

流通とSC・私の視点

2015年9月15日

視点(1972)

ファッション商品のカテゴリー!!

(専門店編)

ファッション商品(衣料品+身の回り品)を「プライス軸」と「トレンド軸」でマトリックス化すると次の通りです。

高い ↑ プライス軸 ↓ 安い	プレミアージュ	240,000円 ↓	ラグジュアリーファッション (例:ルイヴィトン、シャネル、グッチ)			
		120,000円 ↓				
	ベター モデレート ポピュラー バジレット① バジレット②	プレミアージュ	60,000円 ↓	アフォーダブルファッション (例:コーチ、トリーバーチ、アニヤハインドマーチ、マルマーニ)		
			120,000円 ↓			
		ベター	60,000円 ↓	30,000円 ↓	ハイクオリアティブファッション (例:マックス&コー、ポールスミス、エポカ)	ニューハイクオリアティブファッション (例:マークジェイコブス、アレキサンダーワン)
			30,000円 ↓	15,000円		
		モデレート	30,000円 ↓	15,000円 ↓	クオリアティブファッション 〈日本版セレクトショップ〉 (ビームス、シップス、ユナイテッドアローズ アーバンリサーチ、バイクルーズ)	ニュークオリアティブファッション (例:ロンハーマン、バーニーズニューヨーク フレッドシーガル)
			15,000円 ↓	7,500円		
		ポピュラー	15,000円 ↓	7,500円 ↓	ポピュラーファッション (UAグリーンレーベル、アーバンリサーチドアーズ アースミュージック&エコロジー、プラステ)	ニューポピュラーファッション (例:ザラ、ギャップ、アーバンアウトフィッターズ)
			7,500円 ↓	3,800円		
安い バジレット①	7,500円 ↓	3,800円 ↓	デイリーファッション (例:ユニクロ、しまむら)	ファストファッション (例:H&M、フォーエバー21、オールドネイビー)		
	1,900円					
安い バジレット②	3,800円 ↓	1,900円 ↓	バリューファッション 〈日常性・廉価版〉	ニューバリューファッション 〈高感度・廉価〉(例:ジーユー)		
	950円					
		ベーシック	スタンダード	ニュー&トレンド		
		普通	← トレンド軸 →	高い		

客から見たファッションのカテゴリー軸は「プライス軸」のクラス分類と「トレンド軸」のファッションレベル分類を基本として、より詳細分類にセグメント化します。ここでのトレンド軸とは「目新しさ」「流通へのスピード対応」「外資系」を意味します。SCの開発・リニューアルにおけるMDing & マトリックスにおいては、ベーシック性&スタンダード性を基軸にニュー&トレンド性を付加することが有効です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆

代表 六 車 秀 之