

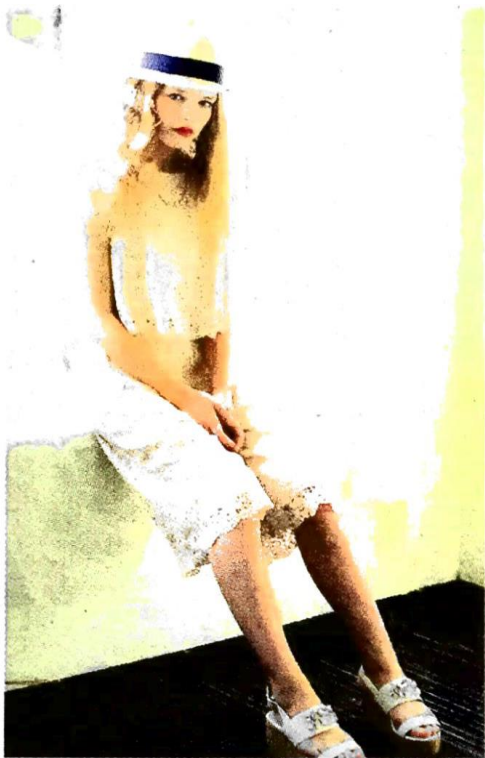
サンエー・ビーデー

「ジル・バイ・ジルスチュアート」好調続く

セットアップ売れる

サンエー・ビーデーがファッションビルを中心に販売するレディースブランド「ジル・バイ

・ジルスチュアート」が元気で。前下期(15年9月～16年2月)の売上高は既存店ベースで



売れ筋となったレースのセットアップ

前年同期比13%増で、3月以降も好調が続く。強みのワンピースとセットアップに加え、注力するバッグが引っ張っている。今春夏の売上高は3月が21%増、4月が11%増、5月が8%増だった。3月は卒業式や謝恩会ニーズでワンピースが売れ、ワンピースと相性の良いスプリングコートも売れた。4月はセットアップが引っ張り、レースのタンクトップとガウチョパン

ツのセットアップ(1万6600円)は16000枚を販売した。商品の上質化を進め、一品単価を上げたことで客単価も上昇した。15年は1万3000円だったが、今春夏物は1万6000円となった。

販促面での施策も実っている。SNS(交流サイト)を活用してこまめに情報を発信。シーズン立ち上がりの2月末にイメージを伝えるカタログを店頭で配布して購買意欲を刺激し、4月以降はウェブで商品を紹介するルックブックを公開。ECと連動して売り上げにつなげた。

ECも順調で、前期にEC化率15%を達成、今期は5月中旬にサイトをリニューアルをし、売上高を伸ばしている。アジアからを中心とするインバウンド(訪日外国人)需要が大きいため、越境ECも始める予定だ。ECは雑貨が売上高に占める

比率が高く、約40%。今春夏の売れ筋はリボン付きのリュック(1万1000円)。昨年2月末に第1弾を投入、追加をかけて8500個を発注し、年間販売数は1万個を超える見込みだ。

雑貨は新規客の獲得にもつながっている。20代半ばを主対象に据えながら、1万円以下のトートバッグを充実して、学生も取り込んだ。昨秋冬から2万円前後の本革バッグも投入し、買いやすい価格帯と高級ラインの二つの軸で販売を広げていく。