

# 若者向け小型店 商業ビルに拡大

## 中古衣料のドンドンアップ

中古衣料品チェーンのドンドンアップ（盛岡市、岡本昭史社長）は若年層の衣料に特化した小型店を増やす。2014年8月期までに駅前の商業ビルを中心に現在の2・5倍の約35店に増やし、全店舗に占める比率を現在の2割から4割弱に高める。需要が安定している若者向け衣料に商品を絞った小型店に出店の軸足を移し、効率的な店舗運営につなげる。

小型店では「ザ・ノース・フェイス」などアウトドア系ブランドのパーカー、若い女性向けのワンピースのほか、かばん、ベルト、時計など服飾雑貨をそろえる。

売り場面積は約260平方メートル従来の郊外店より3割強小さい。全店の8割を占める大型のロードサイド店では、中高年向けの衣料や子供服など幅広い世代を対象とした衣料を用意していた。

このほど千葉県京葉のJR津田沼駅前の商業施設内に「ドンドンタウン」オープンウェンズデイ 津田沼モリシア店」を開業した。都市部を中心に同様

## 来期めど2.5倍の35店に

な若者向け小型店を13年8月期に8店、14年8月期に13店程度出店する。過去3年の出店ペースは年3店程度にとどまっていた。

中古衣料店では価格に敏感な若者の来店比率が高まっており、商業ビル

から出店の引き合いが強いの。駅前ビルに出店すれば集客が容易なうえ、ロードサイド店ほど広告費用もかからない。

若者向けの小型店で買い取った衣料のうち、実際に販売できるのは7割程度という。車で大量の衣料が持ち込まれるロードサイドの大型店は4割程度のため、効率的に運営できるとみている。

衣料で20000〜30000円程度と新品の半額以下のケースが多い。「ドンドンタウン」は来店客から買い取った衣類や雑貨を販売し、毎週水曜日

中心価格帯は若者向け携帯電話（スマホ）、「iP

hone」に搭載されたクーパー管理機能「Passbook」を通じてクーポン発行も始めた。ドンドンアップは19

91年に創業。12年8月期の売上高見通しは前年の比24・7%増の14億8500万円だった。矢野経済研究所（東京・中野）によると、10年の中古衣料市場規模は07年比23・4%増の3397億円だった。



10〜20代の若者向けの中古衣料をそろえる（千葉県習志野市の津田沼モリシア店、写真上）。財布やベルトなどの服飾雑貨も並ぶ（仙台市の仙台駅前店、同下）