

着物をECで販売

ジャパンスタイル

コーディネート提案重視で訴求

着物や帯をECで販売するジャパンスタイル(本社東京都、熊切雄三社長)は7月から、コーディネートを中心を紹介する着物のECサイトを展開している。コーディネートを提示することで、着物の初心者や若い年齢層の顧客に訴求。メーカーや問屋から仕入れた着物や帯など約200

を持ってもらう(熊切社長)ことを意識したECサイトにした。商品はコーディネートを中心を紹介。男性、女性、子ども用の着物



ECサイト「KIMONDOU.jp」

や帯、和装小物を展開しており、季節やテーマごとにそれらを組み合わせた約70種類のスタイルを提案している。

ユーザー自

種類を取り扱う。サイト名は、「KIMONDOU.jp」(キモンドウ)。「ピジュアルを楽しんでもらいながら着物に興味

身がコーディネートできる機能も設けた。商品の価格帯は5万〜10万円。

着物初心者向けのコンテンツも充実。着物

に関する用語などの基本知識、着方、手入れ方法を動画やメルマガを利用しながら提供している。

海外での認知度を高めるためにフェイスブックも利用。自社で企画する、浴衣や着物を着て参加するイベントなどの情報も公開し、日本文化を広く伝えていく。

「キモンドウ」はジャパンスタイルの2つ目となる着物の販売サイト。着物になじみがある顧客向けには「帯や」というサイトを開設している。帯の仕立て代や送料は無料。商品の価格帯は3万〜30万円。

情報収集からつながりの深化へ

ジャパンスタイル

熊切雄三社長



フェイスブックやツイッターなどSNSでのつながりは、電話と同じように、コミュニケーション

ションツールとして欠かせないものになってきました。情報を収集するだけでなく、情報を共有することでより相手を理解しつながら深めていく。インターネットの存在価値はさらに高くなっていると思います。

着物のECを展開するジャパンスタイル。ITを利用して日本文化の発信、継承に努めている。学生時代にITベンチャーを立ち上げて以来、様々なサービスを提供してきた熊切社長は、今後のネットの可能性についてこんな風に話した。

SNSの発達で、ネット上でのつながりによる初めて商品を買うケースがよりリアルに起ってくると思います。さらに技術が進むにつれてネットの世界にも秩序が作られ、信用性が高まってきていると感じます。海外で流行しているサービスもどんどん日本に入ってきています。動画や3Dなど、情報伝達の量、手段の質が変わってくると思います。

9月2日、東京都豊田区で