

流通とSC・私の視点

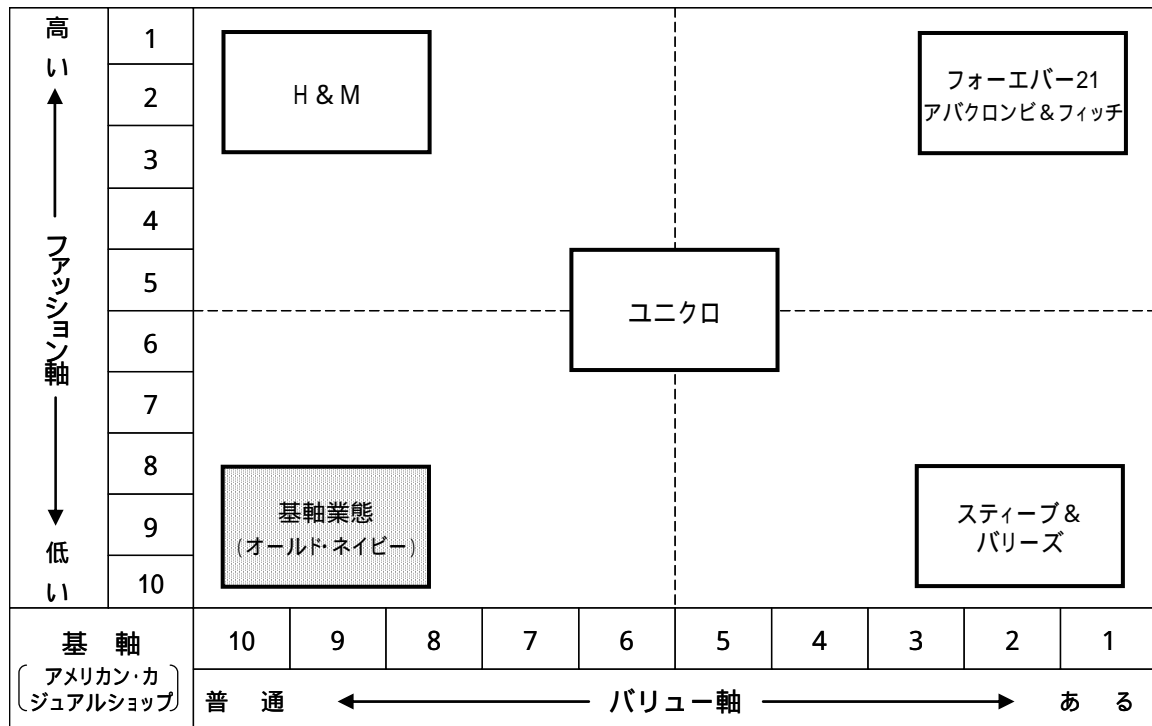
2007年6月22日

視点(785)

I Saw All America (その99) !!

バリュー志向のカジュアル・ファッション業界のカテゴリー分析

バリュー志向のカジュアル・ファッション業界を「ファッション軸」と「バリュー軸」マトリックスで分析すると次のようになります(六車流：流通理論)。



バリュー志向のカジュアル・ファッション業界を「ファッション軸」と「バリュー軸」で分析する場合の基軸(本来の固有の特性を持っているバリュー志向のカジュアル・ファッションの店)は「オールド・ネイビー」(バリュー志向のアメリカン・カジュアルの店)です。

バリュー志向のカジュアル・ファッションの店で、ファッション性の高い業態が「H & M」(スウェーデン出身でヨーロッパ全体で展開するモード系のおしゃれなカジュアル・ファッションの店)です。一方、低価格を売りものにするバリュー志向のカジュアル・ファッションの店が「スティーブ&バリーズ」(超低価格のスポーツウェア=カジュアル・ファッションの店)です。バリュー志向のカジュアル・ファッション業態の中で、ファッション性とバリュー性の両方を兼ね備えているのが「ユニクロ」(品質重視とバリュー性とファッション性を付加した店)です。また、若干ジャンルは違いますが、「フォーエバー21」(永遠に21歳の若さであり続けたいをコンセプトとするヤングファッションの低価格の店)や「アバクロンビ&フィッチ」(トレンド性とアバンギャルド性のあるカレッジ・ファッションの店)も、バリュー志向のカジュアル・ファッションの店に属します。

このバリュー志向のカジュアル・ファッションの業態も、マクネアの売の輪(常に1つの業態は低価格の業態として出現し、やがて粗利の高い高級化の方向に進むという理論)に基づき、もう1ランクへの方向と進みますが、一方において、価格破壊者の新参者が出現しています。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車秀之