

## 視点(1989)

### I Saw All America (その288) !!

(百貨店・GMS編) — シアーズとブルーミングデールズのSCの核店としての危機 —

今、アメリカでSCの核店としての「シアーズ」と「ブルーミングデールズ」が危機状態にあります。アメリカのSCの核店をグレード別に分類すると次の通りです。

グレード	核店	業態のタイプ
上クラス(ツーランク上)	ニーマンマーカス、サックスフィフスアベニュー	スペシャリティ百貨店
上クラス(ワンランク上)	ノードストローム、ブルーミングデールズ	
中中クラス(スタンダード)	メイシーズ(600店)	
中下クラス(ワンランク下)	JCペニー、シアーズ	プロモーションナルデパートメントストア(PDS)
下クラス(ツーランク下)	ターゲット、ウォルマート	ディスカウントストア(DS)

今後、このままではシアーズとブルーミングデールズがSCから退店が続出することが想定されます。私の考えでは、「サックスフィフスアベニュー」「シアーズ&JCペニー」がSCの核店としての存在が希薄化しています。

#### ①サックスフィフスアベニュー

サックスフィフスアベニューは上クラスの百貨店ですが、最近アウトレット業態(百貨店の普及版)のオフフィスが中心で、本来の高級百貨店での出店はほとんどしていません。同じ高級百貨店のニーマンマーカスやワンレベル下のノードストロームがサックスフィフスアベニュークラスのMD i n gを強化しているため、SCの核店としての位置づけが希薄化しています。

#### ②ブルーミングデールズ

ブルーミングデールズは中上クラスの百貨店ですが、同じクラスのノードストロームとの競争に対応できていません。ノードストロームの価格帯は30,000円を中心に15,000~60,000円のプライスゾーンでキャリア対応、エレガンス対応、トラッド対応の40代を基軸とする30~50代対象の上質感のある百貨店です。アメリカの百貨店業界の1位・2位であるフェデレーテッドグループとメイグループが合併し、3位であったノードストロームが一挙に浮上(2.5における0.5から1.0にレベルアップ)して、チェーン店としてもMD i n gにおいても強力な存在となっています。

一方、ブルーミングデールズはメイシーズグループ(600店)の上位概念の百貨店ですが、グレード的には中上クラスでノードストロームと同じ位置づけにあります。ただ、ノードストロームが強力であるがゆえにヤングマインドのMD i n gをとっており、ノードストロームとは差別化しています。しかし、基軸価格30,000円クラス(プライスレンジ15,000~60,000円)はノードストロームの客層には適正な価格であるのに対して、ブルーミングデールズの若い客層にとってはやや高く、マーケット的にはボリュームが少ないマーケットに対応しています。実は、ノードストロームも今から10年前にヤング志向の百貨店に脱皮しようとして大失敗しています。ブルーミングデールズはノードストロームの失敗の轍を踏もうとしています。それゆえに、ノードストロームがSCの核店となっている場合、**ブルーミングデールズのSCの核店としての位置づけが希薄化しています。**

#### ③シアーズ&JCペニー

シアーズとJCペニーはPDS(プロモーションナルデパートメントストア=カジュアルかつリーズナブルな百貨店)として、中下クラスの核店です。最近、ツーランク下のターゲットがディスカウントストアでありながら、こだわりMD i n gとおしゃれなDSとしての位置づけで、下クラスのグレードにもかかわらずSCの核店として導入されています。本来ならば、SCのモール専門店との相乗効果を発揮する核店は中下レベルのJCペニーやシアーズローバックまでであり、下レベルのターゲットは対象外でした(ウォルマートは今でもSCの核店としては対象外)。ところが、ターゲットがこだわりMD i n gやおしゃれなDSとしてモール専門店との相乗効果を発揮できるようになり、ターゲットもSCの核店としての地位を築きました。その結果、日本のGMSに相当するPDSであるJCペニーやシアーズといったPDSの賞味期限(1971年にPDSになって40年目)が過ぎ、今やMD i n g的にJCペニーは最低限のポジショニングを維持していますが、**シアーズ(DSのKマートと合併)はメイシーズとターゲットの“間”MD i n gで切り崩され、SCの核店としての位置づけが希薄化しています。**

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup><sub>6</sub>

代表 六 車 秀 之