

視点(772)

I Saw All America(その86)!!

- ユニクロ、H&M、オールドネイビーのソーホー・オリンピック大会 -

ユニクロが2006年秋にニューヨーク市ソーホー地区に旗艦店をオープンさせました。ソーホーには、従来からオールドネイビー、H&M(ヘネス&モーリッツ)が出店しており、ここにソーホー地区に世界のジーンズ&カジュアル・ファッション(ベイシック・カジュアルファッション)のジャンルの御三家が勢揃いしたことになります。

アメリカ代表のオールドネイビー、ヨーロッパ代表のH&M、日本代表(アジア代表)のユニクロと、まるでソーホー・オリンピックのようです。3社の概要は次の通りです。

(2005年)

	売上高	店舗数	1店舗当たり売上高	摘要欄
ユニクロ	3,860億円	703店	5.5億円	
オールドネイビー	7,883億円	959店	8.2億円	ギャップ社のうちオールドネイビーのみ
H&M	14,038億円	1,345店	10.4億円	カタログ販売含む

オールドネイビーの属する企業の中でギャップ社は、下ランクのオールドネイビー(基軸プライスライン 15\$~20\$)、中ランクのギャップ(基軸プライスライン 60\$~80\$)、中上ランクのバナナリパブリック(基軸プライスライン 120\$~250\$)の3本柱で店舗展開しています。その3業態の概要は次の通りです。

	売上高	構成比	店舗数	1店当たり売上高
オールドネイビー	7,883億円	41%	959店	8.2億円
ギャップ	8,653億円	45%	1,591店	5.4億円
バナナリパブリック	2,500億円	13%	498店	5.0億円
その他	192億円	1%	5店	-
合計	19,288億円	100%	3,053店	6.3億円

ギャップ社は、ギャップをヨーロッパに165店、アジアに91店、バナナリパブリックを日本に4店(2005年現在)出店しています(カナダにもバナナリパブリックを1995年から出店しています)。オールドネイビーは、1993年の春からギャップのローワーラインとしてスタートし、GMSやディスカウントストアから客を奪い始めました。H&M社は、スウェーデン出身のヨーロッパ全土をマーケットとする国際企業で、スウェーデンの国内には123店・1,173億円で展開しており、スウェーデン内では総売上高の8.4%に過ぎず、主力の国はドイツ(売上高3,538億円)を中心に全ヨーロッパに及んでいます。アメリカでの展開は114店・896億円(2006年度)ですが、最近、急激に店舗数を増やしています。

ユニクロ(ファーストリテイリング社)は1990年代に品質と価格の抜群なる価値を提供して10年間で100倍(毎年60%台の成長)に伸びた奇跡の会社です。ユニクロは、ヨーロッパや外国企業を買収していますが、日本国内が主力の企業(ブランド)です(現在、ユニクロはM&Aでセオリーを買収し、1兆円体制を目指しています)。

この3社は、ジーンズ&カジュアル・ファッションのジャンルに属し、バリュー(品質/価格)を武器とする企業(ブランド)です。

今、ニューヨーク市のソーホー地区で、ユニクロ(日本で勝ち抜いて来たジーンズ&カジュアルのバリュー志向のブランド)と、H&M(ヨーロッパで勝ち抜いて来たジーンズ&カジュアルのバリュー志向のブランド)とオールドネイビー(アメリカで勝ち抜いて来たジーンズ&カジュアルのバリュー志向のブランド)が、正に、各エリア代表による世界レベルでの覇権争いのソーホー・オリンピック大会が開催されています。ファッション性の付加とバリューを武器とするH&Mが勝つのか、品質の重視とバリューを武器とするユニクロが勝つのか、アメリカン・カジュアルを特徴としバリューを武器にしたオールドネイビーが勝つのか、それとも互いに棲み分けて共存共栄するのか、予断を許さない注目すべき戦いが始まっています。

ユニクロもヨーロッパ、アメリカ及び韓国、中国に進出しつつあり、オールドネイビーも海外進出を目指しており、国際企業であるH&Mとの御三家が、ニューヨーク市のソーホー地区だけでなく、全米で、そして全世界で、ジーンズ&カジュアル・ファッション分野で覇権を懸けた戦いが始まることとなります。さらに、H&Mも日本に近々、進出します。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六 車 秀 之