

# フリーズマート予算倍増

## サンエー・インター L Aの旬に買いやすさ



サンエー・インターナショナルの子会社、フリーズインターナショナルが今秋立ち上げた「フリーズマート」が予算比倍増と好調だ。L Aライフスタイルをベースに、コンセプチュアルな店づくり、買いやすい価格設定が顧客の支持を得ている。現在6店舗で展開、今後半期に5、6店舗を出店し、5年で150億円(小売りベース)以上の大型ブランドにする。

同社のセレクト業態で「フリーズショップ」「フリーズファッション」と2フロアの自由が丘が既存のブランド認知もあり予算を大きく上回る推移。ウエアでは今冬もワゴン、雑貨ではムーンブーツなどヒット商品を生み出している。今後の出店では春夏はイ

9-11月で予算比209%。特に「フリーズショップ」から業態転換したラゾーナ川崎、路面店

「フリーズマート」の10春夏は、ソフトエスニック&ミリタリーをテーマに、L Aテイストを取り入れたカジュアルミックススタイルを提案する。コンビネゾン、マキシ

### 春夏 ソフトエスニック& ミリタリーがテーマ

88teesとコラボも

オンモール大和郡山、T O Cみなどみらいなどを予定。店舗の大型化を推進し、エレガンスラインやシーニングラインなどMDを広げ、ライフスタイルストアとしての世界観の発信を高めていく。9月は顧客のセット率が2・4(フリーズショップ1・3)、カットソーが売上げの4割を占めたが、冬物はセット率では1・3。棚物の洋品の稼働が大きく、春に向けてはカットソーの打ち出しを価格訴求含め強化していく。

「フリーズマート」の10春夏は、ソフトエスニック&ミリタリーをテーマに、L Aテイストを取り入れたカジュアルミックススタイルを提案する。コンビネゾン、マキシ

2009/12/21 (c)日本繊維新聞 4面

ル、ダンカリーな様々な素材、バリエーションで展開。大きなボリュームのトップスも特徴。コートネットは小花柄ワンピース×ミリタリージャケット×籠バッグ、コンビネゾン×カギ針編み×タイダイ小物、ダンカリーシャツ×コットンミニスカート×ウエス

タンフーツなど。インポートではハワイの人気Tシャツブランド「88tees(エイティエイティーズ)」が日本初登場。Tシャツのコラボ企画を予定する。ほか「クリスティーズ」「ジョイリッチ」「キッドテンジャッス」とコラボ、別注を行う予定。