

サンエー・インター「アドーア」売り上げ伸ばす 大人のモード服提案実る

サンエー・インターナショナルのレディースブランド「アドーア」が順調に売り上げを伸ばしている。オケーションも用途、機能にとらわれず常にトレンドを発信する大人のモード服を提案してきたことが安定した業績に結びついている。

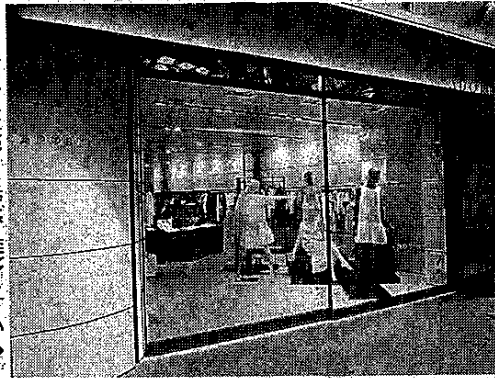
常にトレンドを発信

9～12月売りの上げは前年比5%増。とくに高島屋新宿店が50%増。J.R名古屋高島屋が40%増など好調店の伸びが高い。秋冬シーズンはウールコートなどが売れ、8～10月が特に好調だ

った。1月はセールが早く収束し、春物をエレガントなスタイル提案で打ち出したところブラウス、スカートを中心に売れ行きがよく、2ヶ月前で推移している。客層は40～50代を中心としながらも20代を含め幅広くとらえている。

ブランド発売から8年が経過し、慎重な出店政策で売りの上げが堅調に伸びてきた。「インターナショナルな感覚をもつ大人のモードを発信する」(酒井典子アドーア事業部長)

上質な服が基本。中心価格は春夏ワンピースで4万8000円前後。素材や上質感へのこだわりだけでなく、ファッショントレンド



安定した売り上げで推移している「アドーア」(六本木店)

を常に意識し、マザーニースや通勤スーツといったモチベーション

「時」に対応などは行わない。「時代や今を感じるファッションをカテゴリーにとらわれず企画すること」常に時流に合った鮮度を提案できていることも奏功している。

こうしたブランド特性が顧客を手堅くつかんできた。シーズン前に行う顧客受注会が好評で、今秋冬物の受注会では6000万円を売り上げたほどで、先

買い需要をしっかりと確保している。客単価も上がっており、最近では6万円台後半。一品単価のアップがそのまま客単価向上につながっている。

今後は集客が課題。現在百貨店を中心に22店を出している。ロケーションによって売りの上げが大きく変わるため、場所を慎重に選びながら、精度の高い出店でファンを広げていく。