

RENOWN Report

「アーノルドパーマータイムレス」 2008 年年度累計既存比 109%

2009 年 3 月～5 月 17 日現在累計既存比 115%

株式会社レナウンが展開する SPA 型ブランド「アーノルドパーマータイムレス」は、顧客メリット向上のフェアの仕掛けと、オリジナリティがありながら手頃な価格での商品提案、運営の見直しによるリアルタイムな商品投入などで、既存顧客の囲い込みと新規顧客の順調な獲得により、売上構成の約 60%をしめるレディースが、2008 年度は 117%と牽引しブランドの既存比も 109%となりました。

※08 年度累計レディースアイテム別前年比: ジャケット 355%、ブルゾン 108%、コート 140%、ドレス 230%

100 年に一度と言われるほどの厳しい経済環境の中にあっても、この春夏シーズンも着実に売上を伸ばし、3 月～5 月 17 日現在も既存比 115%と絶好調で推移しています。

■ マーケット環境

ファッションのマーケットは昨年の秋より厳しい商戦が継続していますが、海外から「ファストファッション」と呼ばれる、トレンドをすばやく取り入れた廉価なアイテムを売りとするファーストフードのファッション版のようなショップが続々オープンし、多くのマスコミをにぎわせています。オープン初日は長蛇の列をなし、買い物を楽しむ姿が報道されています。日本初上陸や、廉価を売り物にした商品など話題先行の部分もありますが、不景気のあおりで出費を抑えたい消費者にとっては食指を動かされていることが伺えます。しかし、ファッション大国として海外でも有名な日本の消費者には、廉価というだけではなく、価格+品質が合わさった価値価格の高さとオリジナリティは重要な要素になります。

■ アーノルドパーマータイムレス動向

アーノルドパーマータイムレスは、傘マークやオリジナルチェックなど明確なアイデンティティを持ちながら、トレンドを落とし込み手頃な価格でリアルタイムに商品投入できていることが最大の強みとなっています。

07 年からは、SPA を得意とする外部委託先とのパイプを太くすることで、マーケット動向予測の精度が上がり、早い段階でヒット商品が予測できるようになりました。リアルタイムで顧客が求めているものを生産し店頭投入できることで、コンペチターへの顧客流失を防止し、売り逃しも防ぐことができます。ヒット商品の予測ができると、コーディネートする周辺アイテムも自ずと想定できるようになりました。

実シーズンになるほどマーケット動向は予測から実態に変化していくため、より精度が高まり、セット率も 2 ポイント程向上しました。



Tシャツ+バルーンワンピースのセット企画
¥5,600(本体価格)

この5月からは、お買い得感のあるセット企画を充実させています。5月16日には、ボーダーTシャツ+無地Tシャツ+ボーダータイの3点セット ¥5,600 や、ボーダーTシャツ+バルーンワンピース ¥5,600 のセットなど投入し、すぐに売れ筋トップクラスになりました。また、トロンプリュウ(だまし絵プリント)のロングTシャツ ¥3,600 も人気となっています。セット企画は、今後も新商品の投入を予定しています。

■ 好調を維持している要因

① 価値価格の高い商品を手頃な価格で展開

原材料などのコストは上がっているが、メーカーとの取り組みを強化することでプライスマリットを感じてもらえる価格を可能にしました。手頃と感じる価格に品質が加わることで、消費者における商品価値が向上し、購買に結びついています。

- ・ 08 年下期より 3,000 円を切る価格のカットソーを店舗入り口で訴求し、入店の動機付けを図ったことで、入店客が増えたことに加え、プラスもう1点の購入につながった。
- ・ メーカーとの取り組みでボトムの価格を下げた
デニム ¥8,000→¥6,000 スカート ¥7,000→¥5,000

② 年間 8 回の顧客にメリットのある仕掛け

- ・ プレゼントフェア 4 回、テーマを盛り込んだアイテム訴求フェア 4 回
- ・ アイテム訴求のフェアの時は W ポイントなど実施

プレゼントフェアのノベルティは 2006 年度に考え方を一新し、顧客が本当に欲しいと思ってもらえる物に変更。現在では、フェア時にノベルティを目的に来店する顧客も多くなっているため、通常時のセット率 1.5 が期間中は 1.8~2.0 までアップします。

※春のフェア(3/28~4/12)では税込み 10,000 円以上お買い上げで、次回のお買い物で使用できる 1,000 円 OFF チケット(使用期間限定)をプレゼント。加えて 15,000 円以上のお買い上げでオリジナルチェックトートバックをプレゼント。

③ トренд商品投入

従来はカットソーやトレーナーなどベーシックなアイテムが商品構成の中心でしたが、現在ではトレンドが加味されたアイテムが売れ筋上位をしめています。

5月以降はTシャツ+ワンピースなどセット企画でお手頃感のある商品を投入し、投入直後から売れ筋上位となっています。(上写真参照)。今後も新規のセット企画の投入を予定しています。

- ・ 09 年春夏代表的なヒットした商品
フェイクレザーブルゾン ¥9,900 完売

パッチワーク切り替えシワ加工スカート ¥4,900 完売

4way モッズコート ¥12,900 消化率 80%

ジャガードチェックギャザーワンピース 消化率 70%

④ 売上げ構成の 20%を占めるアクセサリー堅調(08 年度累計 101%)

裏がチェック使いのブーツ ¥9,900 は 1200 足完売。

傘柄のトートバック ¥3,300 やボストンバッグ ¥2,300 など継続的に売れ筋トップ

⑤ 店頭も含めブランド方針や目標の確認+スタッフのレベルアップを図る

東西合同で行う週次ミーティング、月 1 回の店長会議、スタッフ研修(年 10 回程度)など

店頭スタッフ&チームメンバーが共通意識を持つ。

※補足情報

APタイムレスは 2004 年秋冬から 30 代ファミリーターゲットの SPA ブランドとしてスタートした。順調に店舗数を広げ売上も拡大。2007 年度には不採算店舗を整理し、現在は 21 店舗となっている。顧客ターゲットは 30 歳から。実顧客のピークは 30~35 歳、次が 26~30 歳。