

# 流通とSC・私の視点

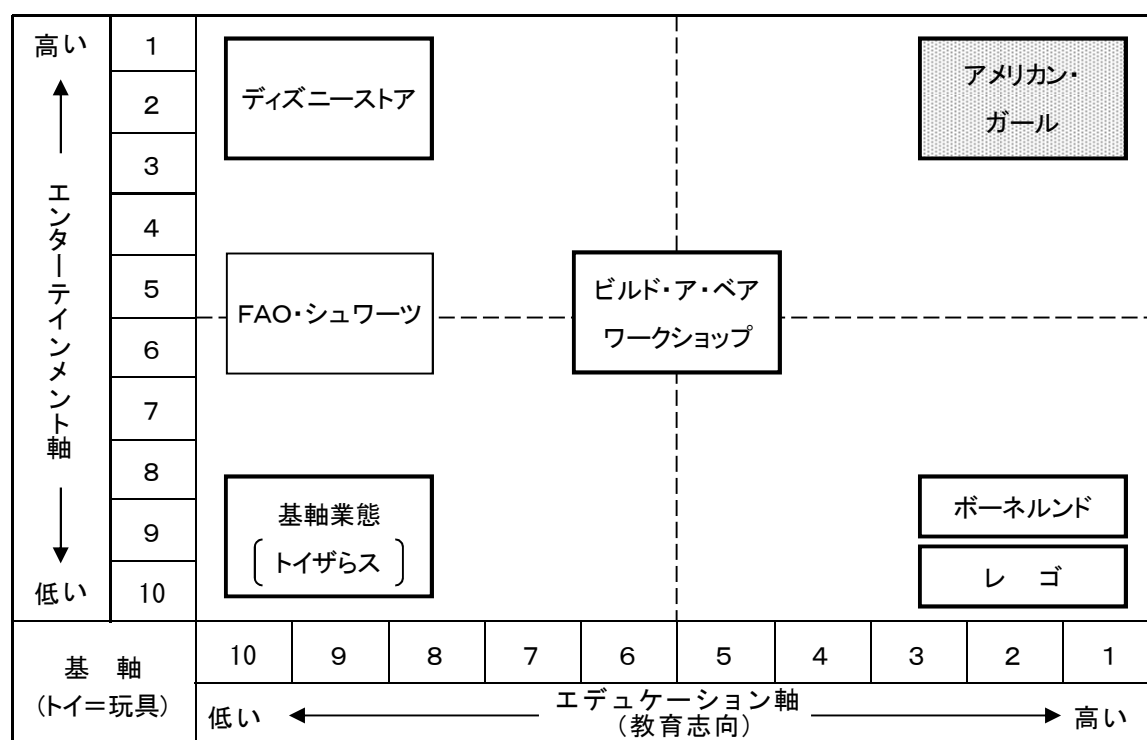
2009年2月8日

視点(1053)

I Saw All America (その150) !!

— アメリカン・ガール(その1) —

アメリカの玩具業界を「楽しさ軸」(エンターテインメント)と「教育軸」(エデュケーション)でマトリックス化すると次のようになります。



このマトリックスで、エデュケーション軸(教育志向)で一番で、かつエンターテインメント軸(楽しさ志向)でも一番の玩具の店(少女向けビジネス)に位置しているのが、「アメリカン・ガール」という高級人形の店です。シカゴで生まれ、今、ニューヨークとロサンゼルスに出店しています。1人の主婦が始めた少女向けビジネスは、今や3億ドル以上の売上を誇るまで成長しています。その内容は次の通りです。

- ①対象者は、7歳から12歳の女の子をターゲットにしています。
- ②6人の女の子の人形の物語をつくり、全て人形の主人公が育った時代が違い、その時代のライフスタイルを表現しています。  
その6人の女の子の人形の主人公は次の通りです。  

○SAMANTHA (1904年)	○KIRSTEN (1854年)
○FELICITY (1774年)	○KAYA (1764年)
○JOSEFINA (1824年)	○ADDY (1864年)
- ③少女のみならず、親と祖父母のお気に入りのショップです(少女らしい人形と教育性が親と祖父母に受けています)。

アメリカン・ガールは、さまざまな時代に育った9歳の少女を主人公とするシリーズ本と、読者の少女たちがその物語に沿った遊びができるよう歴史を忠実に再現した衣装品を身につける演出と、それぞれの物語の主人公たちの人形を思いつき、「商品売っているのではなく、物語を売っているのです」と主張する玩具専門店です。ノスタルジーと少女らしさと本物志向を訴えた、まさにエンターテインメントとエデュケーションの融合玩具業態です。

(流通とSC・私の視点 1054へ続く)

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