

タイトル

今のECは、そのまま。AIとの対話から「もうひとつの売り場」をつくる『La Session』とは
サブタイトル

商品のことを話すところから始まり、作り手の想いや商品の魅力を商品ページ・画像・動画・SNSへ。La Session の仕組みと使い方を解説

La Session とは？

La Session（ラ・セッション）は、現在利用しているECやWebサイトを活かしながら、商品の魅力や作り手の想いをAIとの対話を通して整理し、新しい販売・顧客接点をつくるECプラットフォームです。

今あるECを置き換えるのではなく、商品と新しいお客様との出会いをつくる**「もうひとつの売り場」**を加える。

それが、La Session の基本的な考え方です。

商品登録の出発点も、完成された商品説明文ではありません。

「なぜ、この商品を作ったのか」

「どこにこだわったのか」

「誰に届けたいのか」

作り手自身の言葉を、AIとの対話を通して整理するところから始まります。

▶40秒でわかる「La Session」

<https://youtube.com/shorts/kyJ0ipzp-Mc>

なぜ「もうひとつの売り場」が必要なのか？

EC や Web を使えば、商品を全国のお客様へ販売できる時代になりました。

一方で、商品をオンラインに掲載することと、その商品の魅力を伝え、見つけてもらうことは同じではありません。

商品を販売していくためには、

- 商品ページをつくる
- 商品の魅力を文章にする
- 画像を用意する
- LP をつくる
- SNS で情報を発信する
- 商品を紹介する動画をつくる

など、「商品をつくること」とは別の仕事も必要になります。

商品には自信がある。

でも、

「商品の良さを、どう伝えればいいのか分からない」

「販売するためのコンテンツづくりまで手が回らない」

そんな事業者の課題に対して、La Session は AI を活用しながら、新しい売り場づくりを支援します。

La Session の商品登録は、何から始まる？

La Session では、最初から完成された商品紹介文を用意することから始まりません。

AI との対話を通して、商品について教えてください。

例えば、

「この商品を作ろうと思ったきっかけは何ですか？」

「どんなところにこだわりましたか？」

「どんな人に届けたい商品ですか？」

「この商品だからこそ伝えたいことは何ですか？」

こうした対話から、商品を一番よく知る作り手自身の言葉を引き出し、商品の特徴だけでなく、その背景にある想いやストーリーまで整理していきます。

AI が商品の魅力を勝手に決めるのではありません。

商品のことを一番よく知っているのは、AI ではなく作り手です。

La Session では、**作り手の言葉がすべての出発点**になります。

La Session
A new way to sell.

ひとつの「想い」が、売り場へつながる。

商品に、まだ見ぬ出会いを。

話すだけで、AIが整理し、伝えるコンテンツをつくり、新しいお客様との出会いを生み出します。



話す → 整理する → 伝える → 売り場へ

作り手の言葉

↓

AI との対話

↓

商品の魅力・ストーリーを整理

↓

商品ページ・画像・動画・SNS

↓

新しいお客様との接点

AI は、何をしてくれるのか？

AI との対話で整理した商品の特徴やストーリーは、商品を伝えるためのさまざまなコンテンツづくりにつなげていきます。

商品ページ・LP をはじめ、商品紹介の文章、画像、動画、SNS 投稿など、商品の魅力を伝えるための販促コンテンツづくりを AI が支援します。

例えば、作り手が、

「この商品は、家族が抱えていた悩みをきっかけに開発しました」

と話したとします。

そこには、サイズや素材、価格といったスペックだけでは表現できない**「商品が生まれた理由」

**があります。

La Session では、そうした作り手だからこそ語れる情報を整理し、商品を伝えるためのコンテンツへつなげていきます。

ひとつの商品の想いから、さまざまな「伝える」へ。

それが La Session の AI 活用です。

既存の EC から乗り換える必要はある？

いいえ。今ある EC や Web サイトは、そのまま活用できます。

La Session は、現在利用している EC サイトを新しい EC サイトへ置き換えることを目的としたサービスではありません。

これまでの売り場を残しながら、

既存の EC・Web サイト + La Session

という形で、新しい販売・顧客接点を加えることができます。

また、これから Web 販売を始める事業者にとっても、商品の魅力や背景を整理しながら、新しい売り場づくりを始める選択肢になります。



今あるものは、そのまま。

もうひとつの売り場を。

既存 EC・Web サイト

+

La Session

↓

新しいお客様との接点

汎用的な生成 AI とは何が違う？

生成 AI を使って商品紹介文やキャッチコピーを作るとは、すでに可能になっています。

La Session が目指しているのは、文章を一本生成することだけではありません。

商品のことを話す

↓

AI との対話を通して商品の魅力や背景を整理する

↓

商品ページをつくる

↓

画像・動画・SNS などの販促コンテンツへ展開する

↓

商品と新しいお客様が会える売り場へつなげる

こうした一連の流れを支援することが、La Session の役割です。

そして、AI が作ったものをそのまま公開するのではなく、**最終的な内容は事業者自身が確認しながら決めていきます。**

AI が主役なのではなく、商品と作り手が主役。

AI は、その魅力を「伝わるカタチ」にするための伴走者です。

AI に詳しくなくても使える？

La Session では、複雑なプロンプトを考えることから始めるではありません。

まず必要なのは、**自分の商品について、自分の言葉で伝えることです。**

文章としてきれいにまとめることが難しくても、

「なぜ作ったのか」

「どこにこだわったのか」

「誰に使ってほしいのか」

といったことは、商品をつくった人だからこそ話せます。

La Session は、そうした作り手の言葉を AI との対話を通して整理し、商品を伝えるための材料へ変えていきます。

La Session は、どんな事業者に向いている？

例えば、次のような事業者です。

商品には自信があるが、その魅力をうまく文章にできない。

EC サイトはあるが、商品をもっと多くのお客様へ知ってもらいたい。

商品ページだけでなく、画像・動画・SNS などの販促コンテンツづくりにも取り組みたい。

現在の EC や Web サイトを活かしながら、新しい販売・顧客接点をつくりたい。

これから Web 販売を始めたいが、商品の魅力をどう伝えるか整理するところから始めたい。

La Session は、こうした事業者と一緒に、商品とお客様との新しい出会いをつくっていきます。

La Session はどう使う？

基本となる考え方は、3つのステップです。

STEP 1 | 話す

AI との対話を通して、商品のことを伝えます。

「なぜ作ったのか」

「どこにこだわったのか」

「誰に届けたいのか」

まずは、作り手自身の言葉から始めます。

STEP 2 | 整理・確認する

対話した内容をもとに、AI が商品の特徴や背景、作り手の想いを整理します。

整理された内容を事業者自身が確認しながら、商品を伝えるための情報へ整えていきます。

STEP 3 | 伝える・広げる

整理された情報を、商品ページをはじめ、画像・動画・SNS などの販促コンテンツづくりにつなげます。

話す。整理する。伝える。

作り手の言葉から、新しい売り場づくりが始まります。

生成 AI 時代に、商品の「情報」はどう変わる？

生成 AI の普及によって、商品との出会い方にも変化が生まれています。

日経 BP が 2026 年 4 月に発表した「買い物における生成 AI の利用実態調査」では、20～50 代 1 万人を対象とした事前調査で、生成 AI を現在利用している人は 48.3%。

さらに、生成 AI 利用者 4,830 人のうち、**62.5%が商品・サービスの情報収集や選定に生成 AI を利用している**ことが分かりました。

また、買い物時に生成 AI を利用している人を対象とした調査では、**66.2%が生成 AI からの推奨・提案を参考にすると**回答しています。

一方で、生成 AI から提案を受けた後、検索エンジンや比較・口コミサイトなど、**他の情報源でも確認する人は約 9 割**にのぼりました。

日経クロストrendでは、こうした生成 AI 時代の購買行動を、

Ask（相談・質問）

↓

Interest（興味）

↓

Confirm / Check（確認）

↓

Action（購買）

↓

Share（共有）

という新しい購買行動モデル**「AICAS」**として整理しています。

つまり、これからの商品販売では、価格・サイズ・素材・機能といった基本情報に加えて、

「なぜ、この商品を作ったのか」

「誰のための商品なのか」

「何にこだわったのか」

といった商品の背景まで、分かりやすく整理して伝えることが、より重要になっていくと La Session は考えています。

人にも伝わる。

AI にも理解されやすい。

La Session は、作り手との対話を通して商品の魅力や背景を整理し、商品と新しいお客様との出会いにつながる情報づくりを支援します。

出典：株式会社日経 BP「日経クロストrend、AI 時代の新たな消費者購買行動モデル『AICAS』を提唱」（2026 年 4 月 15 日）

[調査・発表を見る](#)

あなたの商品には、まだ伝えていない物語がありませんか？

価格。

サイズ。

素材。

機能。

商品を販売するために、どれも大切な情報です。

でも、その商品をつくった人だからこそ語れることがあります。

「なぜ、この商品を作ったのか」

「なぜ、そこにこだわったのか」

「誰に届けたいのか」

その言葉もまた、その商品だけが持っている大切な情報です。

La Session は、作り手の言葉を AI と一緒に整理し、商品と新しいお客様との出会いにつなげていきます。

A promotional graphic for La Session. At the top center is the logo 'La Session' with a stylized 'L' and 'S' in blue and red, followed by the tagline 'A new way to sell.' Below the logo, the main text reads 'あなたの商品には、まだ出会っていないお客様がいます。' (There are customers you haven't met yet for your products). Underneath this, a smaller line of text states 'La Sessionは、人とAIが一緒につくる、新しい売り場のカタチを提案していきます。' (La Session, with people and AI together, proposes new shapes of selling venues). The graphic features a central image of an open window looking out onto a sunset over a body of water. To the left and right of the window are several product cards: 'スキンケア' (Skincare) with a bottle, '工芸品' (Crafts) with a bowl, 'フード' (Food) with a plate, 'ファッション' (Fashion) with a bag, and 'インテリア' (Interior) with a lamp. At the bottom, there are four circular icons with corresponding text: 'つくり手の想いをAIがカタチに' (AI gives shape to the creator's thoughts), '価値が伝わる売り場をつくる' (Creating a selling venue where value is conveyed), '新しいお客様との出会いをつくる' (Creating new encounters with customers), and '売上の成長を仕組みで支える' (Supporting sales growth with a system). The background is a soft, ethereal blend of blue and pink waves.

あなたの商品には、

まだ出会っていないお客様がいます。

La Session は、人と AI が一緒につくる、

新しい売り場のカタチを提案していきます。

La Session

A new way to sell.

サービス概要

サービス名： La Session（ラ・セッション）

サービス内容： AI を活用した EC・販売支援プラットフォーム

提供開始： 2026 年 9 月

対象： 既存 EC・自社 EC 等を運営する事業者／これから Web 販売を始める事業者

主な提供内容： AI との対話による商品情報・ストーリー整理、商品ページ・LP 制作支援、画像・動画・SNS 等の販促コンテンツ制作支援

公式サイト： [La Session 公式サイト](#)

会社概要

会社名： 株式会社エスアイシーコーポレーション

代表者： 山本 溪

所在地： 大阪市中央区南船場 3-3-26 大阪ジュエリービル

事業内容： コンサルティング

URL： [株式会社エスアイシーコーポレーション](#)

本件に関するお問い合わせ

会社名： 株式会社イールドメディアオンライン

担当者： 橋口達夫

E-mail： thashiguchi@yieldmediaonline.com