

流通とSC・私の視点

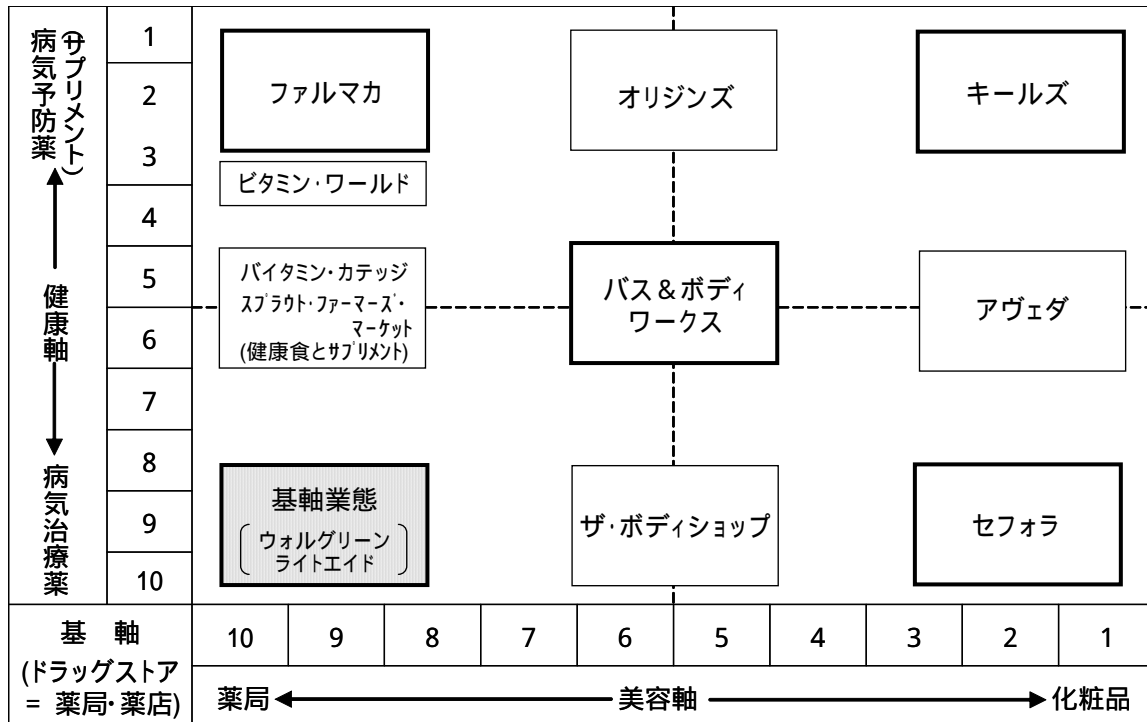
2007年6月20日

視点(778)

I Saw All America (その92) !!

H & B C 業界のカテゴリー分析

アメリカのH & B C (ヘルス&ビューティケア)業界を「健康軸」(ヘルス)と「美容軸」(ビューティ)のマトリックスで分析すると次の通りです(六車流：流通理論)。



H & B C 業界で基軸(本来の業態の固有の特性を持っているH & B C 業態)となる業態は、「ウォルグリーン」や「ライトエイド」のドラッグストアです。

H & B C 業態を「健康軸」(病気予防薬 病気治療薬)と「美容軸」(薬局 化粧品)から分析すると、次の通りになります。

「ウォルグリーン」は小型かつコンビニエンスタイプのロードサイドでの独立立地のドラッグストアです。「ライトエイド」は大型のカテゴリーキラー型のファーマシーを基軸とする総合雑貨店です。両者は、タイプこそ異なりますが、同じジャンルのドラッグストアです。

病気予防型で健康軸の強い業態は「ファルマカ」(病気予防や健康を維持し、総合的な医療手法をアドバイスする店)です。また、化粧品を中心とする美容軸の強い業態は「セフォラ」(各メーカーの化粧品を一室に集め、セルフで展開する化粧品の店)です。健康軸と美容軸を融合した業態が、「バス&ボディワークス」(トイレタリーをおしゃれに販売し、人間の内面と外面の美しさを追求する店)と「キールズ」(白衣の制服で、ヘアケア、スキンケアやボディケアの美と健康を追求する高級志向の店)です。また、オリジンズやザ・ボディショップは健康と美のコスメ中心の店ですが、アヴェダはコスメにエステやヘアケアサロンを併設した店です。

キールズやアヴェダやオリジンズやザ・ボディショップは同じジャンルで、美と健康を基軸に“体にやさしい”の口ハスをコンセプトとするボディケアとヘアケアとスキンケアの店です。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車秀之