

# 流通とS C・私の視点

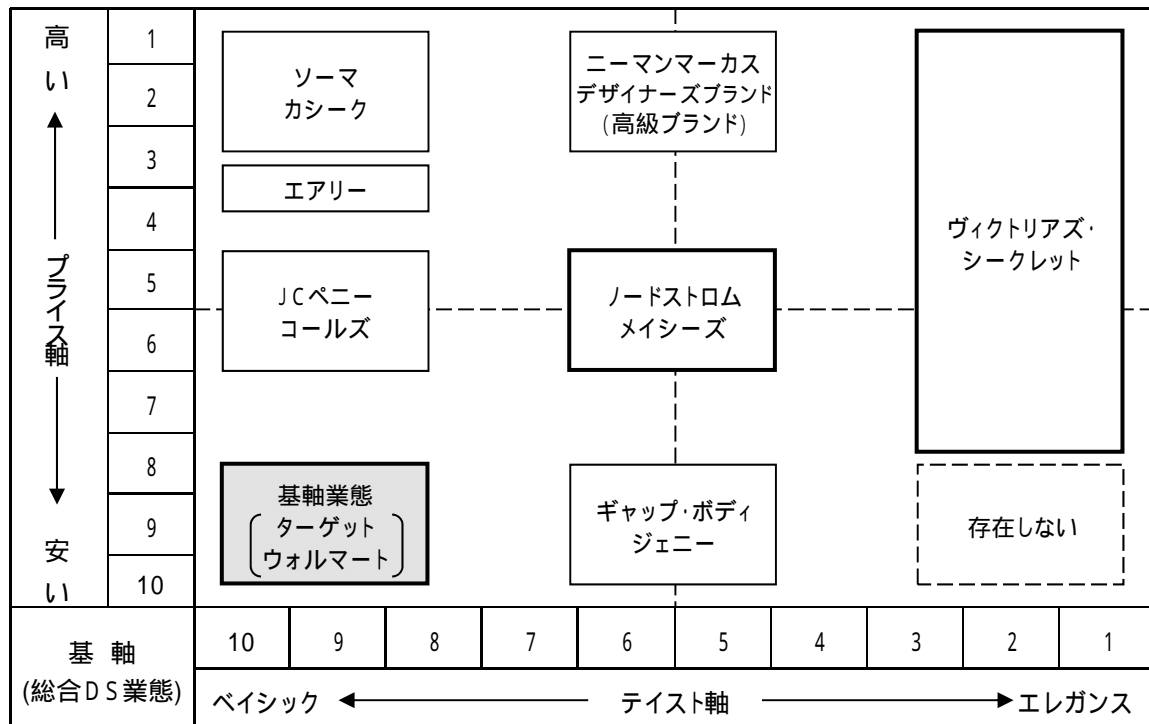
2007年6月30日

視点(791)

I Saw All America (その103) !!

アメリカのランファン業界のカテゴリー分析

アメリカのランファン業界(ランジェリー&ファンデーション)を「プライス軸」と「テイスト軸」マトリックスで分析すると次のようになります(六車流:流通理論)。



ランファン業界を「プライス軸」と「テイスト軸」で分析する場合の基軸業態(本来の固有の特性を持っているランファンの店)は、総合DS業態の「ターゲット」や「ウォルマート」です。

アメリカのランファン業界は、総合DSやGMSのベイシックな量産ブランドと高級ブランドの2核化の時代が長く続きましたが、「ヴィクトリアズ・シークレット」は、感性は高級ブランド並、価格は高級ブランドと量産ブランドの中間並の「アホーダブル・ラグジュアリー」(手の届く範囲内の贅沢性)に設定し、ランファン業界を、ニーズ・ビジネスからウォンツ・ビジネスに変えた世界で最も成功した事例と言われています。ヴィクトリアズ・シークレットはランファン業界の中で、ダントツの売上(05年、5,238億円)を示し、敵の参入を許さない参入障壁の高い独自のビジネスモデルを確立しています。

ベイシックかつ低価格のランファン業態は、「ターゲット」と「ウォルマート」の総合DSと「JCペニー」と「コールズ」のPDSとなっています。また、高価格なゾーンとしては、「デザイナーズブランド」や「ニーマンマーカス」、「サックス・フィフス・アベニュー」の高級百貨店、また、中の上レベルの「ノードストロム」や「メイシーズ」があります。

また、「ソーマ」(チコーズ系の熟年世代のランファンショップ)や「カシーク」(太目の熟年女性向けのランファンの店)や「レーンプライヤ」(太めの女性の店の下着)や「エアリー」(自然・オーガニックの下着の店)や「ギャップ・ボディ」(ギャップらしいベイシックなランファンの店)や「ジェニー」(中高層の下着)があります。いずれにしても、アメリカのランファン業界の王者は、アメリカのランファン業界を女性の心理やヨーロッパ女性のランファン市場からエアポケット化し、そしてビジネス化した「ヴィクトリアズ・シークレット」です。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代表 六車秀之