

流通とS C・私の視点

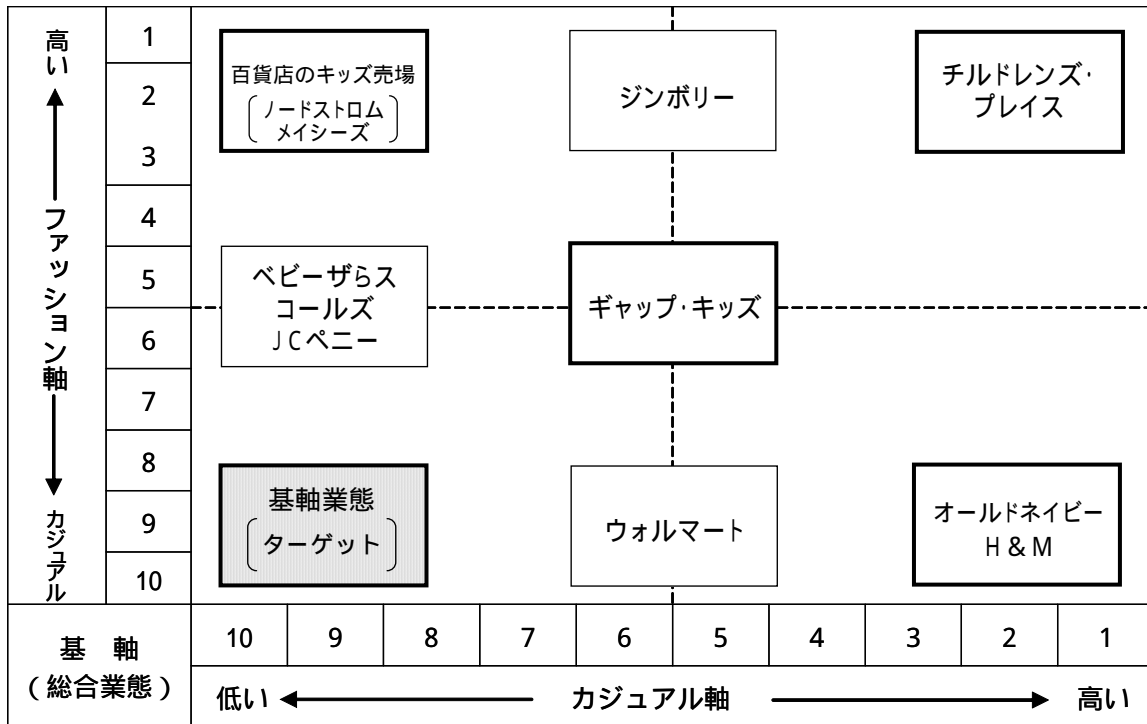
2007年6月24日

視点(788)

I Saw All America(その102)!!

アメリカのキッズ・ファッション業界のカテゴリー分析

アメリカのキッズ業界(ベビー業界も含む)を「ファッション軸」と「カジュアル軸」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)。



キッズ・ファッション業界を、「ファッション軸」と「カジュアル軸」で分析する場合の基軸(本来の固有の特性を持っているキッズ・ファッションの店)は、総合業態である「ターゲット」です。ファッション軸でトップは「百貨店のキッズ・ファッション売場」であり、次いで、「ベビーザラス」(玩具ザラスのベビー用品業態)と「コールズ」(ジュニア百貨店レベルの子供服売場)及び「JCペニー」(GMSレベルの子供服売場)です。

カジュアル軸のトップは、「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)、「H & M」(バリュー志向のカジュアル・ファッションの店)で、次いで「ウォルマート」(ディスカウントレベルの子供服売場)です。

ファッション軸とカジュアル軸の両面を兼ね備えているのが、「チルドレンズ・プレイス」(クラッシーな雰囲気の中で、やや低い価格設定で販売するコンセプトが強み。ギャップ・キッズより3割低い)が、店舗自体はアップスケールな店構えの店と「ギャップ・キッズ」(カジュアル・ファッションのギャップのキッズ部門の店)があります。さらに、「ジンボリー」(新生児から7歳までをターゲットにする子供服専門店。明るくビビッドな色調のアパレルが特徴のSPA企業。同社の起源である子供フィットネス教室はフランチャイズで展開している)があります。

キッズ・ファッションは、専門店志向よりも、どちらかと言えば、総合店の子供服売場が基軸となっています。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車^{むろま}秀之