

サンエー・ピーディー

2新業態、好発進

派生型で新規客

TSIグループのファッションビルやSC向け事業を軸とするサンエー・ピーディーが今秋立ち上げた2つの新業態が好調な滑り出しとなった。「アンドハイパーアンドデイ」から派生した「アンドチョイス」と、「プロポーションポデイドレッシング」(PBD)から派生したブランド複合店「ブランシック・プロポーションポデイドレッシング」(ブランシック)で、どちらも既存顧客に加えて新規客を獲得。今後、アンドチョイスはSCでの既存業態からの転換を軸に、ブランシックは高感度なファッションビルやSCへの出店と店舗数を増やしていく。

■アンドチョイス 生活雑貨充実で 幅広い客つかむ

アンドチョイスは、SC向け業態として成長してきたアンドハイパーアンドデイが10周年



を、競合が激化したところから「次なる成長の一手」(川崎辰航アンドハイパーアンドデイ事業部長)として開発した。以前から雑貨を強みとしてきたが、アンドチョイスでは生活雑貨をさらに強化。「お客のライフスタイルに寄り添い、生活のあらゆるシーンで満足してもらえるような品揃え」を特徴とする。高感度な暮らしも生活に取り入れ、文房具からキッチン用品、カーアクセサリーまで幅広く扱う。中心単価は1000円。コモディティ要素の強い商品を揃え来店頻度を高める。

現在SCに2店、9月末にオンラインモール岡崎、10月にイオンモール福岡に出した。ともに既存業態からの転換で10月は前年同月比2ヶケタ増収、生活雑貨充実で客層の幅が拡大。25〜30歳を中心に10〜40代をつかんだ。服飾雑貨、生活雑貨を立地に合わせて柔軟に組み合わせる。例えば、イオンモール福岡は服60%、服飾雑貨15%、生活雑貨25%。服はグラマラスとエレガンスの2ラインあり、来春にはトレンドを意識したアイテムも出す。生活雑貨では、ギフトニーズを意識したママ&キッズグッズの販売を始める。

■ブランシック・プロポーションポデイドレッシング
高感度SC狙い
大人カジュアル
大人カジュアルをテーマとするブランシックは9月にイオン



モール岡崎などに3店出した。SCに少ない大人向けの高感度カジュアルで30代前半を中心に客単価は想定を上回る1万2000円。9月は売り上げ予算を8%上回り、10月は22%上回った。

ラグやグリーンで居心地のいい部屋をイメージした店内(ブランシック)

20〜40代の女性客をつかんだ。商品はブランシックPBD、PBDの派生ブランド「エディットコロ」で構成。立地に応じて3ブランドを組み合わせて、ミックススタイルリングを打ち出す。PBDはスカート、軸のスタイリングを得意とするが、ブランシックではパンツスタイルを提案。シャツやニットのセット購買率が高く

た。5日にはイオンモール岡山に出す。セレクトショップとの買い回りを想定し、今後はファッションビルや高感度SCへの出店も考えている。