

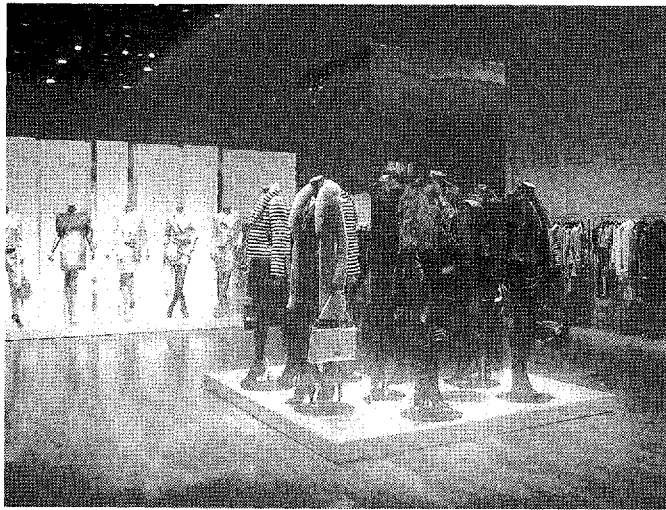
# ブランド軸、ミックス感に成果

サンエー・インター「フレーバー・ドレッサー」

## 今秋、さらなる上質感表現

サンエー・インターナショナルは自社ブランド編集型の「フレーバー・ドレッサー」が順調に推移、テイストミックスの提案が顧客の支持を得ている。一方でしっかりとブランド軸を打ち出し、今秋冬もそれぞれ上質感を追求しながらブランド特性を鮮明にしている。

08年9月から展開し百貨店など現在11店舗、今春夏の販売も前年プラスで推移する。展開ブランドは同社の「ピンキー&ダイアン」「ポティドレッシングテラックス」「ナチ



ュラルビューティー」「ボクサー」とのブランドミックス型が主体。

店舗ごとに異なるブランド構成で、地域のニーズに応じたセレクト感による買い回りのやすさや、展開6ブランドの商品政策面でも価値志向に注力、この間もエントリープライスなど低価格の戦略を採らず、結果として客単価の向上につながっている。ブランド個々の価値訴求とストアの提案力で売り上げを伸ばしている。

「フレーバー・ドレッサー」に展開する6ブランドの今秋傾向は、より上質化、価値訴求の方向。「ピンキー&ダイアン」ブランド個性、上質感を訴求（ピンキー&ダイアン今秋企画）

「ナチユラルビューティー」はノーカラージャケットやニットジャケットによるレイシックと、ワンピース、コンパクトジャケットによるネオミリタリズムのスタイリング。ローゲージ、パルキーなニットのアイテラムを広げている。「ボクサー」はミニマルシックスをベースに様々なパイプを盛り込みながら、全般にはより上質化を追求。デザインパンツのパリエーションや機能素材使用のアイテムを拡充している。

「はミニマルで構築的なシルエットを、リラックス感やグラマラススタイルなど様々なテイストとリミックス。ファードキング、エアリーポリウレタン素材がディテールのポイント。「ポティドレッシングテラックス」はクラシック、ミニマル、ミリタリー要素を軸に、異素材ミックス、ポリウレタンウール、ファー&レザーなど素材の上質感を訴求する。