

流通と S C ・私の視点

2010年11月3日

視点(1322)

I Saw All America (その182) !!

ー アメリカのシニア・アパレル・ファッション業界の解明①ー

アダルトを年齢別に分類すると「ヤングアダルト」(25~39歳)、「ピュアアダルト」(40~54歳)、「アクティブシニア」(55~69歳)、「マチュアシニア」(70歳以上)の4ステージに分類されます。(これ以外にヤング、ジュニア、チャイルド&キッズが存在します)。

アダルトのうち、ここでは「アクティブシニア」と「マチュアシニア」をシニア層とし、このシニア層を対象としたアメリカのアパレル・ファッションについて述べます。

シニア層のアパレル・ファッションの購入動機は次の3つがあります。

購入動機	内 容
エイジレス志向の購入動機	シニア層が年齢に関係なくマルチユース(万能)でアパレル・ファッションを選ぶ購入動機
エイジング志向の購入動機	シニア層が年齢の持つ優位性(風格)を發揮できるアパレル・ファッションを選ぶ購入動機
アンチエイジング志向の購入動機	シニア層がわざと若ぶるヤングマインド志向でアパレル・ファッションを選ぶ購入動機

また、シニア層をテイストで分類すると次の通りになります。

シニア・コンサバ・ローカリティ層	シニア層のうちドロ臭い田舎風のアパレル・ファッションを好む層	
シニア・コンサバリッチ層	シニア層のうち、ラグジュアリー志向で保守的ではあるが高級アパレル・ファッションを好む層	
シニア・コンテ ンポ ラリー層	エイジレスシニア・ コンテンポラリー層	シニア層のうち、年齢とは関係ない、ノンエイジのマルチユースのアパレル・ファッションを好む層
	エイジングシニア・ コンテンポラリー層	シニア層のうち、シニアとしての風格を持つ、アパレル・ファッションを選ぶ層
	アンチエイジングシニア・ コンテンポラリー層	シニア層のうち、シニア化を否定し、若ぶるアパレル・ファッションを選ぶ層

このシニア層のテイストを基軸に、アメリカのシニア・アパレルの店舗を当てはめると次の通りになります(六車流: 流通理論)。

※ Jジル等は、コールドウォータークリークやタルボッツを含む

ターゲット	店 名	Jジル等	チコーズ	トミーバハマ	バナナ リパブリック	シニア向け ラグジュアリー店
シニア・コンサバ・ローカリティ層		20%	—	—	—	—
シニア・コンサバリッチ層		—	10%	10%	20%	50%
シニア・コンテ ンポ ラリー層	エイジレスシニア・ コンテンポラリー層	50%	30%	40%	60%	10%
	エイジングシニア・ コンテンポラリー層	30%	50%	30%	20%	30%
	アンチエイジングシニア・ コンテンポラリー層	—	10%	20%	—	10%
合 計		100%	100%	100%	100%	100%

ピュアアダルト	40~54歳	20%	10%	30%	60%	25%
ヤングシニア	55~64歳	40%	40%	25%	30%	30%
アダルトシニア	65~74歳	20%	30%	25%	10%	25%
マチュアシニア	75歳以上	20%	20%	20%	—	20%
合 計		100%	100%	100%	100%	100%

(流通と S C ・私の視点1323へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之