

専門店市場を読み解く

専門店キャッチアップ

(32)

11年度の店頭実績概況

資生堂 PBP減の影響じわり

さまざまな地域や立地で展開している専門店の動きを追う「専門店キャッチアップ」では今号、毎月のテーマはお休みさせていただき「11月度実績」のみをお伝えする。

PBP減の影響じわり

「ピーハウス星の国アピア本店」11月度業績は、店舗全体売上99%、客数100%、客単価98・8%。メーカー毎では、カネボウ104・9%、資生堂92・3%、コーセー91・6%、ヒノキ14

4・6%で着地した。

10月下旬から微妙な売上状況が続いている。一番の理由としては絶好調を維持していた資生堂の伸びが止まったことにある。PBPのセクションの方々がいなくなる8・9月に会員様が会いに来た要因もあるが、それ以降の活動について、今まで意思疎通のもと行ってきた内容がだんだんとできなくなってきたことが挙げられる。

現在PBPは、単発や短い期間でしか入店しなくなっており、その結果、複雑で難しい内容が浸透しづらく、練度の低下の影響がじわりと出てきている。改善策として考えていることは、簡単かつ実行率の高いレベルにまで活動の内容と質を落とし、まずは徹底化を行うこと。店舗として、この状況で効果が出る方法を早急に確立しないといけないと考えさせられる1カ月であった。