

ヤングOL狙い通り

JR千葉駅ビル ペリエ2改装開業

JR千葉駅のペリエ千葉(千葉ステーションビル運営)のペリエ2の1階が7日、約3カ月間の全面改装を経て開業した。20〜30代の女性を中心対象にファッションやコスメ、ジュエリーなど千葉県や千葉市初の27店を含む35店を集積。開店前から1000人以上が列を作り、館内は終日にぎわった。

「事前の販促伝もうまく出来、予想していたヤングOLが多数来店したことがうれしい」と、北野正和ペリエ千葉店長。フロア全体の初日の売り上げは予算比1・5倍となった。

店舗別では地元化粧品専門店「サミヤ」が根強い固定客に支えられ、初日売上高が130万円の断トツのトップとなり、続いて、ロクシタ、フリーズスマート、ニコアンド、ココティールなどが上位に入った。

一方、駅ビルに初めて出店したア

ズールバイマウジーを運営するパロツクジャパンリミテッドは「ペリエ2で都心立地のMDを検証しながら、今後の出店施策に生かしたい」と(山本一郎執行役員事業本部長)と述べている。

千葉ステーションビルでは今回改装したペリエ2の顧客動向を踏まえた上で、すでに全面改装が検討段階に入っているペリエ1やペリエ3のMDやリーシングにも役立てる。

フリーズインター 「フリーズスマート」

駅ビルでも 強さを発揮

フリーズインターナショナルの「フリーズスマート」が、駅ビルでも強さを発揮した。4店目のペリエ2店は同ブランド初の駅ビル出店で、初日の売上高はファッション衣料品の中でトップの314万円となった。

「今の消費者はセルフ購入に

慣れている。堅苦しい接客をしなくても、感度とトレンドをpushさせた値頃感のある商品は売れる」と、広瀬啓二フリーズインターナショナル社長。初日には開店すぐにヤング客が押し寄せ、人で埋まった。気に入った商品を次々と選び、大きな袋を持った客が館内で見られた。

近隣の商業施設には「フリーズショップ」もあるが「フリーズスマート」とフリーズショップはすみ分けが出来ており、同一商圈でも問題はない。東京の自由が丘では両店とも好調に売れている」とし、今後とも同一商圈での出店を示唆した。

フリーズスマートは14日に大丸心斎橋店北館、27日にはエソラ池袋にも出店する。