

New York Report

September 2019

CONTENTS

* Project 1: Mejuri

1. Mejuri

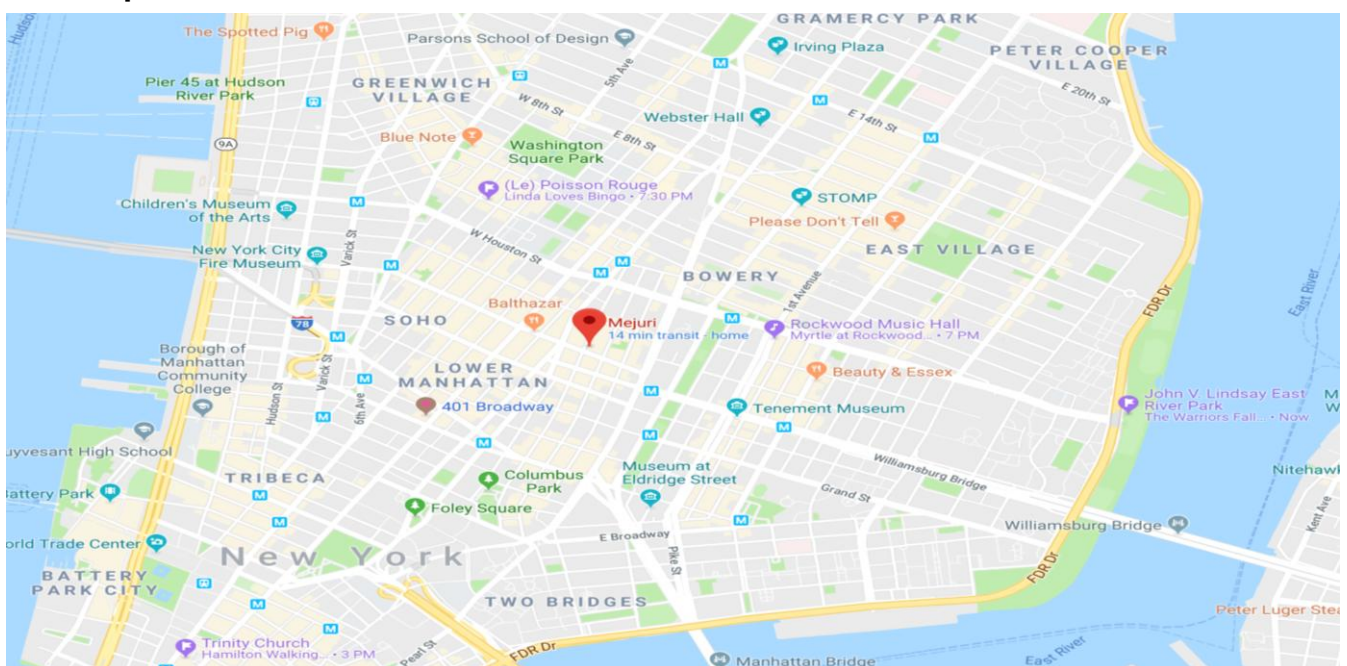
Project Overview

カナダ発のジュエリーブランド Mejuri は、14K やシルバーなどのプレシャスメタルを使用しながらも、「親しみやすく楽しい」がコンセプト。仲介を介さず材料を購入しているので、ファインジュエリーでありながら値段は 100 ドル前後がボリュームゾーンと抑えめ。トロントで 2015 年に創業した同ブランドは、E コマースでの販売をベースに 2017 年～18 年には 400% 売り上げをアップ、急速な成長が話題になっている。2018 年にトロントにストア（ショールーム）をオープンし、同年末にはニューヨークのノリータに同じくショールームスタイルのショップをオープンした。通常のジュエリースタアがカップルの来店が多いの対し、80% が女性単独または女性同士の来店だという。ジュエリーは、あえてケースに入れず、立ったままでも見やすく手に取りやすい高い位置にカウンターを設定している。じっくり見るというより、色々なコーナーを買い回りできるシステムだ。またラウンジコーナーや試着コーナーなども「インスタ映え」を念頭においたキャッチーなデザインとなっている。店内の広さに対して、多めに配置された店員の接客を受け、購入を決定し、WEB サイトでの決済が終了すると、24 時間以内に商品が自宅に届くというシステム。店頭在庫がないことから管理に費用がかからず、また顧客にとっては、商品に触れる機会となるこの Experiential Store (体験型ストア) は、新しいリテールの形としてアメリカで増加の傾向にある。

Project Details

1. Mejuri
2. Jewelry Experiential Store
3. Open Date: 2018 年 12 月
4. Location: Nolita, Manhattan
5. Target Customer: 16-45 Women
6. Website: <https://mejuri.com/irl/new-york>

Location Map

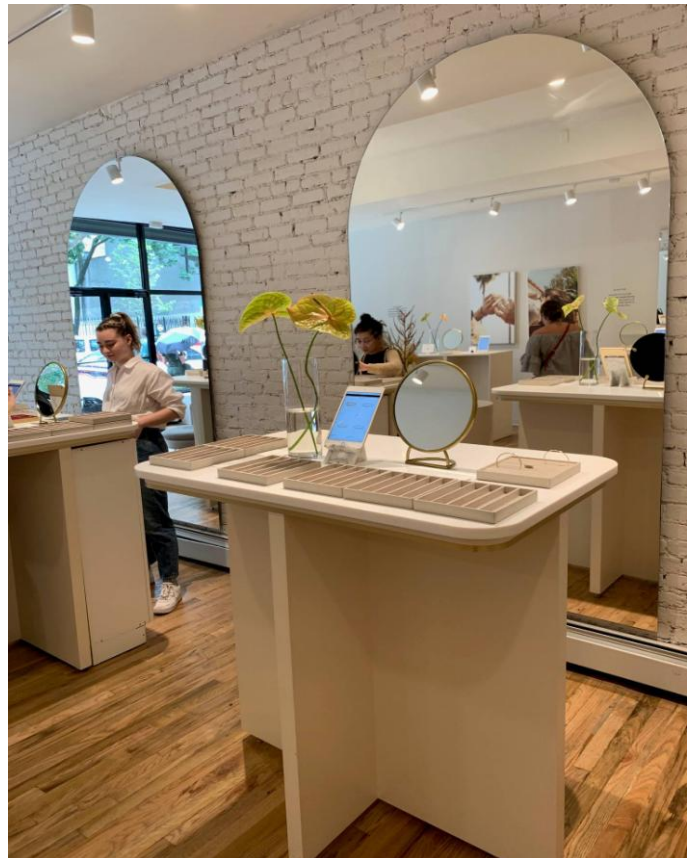




カテゴリーごとにカウンターが分かれてて自由に買いまわることができる。アイルも広めにとっている。



じっくり試着できるシーティングコーナー



壁全面に全身鏡を配置している



ガラスケースに入れず、顧客が気軽に手に取れるディスプレイ



平日の午後でも、店内には10人を超える女性客が来店している