

フリーズ・インター「フリーズマート」

## 旬と価格で予算超過

### 出店も進み4月末で13店

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(東京、広瀬啓二社長)サンエー・インターナショナル取締役常務執行役員)が09年秋からSC、駅ビル中心に出店を開始したレイズ主体のストア「フリーズマート」が好調だ。今上期(09年9月～10年2月)の売上げは計画比10%増となり、3月に出した新店の売上げも予算を上回るペース。今期は12店で売上高15億円を計画していたが、4月末までに13店となり、売上高も当初計画を上回るの確実だ。

フリーズマートは20代女性向けのセレクトショップ「フリー

ズショップ」から派生した業態。フリーズショップと同様に「旬でミスターハーミタ西海岸カシユアル」がコンセプトで、価格を従来より安く設定している。上期は6店を出した。

3月は25日にイオンモール大和郡山、26日にTOKYO・BAYららぽーとに出し、計6店を開設する。5日に出したルミネ大宮店(店舗面積171平方メートル)と13日に出したイオンモール岡崎店(247平方メートル)はともに初日の売上高が300万円前後、17日に出したイオンモール府中ソレイユ店(221平方メートル)は約190万円を達成。19日に開業した横浜市のコレット

マールに出した店(254平方メートル)は初日で約450万円、オープン後4日間累計で約1600万円となった。

春の売れ筋はオリジナル企画の花柄のコンビネゾン(5985円(税込))やタンガリーシャツ(4935円)、スタート時から連打しているタレントやモデルなどの協業企画など。コレットマール店ではモデルのリエさんとの協業企画Tシャツ(4515円)を先行販売、リエさんが初日に「一日店長」を務めた効果もあり好調だ。「雑誌やブログを含むネット、店頭イベントなどの販促と連動し、旬で話題性のある商品

を、買いやすい価格で素早く仕掛けているのが好調要因」(広瀬社長)という。

4月下旬に新宿のルミネエスト、秋は4～5店を出す予定。「海外ファストファッションブランドと真つ向勝負する」ため、東京都内に大型路面店を出す構想もある。