

## 新しい化粧品売り場 展開

# 「美と健康」ひとまとめ

そごう・西武は新型化粧品売り場を展開する。多様なブランドの化粧品のほか、美容家電もそろえるなど「美と健康」に関する商品を総合的に集めたのが特徴だ。このほど1号店を西武船橋店

### そごう・西武

## 美容飲料や家電も陳列



飲料から家電までそろえた新型化粧品売り場  
(千葉県船橋市の西武船橋店)

この「キレイガーデン」階の化粧品売り場に設けられた。化粧品や化粧雑貨の

ほか、美容飲料など30ブランド・700品目をそろえている。専用機器を用意し、客の肌の状態を解析したうえで最適な商品を薦める。美容家電はパナソニック製品に限って販売する。近隣に大手家電量販店があるが、最新の美容家電は薄型テレビなどと違って価格競争がさほど激しくない。そごう・西武は品ぞろえと接客サービスで対抗できるとみている。キレイガーデンを通じて、既存のブランドごとの化粧品売り場へ送客することも狙う。

そごう・西武は2010年4月の西武池袋本店（東京・豊島）を手始めに、昨年未だに同店やそごう横浜店（横浜市）など主力店7店に多様なブランドをそろえた化粧品売り場「キレイステーション」を設けた。ブランドごとに分かれた従来の化粧品売り場を敬遠しがちな若い客層の取り込みにつなげている。三越伊勢丹ホールディングスや高島屋も同様のコンセプトの小型化粧品店を駅ビルなどに出している。

そごう・西武はこうした化粧品売り場を主力店以外に広げるにあたり、顧客アンケートなどを実施。化粧品だけでなく、美容機器や美容飲料などのニーズも高いことがわかり、キレイガーデンの品ぞろえに反映した。西武船橋店の1号店は開業から10日間の売上高が計画を5割上回った。同社では1号店の今後の売り上げ動向をみながら、

他店でも展開する。リクルートライフスタイルの野嶋朗ビューティ総研センター長は「体の内側からきれいになりたい」など女性の美への意識は変化している。化粧品販売市場は伸び悩み気味だが、化粧品を含む美容関連市場は拡大が続いている」と指摘している。