



米カリフォルニア州ベニスの路面店

TSIホールズ ディンゲス

「プラネット・ブルー」で事業領域拡大 30〜40代の大人の 女性取り込み狙う

TSIホールディングスは、と米リン・スー・チン（LSサンエー・インターナショナル）C、カリフォルニア州）との合

弁会社で来春から国内事業を開始するレディスセレクトショップ「プラネット・ブルー」で、事業領域を拡大する。生活雑貨を充実し、米国と同様に「ナチュラル」で、リラックスできるライフスタイルを提案す

る店作り（廣瀬啓二取締役営業本部長兼サンエー・インターナショナル専務営業本部長）をめぐり、これまであまり取り込めていなかった30〜40代の大人の女性の需要開拓を狙う。

初年度（14年2月期）は首都圏のSCや路面に3店を開設、その後年間2店ペースで出し、5年後に計10店で、売上高25億円を計画する。初年度に出す店のうち1店は米国では展開していないカフェ併設の店とする。「既に日本に進出している米西海岸のショップとは異なる世界を出したい」との考えから、カフェ併設型以外を含め、店名を「プラネット・ブルー・ワールド」とする。

店舗面積は165平方メートルを想定する。商品構成はアパレル製品・服飾雑貨60%、生活雑貨40

%。バッグやアクセサリー類など服飾雑貨を含めた雑貨の構成比は50%を超える予定だ。

アパレル製品、雑貨ともに、オリジナル企画と欧米からの買い付け品を揃える。オリジナル企画のアパレル製品は米国で展開しているプリント柄ドレスが主体の「ブルームーン」、Tシャツを中心としたリゾートアイテム主体の「ブルーライフ」のほか、日米で共同開発する日本限定商品「プラネット・ブルー・ワールド」を出す。生活雑貨はコスメティックやアロマ、ルームウェア、バスやキッチン関連商品、食器などを揃える。オリジナル企画のアパレル製品の価格はTシャツで4000〜5000円、スエットシャツで1万円前後、パンツで1万円台前半とする予定。

「大人の女性がくつろげる」米国の店を再現する。米LSC

から発信されるイメージを生かしながら、サンエー・インターナショナルの子会社であるフリーズ・インターナショナルの店舗設計や運営、買い付けを含むMDのノウハウも活用する。他企業の生活雑貨主力ショップで経験を積んだ人材もバイヤーに起用する。

プラネット・ブルーはロサンゼルスに6店を運営する。「ハリウッド女優を中心としたセレブにも人気で、米西海岸のレディスセレクトショップではナンバーワンの位置付け」という。4年前からフリーズ・インターナショナル企画を輸入販売し、好調だったことから、サンエーグループとして、かねて日本での本格展開を検討していた。日本への進出を目指していたLSCの意向とも一致、「互いに協力して事業に取り組む」ため、合弁会社を設立することにした。