

春夏いつせいに7店

フリーズインター「フリーズスマート」 都心の駅ビルや郊外、路面も

フリーズインターナショナルは今春夏、昨年9月に立ち上げたヤング向けの新業態「フリーズスマート」で7店をいつせいに開店する。昨年は都市部の商業施設、準郊外のS.C.、路面店、百貨店などにも店を出した。今春は都心のファッションビルで新宿のルミネエストにオープンするほか、イオンモールで郊外も攻める。大宮ルミネではセレクト業態の「フリーズショップ」と同一フロアに初めて出店する。

「昨秋に出店した店はいずれも当初予想を上回るペースで売れており、狙い通りの推移」とサンエー・インターナショナルの広瀬啓二取締役常務執行役員兼フリーズインターナショナル社長。今春に向け、想定以上に幅広い商業施設からの出店依頼があり、期初の出店計画を上回ったという。

4月に開店予定のルミネエスト店は売の場面積約165平方メートルで地下1階に出す。同一商圏にはセレクト業態のフリーズショップがルミネ新宿にあり、

「自由が丘の路面店で検証している2店の相乗効果を引き出せるかがポイントだが、同一フロアに2店体制となるルミネ大宮は新たな検証の場になる」。首都圏ではフリーナ川崎に次

いで、3月19日に開業する大型複合施設「T.O.C.みなとみらい」内の商業施設「コレットマール」に最大規模の約254平方メートルの店を作る。また、千葉ではJR千葉駅のペリエ2に続いて3月中旬に船橋市のららぽーとT.O.K.Y.O-BAYに約224平方メートルを出店する。地方都市や郊外では「大阪・堺市のイオンモール堺北花田プラウ」に続いてイオンモールの施設に複数出す。3月をメドに愛知・岡崎、奈良・大和郡山、広島に230平方メートル前後で出店する。地方都市では地元専門店や販売代行とのP.C.契約を主として多店化の計画だ。

東京圏内では外資系の大塚チエーン店が主要都市に進出する中、「ヤングに絞ったしまむらの新店にヤング客が集まり、消費者の購買意識は確実に変化し

ている。フリーズスマートでも割安感を武器に、クオリティとLAテイストのライフスタイルの表現に磨きをかける」。販売促進ではプロクやウェブなどを活用したタイレクトコミュニケーションの手法を取り入れ、ヤング客の獲得を目指す。

訂正

22日付1面「フリーズインターナショナル『フリーズスマート』」の記事で「大宮ルミネではセレクト業態の『フリーズショップ』と同一フロアに初めて出店」とあるのは「ルミネ大宮2にある『フリーズショップ』に次いでルミネ大宮1に初めて出店」の誤りでした。訂正します。また「同一フロアに2店体制となる」は誤りでした。削除します。