

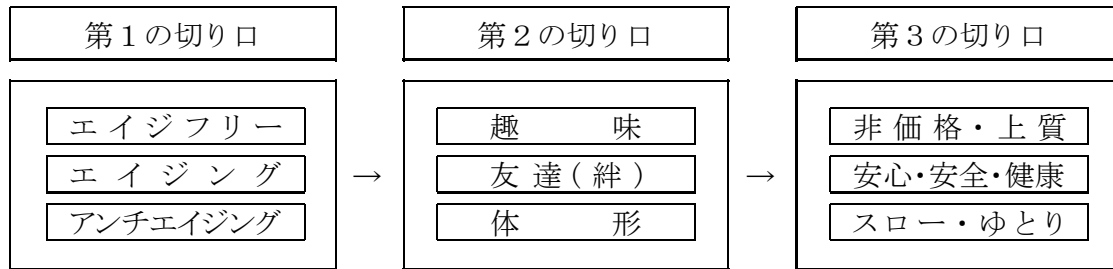
視点(1526)

シニアマーケットの今後とSCづくり (その7) !!

(流通とSC・私の視点 1525 より続く)

(4) シニアマーケット対応専門店の切り口と業態

①シニア対応マーケットの対応業態を形成する切り口



②シニアマーケット対応業態のタイプ

	テーマ	内容
第1のタイプ	大きいサイズショップ	感性はヤングマインドだが、サイズは熟年世代にフル対応した熟年ショップ
第2のタイプ	コンサバリッチショップ	高級かつコンサバ本来の年相応で伝統的な熟年ショップ (ラグジュアリーブランドショップも含む)
第3のタイプ	コンテンポラリー熟年ショップ	今風かつ若々しい、ヤングブランドの感性を熟年向けに対応させた熟年ショップ (例: バナナ・リパブリック)
第4のタイプ	母と娘のハイブリッドショップ	お下がり・お上がりの団塊シニア世代と団塊ジュニア世代の母と娘のコンボの熟年ショップ (パーツでブリッジ)
第5のタイプ	チョイ悪熟年ショップ	チョイ悪オヤジとチョイ悪シニア志向の団塊シニア世代の熟年ショップ
第6のタイプ	エイジング対応の熟年ショップ	年をとることによる魅力をプレゼンテーションしてくれる熟年ショップ
第7のタイプ	旅&カジュアルショップ	熟年層にとって最大の興味の1つである旅をテーマとしたショップ化であり、同時に熟年シニアのデイリーアパレル化の熟年ショップ (例: ハヴァナイストリップ)
第8のタイプ	ロハスショップ	ヘルス&ビューティ分野と自然志向のロハス分野とファッションを一体化した熟年ショップ (例: パタゴニア)
第9のタイプ	スポーツカジュアル熟年ショップ	健康とスポーツに興味を持つ熟年者を対象としたファッション総合の熟年ショップ
第10のタイプ	井戸端会議熟年ショップ	ペット同伴OKやカフェ併設のゆとり感と井戸端会議感を持たせた熟年ショップ
第11のタイプ	シニアにカスタマイズ化したショップ	シニア対応の希少価値商品(レアメタル商品=少ないがなくてはならないもの)を揃えたショップ

(流通とSC・私の視点 1527へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之