

流通とS C・私の視点

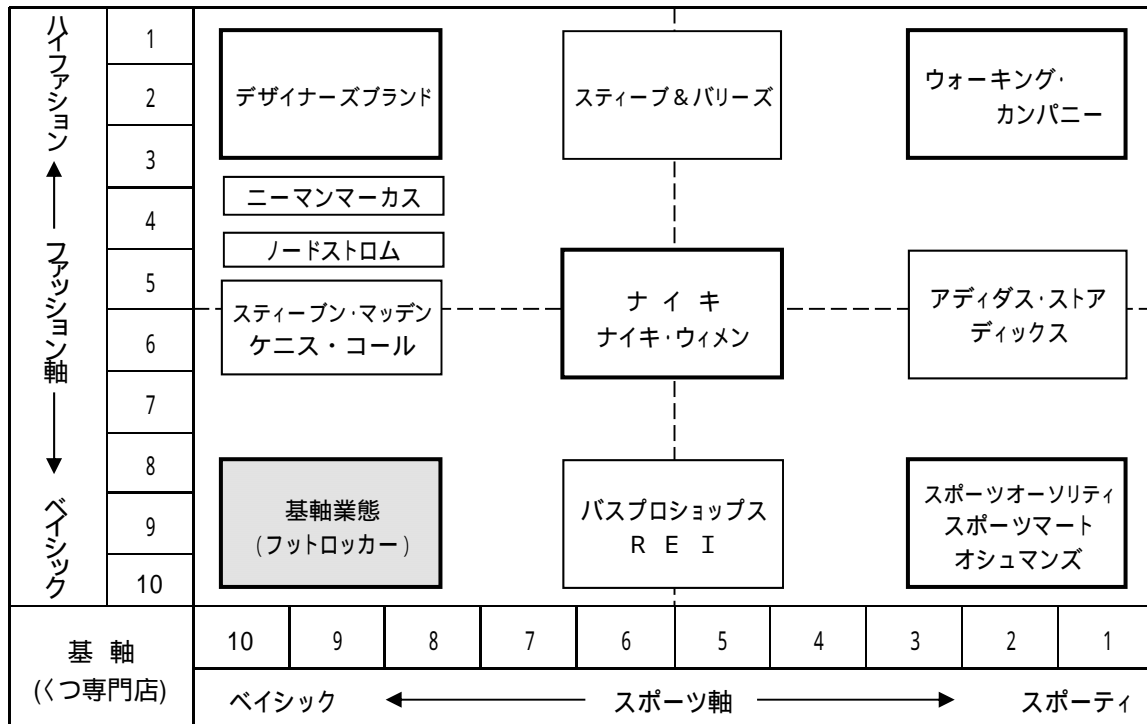
2007年6月30日

視点(794)

I Saw All America (その106) !!

アメリカのシューズ業界のカテゴリー分析

アメリカのシューズ業界を「ファッション軸」と「スポーツ軸」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)



シューズ業界を「ファッション軸」と「スポーツ軸」で分析する場合の基軸業態(本来の固有の特性を持っているシューズの店)は、「フットロッカー」(シューズの売上高6,426億円のスポーツ・シューズの店)で、スポーツ軸の強い企業は、「ディックス」「バスプロショップス」「R E I」の新スポーツのメガストアの御三家と「スポーツオーソリティ」「スポーツマート」「オシュマンズ」の旧スポーツのメガストアの御三家です。ファッション軸の高い店として「デザイナーズブランド」(有名デザイナーのブランドショップ)や「ニーマンマーカス」(高級百貨店)や「ノードストロム」(シューズに強い百貨店)や「ステイブン・マッデン」(21歳前後の女性向けシューズの店。上げ底シューズの火付け役の店)や「ケニス・コール」(シューズ、バッグ、アクセサリ、アパレルの店。婦人靴ブランドとして創業された店)があります。

ファッション性とスポーツ性の両面を持っている店は「ナイキ」及び「ナイキ・ウィメン」(総合スポーツの店、特にシューズが強い店)で、他に「アディダス」や「ステイブ&バリーズ」(超低価格のスポーツ・ファッションの店)があります。また、「ウォーキング・カンパニー」(ウォーキングシューズ&アクセサリの店)もファッション性とスポーツ性の中間に位置づけられます。

シューズは、業態的に、百貨店やPDS(プロモーション・デパートメント・ストア)の総合業態グループと、ファッション・シューズ専門店グループと、スポーツ・シューズ専門店と、スポーツ&アウトドアの大型専門店に4区分されています。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車 秀之