

流通とSC・私の視点

2013年8月7日

視点(1744)

サクセス・バージョンテクニックと事例研究(その1)!!

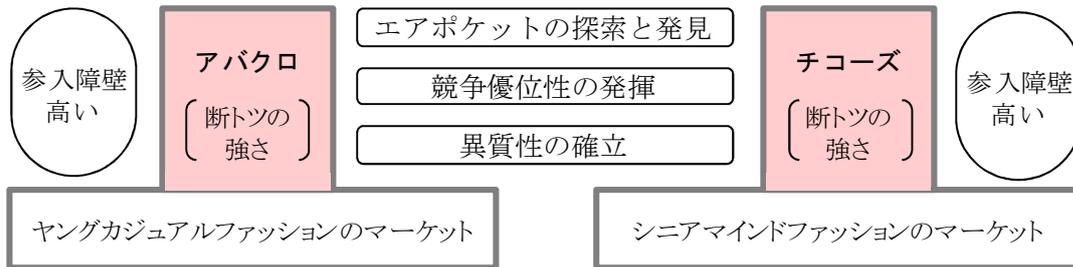
(流通理論編)

サクセス・バージョンテクニックを適用するアメリカの対象企業として「アバクロンビー&フィッチ」(以下アバクロ)と「チコーズ」の2つの事例を示します(六車流：流通・マーケティング理論)。

アバクロは「ヤングカジュアルファッション分野」で断トツの企業です(ただし10年以上断トツでありましたが、現在は定番化して、ややパワーは低下しています)。

チコーズは「シニアマインドファッション分野」で断トツの業績の企業です。

ではなぜ「アバクロ」はヤングカジュアルファッションの分野で断トツの業績の企業で、「チコーズ」はシニアマインドのファッションの分野で断トツの業績の企業なのでしょう。その成功のメカニズムは次の通りです。



アバクロとチコーズは成功のメカニズムを見ると「姉妹サクセスビジネスモデル」(対象マーケットの分野は異なるが同質性の高い成功のメカニズム)です。

アバクロ			
チコーズとの違い	1	対象マーケットはヤングカジュアルファッション(or キャンパスファッション)	
	2	ヤング(若者)のエリート性(誇り)をブランド化	
	3	学生のための学生のファッションとしてカスタマイズ化(あなたのためのみのファッション化)(学生以外が着ると似合わない=奇異なイメージ)	
共通点	1	競争相手が参入できないレベルの異質性を持っている	
	2	競争相手を圧倒するレベルの競争優位性を持っている	
	3	上質感のある品質でワンランク上のプライス	
	4	独自の目立つデザイン性	
	5	特定のマーケット分野でしか通用しない「ガラパゴス型ファッション」	
特徴	1	店舗の閉鎖性	5 強烈な音楽
	2	店内は薄暗い	6 不良っぽいイメージ
	3	過激でセクシーなポスター	7 社会や親に対する反発イメージ
	4	店内の強力なおおい	8 若者らしいスポーツイメージ
サクセスイメージ	アバクロはヤングカジュアルファッションあるいはキャンパスファッション店ですが、アバクロの服を24歳以上の方が着ると“違和感・奇異なイメージ”となります(現在はやや汎用性は高まっている)。すなわち、アバクロはヤングカジュアルファッションと言うよりキャンパスファッションに特化した、学生のための学生にカスタマイズ化(あなたのための服で、他の人にとっては奇異となる)しています。それゆえに「ガラパゴス型ファッション」と呼ばれています。私はアバクロ・ファッションを「太陽族の再現」と言っています。石原慎太郎さんの作家としての代表作である「太陽の季節」の中で、湘南海岸でのいいところのお坊ちやまやお嬢さまの危険でアバンチュールな不良っぽい遊び、さらに社会と親に対する若者らしい反発志向の生活スタイルのファッション化とすることができます。まさに、学生が持つ「社会に対する反発」「スポーツイメージ」「エリート感覚」「不良っぽさ」の見事なファッション化です。		

(流通とSC・私の視点1745へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆
代表 六車 秀之