

専門店市場を読み解く

専門店キヤツチアツプ

(26)

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ヒア本店」、福島県「大野屋」、兵庫県「サロンドコスメヴィエ」、埼玉県「ギンザビビ岩槻店」、熊本県「COSMETIC&ESTHETIC ATENAR」I・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。26回目は「各施策に対するメーカーへの要望及び希望」をテーマにお届けする。(中濱)

全項目で前年比超え

免税は19年と比べ大きく変化

ビーハウス星の国

アピア本店
(北海道)

て好評なのは

© 14:25 - 15:05

顧客体験からつながらる、LINEミニアプリの可能性

[illegible]

は、2019年以前と明らかな変化が見て取れた。免税の全体金額は2019年比で5分の1程度だが、2019年までは雪の季節が終わるとガクッと減った。免税が平均的な売上に変わってきている。

①定番として人気のあるものは、増量企画価額は通常よりも少し高い。割引感が出る、単価のアップにもなり店舗・お客様共に好評。

②商品ラインでの限定品は割安感があれば、新規の人にも勧める事が出来る。既存の人にもライン使いを推奨できるので好評。

③箱や添付のミニポト

評

③箱や添付のミニボト

「ビーハウス星の国アピア本店」5月度業績は、店舗全体売上106・9%、客数104・4%、客単価102・4%。昨年も感じていたが、今年も続いているので構造体と同じデザイン等、おまけなのにデザインにも理由としては、国籍が昔こたわりのあるものは好評。比べ中国本土の方が大

メーカー毎では、資生堂 13.1%、コーセー 11.1%、カネボウ 10.8%、ヒノキ 10.7%、4%であった。

④ コラボ限定品はあたるはずはあるが概ね好評で、リビートにもつな

資生堂は値上げ後も示した事等があると考えられる。全体企画に関しては、

イは今月も90万を超え引 写真は5月28日に渋谷
き続き好調で全体を押し ヒカリエで行わせて頂い ①サンプルを配布する
際は十分な物量・3da

上げてくれている。年明たLINEヤフー社のYで渡せる事でリピートから二進一退のコース「LINEミニアプリの」につながりやすい

ーに関しては新発売のA 成功事例」を登壇して発売顔・クレンジンゲ、表させていただいた時の ②季節の限定品等をはじめと一定の時期で売

ルースパウダーの好調とイベントのものである。切れ、価格等が守られて
2類愛用者の積み上げでイベントを通して、デジ いる事

再びの2桁増となった。タル活用を顧客との関係③季節の限定品の配下

性にしっかりと結びつけているのが化粧品専門店であると感じた。

【各施策に対するメー
カーへの要望及び希望】

今回は店頭からの声を
ヒアリングしてまとめ
た。販売品の企画に関し

て好評なのは、
①定番品として人気の

あるものは、増量企画(値
段は通常よりも少し高

い)で暫安感が出ると、
単価のアップにもなり店

②商品ラインでの限定

品は割安感があれば、新規の人にも勧める事が出

来、既存の人にもライン
使いを推奨できるので好

③箱や添付のミニボト

ル等も豪華であつたり本
体と同じデザイン等、お

まいなのにデザインにも
こだわりのあるものは好

④コラボ限定品はあた

りはずれはあるか概ね好評な事が多い

⑤1+1企画は好評であり、リピートにもつな

全株企画に関しては、

⑤ サンプルを配布する際は十分な物量・3 da

Yで渡せる事でリビート
につながりやすい

②季節の限定品等はし

切れた。仙鶴は力守られて
いる事

③季節の限定品の販売

数量が売上や顧客数に対して少なすぎると顧客の不满につながる

④ YouTuberとの開発企画は売りにつながる

⑤ 販売目標でのリベイト企画は経営者としてはありがたいが、途中経過もある

⑥ ノベルティ等はこだわる事でコストが上がるのであれば、メーカーと店舗での共同でクオリティを上げる事で好評な内容になっているメーカーもある