

スクラップ&ビルド進める

サンエー インター 前期204店舗を退店

(C)日本繊維新聞
2009/09/02 1面

サンエー・インターナショナルは百貨店ブランドを中心に不採算店舗の撤退を進め、09年8月期の通期退店数は204店舗と計画(118店舗)を前倒しに実行。一方で都市型SC(ショッピングセンター)を中心に新ブランド、業態の展開を積極化し、今秋は自社ブランドのセレクト業態「フレードレックス」の旗艦店を1日、六本木ヒルズに開設したほか、グループ会社の「フリースマート」1号店は6日にラゾーナ川崎に開設する。

強みを生かす事業展開を進める。主力の百貨店が伸び悩み、前期の退店204店舗のほぼ4分の3は百貨店。百貨店の集客力低下が指摘されるが、「売上げが落ちても利益を上げていく構造へ百貨店とも新たな取り組みを進めていく」(三宅孝彦社長)。

9月1日の機構改革では、事業本部をストアビジネス、ブランドビジネスの両事業本部に分割しブランドのグループینگを見直した。百貨店販路は08年8月期連結で売上げの62%、粗利の50%と主販路の位置付けは変わらないが、体質強化で中身の収益性を重視。集客が見込める都市型SC

やネットなど無店舗販売で成長戦略を促進する。前期に立ち上げた新ブランド、業態はこれら強化する都市型SCを中心に積極策を講じる。エレガンス系自社ブランドミックスの「フレードレックス」は百貨店、都市型SCで現在8店舗だが、旗艦店として開設した六本木ヒルズは約60坪。26日に開設する阪神百貨店は約30坪と大型花を進める。厳しい商況の中で善戦しており、百貨店も同一店舗の複数ブランドを1つにする販売効率に、クロスコーディネートにより価値を高める(三宅社長)。「フリースマート」は子会社のフリースインタ

ーナショナルの「フリースショップ」ファストファッション版で、ラゾーナ川崎のほか、東京・自由が丘に路面店を12日に開設、今秋冬で数店舗を出店予定。また、今後は百貨店ブランドも都市型SCへの出店や業態開発を検討する。

「ジルスチユアート」は都市型SC向けセレクトの「ジルバイジルスチユアート」を昨秋から展開し現在8店舗と店舗網を拡大、子供服も含めた「ハウスオブジルスチユアート」では東京・北千住ルミネに3店舗目を3日に出店する。