

# 専門店市場を読み解く

## 専門店キヤッチアップ

(6)

日本商業新聞では、北海道「ピーハウスの国アピア本店」、福島県「大野屋」、埼玉県「パーミンダイゴウ」、香川県「センコヤゆめタウン高松店」、愛媛県「フジカワ銀天街本店」の皆様にご協力を頂き、全国の様々な立地・業態で展開している「化粧品専門店」の動きを、毎月テーマを設けながら追いかけていく連載企画【専門店キヤッチアップ】第6回目のテーマは「顧客ターゲットとサービス」について深掘りしていく。(中濱)

### 全メーカーが2桁伸長

ラグジュアリーサロンで優遇

#### ピーハウスの国

##### アピア本店 (北海道)

「ピーハウスの国」%。「メーカー毎」では、アピア本店「9月度実績」「コーセー」145・7は、「店舗全体売上」14%、「資生堂」145・19・3%、「交数」125%、「ビノキ」171・8・5%、「客単価」111%、「HABA」145・



9%と、全メーカーが2桁伸長し売上額としても予想を超える形で推移した。資生堂化粧品デーやデコルテリポクリームの新発売も牽引したが、当社は10月に大きなセールが控えていたことから、売りの分散が起きた事もあった。引き続き大幅な回復が進んでいる。

金額を大きくする顧客層を取ってきた。例えば、札幌は商圏のわりに百貨店が多く、一定程度のサービスを求めている方が多い市場であることが認識しており、そこでターゲットを30〜50代の高級品利用者だけでも「美容に特化したサービス」や、あるいは「ラグジュアリーサロン」や「美容部員さんとの交流を深めたいお客様」の集まる場所として認識して頂く為の取り組みを、この10数年にわたって培ってきた。

星の国の目標は「化粧品を扱うなら星の国」とお客様に思ってもらえるように、そのために「人生が楽しくなる綺麗」と「信頼関係」を実現するお店づくりに注力。そして目標を達成するために、星の国では1人当たりの年間来店数・購入

用を開始した。具体的には「ラグジュアリーサロン」というお手入れ会を中心に、メイク等のサービスチケット、誕生日プレゼントや季節のプレゼント、ポイント倍率の優遇等を実施。特に中心となっている「ラグジュアリーサロン」は、お手入れはもともと、ポイント倍率の優遇等を実施。特に中心となっている「ラグジュアリーサロン」は、お手入れはもともと、ポイント倍率の優遇等を実施。特に中心となっている「ラグジュアリーサロン」は、お手入れはもともと、ポイント倍率の優遇等を実施。

「顧客ターゲットとサービス」

「公式LINE」が出てきたおかげで、2022年度からは前向きに新たなプレミアム会員作りへと進んでいる。この層の方々とは頻りにコミュニケーションをとる為、LINE等でも気軽にスタンプのやり取りが続いたり関係性が深いながらも楽しさを感じる、専門店ならではの距離感でお客様づくりができていると実感している。

完成、2019年から運

増加。