

エー・ター
サン

「NBB」で新業態

都心立地へ「エヌ」

サンエー・インターナショナルは基幹ブランド「ナチュラルビューティパーシック」(NBB)で、都心立地へ新業態「N ナチュラルビューティパーシック(エヌ)」を来春立ち上げる。カジュアル・トレンド感を盛り込んだ着フリンとハイインクによる編織型ストア。都内の既存NBB3店舗の業態転換がスタートする。

NBBは86店舗を展開、都心から郊外SCと販路が広がる中で、特に



都心の高感度なニーズに対し既存のNBBとはずれが生じているとの見方。日本の女性に、日本の女性のための、新

しいビューティパーシックを見つけた場所。をコンセプトに、NBBの持つ安心感やコンビニエンス感はそのミニマ、

カジュアル・トレンドを盛り込んだ新業態を立ち上げる。

商品構成はカジュアルフェミニン、パーシック、デニム、雑貨でこの5カテゴリーはタケなどで色分け。中核のカジュアル、フェミニンは6対4でスーチングは除きデニムなどカジュアル色を強める。

雑貨の構成比は約20%で、一部直接調達で買いやすい価格。バイインクは5-10%でコンセプトを反映させ、国内ドメストアランド主体となる。価格帯はNBBとほぼ同じでワンピース4700-1万3000円、カ

カジュアル・トレンド感を盛り込む

ブトニー1600-5700円など。

今春3店舗は都内の池袋バルコ、アトレ恵比寿、銀座インス。銀座インスは90坪強でNBBの商品とミックス、ほか2店舗は40坪強でエヌ単独。3店舗に売り上げ上位店として合計10億円強売る。ストアビジネス事業本部が運営し、フリーストップなどグループが蓄積してきたストア、編集型のノウハウも組み込む。

NBBは既存店もOEM(相手先ブランド生産)や買い付けなど及び今秋から売り上げが上向いている。