

「フリーズマート」自由が丘 路面店

セルフ販売でも顧客作りに挑む



フリーズショップとフリーズマートが入る東京・自由が丘の路面店

販売最前線 saizensen

「前と二階で販路開拓が行き交うことはないが、フリーズマートはフリーズショップで経験を積んだ販売員が接客の鍵を握る。「初めは人の動きに慣れず、接客はこころでなかつた」と話すフリーズマートの吉野。吉野店長も元々フリーズショップの経験者。ルミナやヨーロッパのブランド、特別で接客術を学んだ。

形も価格も異なる商店だが、L.A.のロイヤルスタイルの表現では軸は同じ。L.A.テイストのフリーズショップの感性を知り尽くした販売員に接客されることで、フリーズショップにおこがれる客は心地よさを覚える。「車庫が空のフリーズマートはセレクト買いも多く、フリーズショップよりもコーナー

インターネットの接客力が求められる場面もあります。自由が丘ではフリーズショップで培った接客力で路面ならではの顧客作りに挑戦したい」と吉野は語る。

「自由が丘にこんなお客がいたことを改めて気づいた」と吉野は話している。自由が丘の路面店に、フリーズマートを一階に置いたことで「店の敷居が低くなり、来店客数は依然として10倍に増えた」と、一階にスーパーカーを置いて買い物をする母親や一層とる客を使い分ける吉野。この接客術が1階や新入りの客が訪れる層に足を踏み入れ、「フリーズショップの顧客体験が広がっている」。休日には観光客も訪れ、古くからの顧客をきめて客層はバリエーションに富む。



フリーズショップの接客術を体験する吉野店長

「自由が丘にこんなお客がいたことを改めて気づいた」と吉野は話している。自由が丘の路面店に、フリーズマートを一階に置いたことで「店の敷居が低くなり、来店客数は依然として10倍に増えた」と、一階にスーパーカーを置いて買い物をする母親や一層とる客を使い分ける吉野。この接客術が1階や新入りの客が訪れる層に足を踏み入れ、「フリーズショップの顧客体験が広がっている」。休日には観光客も訪れ、古くからの顧客をきめて客層はバリエーションに富む。

セレクト店のきめこまやかさ

フリーズインターナショナルの「フリーズマート」が東京・自由が丘の路面店でも好調に売れている。2階にはセレクト業態の「フリーズショップ」が1階から移転、形も価格の異なる両店が共通のL.A.（ロサンゼルス）テイストを軸に相乗効果を発揮する。感度と安さを武器にセルフ販売で攻め込むフリーズマートでもフリーズショップの接客術が生かされ、今後は閑静な住宅街の一角で顧客作りにも挑戦する。（真栄田義治）

自由が丘の路面店は、販売店のサンエー・インターナショナルが約1年前から借りている物件で売上の展開は1階と2階を合わせて約300坪あり、ここには95年に立ち上げたフリーズショップがスタートを切った場所でもある。昨年の9月12日に「フリーズマート」が1階から移転した。その後も10月と11月が50坪増、12月以降も約30坪を縮めて約400坪に増え、その後も10月と11月が50坪増、12月以降も約30坪を縮めて約400坪に増えた。

「自由が丘にこんなお客がいたことを改めて気づいた」と吉野は話している。自由が丘の路面店に、フリーズマートを一階に置いたことで「店の敷居が低くなり、来店客数は依然として10倍に増えた」と、一階にスーパーカーを置いて買い物をする母親や一層とる客を使い分ける吉野。この接客術が1階や新入りの客が訪れる層に足を踏み入れ、「フリーズショップの顧客体験が広がっている」。休日には観光客も訪れ、古くからの顧客をきめて客層はバリエーションに富む。

「自由が丘にこんなお客がいたことを改めて気づいた」と吉野は話している。自由が丘の路面店に、フリーズマートを一階に置いたことで「店の敷居が低くなり、来店客数は依然として10倍に増えた」と、一階にスーパーカーを置いて買い物をする母親や一層とる客を使い分ける吉野。この接客術が1階や新入りの客が訪れる層に足を踏み入れ、「フリーズショップの顧客体験が広がっている」。休日には観光客も訪れ、古くからの顧客をきめて客層はバリエーションに富む。