

# ヤングOL狙い通り

## JR千葉駅ビル ペリエ2改装開業

JR千葉駅のペリエ千葉(千葉ス  
テーションビル連帯)のペリエ2の  
1階が7日、約3カ月間の全面改装  
を経て開業した。20、30代の女性を  
中心対象にファッションやコスメ、  
ジュエリーなど千葉県や千葉市初の  
27店を含む35店を集積。開店前から  
1000人以上が列を作り、館内は  
終日にぎわった。

「事前の販促伝もうまく出来、  
予想していたヤングOLが多数来店

したことがうれしい」と、北野正和  
ペリエ千葉店長。フロア全体の初日  
の売り上げは予算比1・5倍となっ  
た。

店舗別では地元の化粧品専門店イ  
サミヤが根強い固定客に支えられ、  
初日売上高が130万円の断トツ  
のトップとなり、続いて、ロクシタ  
ン、フリーズスマート、ニコアンド、  
ココティールなどが上位に入った。

一方、駅ビルに初めて出店したア  
ズールバイマウジーを運営するパロ  
ックジャパンリミテッドは「ペリエ  
2で都心立地のMDを検証しなが  
ら、今後の出店施策に生かしたい」  
(山本一郎執行役員事業本部長)と  
している。

千葉ステーションビルでは今回改  
装したペリエ2の顧客動向を踏まえ  
た上で、すでに全面改装が検討段階  
に入っているペリエ1やペリエ3の  
MDやリーシングにも役立てる。

フリーズインター  
「フリーズスマート」

## 駅ビルでも 強さを発揮

フリーズインターナショナル  
の「フリーズスマート」が、駅ビ  
ルでも強さを発揮した。4店目  
のペリエ2店は同ブランド初の  
駅ビル出店で、初日の売上高は  
ファッション衣料品の中でトッ  
プの314万円となった。

「今の消費者はセルフ購入に

慣れている。堅苦しい接客をし  
なくても、感度とトレンドを押  
さえた価値感のある商品は売れ  
ると、広瀬啓二フリーズイン  
ターナショナル社長。初日には  
開店すぐにヤング客が押し寄  
せ、人で埋まった。気に入った  
商品を次々と選び、大きな袋を  
持った客が館内で見られた。

近隣の商業施設には「フリー  
ズショップ」もあるが「フリー  
ズスマートとフリーズショップは  
すみ分けが出来ており、同一商  
圏でも問題はない。東京の自由  
が丘では両店とも好調に売れて  
いる」とし、今後とも同一商圏  
での出店を示唆した。

フリーズスマートは14日に大丸  
心斎橋店北館、27日にはエソラ  
池袋にも出店する。