

# 専門店市場を読み解く

## 専門店キヤッチアップ

(5)

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「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5回目のテーマは、新型コロナウイルス第7波の影響について深掘りしていく。(中濱)

### 「顧客育成活動」が奏功

8月は売上・客数共に回復

### ビーハウス星の国 アピア本店 (北海道)



れるようになってきている。売上動向としても、感染が拡大し始めた7月は、通行客の減少や触れる活動の拒否等の声が見られたものの、8月も日数が経つにつれて減少。それに合わせて売上や客数も回復し、結果8月はしっかりと前年を超える事ができた。

現在・今後の感染症対策としては、大きく変える事は無く、寧ろ政府の対応に併せて対策自体が無くなっていくと考えている。具体的には、2020年6月頃から作った当社規定で「お客様がマスクを外す時はフェイスシールドを着用する」「お手入れ時の物品は極力使い捨てにする」「お客様へのお茶やお菓子など店内での飲食ではなく持ち帰れるものにする」等を基

「ビーハウス星の国アピア本店」8月度実績は「店舗全体売上」127.7%、「客数」118%、「客単価」108.2%。メーカー毎では、「カネボウ」151.7%、「コーセー」130.8%、「ハリウッド」126%、「資生堂」118.7%となった。

#### 【新型コロナウイルス第7波の影響】

星の国としては、第6波の方が急な感染拡大のため、%にすると二桁進捗が当たり前の数字となく大変で、具体的には、その中でも資生堂とコーセーの売上が安定し

余談だが、政府は7月には事業所内における濃厚接触者を追わなくていい事としている。その後対象は拡大され、現在は家族間と医療・高齢者施設のみが濃厚接触者の考えを適用するという考え

場でも資生堂とコーセーの売上が安定し場を働いている人など、かかった人数などは大きく変わらなかったが、入店している施設の規定である「待機日数」や「消毒規定等」が厚労省の規

定に併せて短くなったり簡便になったことが挙げられる。施設自体の動きも早く

両メーカーとも、メーカーが設定しているクラスをコロナ禍で大きく落とし、今年はメーカーさんともスタッフとも売上は戻らなくとも「クラス

更された翌日には対応さ