

ジャパンムーブ

和

きもの小売店のウェブ活用やECが本格化

顧客とのコミュニケーションなども充実

きもの小売店のウェブ活用やECが本格化しつつある。きものは洋服と比べて価格が高いため「ECには不向き」と言われてきたが、仕入れの工夫による価格の抑制やカジュアルな普段着のきもの、小物など手取りやすい価格帯中心の品揃えを実現。同時にウェブを活用した発信や顧客とのコミュニケーションなども充実してきている。

利益重視と文化発信

和装のECサイトで売りの上げトップを走る京都きもの市場(田中敬次郎代表取締役社長)サイトを軸に、近年は主に全国展開する展示販売会の売り上げを伸ばして収益を上げてきた。しかし、コロナ禍で販売会の回数が減り、20年7月期は大幅な減収。ECの売り上げも着用機会減少から大きく伸び悩んできた。ECの減少からくる買い控えなどがあつたものの、「自宅でも過ごす時間が増えたこと」で新しい顧客も増えた。そのため、大きな変動はない。

ECでは産地や有力メーカーなどの商品や、作家物など価値が一般的に認められた商品が主力。明確化された支払いや回転率の高さを背景に仕入れ先と良好な関係を築き、品揃えの充実と鮮度、価格面での優位性を確保。また、15年から銀座を皮切りに店舗も展開し、現在は3店舗。「実際に商品を見たい」という声に対応し、当初はネットと同じ商品と同じ価格で販売するスタイルを開始。採算面から内容を見直し、付加価値の高い高単価の品揃えも充実させてきた。そうすることで顧客の満足度も高まり、利益も改善してきている。

店舗とEC連携の仕組み作りが課題

保。こうした努力でユーザーの満足度が高くリピート率も高い。また、15年から銀座を皮切りに店舗も展開し、現在は3店舗。「実際に商品を見たい」という声に対応し、当初はネットと同じ商品と同じ価格で販売するスタイルを開始。採算面から内容を見直し、付加価値の高い高単価の品揃えも充実させてきた。そうすることで顧客の満足度も高まり、利益も改善してきている。



やまとオンラインストア



大塚呉服店ウェブサイト

三松は販売を伴う自社サイトを16年に立ち上げたほか、ソノタウンや楽天、ヤフーなどに合計で8サイトを展開。ブランド認知度の向上を狙う戦略だ。昨年度のEC全体の売り上げは約4割減と大きかった。和装では小物を除くと振袖とゆかたなど着る機会やシーズンが限定されたアイテムが主力だったため、人の集まる機会が極端に減った。きもの

今更の課題としては、店舗とECが一体となって連携する仕組み作りを挙げる。顧客情報などを共有することで、より満足度の高いサービスを提供する狙い。また、多様化する顧客のニーズにこたえるコーディネート提案など、さらなる接客のレベルアップにも取り組んでいく構えだ。

大塚呉服店は19年春に「大塚呉服店ウェブサイト」を開発。本格的な始動は翌20年からの新たなサイトだ。同社は従来の店舗に加え、主要百貨店や期間限定店も展開してきたことから顧客は全国規模、特に新宿に出店していた頃の顧客や、関西圏でも店舗から遠方の顧客などからのニーズに対応して開設した。顧客は普段からきものを着ているユーザーが中心だ。

LINE相談窓口設置



は反物販売が中心のため高単価となり難しさがあるという。ウェブの活用では一般的な広告に加え、近年はSEO(検索エンジン最適化)対策にも注力している。コロナ以降の変化では、昨年11月に自社のオンラインストアでライブコマースの「ライブストア」の運用を開始。対面販売に制限がある状況が続く中で、SNSやメルマガの強化などウェブを活用したプロモーション・マーケティングを強化する。

通常のECではサイトに掲載したものがすべてになってしまいが、ライブストアならこれまで注力してきた店舗スタッフのコーディネート力を生かせる上、在庫も見せられ、リアルタイムに反応が返ってくる。訴求力が高く、店への問い合わせなども増え、実際に来店する例も増えているという。

購買年齢層は20、60代で、構成比はほぼ横並び。ECを利用している顧客の約3割は店舗での利用もあり、ブランドを認知した上でECにつながっている。冬は各コレクションで発表した新商品を中心に、SNSや店舗での露出が多いアイテムが動く傾向にある。平均客単価は約2万5300円前後。

顧客とのコミュニケーションでは、従来の電話やメールでの問い合わせに加え、LINE相談窓口を設置しウェブを活用したコミュニケーションを強化。今後はチャットボットの導入も検討している。問い合わせに対しては、店舗接客経験のある専属スタッフが顧客に寄り添った丁寧な対応を心掛けている。

4月に2回目を開催した「大阪キモノめーかんとぼっく」が加速したことから、売り場を失うのではという危機感を強め、観客から開催自体も危ぶまれる

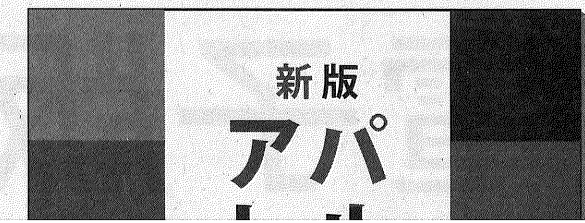
ロनावイルスの感染拡大防止の観点から開催自体も危ぶまれる

ば何でもあり、の精神が根付く。りますし、呉服売り場や催事場土地柄も味方になったと思いま

古典をモダンに表現した「シル

最新の情報、的確な基本書

ねてきたロングセラーの



- 第1章 アパレル素材とは
繊維からアパレルへ、繊維の分類、アパレル用繊維の性質
- 第2章 天然繊維
植物繊維、動物繊維
- 第3章 化学繊維
再生繊維、半合成繊維、合成繊維、改良化学繊維
- 第4章 糸
糸の種類、糸の太さの表示、糸の撚り加工
- 第5章 織物