

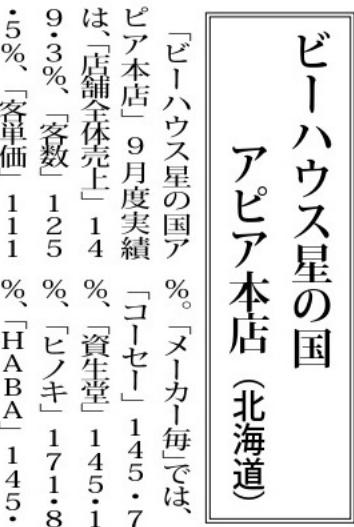
専門店市場を読み解く 専門店キャッシュアップ

(6)

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「パーミングダイゴウ」、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【専門店キャッシュアップ】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



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」9月度実績 「コーセー」145・7%、「店舗全体売上」149・3%、「客数」125%、「客単価」111%、「HABA」15%、「客單価」111%、「HABA」145・8%

9%と、全メーカーが2桁進捗し売上額としても予想を超える形で推移した。資生堂化粧品デコルテリボ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つた。引き続き大幅な回復が進んでいる。

「顧客ターゲットとサービス」や、あるいはスタッフや美容部員さんとの「交流を楽しめるお客様の集まる場所」として認識して頂く為のお店づくりを、この10数年にわたり、つて培ってきた。

星の国の目標は「化粧品を買うなら星の国」とお客様に思って頂く事を掲げており、そのためには「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・購入完成、2019年から運用を開始した。具体的には「ラグジュアリーサロン」などというお手入れ会を例えれば、札幌は商圈のわりに百貨店が多く、一定程度のサービスを求め定程度のサービスを求める方が多い市場であると認識しており、そこでターゲットを30~50代の高級品利用者だけれども、「美容に特化したサービス」や、「お手入れはもうス」など、新製品のいち早い「交流を楽しめるお客様の集まる場所」として認識して頂く為のお店づくりを、この10数年にわたり、つて培ってきた。

その1つとして、「星の国」プレミアム会員づく

IINE等でも気軽にスタンプのやり取りが続いた

りを、この10数年にわたり、新製品のいち早い

商品の使い方を知る

場所として作用していく

お客様からの評判も高

く、プレミアム会員づく

IINE等でも気軽にスタン

りの核として作用してい

方々とは頻繁にコミュニケーションのやり取りが続いた

りと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

客づくりができる

と実感している。