

事例Ⅰ 分解ショートケース演習①

A社は、1970年代に現社長が創業し、首都圏で18店の美容院を経営している。資本金は3,000万円、売上高は6億2千万円である。従業員数は97名で、その多くが美容師、または美容師の見習いである。

A社の礎となるX店を都内にオープンした当時、映画をきっかけにして大流行したヘアスタイルをいち早く取り入れたことで、雑誌やテレビなどマスメディアで紹介された。時代や顧客ニーズに合わせて従来とは異なるコンセプトの店舗を提供してきた。現在ではX、Y、Zという3つのブランドの美容室を展開するに至っている。

XブランドはA社の基盤ブランドで都心部や高級住宅地を中心に5店舗を出店している。オープン当初は流行の最先端のサロンという印象が強かったXブランドだが、顧客の年齢が高くなるにつれ、上品で落ち着いたヘアスタイルを提供するようになった。店内の調度品も洗練され、贅沢に空間を使いながら提供されるサービスは世代を超えた支持を集めてきた。

Yブランドは1990年代前半に立ち上げられ、流行感度の高い顧客をターゲットにしている。流行の発信地である青山周辺に3店舗を出店している。店舗間の距離はいずれも3km内と比較的近い。社長の友人でもある著名な建築デザイナーが内外装を手がけている。ファッション誌に取り上げられることも多く、カリスマと呼ばれマスメディアに登場する美容師も在籍している。

ZブランドはX・Yブランドとは異なり、低価格を訴求したブランドで、郊外の駅前やショッピングセンターに出店している。サービスの無駄を省き、回転率を重視した業態で、若い主婦を中心に人気を集めている。3年前に1号店をオープンしたが順調に店舗数を増やし、今では7店舗を展開している。

問題

A社は複数のブランドを展開しているが、複数のブランドを展開することでどのようなメリットがあったと考えられるか。60字以内で述べよ。