

サンエー・インター

# 市場機軸の対応鮮明に

## NBBなどで新業態開発

サンエー・インターナショナルは今期からスタートした中期経営ビジョンで市場重視による「顧客価値プロデュース」(三宅孝彦社長)を基本スタンスにするが、その一環としてショップを含めた顧客視点による新業態の「ラプフ

態対応の推進を積極化させている。今秋立ち上げたファストファッション業態「フリーズマーケット」はその一つで、予想以上の好スタートを切った。そのため当初は郊外立地を主力としていたが、「フリーズ

ショップ」併設の自由が丘店の好反応などもあり、都心や準都心立地にも注力する。「期待値としてはかつての『シルスチュアート』以上のものがある」ため、先行して展開していた同業態の「ラプフ

ール」を廃止。今後はフリーズマーケットに集中的に投資していく方針だ。都市型商業施設で順調に拡大する「シル バイシルスチュアート」は、その提案幅を広げている。ショップ業態として昨秋導入し、加えてルームウェアの投入やカフ

「N」(仮称)を開発、来春市場投入する。都心上位の数店舗でオリジナルおよびセレクトで商品構成。フリーズショップを手掛けてきたスタッフを加え「よりの市場ニーズに対応し、セレクト要素を持ったショップ業態」としてトライする。

エ併設、さらに子供服などとの複合による「ハウス・オブ・シルスチュアート」(北千住・広島・京都)を展開。「主婦層にも支持があり、ブランドのライフスタイル化」をさらに強めていく。百貨店販路は前期に不採算ブランドおよび売り場を大幅撤退したが、今期もその継続とともに「(新提案に対しては)客単価は落ちていない」ことから、昨年打ち出したブランド編集型業態「フレীবードレツサー」

「現在10店舗」を含め、今後も活性化対応を真現化していく。ブランド活性化では基幹ブランド「ナチュラルビューティーベシック(NBB)」で新業態

「N」(仮称)を開発、来春市場投入する。都心上位の数店舗でオリジナルおよびセレクトで商品構成。フリーズショップを手掛けてきたスタッフを加え「よりの市場ニーズに対応し、セレクト要素を持ったショップ業態」としてトライする。

「現在10店舗」を含め、今後も活性化対応を真現化していく。ブランド活性化では基幹ブランド「ナチュラルビューティーベシック(NBB)」で新業態



「フリーズマーケット」(東京・エゾラ池袋)

ショップ」併設の自由が丘店の好反応などもあり、都心や準都心立地にも注力する。「期待値としてはかつての『シルスチュアート』以上のものがある」ため、先行して展開していた同業態の「ラプフ

2009/12/15 (c) 繊維ニュース 3面