

amirisu



雑誌からスタートして事業を拡大

海外の手染めの毛糸などを扱うECサイトと実店舗の運営、編み物に特化した雑誌の発行を通じて、国内外に編み物文化や編み物グッズを届けるamirisu。ブランドのはじまりは、現在共同で代表取締役を務める落合徳子さんと田中芽理さんが、2012年に編み物雑誌「amirisu」を創刊したことです。

最初の創刊目的は、自分たちが着たいと思うおしゃれな編み物を紹介したいという気持ちからでした。日本のものとは異なる海外の編み図を使っていたことから、海外向けを意識して英語版と日本語版を用意。ネットで閲覧できるオンライン冊子としてスタートしましたが、国内外から大きな反響を集め、2014年からは年に2回の印刷物として販売するようになりました。

さらに2014年には、海外の編み物グッズを販売する場として、オンラインストアと京都の実店舗「WALNUT」を同時オープン。2014年にはamirisu株式会社を設立し、東京に二店舗目を出店しました。

雑誌や店舗での体験を通じてファンを増やす

amirisuは雑誌などの卸販売も行っていますが、売上全体では個人向けが9割、そのうち7割がEC経由です。Shopifyで構築したECサイトでは多言語アプリを活用し、海外からの注文にも対応しています。

雑誌は世界24か国の約150店舗で販売されています。単体では大きな利益は出ませんが、実店舗やECを訪れるファンを増やしたり、海外と取引するうえでの信用力を高めたりといった副次的な効果が大きいと言えます。

実店舗では、編み物体験イベントや教室を開催するなど、より多くの人に編み物の魅力を知ってもらうための活動も行っています。

「今まで、編み物を通じてみなさんとコミュニケーションできる場を作ってきましたが、今後はさらにそれを増やし、たくさんの人と編み物を通じて楽しい体験を共有できたらと思っています」



複雑なEC運営をアプリがサポート

多種多様な商材を扱い、国内外でBtoCとBtoBを展開するなど、amirisuの複雑なEC運営をサポートするShopifyアプリを紹介します。

Locksmith：高度なアクセス制限ができるアプリ

Bespoke Shipping：カスタマイズができる配送アプリ

Locksmithは有料会員だけに別の商品やブログなどのコンテンツを見せることに役立っています。

Bespoke Shippingでは、複雑な送料設定が可能になりました。amirisuでは価格や重さではなく、商品の種類ごとに発送方法を設定しています。また複数まとめて購入した場合に、別の送料クラスへの変更もできるようになっています。

複雑なカテゴリ分けをShopifyで解決

amirisuはEC開設後、様々なプラットフォームを模索しました。英語が堪能な田中さんが海外のサービスも探した結果、Shopifyを導入することになります。

「扱う商品の色や種類が多く複雑なので、カテゴリ分けがとても重要なんです。他のシステムではうまくできなかったんです。いちばんすんなりできたのがShopifyで、それが一番の決め手になりました」

現在はShopify Plusを利用しています。Shopifyを導入した当時、大きな労力がかかっていた店頭とECの在庫の一元管理も、「Shopify POS」アプリで解決しました。なお現在は、在庫管理機能を強化するため、オンライン在庫管理サービス「TradeGecko」を導入しています。

またShopify Plusでは合計10ストアまで立ち上げることができるので、海外向けに雑誌や日本の手芸雑貨のBtoBの卸販売も行っています。

【会社概要】

会社名：amirisu株式会社

代表取締役：田中芽理 落合徳子

設立：2014年

