおう戦略を強化しながら、サイトとアプリで常に



ベイクルーズストア

新しいUI・UXに挑戦している点が高評価だった。アンケートでは「常に新しいデザインを追求」「フロントデザイン・コンテンツの洗練度」「顧客目線のサービス」が挙がった。

ベイクルーズストアは早くから自社EC中心の事業構造、オムニチャネル推進を最重要戦略とし、現在はリアルタイムに顧客を理解し、価値ある購買体験を実現する「ユニファイドコマース」を目指している。推薦コメントは「コンテンツの量と質、商品でも差別化されている」「店舗在庫確認、取り置き、セールの返品、返品送料無料で買いやすい環境を整えている」が挙がった。

フォーカス賞には、イーザッカマニアストアーズとハコ！が選ばれた。

イーザッカマニアストアーズは99年からスタートし、02年に「テンション高めの女子を作る」を理念に、20~40代前半の女性へ、神戸のセレクトショップが女の子にうれしいファッションスタイルを表現してくれる通販形態を取っている。実店舗との関係性を重視した運営で、立ち上げから売上高は前年比10%増ペースを継続する。「コンテンツが面白く、商品が分かりやすい」という評価が目立った。

ハコ！は、15年9月にカタログ事業か

### フォーカス賞イーザッカマニア、ハコ！



イーザッカマニアストアーズ

ら分離。読者に寄り添う「ファッションEC」として、情熱と情緒、が独自の強み。例えば「沖縄離島巡り、うーんっと楽しめる3泊4日の旅」と具体的に伝わる言葉を大切に、手書き文字使いも多い。会員数は未公表だが、スタート時の約5倍と支持が広がる。各社が注目しているのは「コンテンツ開発力」だ。