

# HushTug



## 起ち上げのきっかけはモンゴルの社会問題

モンゴルレザーを使ったシンプルで上質なバッグを製造・販売するHushTug（ハッシュタグ）。2019年3月末にShopifyを使ったECサイトをオープンし、約1年で月商1000万円に迫る急成長中のブランドです。HushTugを運営するラズホールディングスの代表取締役・戸田貴久さんは、2017年にモンゴルに単身移住しました。

ビジネスをはじめたきっかけは、首都ウランバートルのひどい大気汚染のもと、多くの友人が流産し、小さな命を失っている現状を知ったことです。この国のために自分ができることはないかと戸田さんは考えました。

その手段としてたどり着いたのがモンゴルレザーです。大自然で育った牛の革は耐久性が高く、高級ドイツ車の内装に使用されるなど、世界に輸出されています。

ところがモンゴル国内には、そのクオリティを活かせる人、技術、設備がなく、産業化できていません。そこで戸田さんは、質の良いレザー製品を作って販売し、雇用を生み出し、技術を持つ人材を育てて、社会問題を解決していこうと考えたのです。

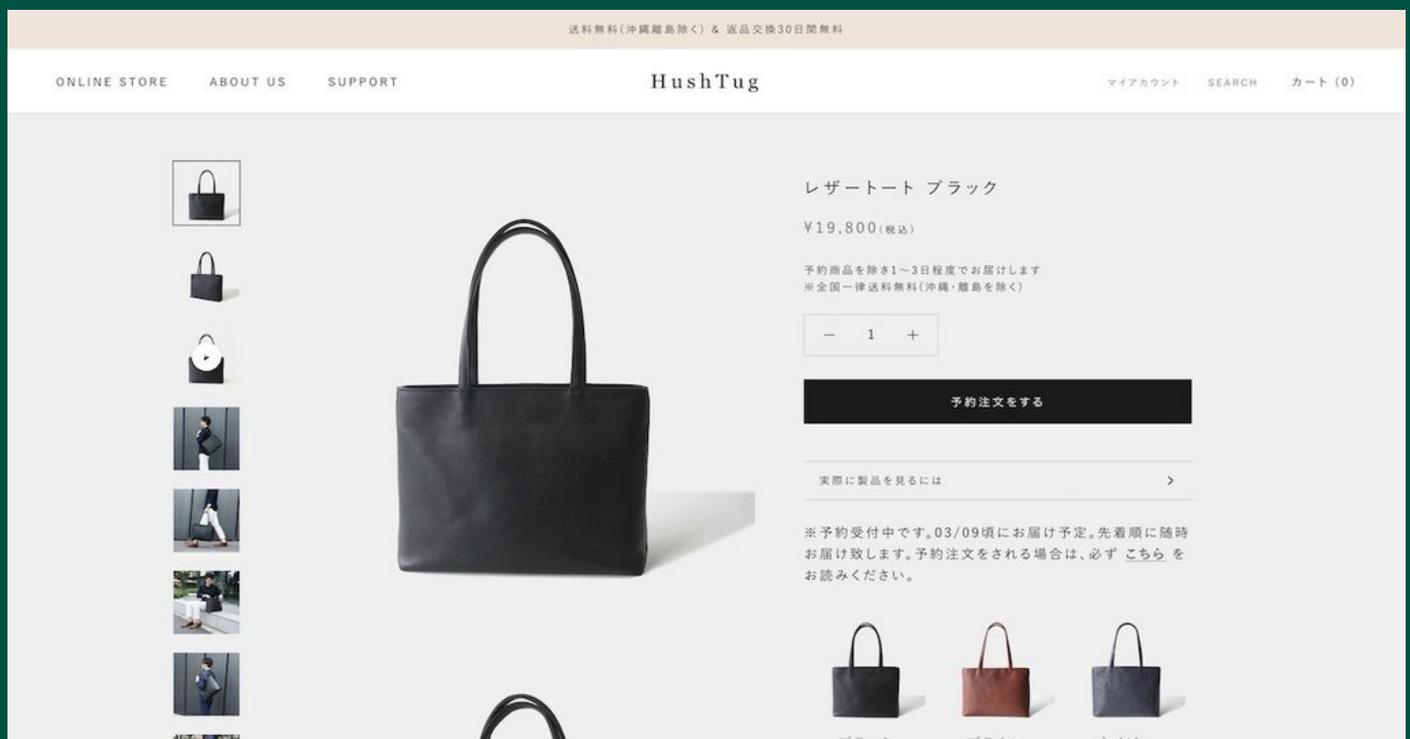
## 地道なマーケティングでターゲット層を獲得

ブランドを起ち上げた戸田さんは、ともに挑戦してくれる職人や仲間を集めながら、1年かけて納得のいくクオリティのバッグを完成させ、ECストア開設にこぎつきました。しかしここで資金がつかまじ、倒産の危機に直面。戸田さんはクラウドファンディングでの資金調達やアフィリエイトマーケティングに全力を注ぎ始めます。

クラウドファンディングでは1ヶ月かけて文章や画像を作り込み、3回で470万円以上を調達。アフィリエイトでも、個人メディアに営業をかけて地道に販路を拡大し、成長の起爆剤となりました。

HushTugのシンプルで使いやすいデザインと高い耐久性、手頃な価格設定も想定ユーザーにぴたりとはまりました。製品の購入が社会貢献につながることを意識するユーザーも多く、売上は右肩上がりに伸びています。

今後は日本での実店舗の展開のほか、モンゴルでの皮なめし工場買収など、上流工程への進出も検討しているHushTug。「製造から販売まで一連の流れをコントロールして、モンゴルに産業を創る」という、未知の領域を開拓しようとしています。



## Shopifyは入金サイクルが早く機能も十分

HushTugがECサイト開設を計画していた当初は、ビジネスを大きくスケールするために自前での製作を選択していました。ところがサイトオープンの直前、開発を依頼していた現地のエンジニアから「家庭の事情で完成は無理」との連絡が。この窮地を救ったのがShopifyでした。

「使ってみると便利で機能的だし、入金サイクルは早いし、何も問題がない。無駄な開発費をかけずに最初からそうすればよかったと落ち込みました。とくに入金がこれだけ早いところは他にありません。決済手数料が安い点もメリットですが、入金サイクルだけでShopify一択でした」

なお物流事業者は、送料を代表とする各種の料金が明朗会計で非常に安く、商品1個から入庫～保管～出庫の利用が可能で、Shopifyとも連携しているオープンロジを選定しています。

## レビューアプリでCVRがアップ

HushTugの売上を牽引するShopifyアプリの紹介：

- Product Reviews：各商品ページにレビューを掲載できるアプリ
- Klaviyo：本格的なメールマーケティングなどのマーケティングオートメーション（MA）ができるアプリ
- Lucky Orange：ユーザー行動分析アプリ

戸田さんはさまざまなアプリを入れては試行錯誤を繰り返して、自分たちにとって効果的なものにとどりつきました。

「この3つは実際に使ってみて本当によかったと思います。とくに無料の『Product Reviews』は効果絶大で、明らかにコンバージョンが上がりました。お客様はこんなにもレビューを読んでいるんだということもよくわかりました」

モンゴルの社会問題の解決に尽力したいというまっすぐな思いから生まれたブランドは、Shopifyの機能と拡張性を駆使しながら、さらなる成長を見据えています。

### 【会社概要】

会社名：ラズホールディングス株式会社

代表取締役：戸田 貴久

設立：2015年1月9日

