

専門店市場を読み解く

専門店キヤッチアップ

(25)

専門店市場を読み解く日本商業新聞社特別企画「専門店キヤッチアップ」は、北海道「ビーハウス星の国アピア本店」、福島県「大野屋」、兵庫県「サロンドコスメVIVE」、埼玉県「ギンザビビ岩槻店」、熊本県「COSMETIC&ESTHETIC ATTENAR」5店の取り組みを元に全国の様々な立地・業態での市場動向を追いかけていく。25回目は「大型店に負けない地域密着型専門店ならではの活動」をテーマにお届けする。(中濱)

新規絶好調のインウイ

資生堂 月間新規獲得数を更新

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」4月度業績 インウイは3カ月連続では、店舗全体売上103100万を超えた。前の・5%、客数107・2データになるが3月度は%、客単価96・5%で着インウイだけで168名地。メーカー毎では、資の新規を獲得でき、その生堂128・8%、カネおかげもあり資生堂月間ボウ114・9%、ハリ新規獲得最高を更新しウッド103・3%、コた。ボーテ新規が1181セー80・2%であった。名なのでインウイの凄さ資生堂はボーテの値上がわかる。

コーセーは先月前年を超えたが、4月は大きく割り込んでしまった。年間で見ても若干ではあるが前年を下回った。わかつていたこととはいえ、顧客育成だけでは単品の好調が補えない状況になつてきている。前年が異常値だっただけで、新規も育成もできていたので引き続き活動を中心に顧客育成を行っていく。

の活動

星の国では、学生に向けた「お仕事体験」の受け入れを行っている。以



施した。カリキデンウィーク(5月6ユラムに関して)には、初めて小学生は1日という短を対象としたお仕事体験い時間だったのをショッピングセンターで、美容学校の企画で開催。参加枠はものから抜粋し即日埋まり1年生・5年生までの子供たちに参加変更。

新しい内容として、インスう事もあり私も参加。一々に体験の状況緒にサンプルを配ったや感想をUPすり、レジ打ち体験を行るといふ事を提い、その中で一番印象に残っているのは、最後に

前から美容学校や高校生案したところ、参加した学生たちは顔や学校名等メイク体験をした後の子に行っており、その中でを出す事に全く抵抗が無供たちのテンションの上も特に美容学校は毎年のかつた事に驚いた。もう事なので、カリキュラム5年も過ぎると、職場のつ魅力を感じた次第である。こちらの企画は館が勢がしっかりと確立されつと」という考え自体が無くなつていくのかもが、引き続き何らかの形で開催できるよう、検討していきたいと考えてい

昨年度、問い合わせから初めての試みとして、ある。また、今年度のゴールる。

中学生の職場体験を实