

流通とSC・私の視点

2007年6月15日

視点(767)

I Saw All America(その82)!!

- アバクロンビ&フィッチの特性 -

カレッジ・ファッションのアバクロンビ&フィッチがアメリカの専門店業界の中で注目を集めています。アバクロンビ&フィッチ社は、1892年にアウトドアスポーツ用品の店として創業され、1988年にリミテッド社に買収されてからアパレルストアへと業態展開しました。1998年にリミテッド社はアバクロンビ&フィッチ社を上場してスピンオフさせました。現在のアバクロンビ&フィッチ社の概要は次の通りです。

(2005年度)

売上高	純利益	店舗数	1店舗別売上高
3,342億円	401億円	850店	3.9億円

アバクロンビ&フィッチ社の店舗パターンは、ターゲット別に次の通りです。

(2005年度)

店名	Abercrombie&Fitch	Hollister.Co	abercrombie	Ruehl	合計
店舗数	361店	318店	163店	8店	850店
ターゲット	大学生	高校生	中学生	大人向け(30歳前後)	-
スタイル	アメリカカジュアル	サーフカジュアル	キッズカジュアル	コンテンポラリーカジュアル	-

アバクログループ(アバクロンビ&フィッチ社のカレッジ・ファッションの3業態を総称した名称)の人気と強さのポイントは、技術的な面では色々あると思いますが、ここでは次の4つのポイントに絞って説明します(六車流:流通理論)

アンチテーゼ化したカレッジ・ファッションの専門店

アバクログループは大学生、高校生、中学生をそれぞれターゲットとするカレッジ・ファッション業態です。一般的に、ファッションレベルを「利用シーン」の観点から分類すると、次のようになります。

オン<フォーマルウェア>		中間(オン・オフ兼用)<タウンウェア>		オフ<カジュアルウェア>	
オン・オン	オン	オン・オフ	オフ・オン	オフ	オフ・オフ
礼服・制服を基軸としたファッション	仕事シーン(学校含む)を基軸としたファッション	仕事シーン(学校含む)を基軸としつつ遊び・日常兼用ファッション	遊び・日常シーンを基軸としつつ仕事(学校含む)兼用ファッション	遊び・日常シーンを基軸としたファッション	アバンギャルド・ファッション(画期的・前衛的)

アバクログループの特性を語るにおいて重要なポイントは、「アンチテーゼ」(反発)です。閉鎖的な店舗入り口、暗い店舗内照明、カレッジ・ファッションとしては過激なポスター、トレンド性のある商品...等は、今までのSC内専門店としての常識を超えた斬新(?)な店づくりです。客のファッションの表現シーンの中に、オン・オン オン・オフ オフ・オン オフ オフ・オフの6段階あり、仕事用・学校用、遊び用、日常用(カジュアル)を使い分けたシーン展開をします。いわゆる、T・P・Oによるファッションの使い分けです。

本来、カレッジ・ファッションは、「オン・オン」(制服)及び「オン」(学生らしい清楚な服装)が基本ですが、今は「オン・オフ」から「オフ・オン」まで学生としての制約の範囲内でのカジュアル・ファッションやおしゃれファッション化しています。これを体制内ファッション(ビジネスマンやキャリアウーマンも会社やビジネスという枠にはまった服装であり、体制内ファッションの位置づけ)と言います。

ところが中学生、高校生、大学生は人生における親に対しては反抗期であり、社会に対しては反体制的です。

それゆえに、学生は社会や家庭に対する潜在的アンチテーゼを持つターゲットであり、また、学生は思春期かつ性に対する関心の高い年齢です。それが「ワイルド&セクシー的なファッション」の一環として、カレッジ・ファッションとしてギリギリの限界ラインのファッションレベルまで達したのが、アバクログループの「やや崩れた粗野なカジュアル・ファッション」と言うことができます。ファッションの利用シーンで言えば、「オフ・オフ」のカレッジ・ファッションの位置づけにあります。キーワードは、ワイルド&セクシー、かっこよさ、アンチテーゼ、前衛的・脱カレッジ、チョイ悪学生、不良っぽさ...等で、それゆえに、アバクログループは学校ファッションではなく、学生をターゲットとするカレッジ・ファッションです。正に、太陽の季節(小説・映画)に出る「太陽族」のアメリカ版ファッションの店です。

ちなみに、ノードストロム・スタイルは「オン・オフ」あるいは「オフ・オン」のファッション・シーンレベルです(参考までに)

(私の視点(768)へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車 秀之