

Our Achievement: Shop-In

私たちの実績：ショッピング

「ショッピング」ブランドの強化と収益性向上で事業の魅力高める

セレクトコスメなどの化粧品やビューティーアイテムを扱う「ショッピング」は、東京ドームグループが国内で手がけるリテール事業です。2008年1月期は梅田店・大阪京橋店などの好調や品川店・恵比寿店のリニューアル効果で、全37店舗で売上高8,107百万円、営業利益318百万円と、2007年1月期を上回る増収増益を達成。より差別性の高い店舗の維持に向けて「ブランド力強化と収益性向上で事業の魅力高める」という中長期的な方針のもと、次の戦略で事業展開しています。

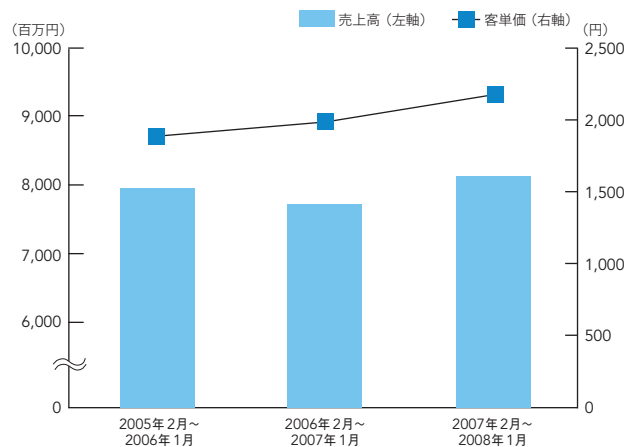
1. ブランド戦略

アパレルや電鉄会社など異業種からの参入増加や、商業ビルの多様化による出店競争の激化という環境の中で、ブランドイメージ向上のための施策を展開しています。

◆施策内容：

- ・新コンセプト「大人っぽい・高級感のある・都会的な・すっきりした・実用的・統一性・流行提案型」の確立と浸透
- ・新コンセプトの実現に向けた新ブランド展開
- ・店舗面積を規準にした商品カテゴリー構成による、ブランドイメージの統一

売上高・客単価
(2006年1月期～2008年1月期)



2. 商品戦略

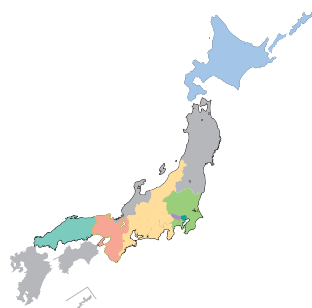
売上の7割を占める化粧品は売れ筋として確立し、お客様の認知度も高く、化粧品以外の雑貨などは、売場面積や顧客特性に応じた差別化を行っています。

◆取り組み内容：

- ・取り扱い商品群において、新コンセプトに合致したビューティー関連商品への選択と集中
- ・本部発注による、雑貨・ブランドメイク・ブランドスキンケア・店頭プロモーション商品などでのブランドイメージの統制

3. 出店戦略

ブランドイメージに合致した選択的な新店舗の立地を実施します。基本条件は乗降客1日40万人以上の駅があり、ブランドイメージ向上につながる地域で店舗面積100㎡以上です。



ショッピング 店舗一覧

北海道エリア	1店
東京23区エリア	9店
東京23区外エリア	3店
関東エリア	10店
東海中部エリア	1店
関西エリア	11店
中国エリア	2店