

ワンランク上の上質な空間づくりで 感度の高い中高年層の来店を促す

Blue Stripe Peacasso (東京・渋谷区)

たしる薬品は12月5日、複合型商業施設「東急プラザ渋谷」に、コスメセレクトショップ「THE COSMETIC TERRACE (ザ・コスメティックテラス)」から新業態「Blue Stripe Peacasso (ブルーストライプクラス)」をオープンした。同店では、インショップ型では初となる「ATELIER ALBION (アトリエアルビオン)」を導入するなど、東急プラザ渋谷がターゲットとする「都会派の感度が成熟した大人たち」に準じた品揃えや空間を提供していく。開店経緯や特長について、田代正樹代表取締役社長に話を伺った。

化粧品専門店のあり方模索し 各店ごとのブランド化を図る

たしる薬品は、1995 構築し、居心地の良い空間づくりを主軸に、6年の創業当初より超広域型・首都圏ターミナルを主軸に化粧品専門店を展開してきた。インショップの普及により化粧品専門店のあり方が変化を遂げつつあった2014年には事業変革を行い、より高い満足を提供する総合化粧品セレクトショップ「ザコスメティックテラス」の展開を開始している。



12月5日にオープンした東急プラザ渋谷



店内導入部に位置する「クレ・ド・ポー ポーテ」

ザコスメティックテラスでは、商品の見せ方から並べ方・接客方法・カネゴライズの仕事などこれまで培ってきたあらゆるものを再構築し、居心地の良い空間づくりを主軸に、6年の創業当初より超広域型・首都圏ターミナルを主軸に化粧品専門店を展開してきた。インショップの普及により化粧品専門店のあり方が変化を遂げつつあった2014年には事業変革を行い、より高い満足を提供する総合化粧品セレクトショップ「ザコスメティックテラス」の展開を開始している。



中価格帯ブランドも揃える



壁面カウンターを採用した

軽に入店できる空間を演出した「Dress Code (ドレスコード)」正樹社長は、「デベロッパ」とは「東急プラザ」や既存の区画を使った総合カウンスリング型の「ブルーストライプ」(ブルーストライプ)を提案していく。開発経緯について田代正樹社長は、「デベロッパ」とは「東急プラザ」や既存の区画を使った総合カウンスリング型の「ブルーストライプ」(ブルーストライプ)を提案していく。

インショップ型で初となるアトリエアルビオンを併設

「ブルーストライプ」は、複合型商業施設「東急プラザ渋谷」の4階に位置している。エスカレーターで4階に上がると、46坪を誇る売場が通路沿いへ斜めに広がっている。店舗空間は、たしる薬品が展開している「ザコスメティックテラス」全店でアメリカ東海岸のリゾート地・ハンプトンをイメージした内装に統一しており、特に「ブルーストライプ」業態は、海辺のカフェテラスでリラックスしているような空間をテーマに掲げている。

「ゾーニングでは、各商品にワンポイントの特長を明記したオリジナルプレートを設置するなど、商品の機能をわかりやすく示す工夫を行っている。このように当店では、様々な工夫を重ね、中高年を含めた大人世代の方々が気軽に来店し、落ち着いてカウンスリングを受けられる空間づくりを意図している」(田代社長)

「公式アプリの会員が順調に増加 今後も新たな取り組みを推進」

同社が2018年7月から移行を促していく。また、田代社長は「当社は、COSMETIC TERRACE Web領域に課題がある」と分析しており、さらなる強化を図っていく。店舗のサービスでは、常連客・新客問わず全てのお客様が気負わずに適切なサービスを受けられる方策として、カウンスリングの有料化を検討している。

「蒲田店」から長年の付き合いがあり、ここでは長年出店者の会の会長を務めるなど、地域の店舗づくりに携わってきた経験がある。今回「東急プラザ渋谷」への出展準備を進める中でも商業施設側の意向をくみ取り、「都会派の感度が成熟した大人たち」をターゲットに定めた「ブルース」の立ち上げに至った」と述べている。



「ATELIER ALBION」



気軽に手に取れるよう商品を配置



香水ブランド「カルトウージア」

渋谷には、1階にリムジンバスも乗り入れるバスターミナルや訪日外国人向けのインフォメーション施設が設置されており、インバウンドのお客も増えている。現在中国のSNSを活用した宣伝を行っているが、よりインバウンドを意識した店舗づくりをする必要があると述べている。このように流れの中、随時軌道修正を加えながら、お客様のニーズに合わせて品揃えを展開していく。また、東急プラザは、2020年7月より移行を促していく。また、田代社長は「当社は、COSMETIC TERRACE Web領域に課題がある」と分析しており、さらなる強化を図っていく。店舗のサービスでは、常連客・新客問わず全てのお客様が気負わずに適切なサービスを受けられる方策として、カウンスリングの有料化を検討している。

小売ナビ 美と健康の現場から