

LAセレクト感に買いやすさ

フリースマート

フリースインターナショナルは、「フリースマート」が昨秋のスタ

ート以来好調を継続する。LAテイストのセレクト感を表現する「フリースショップ」のファストファッション版として、買いやすい価格設定が顧客を



今春夏も、上方修正した売上計画をさらに

上回る。羽織やカットソーが継続的に売れ、特にデザイン性あるTシャツ(1900円)やチノパンツ(4700円)などがけん引する。

現在13店舗を展開し、都心に一部郊外立



店舗数の増加を背景に商品のクオリティーを上げる

地のSCにも展開する。路面店の自由が丘の獲得に力を入れる。店(東京)は、購買目的の来店が多いことからセット買いが目につき、新宿ルミネエスト店などは、単品購買が多いなど立地によって購買傾向も異なる。今秋も2、3店舗の出店を予定する。

同社では、「フリースショップ」の小物やベスト、毛足の長いニットジャケットなど、トレンドのニットとのスタイリング訴求や、よりフェミニンをよりニンマリタリー表現がポイント。デニムは

「フリース」は、(円)をオリジナル、買ブランド認い付けと一定の型数を揃えているが、奥行きを増しながらTシャツとのセット提案などで今秋冬企画では商品提案の幅を広める。