



サンエー・インター「ナチュラルビューティー」

# 40代へ新ライン

## エレガンス追求し独自性

サンエー・インター「ナチュラルビューティー」は20年春、レディースブランド「ナチュラルビューティー」の新ラインとして「エレ・ナチュラルビューティー」をスタートする。時代のニーズの変化に合わせて百貨店やブランドが40、50代の新大人市場への提案を模索するなか、同ラインはエレガンスを追求しつつもインターナショナルなイメージで既存の国

内ブランドと差別化する。1号店は20年2月26日、J.R名古屋高島屋の6階に出店する。

今の40、50代の感性に対応した商品で支持されるブランドも増えてつつあるが、「年齢を重ねた女性が着こなしやすいモード要素が特徴。エレはあえてナチュラルビューティーが得意とするエレガンスを追求し、独自性を出したい」（土井一寛執行役員企画MD統括部長）という。

エレ（Eie）の名称は、エレガント、エレメント、エレベーター（高揚させる）の頭から取った。素材やパターンを工夫し、クチュール的で洗練されたデザインと、着心地の良さを兼ね備える。20年春物のニットドレスも、布帛のようなきれいな表情に仕上げた。ペプラムのカットソートップは、全面芯で計算されたラインを作り、甘さを抑えて感度高く見せる。オリジナルのジャカードのコートも、いかにもミセス服にならないようなパターンなどに気を配った。価格はナチュラルビューティーでドレス3万円前後に対し、

エレは4万9000円が中心。ただし素材や縫製など、価格に比べ高付加価値な物作りをする。40代を軸に30代後半や50代の女性も想定する。

ナチュラルビューティーでキャリア層のニーズをしっかりと押さえつつ、新大人市場がはまる売り場はエレに業態転換していく。この分野は百貨店、ファッションビルともにニーズがある。とみて、出店先も両面を視野に5年で10店体制を考えている。期間限定店やECも進める。