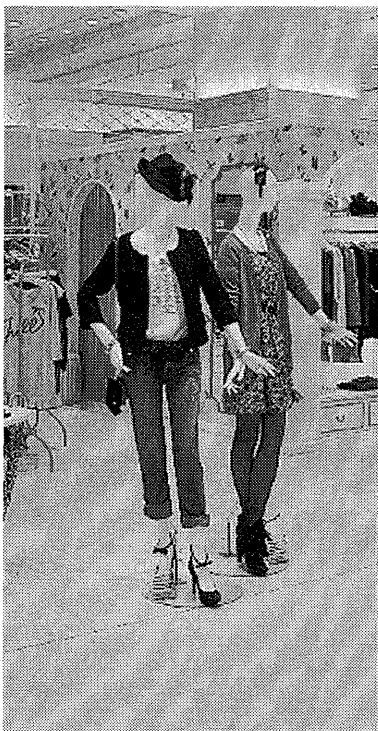


「ジル・バイ・ジルスチュアート」

# 買いやすい価格が 20代女性から支持

サンエー・インター

サンエー・インターナショナルが昨秋に出したヤングレディスのシヨップ型ブランド「ジル・バイ・シルスチュアート」が順調な売れ行きだ。ファーストライン「シルスチュアート」の知名度に加え、雑貨を含めた旬の企画と買いやすい価格設定が、20代前半から中盤を中心に支持されている。



9、11月の既存4店の売上げは前年同期比8・5%増、なかでも新宿ルミネエスト店は18・7%増となり、「年間売上高4億円は達成できるペース」だ。秋の新店も好調で、11月14

館北館は相乗効果  
店乗の好調  
齋橋との足  
心齋橋のカフェ  
大丸心齋橋店北館は  
約3200万円を売上げ

また、トランジットシエナ  
ルオフィスに運営を委託し、同  
店内の売場を隣接して開設し  
たカフェ「ジルスチュアート・  
カフェ」も好調で、11月末まで  
の売上高は1850万円となっ  
た。  
衣料品は5000円(本体)  
前後で、「ベーシックデザイン  
に可愛らしさを加えた」ニット  
トップが牽引、売上げ構成比  
で17%を占めた。平均商品単価  
は8000～9000円だが、  
買い付け品を含めたバッグや  
靴、アクセサリ、10月に出し  
たルームウェアなどのセット  
買いも多く、平均客単価は1万  
円を超えている。雑貨の売上げ  
構成比は30%前後を維持して  
いる。  
現在の単独シヨップ数は8  
店。今期は計11店(シルスチユ  
アートと子供服の複合業態「ハ  
ウス・オブ・シルスチュア  
ト」3店を含む)で売上高24億  
円を計画しているが、「店舗数  
も含めて上方修正する可能性が  
ある」(三宅孝彦社長)とい  
う。