

専門店市場を読み解く

専門店キヤッチアップ

(7)

日本商業新聞では、北海道「ビーハウス星の国アピア本店」、福島県「大野屋」、埼玉県「バーミンダイゴウ」、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4店舗に協力を頂き、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7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。(中選)

全メーカーが2桁伸長

セールでは過去最高を達成

ビーハウス星の国 アピア本店（北海道）

「ビーハウス星の国アピア本店」10月度業績は「店舗全体売上」1119年を抜かして過去最高8%、「客単価」114.8%の売上となり、絶対額8%、「客単価」102.2%で見てよりポトム商材8%となり、メーカー毎がけん引してくれたコピーでは「カネボウ」126.7%が1000万を超え、2%、「コーセー」12.7%の月となった。総じて0.5%、「資生堂」11.4%で会員育成につながり、6.1%とほぼ全てのメーカーが2桁伸長となった。



【ギフト需要提案及び

動向）
ギフト需要に関しては、市場として伸びており、ニーズが有る事を感じている。ギフトは客単価が1000〜5000円が多くなる。そこから新規やフリーの客層が多くなる。そこから、星の国としては、送る方が多く、お歳暮需要として利用する人が多く、まとめて注文が、化粧品のギフト需要推進よりも、固定高額

ケアの固定客にするのは難しい。
そこで、本店では数年前から「金八みかん」の販売を開始、購入者の絶対数が少ないが、固定ラ20円で行えるサービスを提供している。当初は高額会員さんは会社でのような運用になるのか心配だったが、好評でありながら資料コストが削減にもなるので今後の展開のいい事例となっている。
「イオン岩見沢店」は地方都市である為、今後改装のタイミングでギフト需要コーナーを含めてしっかりと展開していきたいと考えている。地方都市の場合、新しい方は入りやすい等意識がある理由が無いと入らなないので、デバコスをギフトとして使用したとしても、お客様自身と接点ができる事は今後つながると考えている。

近隣に取扱ブランドを含めてインポートブランド・海外ブランド・プチプラと選択肢の多い中で、たまたま今回星の国を選んでいただけたとし、その客層をスキャンが、

「ギフト需要提案及び」

「近隣に取扱ブランドを含めてインポートブランド・海外ブランド・プチプラと選択肢の多い中で、たまたま今回星の国を選んでいただけたとし、その客層をスキャンが、」

「ケアの固定客にするのは難しい。」

「そこで、本店では数年前から「金八みかん」の販売を開始、購入者の絶対数が少ないが、固定ラ20円で行えるサービスを提供している。当初は高額会員さんは会社でのような運用になるのか心配だったが、好評でありながら資料コストが削減にもなるので今後の展開のいい事例となっている。」

「「イオン岩見沢店」は地方都市である為、今後改装のタイミングでギフト需要コーナーを含めてしっかりと展開していきたいと考えている。地方都市の場合、新しい方は入りやすい等意識がある理由が無いと入らなないので、デバコスをギフトとして使用したとしても、お客様自身と接点ができる事は今後つながると考えている。」