



1階の一部は2階まで吹き抜けになっている。ここにシャンデリアが入る予定だ



2階のエルメスコーナー（写真上）とシャネルコーナー（写真中）。壁一面の什器は重厚な趣（写真下）2階では時計も展示。額縁などを利用し、個性的なディスプレイをしている



（写真上）クローゼットをうまく使った、印象的なエルメスのバッグの陳列
（写真上）1階と2階を繋ぐ階段の壁には、アンティークの額縁が飾られている。写真が撮りたくなるスポットを作っている



什器として使われているアンティーク家具のテイストは様々。それぞれの個性が混ざり合っ、クラシックな雰囲気を醸し出している



（写真左上）お客がくつろげるスペースにも、年代物のテーブルやソファを設置
（写真左下）アパレルコーナーの照明は一つ一つ種類が違う
（写真右）試着室の壁も額縁でセンス良く飾られている



（写真左）VINTAGE QOO TOKYOの外観
（写真右）入口はガラス張りになっていて、店内がよく見える



繁盛店の店づくり vol.265

タイムスリップしたような特別感 宝探しが楽しめるショップ

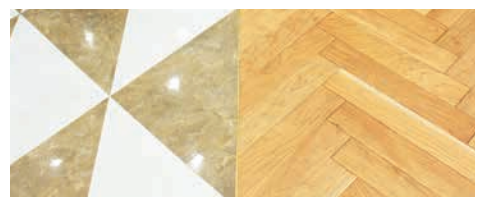
VINTAGE QOO TOKYO

ブランドリユース店の「VINTAGE QOO TOKYO」（運営：エイト【東京都大田区】）が2月7日、東京・表参道にオープンした。アンティークの世界に迷い込んでしまったような凝った店づくりが、早くも外国人観光客や女性客の心を掴んでいる。

「お店に入った瞬間、過去にタイムスリップしたような感覚になるような店づくり」。それが VINTAGE QOO TOKYO のコンセプトだ。什器はほぼアンティーク家具。濱田沙希美社長が自分の目で見えて購入した。「お客様に楽しんで頂けるように、色使いやテイストの違うものを揃えました」と濱田社長。

1階の商品はグッチやディオールやアパレルやアクセサリなどが並び、比較的にカジュアルな雰囲気。2階はレアなシャネルとエルメスのコーナーの他、時計も陳列され、ラグジュアリーな高級感が漂う。「1階と2階で雰囲気が違うので、それも楽しんでもらいたいです」と濱田社長は話す。

店頭在庫は約4000点で、原価ベースでは約6億円。バッグやアパレルなどが約8割を占める。



床材の貼り方も1階はヘリンボーン、2階は市松と変化をつけている。また、床材は無垢材を使い、経年劣化による色味の変化も楽しめるようにしている

お客が思わず写真を撮って SNS に上げたいようなフォトスポットを作っているのも特色の一つ。同店のInstagramのフォロワー数は22万人で、インスタライブで自社によるライブ販売も行っている。

客層の年代は20代～30代後半で、5分の1が海外からのお客。英語、中国語、韓国語が話せるスタッフが在籍するのも強みになっている。「言語対応がしっかりしていることと、商品知識をもったスタッフの丁寧な接客でも、他店との差別化を図ってきたい」と濱田社長は語る。

オープン初日から売れ行き好調で、目標月商2億円も狙えるスタートを切っている。

●店舗データ

- オープン / 2023年2月7日
- 店舗面積 / 約85坪(1階約53坪、2階約32坪)
- 在庫数 / 約4000点
- 商品構成 / バッグ・小物・アパレル8割、時計2割
- 平均客単価 / 約15万円
- スタッフ数 / 常駐約10名
- 備考 / VINTAGE QOO TOKYO は2020年にコロナ禍で一度閉店。オンライン販売のみで運営していたが、2023年2月に2年ぶりに実店舗をオープンした。