

「フリーズマート」自由が丘 路面店

セルフ販売でも顧客作りに挑む



フリーズショップとフリーズマートが入る東京・自由が丘の路面店

販売最前線 saizensen

「前と二階で販賣員が行き交うことはないが、フリーズマートはフリーズショップで接客をほとんど販売員が接客の鍵を握る。「初めは人の多さで圧倒されたが、接客はここではない」

形も価格も異なる商店だが、L.A.のロススタイルの表現では軸は同じ。L.A.テイストのフリーズショップの感性を知り尽くした販売員に接客されることで、フリーズショップにおこがれる客は心地よさを覚える。「車庫があのフリーズマートはセレクト買いも多く、フリーズショップよりもコーナー

インターネットの接客力が求められる場面もあります。自由が丘ではフリーズショップで培った接客力で路面ならではの顧客作りに挑戦したい」と抱負を語る。

「自由が丘にこんなお客がいたことを改めて気づいた」と購買員田村浩道は語る。フリーズマートを一階に置いたことで「店の敷居が低くなり、来店客数は依然として10倍に上がった。一階にスーパーカーを置いて買い物をする母親や一層とる層を使い分けの形が、二階の顧客客が1階で接客員を介して、学生や新入の上級者向けの層に足を踏み入れ、「フリーズショップの顧客層が広がっている」。休日には観光客も訪れ、古くからの顧客を改めて客層はバリエーションに富む。



フリーズショップの接客術を体験する吉野店長

セレクト店のきめこまやかさ

フリーズインターナショナルの「フリーズマート」が東京・自由が丘の路面店でも好調に売れている。2階にはセレクト業態の「フリーズショップ」が1階から移転、形も価格の異なる両店が共通のL.A.（ロサンゼルス）テイストを軸に相乗効果を発揮する。感度と安さを武器にセルフ販売で攻め込むフリーズマートでもフリーズショップの接客術が生かされ、今後は閑静な住宅街の一角で顧客作りにも挑戦する。（真栄田義治）

自由が丘の路面店は、販売員のサンエー・インターナショナルが約2年前から備わっている物件で売上の集約は1階と2階を合わせた約4000平方メートル。95年に立ち上げたフリーズショップがスタートを切った場所でもある。昨年の9月12日に「フリーズマート」が1階から2階に移転し、「ナチユルヒューチャーパーシッピン」が入居していた。

フリーズマートは昨年10月6日と開店した1年店のリターンセールで約1000万円を売り切った。ウエブサイトやブログなどの新しい販促効果により、自由が丘店にも開業初日に行列ができた。10月には一階と2階を合わせた売上高が前年同月比78%増の4100万円となった。その後も10月と11月が50%増、12月以降も約2割増を続けて着目増を維持している。

「自由が丘にこんなお客がいたことを改めて気づいた」と購買員田村浩道は語る。フリーズマートを一階に置いたことで「店の敷居が低くなり、来店客数は依然として10倍に上がった。一階にスーパーカーを置いて買い物をする母親や一層とる層を使い分けの形が、二階の顧客客が1階で接客員を介して、学生や新入の上級者向けの層に足を踏み入れ、「フリーズショップの顧客層が広がっている」。休日には観光客も訪れ、古くからの顧客を改めて客層はバリエーションに富む。

「自由が丘にこんなお客がいたことを改めて気づいた」と購買員田村浩道は語る。フリーズマートを一階に置いたことで「店の敷居が低くなり、来店客数は依然として10倍に上がった。一階にスーパーカーを置いて買い物をする母親や一層とる層を使い分けの形が、二階の顧客客が1階で接客員を介して、学生や新入の上級者向けの層に足を踏み入れ、「フリーズショップの顧客層が広がっている」。休日には観光客も訪れ、古くからの顧客を改めて客層はバリエーションに富む。

「自由が丘にこんなお客がいたことを改めて気づいた」と購買員田村浩道は語る。フリーズマートを一階に置いたことで「店の敷居が低くなり、来店客数は依然として10倍に上がった。一階にスーパーカーを置いて買い物をする母親や一層とる層を使い分けの形が、二階の顧客客が1階で接客員を介して、学生や新入の上級者向けの層に足を踏み入れ、「フリーズショップの顧客層が広がっている」。休日には観光客も訪れ、古くからの顧客を改めて客層はバリエーションに富む。